



Japán autógyártók diétán

A gazdasági-pénzügyi válság az átlagosnál nagyobb mértékben sújtja Japánt, az egyik legjelentősebb autópiacon és exportnagyhatalmat. A szigetország autópiacon régen példaképnek számított, jelenleg viszont nehéz helyzetben van. Még a Toyota sikermárka is problémákkal küzd.

Most megmutathatja a Toyota, milyen erős valójában - állítja az egyik nagy autógyártó vezére. A japán autópiacon évekig a gyenge jénből profitált. Autónként több ezer eurót spóroltak, de ennek vége. Nem szép dolog a szakember káröröme, de érthető. Mindenekelőtt a Toyota volt egy teljes menedzsergeneráció példaképe, és nem csak az autópiacon - hatékony, kiváló minőségű, vevőorientált. Mindenekelőtt a jéni árfolyamának emelkedése jelentette a legnagyobb problémát, nagyobb, mint a recesszió. Az összes autógyártó problémákkal küzd, de a japán gyártók az erős jéni miatt is szenvednek. Tavaly decemberben a japán autógyártók 25,2%-kal kevesebb autót gyártottak, mint egy évvel ezelőtt - ez volt a legnagyobb visszaesés 1967 óta, amióta az értékesítési adatok rendelkezésre állnak. A japán autóforgalmazók szövetségének elnöke szerint a helyzet komoly, a fogyasztók pedig visszafogottak. Mivel az utóbbi évek gazdasági fellendülése szinte egyedül az exportnak volt köszönhető, a globális válság most Japánt teljes erővel sújtja. Az autógyártók már mintegy 24 000 bér munkást küldtek el, de az állandó alkalmazottak sincsenek biztonságban. Mivel a szigetországban nincs munkanélküliség elleni biztosítás, a dolgozók egzisztenciájára van veszélyben. „Ez a II. világháború utáni időszak legsúlyosabb gazdasági válsága” - állítja Kaoru Yosano, a japán gazdasági miniszter. A GDP októbertől

december végéig 12,7%-kal csökkent, az előző évvel összehasonlítva. Ilyenre az 1974-es olajválság óta nem volt példa. A kormányzat idén 7 év óta először nem vár növekedést. A recesszió fő oka az export visszaesése volt, melynek mértéke 13,9% volt a tavalyi utolsó negyedévben.

Toyota és társai

A japán sikertörténet megtestesítője eddig a Toyota volt. Közel 70 éves története során tavaly lett a gyártó először veszteséges, üzemi vesztesége 3 milliárd euróra rúgott. A Standard & Poor's hitelminősítő intézet a Toyota besorolását AAA-ról AA+-ra minősítette. A gyártó azonnal költségcsökkentésbe kezdett, és a kutatás-fejlesztés, valamint a marketing területén 4,4 milliárd eurót szeretne megspórolni. A belföldi gyártást az első negyedévben 519 ezer darabban csökkentették, ami a kapacitások 54%-át jelenti. Ilyen kapacitással azonban nem lehet egy gyártóüzemet nyereségesen üzemeltetni - állítják elemzők. A Toyota fő piaca az Egyesült Államok, majd Japán, Ázsia és Európa következik.

A Nissan is erősen érintett a válságban, amely világszinten mintegy 20 ezer munkahely megszüntetésére kényszerült. A gyártó forgalmának harmada Japánból származik, majd az USA és Mexikó jön. Európában Nagy-Britannia a legjelentősebb piaca. „A legrosszabb várakozá-

sainknál is súlyosabb a helyzet” - állítja Carlos Ghosn, a Renault-Nissan szövetség elnöke. A gyártó fontolóra vette telephelyek és ingatlanok eladását, mivel kifogyott a pénzből. Elemzők szerint a Nissan pénzügyi ínsége még a Renault-Nissan szövetség fennállását is megkérdőjelezi. Már tervbe vették ugyanis Indiában és Marokkóban közös üzemek beindítását, de ezeket mégis elhalasztották. A szövetség üzleti modellje nagy darabszámokkal és jelentős profitallal számol, erről azonban most szó sincs.

A Hondánál 3100 munkahelyet voltak kénytelenek megszüntetni, a belföldi gyártást pedig 50 ezer autóval csökkenteni. A Honda a világ legnagyobb motorkerékpár-gyártója és a második legjelentősebb japán autógyártó a Toyota után. Legfontosabb piaca Észak-Amerika, kínálatában pedig főként a személyautók dominálnak. A kisebb japán gyártók, mint a Mazda és a Mitsubishi is veszteséget voltak kénytelenek elkönyvelni. Mindkét márkának az Egyesült Államok a fő piaca. A Mazda a második félévben 148 ezer darabban csökkentette termelését, a Mitsubishi pedig felfüggesztette új üzemének munkálatait Oroszországban, és költségkímélés miatt nem fog részt venni a frankfurti autózalonon sem (egyébként a Nissan is így tesz). Az elemzők várakozása szerint a két gyártó egyhamar nem is lesz nyereséges.

(Folytatás a 69. oldalon.)

a visszaeső Renault-t és Volkswagent – utóbbi két gyártó helyet is cserélt egymással. Az Opel és a Ford között is helycsere történt. A hazai gyártású Daewoo kikerült a top 10-ből, helyét a Fiat vette át. A legsikeresebb dél-koreai márka a Hyundai Romániában, de a Chevrolet is jól tartja magát a tizedik helyen. A típusok rangsora nem állt rendelkezésünkre.

