



ROHAM A KELETI PIACOKÉRT

Új tendenciák a világ autóiparában

Minden korábbit felülmúló tülekedés és versenyharc van kialakulóban a világ vezető autógyártói között a minél kedvezőbb pozíciók és a minél nagyobb részesedés eléréseért. A tét óriási: gazdasági és iparági kutatóintézetek egybehangzó véleménye szerint a következő tíz-húsz esztendőben a gépkocsi-értékesítés növekedésének legfőbb színtere a fejlődő országok piaca lesz.



Különösen Kína ígéretes, óvatos becslések szerint a hatalmas országban minden évben legkevesebb 20 százalékkal több új autó talál majd gazdára. A kínai piac a recesszió éveiben került a figyelem középpontjába, hiszen a legújabb előrejelzések szerint a világ gépkocsiiparának egésze legkorábban 2005-ben lesz újra nyereséges. Miután a szerencsesebb autógyárak és a beszállítók profitja igen alacsony, sok cég és modell veszteséges, ágazati robbanás nélkül ez az állapot sokáig nem tartható fenn.

Nem véletlen, hogy a világgazdaság elhúzódó visszaesése, a dollár gyengülése, az autvásárlási szokások átalakulása, a modellkínálat szerkezetének változása, a gépkocsigyártók és beszállítók kapcsolatának szorosabbá válása, a profitráták csökkenése, a termelési költségek további leszorításának csekély lehetősége, és még számos tényező hatására a közelmúltban jelentős átalakulás kezdődött a világ autóiparában.

Ez többek között kiterjed a költségcsökkentésben rejlő tartalékok feltáráására, a kínálat szélesítésére, egy-egy modell tömegtermelésének visszafogására, a beszerzés és a gyártás folyamatainak átvizsgálására, az innovációs képesség fejlesztésére és az értékesítési

zetiségi eredetű, illetve a korukból adódó hátrányoktól sújtott vállalkozók sikertelenebbjei.

Az életkörülményeiket, helyzetüket jól ismerő tanácsadó, segítő intézményen keresztül rendszeres tanácsadásra is szorulóknak. Az általános vállalkozási ismeretek közvetítésének és a mikrohitelzésnek esetleges célcsoportjai.

A túlélők

A harmadik csoportba a vállalkozások 65-70 százaléka tartozik. Azok, amelyek egyik előző csoportban sem szerepeltek. Életciklusuk széles skálán, a kezdéstől az érettségig változnak. Helyzetüket közepesnek tartják, és nem számítanak változásra: sem javulásra, sem romlásra. Több mint kétharmaduk egyéni vállalkozás és egyszeres könyvvitelt vezető mikrovállalkozás, vagyis betéti és közkereseti társaság. Főként lakossági piacra termelnek, de jelentős a más vállalkozások számára értékesítőik aránya is. Létszámukat bővítik és egy részük beruház, árbevételük, értékesítési lehetőségeik, kapacitáskihasználásuk nő, eredményességük javul, de kevésbé, mint az első csoporté. A vállalkozók személyes jövedelme mérsékelten emelkedik. Finanszírozásukhoz banki forrásokat csak kivételesen használnak, inkább

családi, baráti segítséget vesznek igénybe.

Az általános vállalkozási ismeretek mellett ágazati-szakmai, üzleti, pénzügyi, jogi tanácsadásra szorulnak. Vállalkozásérősítő pályázatok esetleges résztvevői. A mikrohitelzés, a kölcsönös garanciavállalással működő pénzügyi intézmények és a hitelszövetkezetek célcsoportjai. Köztük vannak a bankok potenciális ügyfelei.

A közeli jövőkép

A kis- és közepes vállalkozások közeli jövőjét mérlegelve a következőket emeljük ki.

Az Ecostat kisvállalkozói konjunktúraindexe 2002 májusában tetőzött, majd novemberig jelentősen csökkent. Novembertől 2003 májusáig ismét emelkedett, ekkor azonban a trend megfordulni látszik. Vagyis ismét csökken azon kisvállalkozások aránya, amelyek rövid távú várakozásai kedvezőek, és nő azoké, amelyek kedvezőtlen gazdasági kilátásokkal számolnak. Úgy gondoljuk, ez a trend folytatódni fog.

