

Mire készülünk? Mit tegyünk?

Szokásunk szerint „összeolvastuk” magunkat, hogy az elkövetkező időkre némi támpontot tudjunk adni Önöknek, akik szentül megfogadták, hogy a szakmában maradvá, sikeres túlélők akarnak lenni.

A trendek, tendenciák mostanában igen nagy bizonytalansággal tapinthatóak ki, a próféciákkal is óvatosan kell bánnunk, miközben nem feledhetjük azt, hogy az élet írja a nagy „regényt”, átrajzolva itinerjeinket, váratlan fordulatok sokszor minden emberi (vállalkozói, gyártói stb.) elképzelést felülmúlnak. Az alábbiak adhatnak a továbbgondoláshoz némi alapot, fogódzkodót.

Az autóipar

Az autóipar nagyon szeretné tudni, merre is megy a világ. Valamikor régen meg voltunk győződve, hogy az igazgatótanácsokban dől el a világ sora. Már régen nem így van. Az erős tényezők váratlan „összjátéka” borít mindent. Miután nem tudja, merre is tarthat a világ, ezért az összes lehetséges vasat a tűzben tartja. Dollár-, jen- és eurómilliárdokat ölje a kísérletekbe, mert nem világos még, mi jön be, lemaradni pedig egyenlő a céghalállal. Kell a mennyiség, hogy fedezze a költségeket, ezért igyekszik mindenki minél több autót gyártani, és persze eladni. A világelsősgért is folyik a harc. A gyártókapacitásokat növelik, főleg ott, ahol kedvező költséggel lehet gyártani. Új piacokat is kell találni, mert egyre kevesebb autót vesznek Európa nagy részén az emberek. És nagy boomra, azaz fellendülésre nem is lehet számítani. Az európai gyártók, főleg a prémiumszegmens gyártói számára kedvező, hogy Kína és az USA még kivétel, ott szívesen vesznek európai, főleg német autót. A „prémiumautó” iránti kereslet nagyon megnőtt a kisebb kategóriában is. Lásd például a Minit a BMW-től, az A1-et az Audittól. Ezekkel az autókkal (a kis kategórián belül is) rendes pénzt tud keresni a „prémium” gyártó, ha nem is ad el volument. Mindenesetre sok-

kal többet, mint egy „mezei” Opel Corsával vagy Suzukival.

Kedvező, hogy ezeknél a típusoknál a javítóműhely is „másképp” számolhat.

A belső égésű motor még sokáig köztünk marad, trónfosztására is legalább 20, de inkább 30 évet kell várni, de részaránya még akkor is jelentős lesz.

Az alternatív hajtás elemeinek gyártása azonban addig is komoly munkahelyteremtő lesz. Az akkumulátorgyártás máris nagy kapacitásokkal bír Európában is. A villanymotorok gyártásába Magyarország is bekapcsolódott.

Reverse Innovation

Új trend a „Reverse Innovation”. Azt jelenti, hogy az európai és észak-amerikai autókonzernek tanulnak olyan cégektől, például indiai cégektől, akik – adott piacokon való fellépéshez – csak a technikailag minimalisra, a szükségesre és éppen elégségesre koncentrálnak. Mert erre van fizetőképes kereslet. Lásd a Tata Nanót, ami egyelőre még éppen az indiaiaknak nem sikerült, de véljük, ezek csak a kezdet nehézségei.

A Daimler az indiai piacra egy olyan „egyszerű” teherautót tervezett, ami a Tata teherautókkal konkurál árban. Technikailag ez persze egy „minimalisztikus” termék, de működik. A dél-indiai Chennai-ban fogják gyártani 2012-től az indiai és feltehetően az egész ázsiai piacra.

De menjünk vissza Európába: ezt a „variációt a főtémára” a franciák sokkal jobban csinálták: a Dacia különböző változatai (lényegében „rég”, egyszerű Renault-technika), nagyon sikeresek és abszolút ott vannak a piacon. Ez nem egy pillanatnyi jelenség – ez az olcsó szegmens kemény realitása! A dolog egyszerű, kiforrott, olcsó és a célnak nagyon megfelel. A „Reverse Innovation” tehát,

mint a Dacia példája is mutatja, máris fontos európai jelenség lett. Ez a trend számos javítóműhelynek lehet mentőöv (ha fennmaradnak addig, amíg ez a trend „megerősödik”).

