



Mobilitás
és környezet

Mobilitás és környezet: Járműipari,
energetikai és környezeti kutatások
a Közép- és Nyugat-Dunántúli régióban
TÁMOP 4.2.1/B-09/1/KONV-2010-0003



SZÉCHENYI TERV

KÖZÉP–KELET–EURÓPA JÁRMŰIPARA ESETTANULMÁNYOK

Hallgatói tanulmánykötet



SZÉCHENYI
ISTVÁN
EGYETEM



Széchenyi István Egyetem
Járműipari és Térgazdasági
Kutatócsoport
9026 Győr Egyetem tér 1.



MAGYARORSZÁG MEGÚJUL

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.



Mobilitás
és környezet

Mobilitás és környezet: Járműipari,
energetikai és környezeti kutatások
a Közép- és Nyugat-Dunántúli régióban
TÁMOP 4.2.1/B-09/1/KONV-2010-0003



SZÉCHENYI TERV

Szerkesztőbizottság:

Dr. Rechnitzer János, DSc, egyetemi tanár

Dr. Smahó Melinda, PhD, egyetemi adjunktus

Kollár Katalin, PhD hallgató

Olvasó- és műszaki szerkesztő:

Pató Melinda, ügyvivő-szakértő

Köszönetnyilvánítás

A Közép–Kelet–Európa járműipara című hallgatói tanulmánykötet a következő projekt támogatásával jöhetett létre:

„TÁMOP-4.2.1/B-09/1/KONV-2010-0003: Mobilitás és környezet: Járműipari, energetikai és környezeti kutatások a Közép- és Nyugat-Dunántúli Régióban. A projekt a Magyar Állam és az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.”

Tartalomjegyzék

A járműipar versenyképességének elemzéséhez használható mutatók <i>Sóska Renáta</i>	2
A járműipar szerepe Magyarországon <i>Bors Edina</i>	14
A szlovákiai és csehországi autóipari vállalatok telepítési tényezőinek összehasonlítása – Skoda, Kia <i>Uszkai Andrea</i>	25
Járműipar Szlovéniában <i>Kasza Dorina</i>	35
A járműipar gazdasági hatása Németországban <i>Székely Nikolett</i>	44
A Renault kelet-közép-európai kapcsolatai <i>Bendes Tamás</i>	60
A Fiat gyár telepítésének bemutatása Lengyelországban <i>Jakab Melinda</i>	68
Kecskemét Megyei Jogú Város és a Daimler AG. beruházás <i>Szepesi Ágnes Edit</i>	77

A JÁRMŰIPAR VERSENYKÉPESSÉGÉNEK ELEMZÉSÉHEZ HASZNÁLHATÓ MUTATÓK

(The Applied Indicators to the Analysis of the Automobile Industry's
Competitiveness)

SÓSKA RENÁTA

Kulcsszavak:

területi versenyképesség ágazati versenyképesség járműipar

A versenyképesség a sikeres gazdasági növekedést, a versenyben való helytállást és az adott területen élők életminőségének javulását jelenti. Az iparágak versenyképessége mérhető nemzetgazdasági és nemzetközi szinten is. Azok az iparágak tekinthetők nemzetközi szinten versenyképesnek, amelyek vállalatai képesek a nemzetközi kereskedelem által támasztott eredményességi feltételeknek megfelelni, azaz

- termékeiket képesek exportálni,*
- import versennyel szemben képesek termékeiket előállítani és piacra vinni,*
- képesek termelési szintű együttműködésre az iparág külföldön működő vállalataival.*

Az iparág akkor tekinthető a nemzetgazdaságban versenyképesnek, ha

- az adott iparág gazdasági struktúrája megfelelő jövedelmezőséget biztosít a tulajdonosoknak és a vállalatoknak ahhoz, hogy a szektorban hosszú távon hazai telephelyű vállalatok működjenek,*
- az iparág vállalatai nyereséget képesek realizálni működésük során,*
- képesek alkalmazkodni a változó piaci, technológiai és szabályozási környezethez.*

A járműipari versenyképesség mérést a bemutatott mutatók és modell alapján több mutató csoporttal végezném. Ezen mutató csoportok:

- munkaerő,*
- foglalkoztatottság, munkanélküliség,*
- K+F, innováció,*
- a nemzetgazdasági számlákhoz való hozzájárulás,*
- beruházások,*
- infrastruktúra.*

Magyarországon a járműipar egy meghatározó ágazat, a hazai súlyát mutatja, hogy európai összehasonlításban az ágazat bruttó hozzáadott értékhez való hozzájárulása csak Németországban és Csehországban magasabb. A magyar járműgyártás részesedése az exportból 17,4%, a beruházásokból 4,2%, a K+F ráfordításokból 11,8% és az alkalmazásban állókból 4,2%.

Bevezetés

A versenyképesség napjainkban sokat hangoztatott fogalom. A versenyképesség az országok, régiók, iparágak és vállalatok számára a gazdasági versenyben való sikeres helytállást jelenti. A versenyképesség a tartós gazdasági fejlődésre való képesség, melyhez hozzátartoznak gazdasági tényezők és gazdaságon kívüli társadalmi és környezeti szempontok is. A gazdasági fejlődés célja az adott területen élők életkörülményeinek javítása, és az, hogy az ott élők életminőségének javulásával ne nőjenek a társadalmi különbségek (Lengyel 2003).

A versenyképesség értelmezést a járműiparban mutatom be. A járműipar alatt nem csak a jármű- és a járműalkatrész gyártást értem, hanem a kiterjedt beszállítói hálózatot is, melynek tagjai akár más iparágakhoz is tartozhatnak pl.: elektronika. A beszállítói rendszerben egy hierarchia működik, mely meghatározza a beszállító pozícióját az értékesítési láncban. A járműipar versenyképességének mérésénél mindezen tényezőket figyelembe kell venni, ezért az iparág versenyképességének mérése, összetett és nehéz feladat.