A kis- és középvállalatok korábbinál kedvezőtlenebb várakozásai több tényező hatására alakulnak: a kül gazdasági dekonjunktúra a hazai gazdaság mozgásterét szűkíti. A nemzetgazdaság növekedése lassul. Az államháztartási és fizetésimérleg-hiány gyors nö-

vekedése megszorításokat vetít előre. A kis- és közepes vállalkozások mind kevesebb támogatásra számíthatnak. Annak ellenére, hogy a lakossági kereslet élénk, az olcsó import komoly versenyt támaszt a hazai vállalkozások termékei, szolgáltatásai elé a hazai piacon. Mindennek következtében a vállalkozók saját vállalkozásuk helyzetét romlónak ítélik. Kevesebben számítanak tevékenységük bővülésére. A jövőre bejelentett adóemelések szintén a kedvezőtlen fejlemények közé tartoznak.

Jelentős újdonság az önfoglalkoztatói státusz tervezett szabályozása. Miközben az önfoglalkoztatókról készülő szabályozás az érintettek szociális védelmét és biztonságát kívánja növelni, egyúttal a vállalkozások jelentős tehernövekedésével is járna. Kérdéses, hogy a tervezett szabályozás elérné-e azt a fő célját, hogy fokozatosan visszasegíti a munkaviszonyba azokat, akik gyakorlatilag alkalmazottként dolgoznak. Mindenesetre, amíg az önfoglalkoztatók helyzetének javítása csak a jövő zenéje – egyelőre csak társadalmi vita folyik róla –, addig a Munka Törvénykönyvének már hatályba lépett módosítása a „számlás” munkavállalókat és foglalkoztatóikat súlyosan bünteti. A rendelkezés szerint a munkaügyi ellenőrök a színlelt, foglalkoztatási jogviszonyt takaró, formailag vállalkozói, illetve megbízási szerződéseket kötő cégeket megbírságozzák, kötelezik a munkaszerződés megkötésére és (esetleg évekre) visszamenőlegesen az elmulasztott közterhek befizetésére. Ennek a rendelkezésnek a következetes és szigorú érvényesítése beláthatatlan következményekkel jár a vállalkozói szektorra nézve. A vállalkozók felzúdulásának hatására a kormányzat átmenetileg visszavonult, fél évig nem alkalmazza a rendelkezést. Nem elképzelhetetlen a kormányzat teljes visszavonulása sem, a rendelkezés hatálytalanítása.

Kőhegyi Kálmán



Ezer főre jutó gépkocsik száma néhány országban (2000)

Ország	GDP/fő (USD)	Gépkocsik száma
Egyesült Államok	34 911	787
Németország	23 662	575
Japán	36 231	573
Nagy-Britannia	24 078	575
Malajzia	2 369	225
Thaiföld	1 207	99
Indonézia	224	25
Kína	853	0,9

Forrás: Automotive Resources Asia, UBS Warbur

kedvezmények zsugorítására. Lelassul az autóiparban az egyesülések és cégfelvásárlások folyamata, ezek helyébe döntően a stratégiai szövetségek, a közös vállalkozások, az együttesen alapított gépek lépnek.

Helyi igényekhez igazodva

Az új piacok lefedése – amelyek között térségünk is az autógyártók megkülönböztetett figyelmében részesül – azért is létkérdés az autóiipari cégek számára, mert még jó ideig megmarad az ágazat túlkapacitása. Vagyis a fizetőképes kereslet alakulása világszinten nem teszi lehetővé az elmúlt évtizedben kialakított, az akkori jelentősebb keresletnek megfelelő teljesítőképesség teljes vagy a jelenleginél jóval magasabb kihasználását.

A statisztikák tanúsága szerint tavaly 57,5 millió új gépkocsit értékesítettek a világon, csaknem ugyanannyit, mint egy évvel korábban. 2010-ben várhatóan 65 millió új kocsi talál majd gazdára, tehát az iparág növekedése a következő esztendőben számottevően elmarad az előző évtizedétől. Ennek fényében különösen ígéretes Kína, amely az autógyártók és -kereskedők szerint a világ legdinamikusabban növekvő, legígéretesebb piaca.

Az ázsiai országban a Volkswagen mellett a japán gyártók már jó pozíciókkal rendelkeznek, de gőzerővel terjeszkednek az amerikai vállalatbirodalmak is. A világ autóiiparának szereplői számára egyértelmű, hogy a kínai piac meghódításának egyik előfeltétele a helyi termelés létrehozása, valamint a meglévő autómodellek és -típusok „hozzáigazítása” a kínai piaci és vásárlói igényekhez, sajátosságokhoz.

