

A globalizáció vesztesei

A Daewoo-val kezdődik?

November 4-én délelőtt a budapesti Marriott Szállodában tartott üzleti reggeli keretében Chris Lacey, a General Motors Europe Észak-, Közép- és Kelet-Európáért felelős vezérigazgatója hivatalosan bejelentette, hogy cége hazánkban nyitotta meg Közép- és Kelet-Európai Regionális Központját. A rendezvényen egy másik bejelentéssel is szolgáltak, ami talán még nagyobb horderejű volt: megalakult a GM Daewoo Central and Eastern Europe Automotive, egy új regionális vállalat, amely az egész kelet- és közép-európai régióban felel az új GM Daewoo által forgalmazott gépkocsik importjáért, értékesítéséért, és az ehhez szükséges márkakereskedői hálózat kiépítéséért.

A Daewoo Motors Hungary tevékenysége megszűnik, az ezzel a céggel korábban kötött márkakereskedői szerződések érvényüket veszítik. Az új GM Daewoo cég új hálózatot épít ki, amely részben az eddigi Daewoo-kereskedőkből, részben pedig olyan Opel-dílerekből áll, akik különálló, külső megjelenésükben is a Daewoo jegyeit hordozó létesítmények létrehozását vállalták. A teljes hálózat mintegy 50 márkakereskedésből és szervizből áll majd, ez biztosítja az ország megfelelő lefedettségét. A döntés háttéréről most egy olyan Daewoo-kereskedő szemszögéből számolunk be, akit ezen intézkedések következményeképpen bocsátottak el. A Daewoo Motors a '90-es években a világ egyik leggyorsabban fejlődő autógyára volt. Bombaként robbant be az európai és a magyar piacra egyaránt. A problémát az ázsiai pénzügyi válság indította el, amikor a Daewoo pénzügyi helyzete ingataggyá vált. A média világszerte hírt adott a Daewoo-birodalom gazdasági nehézségeiről, így aztán hiába volt a jó termék, hiába volt a jó háttér – a vásárlókban megfogalmazódtak a kétségek. Minden márkakereskedő a személyes sikerének könyvelheti el azt, hogy az ismert nehézségek ellenére az értékesített gépjárművek száma csak kismértékben csökkent. Tavaly év végén a General Motors és a Daewoo Motors hitelezői szándéknyilat-

kozatot írtak alá egy új vállalat alapításáról. Természetesen ezek a hírek jótettek a vásárlókedvnek, ennek köszönhetően a Daewoo az idén az egyik legnagyobb növekedést produkálta az eladási statisztikákban.

A nyár folyamán minden márkakereskedő levelet kapott az importőrtől (Daewoo Motor Kft.), mely szerint a Daewoo Motors anyavállalattal kötött forgalmazói szerződésük várhatóan az év hátralévő részében megszűnik. Ennek következtében minden márkakereskedői szerződés automatikusan érvényét veszti. Közölték továbbá, hogy az újonnan létrejött GM–Daewoo közös vállalat által létrehozott új forgalmazó felkeresi őket az együttműködési megállapodás létrehozásának céljából. Szeptembertől kezdődően a GM megbízottja, valamint a Daewoo Motor Kft. igazgatója szinte minden márkakereskedésben látogatást tett, amikor egy rövid beszélgetés keretében ismertették velük az új forgalmazó cég felállításával kapcsolatos elképzeléseket. Szinte minden esetben hangsúlyozták azon törekvésüket, hogy a Daewoo márkanév presztízsének emelése lesz a fő cél. A forgalmazók egy márkakereskedői jelentkezési nyomtatványt kaptak, amelyet kitöltve vissza kellett küldeni a Daewoo Motors igazgatójának. Ettől kezdve felgyorsultak az események:

- A megrendelésre szolgáló internetes hálózatról eltűnt a gépkocsikészlet.

Autót csak készpénzfizetés ellenében, illetve a banki utalás megérkezése után kaptak az importőrtől.

- A központi alkatrészraktár október 15-től bezárt. Szóban tájékoztatták a márkakereskedők többségét arról, hogy az új forgalmazó nem köt velük szerződést.
- **Október 22.:** a márkakereskedői szerződéseket október 21-i hatállyal felmondták.
- **Október 24.:** újabb levél szerint a garanciális javításokat október 31-ig el lehet számolni.
- **November 1.:** senki nem tud semmit, az ügyfelek hiába várják a segítséget, a régi hálózat halott, az új még meg sem született.
- **November 4.:** az ominózus GM üzleti reggeli során megteszik a bevezetőben leírt bejelentéseket.

Kik lesznek az új márkakereskedők?

Úgy tűnik, hogy többségükben az Opel-hálózat jelenlegi tagjai. Miközben a régi márkakereskedőket a Daewoo Motor Kft. vezetői abban a hitben tartották, hogy aki jó teljesítményt produkál, annak nem lehet félnivalója, miközben keményen dolgoztak a Daewoo sikereiért, az Opel márkakereskedőknek már több hónapja „megsúgták”, hogy építsenek Daewoo szalont. (Van olyan, aki már régen megvette a területet is.) Az elbocsátott márkakereskedők teljes vagyonukkal, szaktudásukkal és rengeteg munkával szerezték meg azt az ügyfélkört, amelyet az új hálózat tagjai tálcán kapnak meg. Az eladási statisztikák szerint a megmaradó márkakereskedők közül mindössze néhányan vannak olyanok, akik az erősek közé tartoznak. Egyébként az új márkakereskedői hálózatról csak annyit, hogy többségében jelenleg még csak „kukoricaföldekről” van szó.