Dolgozatom középpontjában az ágazati versenyképesség értelmezése és mérése áll, kiemelten vizsgálva az ágazati versenyképesség mutatóit. A versenyképesség általános meghatározásnál igyekszem bemutatni a mérési szinteket, a mutatókat és a versenyképesség piramis modelljét. A járműipar bemutatása után áttérek a járműipari versenyképesség méréséhez alkalmas mutatókra és a hazai helyzetet bemutatva a versenyképesség mérését megjelenítem egy konkrét területi egységen is.

Versenyképesség fogalmának meghatározása

A versenyképesség meghatározása nehéz feladat, hiszen a rendelkezésre álló nagymennyiségű hazai és nemzetközi irodalma mellett is hiányzik az egységesen elfogadott definíció és mérési módszer (Czakó 2000). A fejezetben arra törekszem, hogy a szakirodalmat áttekintve bemutassam a versenyképességi definíciókat és mérési lehetőségeket.

Török szerint a versenyképesség a közgazdaságtudományban régóta használt fogalom, általában a vállalatoknál a piaci versenyben való helyállást, az országoknál, a régióknál a nemzetközi versenyben való sikerességet jelenti (Török 1997).

Az Amerikai Egyesült Államok elnökének iparági versenyképességgel foglalkozó bizottsága a versenyképességet, így módon definiálta: „Egy nemzet versenyképessége annak fokmérője, hogy tökéletes versenyfeltételek mellett mennyire képes a világpiacon (is) eladható termékeket és szolgáltatásokat létrehozni, miközben az ország állampolgárainak realjövedelme nő” (Rapkin 1995, 78).

Egyes nézetek szerint a versenyképesség a sikeres gazdasági fejlődéshez kapcsolódik és „az a gazdaság versenyképes, amelynek általános fejlettség- és állapotjelzői jók, a gazdaság szereplői ennek tudatában vannak, és a gazdaság nyitottsági foka is elég magas ahhoz, hogy a versenyképessége a külgazdasági kapcsolataiban érvényre jusson” (Török 1999, 37). Sokan az EU hatodik regionális jelentése alapján azt a nézetet vallják, hogy a versenyképesség „vállalatok, iparágak, régiók, nemzetek és nemzetek feletti régiók versenyképessége relatíve magas jövedelem és relatíve magas foglalkoztatottsági szint tartós létrehozására, miközben a nemzetközi (globális) versenynek ki vannak téve” (CEC 1999, 75). A vállalat gazdaságtanhoz legközelebb álló megközelítés szerint a nemzetgazdaság versenyképessége a nemzetgazdaságnak az a képessége, hogy a globális verseny keretei között termékeket és szolgáltatásokat tud értékesíteni és létrehozni, úgy hogy a saját termelői tényezőinek hozadéka, és ezzel párhuzamosan állampolgárainak jóléte fenntartható módon növekszik (Czakó-Chikán 2007).

A fogalommal kapcsolatban a legtöbb vita abból fakad, hogy mi tekinthető a versenyképesség forrásának. Egyes nézetek szerint a versenyképesség INPUT-oldalról meghatározott és leginkább a termelékenység, a beruházási ráta, a kutatás-fejlesztési kiadások és az oktatás színvonala van rá hatással. Más megközelítések szerint a fogalom OUTPUT-oldalról meghatározott és a kereskedelmi mérleg alakulásában vagy egy adott ország csúcstechnológiai iparágainak világpiaci részesedésében érhető tetten. (Bakács 2004).

A versenyképesség szintjei

A versenyképesség több szinten is értelmezhető, mint azt a fenti definíciók is mutatják. Leggyakoribb csoportosítása az alábbi: vállalati (mikro-szintű), iparági vagy regionális (mezo-szintű) és nemzetgazdasági (makro-szintű) (Lengyel 2000).

A különböző szintekre különböző mutatók és mérési modellek állnak rendelkezésre, amelyek az elemzés céljától függően különülnek el egymástól. A vállalati (mikro-szintű) versenyképességi elemzés célja mindig egy adott vállalat vagy vállalat csoport teljesítményének értékelése, és azon tényezők feltárása melyek a jövőben sikerre vezethetnek. A mezo-szintű elemzés eltér ettől, itt arra keresik a választ, hogy melyek az iparág vagy régió kompetitív előnyei vagy hátrányai és milyen politika mellett maradnak meg vagy fejlődnek ezen előnyök. A nemzeti szintű vizsgálatok a különböző politikákat értékelik, és azt mutatják meg, hogy milyen üzleti környezet és kormányzati intézkedések mellett tehet egy ország versenyelőnyre szert. A nemzeti szintű elemzéseknél gyakori az ökonometria modellek, a vállalati szintűeknél pedig a gazdasági teljesítmény értékelési mutatók használata.

Az egyes szintek vizsgálatának problémája, hogy nem mindig állnak rendelkezésre az adatok minden szinten. A vállalati adatok általában nehezen hozzáférhetőek, a vállalatok a versenytársakkal szemben visszatartják őket. Az országos szintű adatok központilag kerülnek összegyűjtésre és a legtöbb adatbázisban hozzáférhetőek (pl.: KSH, Eurostat). A régiókra gyűjtött adatok is általában elérhetőek, de kisebb területi egységre (megyére, településre) már kevésbé találunk a vizsgálatokhoz releváns adatokat.