Csehországban a válság ellenére 8,4%-os fellendülésnek örülhettek az újautó-kereskedők. Összesen 143 661 autó talált gazdára, ezzel az ország a 18. a rangsorban. A piacvezető Skoda eladásai érdekes módon csökkentek, de előnye még így is hatalmas a Ford és a Renault előtt. Az első tízben ugyanazok a márkák szerepelnek, melyek tavalyelőtt, és a sorrend is csak kismértékben változott – a Hyundai előzte meg a Peugeot-t az ötödik-hatodik helyen. A típusoknál teljes a Skoda dominanciája: a Fabia vezet az Octavia előtt, a Roomster a negyedik, a Superb pedig a tizedik. A do-

bogóra a Ford Fusion fért még fel. Jól szerepelt a Peugeot 207 és a Kia Cee'd, mindkettőből többet adtak el, mint 2007-ben. Nincs már a legjobb tízben a Hyundai Getz és a Ford Focus, helyüket a Volkswagen Polo és a Skoda Superb vette át. Az első tízben 6 kisautó, 2 alsó-középkategóriás, 1 középkategóriás és 1 egyterű modell szerepel.

Szlovákia teljesített a legjobban a vizsgált időszakban, a kimutatásban szereplő 28 ország közül. A piacvezető Skodára kissé felzárkózott az északi szomszédunkban is népszerű Suzuki. A Volkswagen mindkét PSA-márkát megelőzte, a Citroën elé pedig még a Renault is odakerült. Meglehető módon a Kia annak ellenére teret veszített, hogy növelni tudta értékesítését. Az Opel és a Hyundai rossz időszakot zárt, és kikerültek a legkeresettebb gyártók közül, helyüket a Toyota és a Fiat vette át.

A típusoknál – Csehországhoz hasonlóan – a Skoda típusai dominálnak, a Fabia vezet az

1.	Opel	5 462
2.	Toyota	5 082
3.	Volkswagen	4 708
4.	Ford	4 220
5.	Peugeot	4 147
6.	Dacia	3 977
7.	Citroën	3 288
8.	Skoda	2 975
9.	Chevrolet	2 560
10.	Renault	2 061

Forrás: www.svab.bg

Octavia előtt, a Roomster és a Superb viszont nem került fel a listára. A Suzuki Swift lecsúszott a kilencedik helyre, a harmadikon most egy másik Suzuki, az SX4 áll. A Kia Cee'd és a Citroën C3 megtartotta jó helyezését. Kikerült azonban a legkeresettebb modellek közül mindkét Peugeot-típus, a 206-os és a 207-es is. Az Opel Astrát is hiába keressük itt, helyükre két VW-modell, a Golf és a Polo érkezett. 6 kisautó és 4 alsó-középkategóriás modell alkotja az élmezőnyt.

Bulgária autópiaça csak a balti államokénál és Izlandénál jelentősebb, sokkal fontosabb azonban, hogy 3,7%-os növekedéssel zárták az évet a bolgár újautó-kereskedők. 2008-ban az Opel volt a piacvezető, amely a Toyotát váltotta. A Ford és a Peugeot két helyet rontott, a Volkswagen és a Dacia ugyanennyit javított. A sort 2007-hez hasonlóan a Chevrolet és a Renault zárja. A típusok sorrendjét nem ismerjük.

ONÓDI GÁBOR

SZLOVÁKIA

Márkák

1.	Skoda	13 780
2.	Suzuki	5 284
3.	Volkswagen	5 027
4.	Peugeot	4 530
5.	Renault	4 362
6.	Citroën	4 139
7.	Ford	4 082
8.	Kia	3 902
9.	Toyota / Lexus	3 230
10.	Fiat	2 923

Típusok

1.	Skoda Fabia	7 922
2.	Skoda Octavia	4 863
3.	Suzuki SX4	2 619
4.	Kia Cee'd	1 980
5.	Citroën C3	1 904
6.	Renault Thalia	1 812
7.	Volkswagen Golf	1 753
8.	Ford Fiesta	1 733
9.	Suzuki Swift	1 587
10.	Volkswagen Polo	1 575

Forrás: www.zabsr.sk

Japán autógyártók diétán

(Folytatás a 67 oldalról.)

A japán gyártók a válság hatására tömegesen vonultak ki a motorsportokból. A Subaru és a Suzuki a rali-világbajnokságot hagyta ott, a Mitsubishi a Dakar-ralin nem indul többet. A Honda kivonult a Formula 1-ből, a Kawasaki pedig a Moto GP-ből (bár később ezt a döntést felülbírálták, és egy egyszemélyes csapattal mégis indulnak).

A Suzuki talán kivételt képez, mivel a tavalyi évet nyereségesen zárta. A Suzukinak

az európai piac ugyanolyan fontos, mint a hazai japán, míg az amerikai kevésbé az. A jó eredmények hátterében az áll, hogy a gyártó modellkínálata nagyrészt kisautókból áll. Hosszú távon azonban a Suzuki sem tud dacolni a válsággal: meghosszabbították az üzemi szabadságokat, és felfüggesztették az új üzemek építését Oroszországban és Thaiföldön. A világgazdaság most olyan állapotba került, amely minden 100 évben csak egyszer fordul elő. Ezért azt sem lehet előre tudni,

hogy az autógyárak válságkezelő intézkedései elérik-e a céljukat. A krízis a térségen belül nemcsak Japánt, hanem Dél-Koreát is érinti. Elemzők szerint idén Ázsiában az újautó-eladás 12 százalékkal csökkenni fog. Lesznek azonban olyanok is, akik profitálni fognak a helyzetből: a kínai, indiai és malajziai olcsó autók gyártói, és az európai üzemek. Ha a jen erős marad, akkor ugyanis egyre több gyártókapacitást fognak Európába irányítani.

ONÓDI GÁBOR