Előregedés

Az elkövetkező időben az autóállomány folyamatos előregedésével kell számolni. Az emberek hosszabb ideig tartják meg autójukat, kevesebbet használják a nagy tüzelőanyagárak és fenntartási költségek miatt. Persze a mai autók, ugyan vannak szomorú ellenpéldák is, de megfelelő karbantartással tovább tart. A javítóipar egyre öregebb, műszakilag egyre problémásabb autókkal találkozunk, és egyre problémázóbb ügyfelekkel.

Közben az oldtimerüzlet legalább virágzik...

Ha a potenciális vásárló jelenleg tud várni az újautó-vásárlással, okosan teszi. Ugyan is várhatóan kb. 2015-ig kijön a piacra az „új generációs” autók, amit sokkal érdekesebb lesz megvenni, mint a mostaniakat. A kuncsaft már tudja: „autóügyben” nagy lesz a változás, csak még a „főirányt” eddig senki nem tudta megmondani.

Internetes szervizajánlat

Egyre nagyobb számban jelennek meg az interneten az ún. szervizbörzék. Hasonlóan az internetes biztosítói vagy használatú-tó-piaci kínálatokhoz. Ebből főleg a szervizhálózatok profitálhatnak, de egy körzetben a szabadok is versenghetnek jó ajánlataikkal, és ebbe a márkaszervizek is bekapcsolódhatnak! A gumiabroncs + felni piacon ez már évtizedek óta gyakorlat.

Az interneten megjelenő, magukat kínáló, kecsgető, „beetető” ajánlatokkal jelentkező műhelyek száma megnő, mivel a kuncsaft az

www.autoszerszam.hu

...minden, amire a szakmának szüksége lehet.

interneten is keresi a javítószolgáltatásokat. Ezen a fórumon a műhelyeknek is fokozot-
tan, kellő agresszivitással jelen kell lenni.

Cégautók

A cégek gyakrabban fogják cserélni az autójukat, mint a magánszemélyek, így a céges autók, kiemelten a lízingscégek autói-
nak jelentősége a szervizpiacon is megnő. Keresni kell az ilyen cégekkel való kapcso-
latot egy megfelelő, nagyobb volumenű ja-
vítási keretszerződés reményében.

Szokásváltozások

Az autó számos társadalmi körben, lassan,
de biztosan elveszti, illetve már el is vesz-
tette a korábbi emocionális, imidzsszere-
pét. Az ún. „dot.com” (interneten nevelke-
dett) generációra már ily módon kevésbé
hat. Az individuális mobilitás továbbra is
fontos, de ez nem kapcsolódik össze az
autóval mint státuszszimbólummal. Meg-
jelennek a különböző „mobilitáskoncept-
ciók”, ahol az ember az autót nem birtokolja,
hanem időszakosan, igényének megfele-
lően bérl. Ilyenkor az autó szervize és ja-
vítottása a bérbeadó cégre hárul. Ezek a
cégek a gazdaságossági követelmények
miatt is nagyszámú autótval rendelkeznek
és emiatt kedvezőbb anyagi feltételekkel
tudják az autójukat javíttatni. Egy ilyen cég-
gel kötött javítási keretszerződés az illető
műhely számára is egy jobban tervezhető
műhelykihasználást eredményez. A külön-
böző bérleti modelleknek főleg a tisztán
elektromos autók elterjedésekor lesz na-
gyobb jelentősége.

Itt belépnek új szereplők, úgymint az ener-
giaszektor cégei, az áramszolgáltatók,
gázszolgáltatók.

Az autógyárak máris aktívak lettek ebben
az irányban, pl. a Daimler-Benz AG. „Cars-
haring” Projektje „Car2Go” néven vagy a

Peugeot/Citroën cég „Mu by Peugeot”
nevű autóbérlési modellje.

Társadalmi átrendeződés

Egy, a mi szempontunkból is nagyon fon-
tos szociológiai trend a közép-
prétegy folyamatos, erős és főleg gyors csökkenése. Egy
jelentős réteg „lecsúszik”, csökken a vásár-
lóereje. A korlátlanul megkapható és könnyű
banki kölcsönök is megszűnnek. Ebből
levezethető: az autópiacon nagy tömegű
olcsó autó lesz, minimális technikai „vív-
mánnal” felszerelve. A másik jelentős réteg
a „prémiumautó” vásárlója. Ebből persze
kevesebb van. Ezt nevezik ügyfélkörü
polarizálódásnak. A javítási igény és elvárás
az autószervezekkel szemben ebből követ-
kezik: a sok olcsó autó javítása olcsón és
kevesebb prémiumautó javítása drágán.