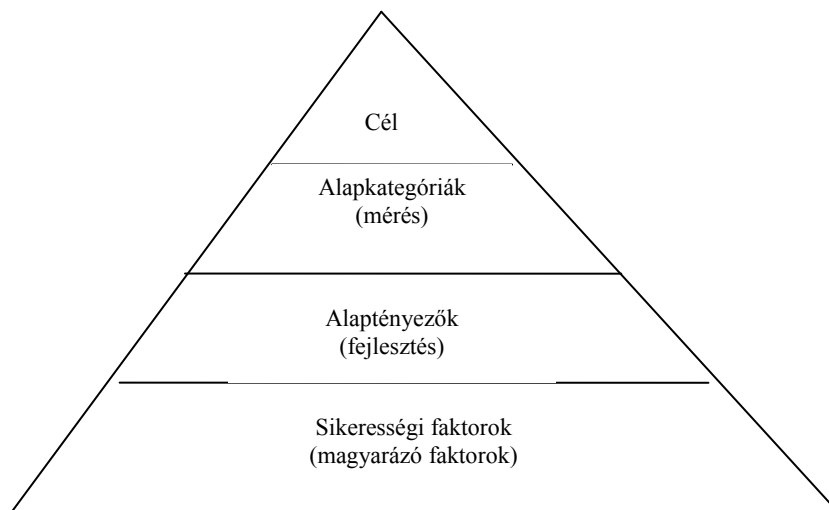
A versenyképesség mutatói és modellje

A versenyképességi elemzésekhez használhatunk modelleket, illetve mutatókat. A modellek általában bonyolultak, egy adott probléma megoldására jöttek létre és sok időt és energiát vesz igénybe adatokkal való

feltöltésük és a kapott eredmény kiértékelése. A mutatók ezzel szemben egyszerűbbek, longitudinális vizsgálatokhoz lettek kifejlesztve, de nem képesek előre jelezni, csak egy adott helyzetet írnak le. A mutatókkal végzett elemzések eredménye az adatok minőségétől függ. A mutatók több tényező alapján csoportosíthatók. Beszélhetünk naturális, több adatból képzett, illetve komplex mutatóról, időhorizont alapján statikus vagy dinamikus mutatóról, idődimenzió alapján ex-post illetve ex-ante mutatóról. A mutatók kiterjedhetnek a vizsgálni kívánt termék vagy termékek körére, illetve egész ágazatra. Területi elhelyezkedés szerint a kutatás lehet országra, régióra, településre, iparágra, ágazatra, vállalatra kiterjedő.

A versenyképesség méréséhez egy alkalmazott modell a Lengyel Imre által szerkesztett Piramis modell.

1. ÁBRA
A piramis-modell logikai szerkezete
(Logical structure of the pyramid model)



Forrás: Lengyel (2003) alapján saját szerkesztés.

A piramis-modell (1. ábra) összefoglalja a versenyképességre ható tényezőket. A versenyképesség nem önmagért van, hanem fejlesztése valamilyen cél érdekében történik. El kell különíteni egymástól a versenyképesség mérést és a versenyképességre ható tényezőket. A versenyképesség mérése három közgazdasági kategóriával történik, melyek a versenyképesség alapkategóriái.

Alapkategóriák: a versenyképesség mérését lehetővé tevő mutatók (jövedelem, munkatermelékenység és foglalkoztatottság)

Alaptényezők: a versenyképességre ható tényezőket két csoportba soroljuk, aszerint, hogy a gazdaságfejlesztéssel milyen kapcsolatba hozhatók. Az egyik csoport a versenyképességre rövidebb időtávon ható tényezők. Ezek a gazdasági tényezők az alaptényezők, melyek fejlesztése közvetlenül javítja a régió vállalatainak gazdasági versenyképességét is. A másik csoportot azon gazdaságon kívüli tényezők alkotják, melyek hosszú távon magyarázzák meg a versenyképességet.

Sikerességi faktorok: az alapkategóriákat és az alaptényezőket közvetve és áttételesen meghatározó tényezők, amelyek hosszabb időszakon keresztül módosulnak (Lengyel 2003).

Az ágazati versenyképesség meghatározása

Az iparágon vagy szektoron azon vállalatok összességét értjük, amelyek egymást közvetlenül helyettesíthető termékeket állítanak elő. Az iparág körülhatárolásánál a terméket vagy termékcsoporthoz tartozókat tekintjük kiindulópontnak, ezért mindazon vállalatokat egy szektorba tartozónak tekintünk, amelyek azonos termékpiacon egymás konkurensei (Porter 1993; Varian 1987/1991).

Az iparágak szintjén a versenyképességet általában úgy határozzuk meg, hogy azokat az iparágakat tekintjük nemzetközi szinten versenyképesnek, amelyek vállalatai képesek a nemzetközi kereskedelem által támasztott eredményességi feltételeknek megfelelni. Jelenség szinten ez azt jelenti, hogy a szektor vállalatai képesek termékeiket exportálni, képesek az import versenyyel szemben termékeiket előállítani és piacra vinni, valamint képesek termelési célú együttműködésre az iparág külföldön működő vállalataival.

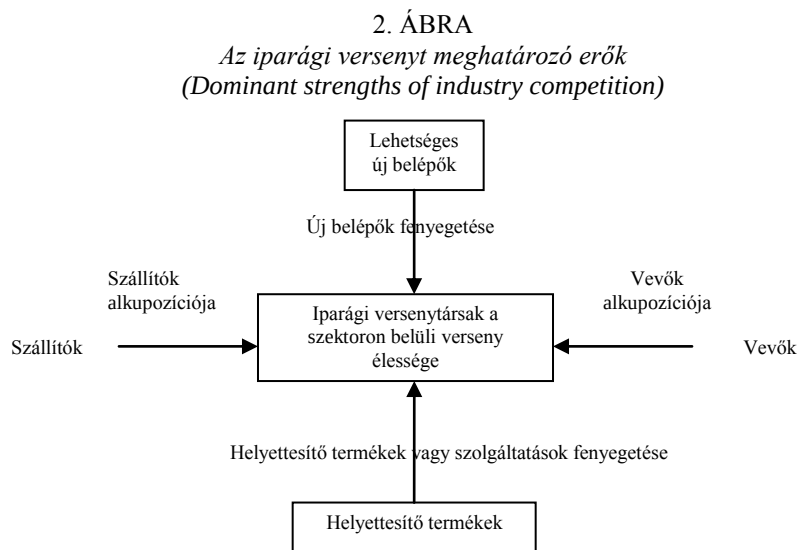
A szektort akkor tekintjük a nemzetgazdaságban versenyképesnek, ha az adott iparág gazdasági struktúrája megfelelő jövedelmezőséget biztosít a tulajdonosoknak és a vállalatoknak ahhoz, hogy a szektorban hosszú távon hazai telephelyű vállalatok működjenek. Az eredményességi feltételeknek való megfelelés ekkor azt jelenti, hogy az iparág vállalatai nyereséget képesek realizálni működésük során, valamint képesek alkalmazkodni a változó piaci, technológiai és szabályozási környezethez. A megfogalmazás tartalmazza azt a képességet a szektor vállalatainak, hogy képesek megújítani termelési tényezőiket és úgy megváltoztatni piaci pozíciójukat, hogy hosszú távon elegendő erőforrást tudjanak biztosítani a szükséges változások végrehajtásához (Czakó et al. 1997).