Az egymilliárdot jóval meghaladó lakosságú országban a gazdasági növekedés az elmúlt 15 esztendőben még a visszaesés éveiben is alig maradt el a 10 százaléktól, s az egy lakosra jutó éves átlagjövedelem ezer dollár, ami rohamosan növekszik. 2002-ben Kínában 2,3 millió új

gépkocsit értékesítettek, ebből 0,7 millió volt a személyautó. Számítások szerint 2006-ban már 4,5 millió új gépkocsit adnak majd el, ezek többsége továbbra is hasznójármű (teherautó, speciális járművek stb.) lesz.

A fizetőképes lakossági kereslet növekedését jól jelzi, hogy míg 2000-ben a személyautók 90 százaléka úgynevezett flottaértékesítés (taxik, vállalati kocsik) keretében talált gazdára, tavaly ez az arány már 70 százalék alá csökkent.

Szaporodó vegyesvállalatok

Kínában a bérköltések mindössze egyötödét teszik ki a japánénak, s bár a termelékenység egyelőre elmarad a világ vezető autógyárainak sztenderdejétől, a minőséggel nincs probléma. (Szakértők szerint azért, mert a nyugat-európai, a japán és az amerikai anyavállalatok képviselői ugyanolyan szigorú minőségbiztosítást és -ellenőrzést vezettek be, mint bármely üzembükben a világon.) A gyártók részéről azonban mind több a panasz a több ezer helyi alkatrész- és részegység-beszállítóra, mert termékeik gyakran nem felelnek meg a minőségi követelményeknek. Ezért mind több gyártó növeli alkatrészimportját, s egyúttal azt javasolja a kínai ipar irányítóinak, hogy a felmérhetetlen számú, szétzabdalt alkatrészpiart igyekezzen

mindössze néhány tucat cégbe egyesíteni – e tekintetben a legnagyobb nyomást a Peugeot-Citroën gyakorolja a pekingi kormányra.

Mivel a kínai törvények nem teszik lehetővé külföldi többségű cégek alapítását az országban, a külföldi autógyártók helyi gépkocsiipari vállalatokkal hoztak és hoznak létre közös társaságokat. A vegyesvállalatokban természetesen dominál a külföldi technika és technológia, a munkafegyelem és a minőségi követelményrendszer. A közös vállalatok – amelyekben a hazai partner a kínai autóiipar egy-egy vezető cége – nemcsak gyártással foglalkoznak, hanem a külföldi partner Kínában nem gyártott modelljeinek importjával is. Egy-egy kínai autógyár több külföldi céggel is alapított vegyesvállalatot, illetve egy külföldi autógyártóval többet is az ország különböző területein.

A kínai piacon elsőként a Volkswagen jelent meg a nyolcvanas évek legelején. Kínai vegyesvállalatai jelenleg 6 modellt, illetve márkát gyártanak Sanghajban és Csangcsunban, többek között a Santanát, a Passatot, a Polót és az Audi 6-ot. A VW a helyi termelésből és az importból tavaly 360 ezer személyautót értékesített az ázsiai országban, amely Németország után már a második legnagyobb piaca. A cég éves termelése Kínában 15-20 százalékkal növekszik, ennek ellenére piaci

Új autók értékesítése a világon (M)

Év	Darab
1998	50
1999	53,3
2000	55
2001	54,6
2002	54,7
2003*	51,5
2004*	52,8

* Előrejelzés
Forrás: Autopolish

Amerikai és japán gyártók részesedése az Egyesült Államok autóiipacán (%)

Gyártó	1996	2003*
Amerikai Hármak (GM, Ford, DaimlerChrysler)	72,5	63,9
Japán Hármak (Toyota, Honda, Nissan)	17,9	22,6

* Előrejelzés
Forrás: Automotiv News



részesedése három év alatt 55-ről 44 százalékra csökkent, mivel a versenytársak sorra kiépítik, majd bővítik híd-főállásaikat.