Az olcsó autót igyekszik az ügyfél a nagy
szervizhálózatokban olcsón javíttatni. A
drága prémiumautókat a szakszervizek és
a specialisták javítják, természetesen pré-
miumáron.

Egy további fontos szociológiai tény az,
hogy demográfiaiul Európa folyamato-
san öregszik. Az idős emberek kevesebbet
használnak az autót (nem olyan „mobil”,
nem kell például mindennap munkába men-
nie) és más az elvárása az autótval szem-
ben (kevesebb kupét, kabriórt vesz, és még
jobban ügyel a fenntartási költségekre).

Egy idős ügyféllel erős kötődés alakítható
ki, ha elhozzuk javítási igény vagy vizsga
esetén tőle az autót, és vissza is vesszük. De
biztosan van még ennél sokkal több lehetősé-
g is a kötődés erősítésére. Az idős ügy-
felek körére figyelni kell!

Szervizpolarizáció – specializáció

Tehát a szervizek is polarizálódnak. Egyes,
nem eléggé tőkeerős, nem eléggé innova-
tív műhely túlélését lehet, hogy még sokáig

biztosítja az öreg, használt autó. Viszont a
specialistához – ha ráadásul különböző
fórumokon is ismert – a helyi vonzaskör-
zetén kívüli kuncsaft is el fog menni, mivel
olyasmit nyújt, amit az ügyfél nem minden-
hol talál.

Az információs hálóban

Az autó elkezd „önállóan” a környezetével
kommunikálni. Ez azt jelenti, hogy túllép a
szorosán autóhoz kötött információkon, és
az autó információit összeköti egyéb más,
az adott szituációban hasznos külső (köz-
lekedési) információkkal. Tehát sokkal in-
tenzívebben használja például a GSM +
GPS navigáció adta lehetőségeket, a net-
ről levehető információkat. Ez az autó lé-
nyegét fogja adni, ma még beláthatatlan
távlatokat nyújtva. Az autó önállóan jelenti
a szerviznek az esetleges hibát, mielőtt a
szervizbe menne. Minderre időben kell fo-
gadókésznek lenni.

Technika- és technológiaváltás

A VW-konzern vezetői szerint a közeljövő-
ben a belső égésű motorral hajtott „Po-
lo-kategóriájú” autó 2-3 l/100 km tüzelő-
anyagot kell hogy fogyasszon, és ezáltal
egy „kevert”, városi, országúti használat
esetében sokkal gazdaságosabban üze-
meltethető, mint egy „normál” hibrid. Egy
ilyen autó azonban nem lehet több, mint
max. 900 kg. Tehát „downsizing” (méret-
mennyiségcsökkentés) az egész autóra,
így össztömegére is, de úgy, hogy az autó
nem lehet „lényegesen” drágább (majd
meglátjuk...). Ekkor azonban sok „karbon-
struktúra” (szénalapú, például szénszálas,
nanotechnológiával készült anyag) is van
az autóban, a nagy szilárdságú, nagyon
vékony acéllemez, az alumínium és a
magnézium mellett, aminek pl. akkor van
javítói szempontból jelentősége, ha valaki



**TURBO
TEC**
KFT.

www.turbo-tec.eu

**Kizárólag
SZERVIZEKSEL
kötünk üzletet!!!**

Regisztráljon MOST!!!

**Akár 22%
kedvezmény**

tel. 96 416-826

**24 órán belüli
szállítás**

**24 hónapos
garancia**

egy ilyen autóval karambolt szenved. Ebben az esetben a javítás - ha egyáltalán lehetséges - teljesen új javítási technológiát követel. Kétséges azonban, hogy az autógyártónak érdeke-e az autót úgy megtervezni, hogy a karbonstruktúra még javítható is legyen. Egy ilyen kritérium figyelembevétele exponenciálisan megrágtatja a tervezést, és persze a gyártást is. A gyártónak azonban inkább megéri az „egyszerűen” megtervezett cserealkatrész, mert azon többet keres. Tehát várható az ilyen anyagok és technológiák kihatása a javítóiparra. Ekkor szükségessé válnak a különböző ragasztási, kötési technológiák - esetleg vákuummal kombinálva -, hogy ne legyen a dolog egyszerű. A karbon+alu+magnézium struktúra a tiszta elektroautónál is elkerülhetetlen, mivel valahogy kompenzálni kell a beépített akku súlyát.