A fenti megfogalmazáshoz a koncepcionális kiindulópontot Porter 1980-ban megjelent munkája jelenti (magyarul 1993).

A „theory of industrial organization” elméleti összefüggései alapján, minden iparág jövedelmezőségét alapvetően öt tényező befolyásolja (2. ábra):

- a belépési korlátok,
- a szállítók alkuereje,
- a vevők alkuereje,
- a helyettesítő termékek fenyegetése,
- szektoron belüli verseny.

A 2. ábrán bemutatott tényezők mellé kell tenni a szektor növekedési kilátásainak elemzését, ami a szektor termékeire vonatkozó felhasználásra/fogyasztásra ható tényezők vizsgálatát jelenti. Meg kell említeni az exportot és az importot is, melyek a hazai fogyasztást csökkentő hatással rendelkeznek.



Forrás: Porter (1993) alapján saját szerkesztés.

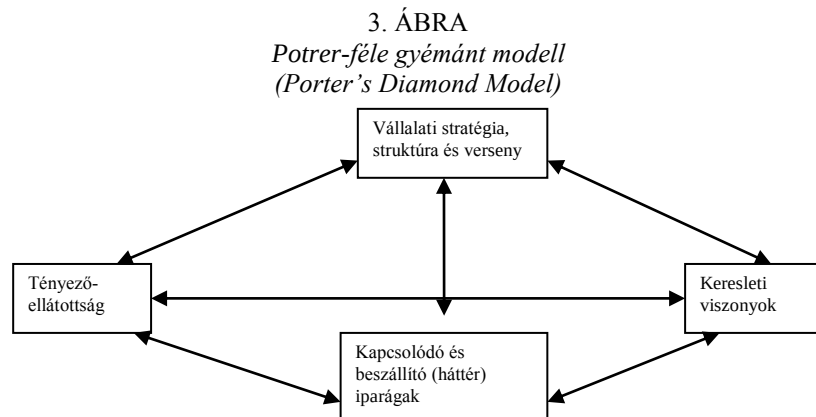
Az iparági versenyképesség nemzetközi szinten azt jelenti, hogy az iparágak vállalati képesek termékeiket külföldi piacokon értékesíteni, azaz elérhetővé teszik termékeiket és szolgáltatásaikat külföldi fogyasztók és felhasználók számára is. Az iparágak nemzetközi versenyképességének bemutatásához Porter (1990) modelljét tekintetem alapnak. A modell, amelyet gyémánt-modellnek (3. ábra) is neveznek arra ad választ, hogy mivel magyarázható az, hogy egyes gazdaságoknak adott szektorok tekintetében több nemzetközileg sikeres vállalata van. Az Európára, Japánra és az Egyesült Államokra kiterjedő kutatások eredménye szerint alapvetően négy tényező csoport határozza meg, hogy a gazdaságban, mely szektorok lesznek nemzetközileg versenyképesek:

- 1) Tényezőellátottság: a megfelelő termelési tényezők megléte, mint a képzett munkaerő, az infrastruktúra ahhoz, hogy megfelelő iparágakban versenyezessen.
- 2) Keresleti viszonyok: a hazai kereslet hatása az adott iparág termékeire és szolgáltatásaira.
- 3) Kapcsolódó és beszállító (háttér) iparágak: a nemzetközi szinten is helytállni képes beszállító háttér ipar megléte vagy hiánya.
- 4) Vállalati stratégia, struktúra és verseny: a vállalatalapítás és -irányítás nemzeti feltételei és a hazai verseny természete.

Porter szerint a nemzetek leginkább azon iparágakban sikeresek, ahol a nemzeti gyémánt a legkedvezőbb feltételeket biztosítja.

Potrer a gyémánthoz két külső változót is rendelt:

- 1) A kormány szerepe. A kormányzati politika befolyásolhatja a gyémánt minden egyes összetevőjét.
- 2) A véletlen szerepe. Idetartozik minden olyan hatás, amelyekre általában sem a kormányoknak, sem a vállalatoknak nincs hatásuk (pl. a háborúk, a külső politikai környezet hirtelen megváltozása, új találmányok megjelenése stb.).



Forrás: Porter (1990) alapján saját szerkesztés.

Tényezőellátottság

Porter a termelési tényezőket az alábbi csoportokba sorolja:

- 1) emberi erőforrások,
- 2) természeti erőforrások,
- 3) tudás,
- 4) tőke,
- 5) infrastruktúra.

Az infrastruktúra típusa, minősége és költsége befolyásolja a versenyt. Porter itt említi a közlekedési hálózatot, a távközlést, a postaszolgáltatásokat, a bankrendszert és az egészségügyet (Porter 1990, 75).

A versenyképességhez nem elegendő a termelési tényezők pusztja megléte. A kompetitív előny leginkább abból származik, hogy az adott termelési tényezőket hatékonyan és megfelelő helyen használják fel. „A porteri hierarchiában annál kisebb az értéke a fennálló versenyelőnynek, minél inkább a termelési tényezőkön és azoknak is csak szűk körén alapul” (Majoros 1997, 14).