Hírek szerint a VW a következő években nagyobb figyelmet fordít majd arra, hogy kínálati palettáján szerepeljenek az igen keresett, alacsonyabb árú gépkocsik is. Ez a „hiány” egy korábbi stratégiai döntés eredménye, amit azonban a cégvezetés nemrégiben felülvizsgált, miután nyilvánvalóvá vált, hogy a legnagyobb kereslet éppen az úgynevezett olcsó szegmensben mutatkozik.

Az ugyancsak két gyárral rendelkező Peugeot-Citroën (PSA) a negyedik helyet tudhatja magáénak Kínában. A PSA számára – termelésének 80 százaléka Európában talál gazdára – kiemelt fontosságú a kínai piac, ahol idén eladásainak 30 százalékos (!) bővülésére számít. Az év első felében 20 millió dolláros beruházással vegyesvállalatot hozott létre a Dongfeng Motor autógyárral, s második kínai üzeme a tervek szerint 2004-ben jelenik meg egy új modellel az ottani piacon. Természetesen a kínai utakon is futnak a PSA európai sikertípusai, amelyeket – egyelőre – kis számban importálnak.

A nagyságra második európai gyártó számára Kelet-Európa ugyancsak igen fontos. 750 millió dolláros beru-

házással a szlovákiai Trnaván épít gyárat – amely 2006-tól évi 300 ezer autót állít elő 3500 új munkahelyet teremtve –, Csehországban pedig a Toyotával közösen létesít autógyárat. A kolini üzem 1,6 milliárd dollárba kerül, s 2005-ben kezdi meg azonos platformon és alvázon a Toyota, a Peugeot és a Citroën márkájú kiskocsik gyártását, amelyek ára a tervek szerint nem haladja majd meg a nyolcezer dollárt.

Japán hódítók

A legnagyobb várakozással (és beruházásokkal) a külföldi gyártók közül a japánok tekintenek Kínára. A szigetország autói para sikeresen terjeszkedett Észak-Amerikában (25 év alatt a piac csaknem 30 százalékát szerezte meg magának), mind kedvezőbbek az európai gyártási és értékesítési statisztikái, ám hosszabb távú terveiben Kína játsza a főszerepet. A japán autógyarak nem titkolt célja, hogy az agresszív terjeszkedés mellett az olcsón előállított kínai kocsikból mind többet exportáljanak a térségbe, az Egyesült Államokba és Európába.

A világ harmadik legnagyobb autói ipari cége, a Toyota jelenlegi világsikere részesezését 2010-ig 50 százalékkal, 15 százalékra akarja növelni. E nagyívű tervben a cégvezetés fontos szerepet szán a kínai gyártásnak és piacnak, ahol jelenleg két gyára van, mindkettő-

ben a Tianjin Automotive Industry cég a helyi partner.

Az egyik vállalat tavaly kétezer autóbusszt, a másik pedig 32 ezer személykocsit állított elő. A japán óriáscégnek tavaly ősszel sikerült megállapodnia a sanghaji First Automotive Works „sztárvállalattal” egy 1,3 milliárd dolláros vegyesvállalat létrehozásáról, amelynek termelése a tervek szerint 2010-re eléri a 400 ezer egységet.

A Honda két kínai vegyesvállalata tavaly több mint 50 ezer gépkocsit gyártott. Ezek többsége az Accord modell, de igen keresettek az Odyssey minibuszok is. Jól jelzi a Honda terjeszkedési szándékait, hogy 2004-re 120 ezerre emeli az Accordokat gyártó üzem kapacitását.

A külföldi autói ipari cégek közül elsőként a Honda kapott engedélyt a kínai hatóságoktól arra, hogy többségi tulajdonú gyárat alapítson, miután vállalta, hogy a termelés döntő többsége exportra kerül. A cég harmadik kínai üzeme 2004-ben már 50 ezer autót állít elő 80 százalékos hazai „tartalommal”. (Jelenleg a Kínában gyártott Hondák 40 százalékos tartalmazznak hazai részegységeket és alkatrészeket.)