Mindezekből következik, hogy sok műhely nem lesz képes olyan investícióra, amik a fenti - a műhelyekkel szemben támasztott követelményeket - kielégítik. Emiatt valószínűleg sok „hagyományos” műhely tönkre fog menni. Ezen prognózisok miatt

a megmaradó, egyre kevesebb műhelyre mégis egyre több javítandó autó jut. Tehát aki fennmarad, annak lesz munkája elég. Ezeknek a műhelyeknek azonban technikailag (felszereltség + tudás) nagyon jól felkészültnek kell lenni. Emiatt nagyon fontos téma a jövőben is a szerelők állandó továbbképzése. Nem szabad elfelejteni azt sem, hogy majd a tiszta elektroautónak kevesebb lesz a szervizigénye, mint a hagyományos belső égésű motorral rendelkezőnek.

Trendelemzők szerint ez a technikai átállás kedvező lesz a független specialistáknak. A környezetvédelem és fogyasztásminimalizálás miatt rendkívül bonyolult motor elmarad, a villamos hajtás „feketedobozos” javítása pedig, problémáit illetően, ettől lényegesen elmarad.

A túlélés stratégiája

Egy dinamikus, jól felszerelt, jól kiképzett szerelőkkel és elég forgótőkével rendelkező, a piaci viszonyokra előnyösen és időben reagáló, valamint jó kuncsaftkörrel bíró „flexibilis” önálló műhely nyilván megállja a helyét ebben a „viharban” is.

Szóval a mindenkori cégtulajdonos pénze, szakmai tudása, vezetői képességei, üzleti és egyéb kapcsolatai, kreativitása határozza meg döntően egy adott autószervez-kerét a jövőben is.

Marad tehát a feladat ebben a „többdimenziós erőterben” is: a műhelytulajdonosnak, műszaki vezetőnek ki kell dolgoznia egy megfelelő, az adott műhelyre pontosan illeszkedő, középtávú (3-5 évre) stratégiát, amit aztán következetesen végre kell hajtani. Ne felejtjük el: egy reális cél definiálása nagyon fontos: akkor ugyanis pontosan tudjuk, hogy mit és remélhetőleg, hogy hogyan akarunk elérni. Főleg az ilyen bonyolult gazdasági helyzetben nem „valamit”, hanem „effektív dolgokat” kell tenni! És keressük a területeket, ahol a szakmabeli (az esetleges konkurencia ellenére) jól együtt tudunk működni! A krízishelyzeteket bizonyíthatóan azok a struktúrák élik át a legkevesebb veszteséggel, amik pont ilyenkor fokozottabban összedolgoznak. Egy krízis a megfelelően gondolkozók számára egy új „sansz” lehet!

PONYICZKY LÁSZLÓ
NAGYSZOKOLYAI IVÁN

Mert
mindenkinek
Kellegy



**MEGBÍZHATÓ
TÁRS!**

**Megoldások
autóvillamossági problémákra!**

KELLE FAMILIA KFT
2040 BUDAÖRS Iparos u. 1 www.kelle.hu
tel: 06 23 430 000 email: kelle@kelle.hu

CSERGO

OPEL ALKATRÉSZCENTRUM

Opel alkatrészimportőr,
nagy- és kiskereskedelmi forgalmazó

Kínálunk raktárról, illetve 24 óra alatt
Németországból és Ausztriából behozva Opel-gyári
és identikus alkatrészeket
75 000 tételes választékban.

Kedvezmények a fogyasztói árból **20-30%**,
a megrendelés minőségétől és nagyságától függően,
továbbá folyamatos akciók!

**Országos szintű házhoz szállítás
rendkívül kedvező áron!
Opelhez minden alkatrészt
egy kézből, jó minőségben, olcsón!**

Tel.: (06 1) 330-0000, (06 1) 330-0010, (06 30) 330-0010
info@csergoe.hu, home: www.csergo.hu

Nyitva tartás: H-Cs: 7³⁰–17³⁰
P: 7³⁰–17⁰⁰
Szo: 8³⁰–13⁰⁰