„Későbbi, 1997-ben és azután írt munkáiban Porter a termelési tényezőket már a fentiekől eltérő módon csoportosítja, megkülönböztetve két nagyobb kategóriát, az erőforrásokat és az infrastrukturális elemeket. Az erőforrások a klasszikus termelési tényezőknek felelnek meg, míg az infrastrukturális elemek az erőforrások létrehozásában és allokációjában játszanak szerepet. Porter a termelési tényező kifejezést az erőforrások és az infrastrukturális elemek összességére használja” (Deák 2000, 73).

Keresleti viszonyok

Növeli a versenyképességet, ha egy ország fogyasztói differenciált, minőségi termékeket igényelnek. A vállalatok számára ez ösztönző a magasabb minőségi követelmények eléréséhez. Porter a keresleti viszonyok leírásánál a marketingszemléletet helyezi előtérbe, és a kereslet minőségi jellemzőit emeli ki.

Kapcsolódó és beszállító iparágak

Porter szerint „az adott iparágban tevékenykedő vállalat egy értéklánc része” (Porter 1990, 43). A nemzetközileg sikeres vállalat mögött mindig versenyképes partnerek állnak. A hazai bázisban jelen lévő nemzetközileg versenyképes kapcsolódó és beszállító iparágak is hozzájárulnak egy iparág versenyképességéhez.

Vállalati stratégia, struktúra és verseny

A hazai gazdasági környezet és gazdasági politika ösztönző hatása a vállalati versenyben és stratégiában meghatározó szerepű. Az infrastruktúra és a vállalati K+F hosszú távú versenytényező. A verseny jellegét két tényező határozza meg: a már az iparágban működő vállalatok viselkedése és a piacra újonnan belépők általi fenyegetettség.

A járműipar bemutatása

A járműipar nem csak a jármű- és a járműalkatrész gyártókat foglalja magába, hanem a termékek és a vállalatok széles körét tartalmazza. A járműiparhoz kapcsolódik számos beszállító, mely más iparágba sorolható pl.: a bőr-, a gumi-, a műanyag-, a festék-, az üveg-, a fémfeldolgozó vagy az elektronikai iparágba. A beszállítói piac is jelentősen eltér egymástól, vannak vállalatok, melyek csak az autógyáraknak szállítanak, mások a haszongépjármű-összeszerelőknek, van csoport, mely mind a kétféle járműgyártónak, és vannak, akik a járműiparon kívüli felhasználóknak is.

A beszállítóknak több szintjét különítjük el egymástól, attól függően, hogy az ellátási láncban milyen távolságban helyezkednek el a járműgyártó (összeszerelő) vállalkozástól, azaz termékeiket hova és kinek értékesítik. A lánc élén a márkát képviselő (Original Equipment Manufacturer, OEM) járműgyártó cégek állnak.

- **Tier 1 beszállító:** közvetlenül a járműgyártó (összeszerelő) vállalatnak szállít, termékeit közvetlenül egy OEM-nek állítja elő és értékesíti
- **Tier 2 beszállító:** valamely Tier 1 beszállító számára termelő vállalat
- **Tier 3 beszállító:** valamely Tier 2 beszállító számára termelő vállalat

A Tier kategorizálás nem hivatalos, főleg a járműgyártásban használatos. Nem a vállalat nagyságát, fontosságát fejezi ki, hanem azt, hogy milyen szintű a vállalkozás termékeinek végső fogyasztója (*Blanchard*).

A járműipar versenyképessége

A fejezetben a járműipar versenyképességét igyekszem bemutatni egy több tényezőből álló mutató rendszer segítségével. A különböző alpontokban részletesen tárgyalom a mutatókat és a mutatók hozzáférhetőségét és az adatok forrását is igyekszem megjelölni.

A Nemzeti Fejlesztési és Gazdasági Minisztérium által 2009-ben kiadott Közúti Járműipari Akcióterv a magyar járműipar helyzetét és versenyképességét több mutató alapján értékeli. Az akció terv a magyar járműipar fő mutatóinak az alábbiakat tekinti:

- bruttó kibocsátás,
- export,
- alkalmazásban állók száma,
- beruházás,
- K+F ráfordítás,
- a járműipar hozzáadott értéke a GDP százalékában.

A járműiparról készített elemzés során 5 pilléren keresztül vizsgálja meg a járműipar helyzetét.

Az 5 pillér:

- munkaerő,
- beszállítók,
- közlekedési és hálózati infrastruktúra,
- K+F, innováció,
- beruházás ösztönzés.

A tanulmányom során e pilléreket és mutatókat bemutatva igyekszem megmutatni a járműipar versenyképességi elemzéséhez használható mutatókat.

Munkaerő

A munkaerő a járműipar számára meghatározó, a jól képzett műszaki szakemberek legyenek azok szakmunkások, technikusok vagy felsőfokú végzettséggel rendelkező szakemberek, a járműipar számára nélkülözhetetlenek.

A munkaerő esetében vizsgálhatjuk a munkaerő képzettségét, a műszaki végzettséggel rendelkezők arányát, a műszaki felsőoktatási intézmények számát illetve a hallgatók és szakok számát. Meghatározó lehet a munkaerő nyelvtudása, mivel a járműipari vállalatok általában külföldi tulajdonúak.

Itt az adatok forrása az oktatási statisztikák lehetnek, melyek a végzett hallgatók számáról tájékoztatást tudnak adni valamint a középiskolák és egyetemek szakjairól is tájékoztatást kaphatunk az intézményektől és az intézmények honlapjairól. Az adatok települési szinten is elérhetők az intézmények honlapjairól.