A Nissan – amelyben a Renault 44 százalékos tulajdoni hányaddal rendelkezik – 2003 közepén a Dongfeng Motor Corporationnal alapított vegyesvállalatot, amelybe mindkét társaság 2 milliárd dollárral „szállt be”. A tervek szerint a vuhani gyár 2006-ra már 550 ezer járművet – 220 ezer személyautót és 330 ezer haszonjárművet – fog előállítani, s ez lesz az első olyan vállalat, amely a gépjárművek teljes palettáját kínálja. Az innen kigördülő személygépkocsik Nissan-emblémát viselnek

Gépkocsi-értékesítés Kínában (M db)	
Év	Darab
1995	0,8
2000	2
2005*	3,6
2010*	6,4
2015*	9,6
2020*	12,5

* Előrejelzés
Forrás: Autopolish

Az amerikai Hármak profitrátájának alakulása

Vállalat	Profitráta (%)	
	1999	2002
General Motors	4,2	2,7
Ford	6,1	-0,3
Chrysler	7,7	0,9

Forrás: CNW Marketing Research Inc.

majd, a haszonjárművek viszont Dongfeng márkajelzést kapnak. (Helyi érdekesség, hogy a Nissan fejlődését Kínában az YLN nevű cég támogatja, amelyet a japán márka 40 százalékos részesedésével tavasszal alapítottak a tajvani Yulon Motor Companyval. Az új vállalat a Nissan teljes ázsiai termelési láncát koordinálja a tervezéstől az értékesítésig, Tajvanon viszont nem gyárt gépkocsit.) A világszerte gyors ütemben terjeszkedő Nissan számára a vezérigazgató szerint Kína az első számú prioritás.

A japán gyártók közül a Mitsubishi a közelmúltban megállapodott a DaimlerChryslerrel (DC) arról, hogy annak kínai üzemében gépkocsikat fog gyártani. Ismeretes, hogy a DC a Mitsubishi-részvények 37 százalékának tulajdonosa.

Amerikai Hármak

Az amerikai Hármak – a General Motors, a Ford és a Chrysler – is a kínai piacra összpontosítják figyelmüket, hiszen számukra nagyobb mennyiségű külföldi termelésre és exportra már jószerezivel csak ott nyílik lehetőség. Sokatmondó tény, hogy hármuknak összesen 80 milliárd dollárja ragadt benn eladatlan autókban, és Észak-Amerikában jelenleg összesen évi 2,2 milliós fölös termelőkapacitással rendelkeznek. A hazai értékesítést megnehezíti, hogy profitjukat elviszik a nullaszázalékos vásárlási hitelek, miközben a kedvezmények ellenére tíz év alatt 12 százalékkal, 61,8 százalékra csökkent piaci részesedésük az Egyesült Államokban.

Az amerikai gyártók közül a General Motors rendelkezik a legjobb piaci pozíciókkal – közel 8 százalékkal – Kínában. (Összehasonlítául: a GM piaci részesedése 2001-ben mindössze

2,7 százalék volt.) A lendületes előretörés elsősorban annak köszönhető, hogy a gyár értékesítése egy esztendő alatt 325 százalékkal növekedett az országban. A detroiti székhelyű óriáscég tavaly összesen 264 ezer kocsit adott el, ebből a sanghaji gyárban 111 ezer autót állítottak elő. A sanghaji vegyesvállalat elsősorban állami, vállalati vásárlásra termel gépkocsikat, nevezetesen Buick Regals és Sails modelleket.

A GM China elnöke nemrégiben azt nyilatkozta a Financial Timesnek, hogy a nagy piaci lehetőségekre a cég gyorsan fog reagálni – rövid időn belül 4-6 új modellel jelenik meg –, s keresi a további helyi gyártás lehetőségeit.

A GM összesen négy vegyesvállalatban érdekelt Kínában, egyikükben, az igen sikeres Jinbei GM-ben teherautók készülnek, és még az idén ebben az üzemben kezdődik meg a háromliteres Chevrolet Blazer sportkocsik gyártása.

Az amerikai óriás 2001-ben több helyi céggel közös társaságot alapított kisbuszok és kisteherautók gyártására – ezekből a SAIC-GM-Wuling nevű vállalkozás tavaly csaknem 147 ezret értékesített.

Kínai „koppintások”

A piackutatások tanúsága szerint a GM jócskán növelheti értékesítését az ázsiai országban, ha csökkenti árait. Miután az árak számottevő nyereséget tartalmaznak, a cégvezetés úgy döntött, hogy a forgalom és a piaci része-

sedés növelése végett néhány modell árát mérséklék.