Foglalkoztatottság, munkanélküliség

A járműiparban foglalkoztatottak alatt nemcsak a járműipari vállalat által foglalkoztatott dolgozókat értjük, hanem a beszállítói hálózatban alkalmazottakat is. Így a járműipar jelentős foglalkoztatónak tekinthető.

A foglalkoztatás méréséhez alkalmazható mutatók szerintem az alábbiak, mely mutató országos szinten érhető el:

- A foglalkoztatottak száma a feldolgozóipari ágazatok szerint, nemenként – TEÁOR'08 (KSH).
- Alkalmazásban állók száma (KSH).

Alkalmazhatónak tekintem még a munkanélküliségre vetített alábbi mutatót is, mely megmutatja, hány olyan potenciális munkanélküli van, mely korábban olyan ágazatban dolgozott, mely a járműiparhoz köthető.

- A munkanélküliek száma előző munkahelyük nemzetgazdasági ága, ágazata és nemek szerint – TEÁOR'08 (KSH).

K+F, Innováció

A járműipar egy olyan ágazat, mely folyamatos technikai fejlődést, műszaki újításokat és innovációt igényel. Az alábbi mutatók tájékoztatást adnak arra, hogy a vállalatok, hány embert és milyen arányban alkalmaznak a kutatás-fejlesztés területén, mekkora összeget fordítanak a K+F területére összesen illetve, a hozzáadott érték arányában. A kutató fejlesztő helyek száma két módon is kialakulhat, létrehozhatják az egyetemek, valamint maguk a vállalatok is. Az adatok elsősorban országos szinten érhetőek el, de a kutató, fejlesztő helyek száma a felsőoktatási intézmények oldalairól is elérhető.

- K+F foglalkoztatottak (Eurostat).
- K+F foglalkoztatottak aránya (Eurostat).
- K+F ráfordítás aránya a hozzáadott értékben (Eurostat).
- Összes K+F ráfordítás (KSH).
- Kutató, fejlesztő helyek száma.

A járműipari vállalatok működésében a technikai újítások, a kutatási és fejlesztési tevékenységek meghatározóak. A járműipar az egyik leginnovatívabb iparág.

A vállalkozások innovációs tevékenységét jellemző legfontosabb mutatók (Eurostat CIS 2006):

- Az innovatív vállalkozások aránya.
- A vállalkozások számára a új termékek aránya az árbevételben.
- A piac számára új termékek aránya az árbevételben.

A nemzetgazdasági számlákhoz való hozzájárulás

A járműipar gazdasági helyzetét meghatározza, a nemzetgazdasághoz való hozzájárulása. Az itt alkalmazott mutatók, megmutatják az ország összes gazdasági teljesítményéhez való hozzájárulását az ágazatnak.

- A járműipari végtermékgyártás GDP hozzájárulása (KSH, Magyar statisztikai évkönyv).
- Bruttó kibocsátás (KSH).
- Export (KSH).

Beruházások

A beruházások esetében verseny folyik a befektetésekért, az a vállalat versenyképes ahol a beruházások száma magas és a megtérülése a beruházásoknak gyors. A beruházások esetében a beruházások számát és a beruházások megtérülési idejét vizsgálom. A beruházások finanszírozásánál a külföldi és a hazai tőke arányát.

- Beruházás (EUROSTAT; KSH)

A beruházásokra vonatkozó egyéb adatokat a vállalatoktól érdemes beszerezni, amely esetben nehézséget okozhat az adatok hozzáférhetősége.

Infrastruktúra

A járműipar szempontjából elengedhetetlen vizsgálni az infrastrukturális helyzete, mely a járműipari vállalatok számára elengedhetetlen a működéshez.

A közlekedési és hálózatos infrastruktúra esetében vizsgálati szempont lehet az autópályák és gyorsforgalmi utak kiépítettsége, valamint az egyéb infrastruktúra megléte (közút, infokommunikációs hálózatok), a beszállítók és a vállalatok számára is meghatározó a nyilvános repülőterek megléte és közelsége valamint a vízi és vasúti szállítási lehetőségek, kiépítettségük és kapacitásuk. A járműipar számára a szállítás gyorsasága és minősége valamint kapacitása meghatározó. Hiszen napjainkban a gyártási folyamatok nem egy telephelyen zajlanak, hanem több helyen. A telephelyek és a beszállító hálózat közötti gyors megközelítés és a szállítási kapacitások meghatározóak, nem csak a járműipar letelepedésekor, hanem működése során is, hiszen jelentős költségeket jelent a szállítás.

A járműipari versenyképesség Magyarországon

Az korábban ismertetett mutatókat Magyarország példáján mutatom be a 2006-2007-es évben. Szemléltetve ezzel az ágazati versenyképességet egy konkrét területi egység (ország) példáján.

Az 1. táblázatban a magyar járműipar főbb mutatóit ábrázolom, a Közúti Járműipari Akcióterv alapján, mely 2009-ben jelent meg.

1. TÁBLÁZAT
A magyar járműipar főbb mutatói
(Main indicators of the Hungarian automotive industry)

	<i>Mértékegység</i>	<i>Járműgyártás</i>	<i>Nemzetgazdaság összesen</i>	<i>A jármű- gyártás részesedése %</i>	<i>Adatforrás</i>	<i>Év</i>
<i>Bruttó kibocsátás</i>	Milliárd Ft	3 579	50 880	7,0	KSH	2006
<i>Export</i>	Milliárd Ft	3 022	17 344	17,4	KSH	2007
<i>Alkalmazásban állók száma</i>	Ezer fő	63,5	2 760,0	2,3	KSH	2007
<i>Beruházás</i>	Milliárd Ft	196	4 648	4,2	EUROSAT, KSH	2006
<i>K+F ráfordítás</i>	Milliárd Ft	13,7	126,3	11,8	KSH	2007