A General Motors China egyébként ipari kalózkodásért, koppintásért be akarja perelni az egyik „tisztá” kínai tulajdonú autógyárat, a Cheryt, amelynek főtulajdonosa az anhui önkormányzat. (A másik kizárólag kínai tulajdonú autógyártó cég a Merrie. Mindkét gyár kompakt modelljeinek ára alacsonyabb, mint a hasonló VW kocsiké, s mindkettőjük értékesítése nagy ütemben nő.) A GM szerint az 1997-ben alapított Chery legújabb, QQ modellje szinte azonos a Chevrolet Sparkkal. Az ügy kellemetlenségét és pikantériáját fokozza, hogy a Sparkot az a GM-vegyesvállalat állítja elő, amelyben az amerikai cég partnere a Shanghai Automotive Corporation (SAIC), amely egyúttal 20 százalékban a Cherynek is tulajdonosa.

A Chery egyébként évről évre igen dinamikus bővíti eladásait, tavaly már 50 ezer gépkocsit értékesített. Sikereiben fontos szerepe van a SAIC-nak, amely segített megszerezni a különféle hatósági engedélyeket, s közreműködött az értékesítési hálózat kialakításában is. (A Chery tavaly beszüntette a Volkswagen-alkatrészek engedély nélküli beépítését gépkocsijaiba, miután a német cég panaszt tett saját vegyesvállalati partnerénél, a SAIC-nél. Nincs tévedés, korábban már szó volt arról, hogy egy-egy kínai gyártónak több kül- és belföldi cégben vannak érdekeltségei.) Érdemes megjegyezni, hogy a GM panasza miatt

Autógyártók termelékenységi sorrendje Európában

Sorrend	Gyártó	Egy munkásra jutó autók száma		Változás (%)
		2001	2002	
1.	Nissan Europe	95	99	4,4
2.	Toyota Europe	87	85	-2,3
3.	Honda Europe	67	82	23,4
4.	Ford Europe	79	80	1,3
5.	Renault	63	66	4,8
6.	FIAT	56	62	10,7
7.	Saab (GM)	53	62	17,0
8.	Seat (VW)	64	58	-9,4
9.	Peugeot-Citroën (PSA)	48	54	12,5
10.	Škoda (VW)	55	48	12,7
11.	Volkswagen	43	42	-2,3

Forrás: WMRC

Néhány autóipari cég piaci részesedése Európában (%)

Gyártó	1990	2002
Volkswagen	15,8	18,9
Peugeot-Citroën (PSA)	12,8	15,3
Renault	8,9	11,8
FIAT	14,4	8,3

Forrás: Association des Constructeurs Européens d'Automobiles

a Chery elhalasztotta a QQ modell piacra dobását, a SAIC pedig tárgyalásokat kezdett a Cheryben meglévő tulajdoni hányadának értékesítéséről.

A siker nem garantált

Visszatérve a Hármakra: a Ford igen csak későn jövőnek számít a kínai piacon, hiszen első gyárát csak az idén januárban nyitotta meg egy hazai partnerrel. Az üzem a Fiesta szedán helyi változatát állítja elő.

A DaimlerChrysler számára meglehetősen göröngyös terepnek bizonyul a kínai piac. A cég a következő években összesen 226 millió dollárnyi beruházást kíván megvalósítani több új modell ottani termelésének beindítására – ezek sorát egy sportkocsi nyitja, majd néhány hagyományos személyautó következik.

Megkezdődik a Mitsubishivel együtt a Pajero gyártása is, ebben a modellben a tervek szerint öt év alatt 40-ről 80 százalékra nő majd a kínai „tartalom”. Kezdetben az éves termelés nem haladja meg a tízezer darabot, s a Pajero ára 36 ezer dollár körül alakul. Ez az ár alacsonyabb, mint a Beijing Jeep által 2001 szeptembere óta gyártott Grand Cherokee-é, amely mintegy 55 ezer dollárba kerül. A modell értékesítési statisztikája meglehetősen kiábrándító a DC számára: eddig ezernél kevesebb autót sikerült eladni.

A Beijing Jeep mélyrepülése 1995 óta tart, amikor a vállalat még 80 ezer autót értékesített. Noha a tavalyi célkitűzés meglehetősen szerény, összesen 12 ezer gépkocsi eladása volt, az értékesítés alig haladta meg a kilencezetet.

A vállalat kínai elnöke szerint a cég sikere attól függ, miként alakul a Grand Cherokee értékesítése. Ha az eladásokat sikerül felfuttatni, megke-

dődhet az anyavállalat által áhított terjeszkedés. A detroiti cég vezetése szeretne megerősítést kapni a pekingi kormánytól a személykocsik és dzsipok további gyártására, s reméli, hogy akadálytalanul válhat a technológiai transzfer is.

WTO-tagságból származó előnyök

A menedzsment arra számít, hogy Kína újszülött tagsága a Nemzetközi Kereskedelmi Szervezetben (WTO) elősegíti a zökkenőmentes importot, amivel ki lehet váltani a gyenge minőséget produkáló hazai beszállítókat. A DC – amint a többi külföldi autógyár – azt is szeretné elérni, hogy a WTO-tagság nyomán saját autóvásárlást finanszírozó rendszereket is meghonosíthasson Kínában.

A nemzetközi szervezetben elnyert tagság számos, a külföldi gyártók számára kedvező hatással van a kínai autóiparra és -piacra. Kínának fokozatosan mérsékelnie kell a vámokat, ami csökkentheti a külföldön gyártott gépkocsik árát, s növelheti versenyképességüket a kínai piacon. Nem kizárt, hogy a vámok zuhanása miatt számos importált gépkocsi ára alacsonyabb lesz, mint a Made in China feliratúaké.

A tagság következtében fokozatosan meg kell szüntetni a behozatali kvótákat is, ami szintén megkönnyíti az autóbehozatalt.

Minden jel arra mutat, hogy mind az állami, mind pedig a magán- és a lakossági szférában növekszik a gépkocsi iránti fizetőképes kereslet – még akkor is, ha jelenleg a piackutatók a számos épülő autógyár miatt 20 százalékos túlkapacitást prognosztizálnak.

A világ vezető autógyárai számára az ígéretes kínai piac amolyan oázisnak számít. Az alacsony szintről induló, gyorsan bővülő kereslet persze távolról sem oldja meg gondjaikat. Azt a luxust viszont egyikük sem engedheti meg magának, hogy ne vegyen részt a mind élesebb versenyben. Nem kívánnak semmiféle előnyt adni versenytársaiknak, amelyek ugyancsak nagy jövőt látnak az ázsiai ország piacán.

A kínai folyamat sok külföldi autógyár számára főpróba az orosz piac meghódításához. Ennek mérete jóval kisebb a kínainál, s annál egyelőre jóval zártabb. A növekedési potenciál azonban Oroszországban is adott, hiszen az életszínvonal lassú javulásával növekszik az új autók iránti kereslet.

Oroszország: kisebb, zártabb piac

A piac 90 százalékát még mindig az orosz vállalatok uralják ugyan, de meredeken zuhan az általuk előállított termékek vonzereje. Divattossá vált a használt nyugati gépkocsik vásárlása, és erőteljesen növekszik az újak értékesítése is.

2002-ben Oroszországban 110 ezer új külföldi gépkocsit adtak el, 40 százalékkal többet, mint egy évvel korábban. Az értékesítésben a Daewoo állt az élen 12,4 ezer darabbal, majd a Škoda, a Renault és a Toyota következett. A Ford tavaly augusztusban kezdte el a Focus gyártását Szentpéterváron vegyesvállalati keretek között. A General Motorsnak is van helyi bázisa: az AvtoVAZ-zal létrehozott vegyesvállalat tavaly ősszel kezdte el gyártani a Chevy Nivát – ebből kezdetben évi 35 ezer darabot állítanak elő, a jövő évtől pedig megkétszerezik a gyártást. A Renault pedig nemrégiben jelentette be, hogy 250 millió dolláros beruházással 2005-ben kezd meg Moszkvában az X90-es szedán gyártását. Ebből az orosz és a kelet-európai vásárlók számára kifejlesztett típusból kezdetben évi 60 ezret állítanak majd elő.

A helyi gyártásból – akárcsak Kínában – nagy előny származik, ugyanis az importot jelenleg 25 százalékos vám terheli. A külföldi vállalkozások óvatosan optimisták az orosz piacot illetően, ahol az elmúlt 10 évben kétszeresére – 141-re – nőtt az ezer lakosra jutó autók száma, s ez az előrejelzések szerint a következő tíz évben ismét megkétszereződik...

Mint a fentiekből kiderül, az autógyárak nem lankadó versengésével és terjeszkedésével mindenki jól jár – a piacnyitás első számú nyertesei a vásárlók, miközben persze a gyártók sem fizetnek rá.

Gonda György