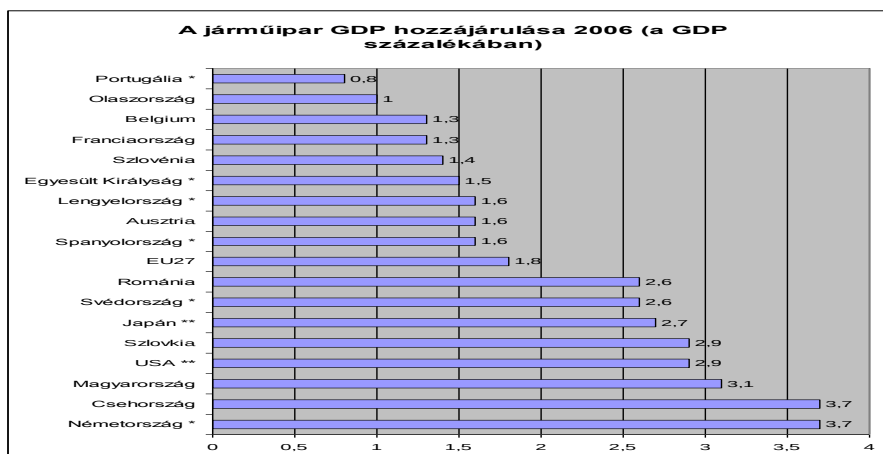
Forrás: Közúti Járműipari Akcióterv (2009).

2007-ben Magyarországon közel 300 ezer járművet állítottak elő, az előállított járművek 98%-a személygépkocsi (kb. 240 000 Suzuki, 60 000 AUDI). Magyarország a térség motorgyártásában piacvezető: a General Motors 450 ezer, az AUDI 1,9 millió motort gyárt, ezzel Európában a negyedik legnagyobb motorexportőr ország.

A járműipar hazai súlya európai összehasonlításban is jelentős (4. ábra): az ágazat bruttó hozzáadott értékhez való hozzájárulása csak Csehországban és Németországban magasabb, mint Magyarországon.

4. ÁBRA

A járműipar hozzáadott értéke a GDP százalékában
(The added value of the automotive industry in the percentage of GDP)



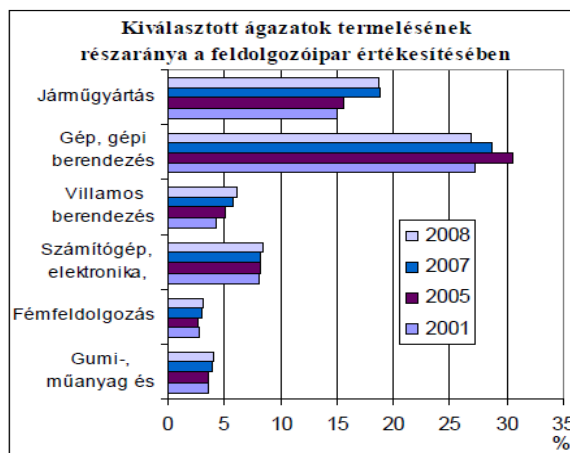
*2005, **2007

Forrás: Közléti Járműipari Akcióterv (2009).

2008-ban a gép- és járműipar a magyar feldolgozóipar értékesítésének 45,4%-át tette ki. 2001-2008 között a részaránya 3,2%-kal emelkedett. A járműipar részaránya a feldolgozóipar értékesítésében (5. ábra) 2001 és 2008 között növekedett, 15%-os részarányról a 18 %-os részarányra.

5. ÁBRA

Kiválasztott ágazatok termelésének részaránya a feldolgozóipar értékesítésében
(Proportion of production of the selected sectors in the sale of processing industry)



Forrás: Gyukics R. – Klauber M. – Palócz É. – Pácsi E. – Vakhal P. (2011).

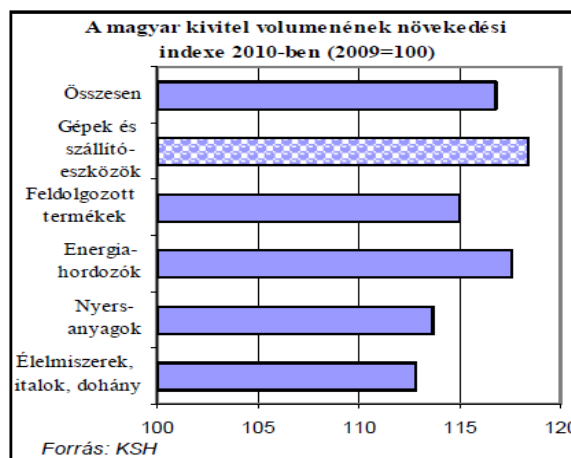
2009-ben a két ágazat 115 ezer főt, azaz a feldolgozóipari munkaerő mintegy 20%-át foglalkoztatta közvetlenül (ezen belül a járműiparban 68, a gépiparban 48 ezren dolgoztak).

A KSH adatai alapján a két ágazat a versenyszektorban dolgozók 6,3%-át (a járműiparban 11,3, a gépiparban 8%-át) foglalkoztatja, hatása azonban sokrétűbb, ha figyelembe vesszük a más beszállítói ágazatokban foglalkoztatottak számát is.

Különös jelentősége van a két ágazatnak a magyar kivitelen (6. ábra).

6. ÁBRA

A magyar kivitel volumenének növekedési indexe 2010-ben
(The growth index of the volume of Hungarian export sin 2010)



Forrás: Gyukics R. – Klauber M. – Palócz É. – Pácsi E. – Vakhal P. (2011).

A gép- és szállítóeszközök 2010-ben a magyar exportban 60%-ot tettek ki, arányuk az előző években ennél valamivel magasabb 61-62% volt. Növekedési ütemét tekintve is kimagasló export-tételről van szó: a gép- és szállítóeszközök kivitelének volumene 2010-ben 118,6%-kal nőtt, ezzel fontos húzóerejét jelentette a 2010-ben ismét erőre kapott teljes kivitel 16,8%-os növekedésének.

Irodalom

Gyukics R. – Klauber M. – Palócz É. – Pácsi E. – Vakhal P. (2011)

A magyar kis és középvállalatok beszállítói szerepének erősítéséről szóló stratégia kidolgozása a gép- és gépjárműipari ágazatban: a jelenlegi helyzet tanulságai és a lehetőségek kihasználásának eszközei. Kopint Konjunktúra Kutatási Alapítvány. http://beszerzes.hu/wp-content/uploads/2011/04/20110414_foanyag_beszall_04_12.pdf (Letöltés ideje : 2011.05.06.)

Bakács A. (2004) *Versenyképesség – koncepciók*. Műhelytanulmányok 57., MTA Világgazdasági Kutatóintézet, Budapest.

Blanchard, D. Tier kategorizálás <http://forums.industryweek.com/showthread.php?t=1399> (Letöltés ideje:2011. 04.22.)

Czakó E.(2000) *Versenyképesség iparágak szintjén – a globalizáció tükrében*. PhD disszertáció, BKÁE. Budapest.

Czakó E. – Chikán, A.(2007) Gazdasági versenyképességünk vállalati nézőpontból 2004-2006. – *Vezetéstudomány*. 38. (5.) 2-8. o.

Czakó E. et al. (1997) *Versenyképesség iparági esettanulmányok tükrében c. alprojekt zárótanulmánya*. Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem Vállalatgazdaságtan Tanszék. Budapest.

Deák Sz. (2000) A Porter-féle rombusz-modell főbb közgazdasági összefüggései. – Farkas B. – Lengyel I. (szerk.) *Versenyképesség – regionális versenyképesség*. SZTE Gazdaságtudományi Kar Közleményei, JATEPress, Szeged.

Eurostat, Annual detailed enterprise statistics http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=sbs_na_2a_dade&lang=en

Eurostat, CIS2006 adatok http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_SDDS/en/inn_esms.htm

KSH http://portal.ksh.hu/portal/page?_pageid=37,592051&_dad=portal&_schema=PORTAL

Közúti Járműipari Akcióterv <http://www.nfgm.gov.hu/data/cms2013364/jarmuipari.pdf> (Letöltés ideje: 2011.04.15.)

Lengyel I. (2003) *Versenyképesség és területfejlesztés*. JATEPress, Szeged. 256-304. o.

Majoros P. (1997) A külgazdasági teljesítmény, mint a nemzetközi versenyképesség közvetlen mércéje, illetve mint a technikai színvonal közvetett jelzője. – *Európai Tükör*. 7. Integrációs Stratégiai Munkacsoport.

Porter, M. E. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press, New York.

Porter, M: E. (1993) *Versenystratégia. Iparágak és versenytársak elemzési módszerei*. Akadémiai Könyvkiadó, Budapest.

Rapkin, D. P. – Avery, W. P.(szerk.) (1995) *National Competitiveness in a Global Economy*. Lynne Rienner, London.

Török Á. (1997) A versenyképesség-elemzés egyes módszertani kérdései. – *Gazdaság – Vállalkozás – Vezetés*. 3. 2-13. o.

Török Á. (1999) *Verseny a versenyképességért?* Integrációs Stratégiai Munkacsoport, Budapest.

Varian, Hal R. (1987/1991) *Mikroökonómia középfokon. Egy modern megközelítés. (Intermediate Microeconomics. A Modern Approach)*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.

THE APPLIED INDICATORS TO THE ANALYSIS OF THE AUTOMOBILE INDUSTRY'S COMPETITIVENESS

RENÁTA SÓSKA

The competitiveness means successful economic growth and improvement of the living standard of the people who live in that certain region / area.

The competitiveness of the industries can be measured at/on international or national economic level. Those industries can be regarded competitive on international level, whose companies are able to meet the conditions which are required by the international business. These conditions would be the followings:

- the company has to be able to export its products,
- it has to be able to produce and sell (put) its products (on the market) against the import competition
- it also has to be able to cooperate on the production level with the industry's abroad operating companies.
- The industry can be considered competitive, if:
- the certain industry's economical structure provides profitability for both the owners and the companies to operate firms with national / domestic establishment in the long run in the sector
- the industry's companies can realize profit during their operation
- its companies can adjust / adopt themselves to the changing market, technological and regulation/ regulating environment

I would carry out the research (the measurement) of the automobile industry's competitiveness on the basis of the introduced indicators and model with more indicator groups. These groups would be:

- labour force
- employment, unemployment
- R & D, innovation
- contribution to the national economic payments
- investments
- infrastructure

In Hungary the automobile industry is considered as a dominant industry. There is a fact which exactly proves this statement: in a European comparison only Germany's and the Czech Republic's industry's contribution is higher to the GVA (Gross Value Added). The Hungarian automobile production's share is:

- 17,4% from the export,
- 4,2% from the investments,
- 11,8% from the R & D expenditures
- and 4,2% from the applied ones.

A JÁRMŰIPAR SZEREPE MAGYARORSZÁGON

(The Role of the Automobile Industry in Hungary)

BORS EDINA

Kulcsszavak:

járműipar autógyártás Magyarország

A járműiparnak bizonyos mutatók alapján jelentős, más indikátorok alapján pedig csekély a gazdasági súlya Magyarországon. Magyarország napjainkban a kínálatorientált regionális fejlesztési stratégiával párhuzamosan a keresletorientált regionális fejlesztési stratégiát is alkalmazza, illetve ez utóbbi stratégia kiemelt fontosságúvá vált.

A magyar járműipar rövid története

A magyar autóipar történetét a következő három történeti időszakra lehet bontani:

- 1900-as évektől a II. világháború kezdetéig,
- 1945-től 1990-ig,
- 1990-től napjainkig (Onódi 2005).

Magyarországon a II. világháború kezdetéig az egyedi jellegű személyautó összeszerelés, a kis sorozatú haszongépjármű gyártás és a katonai járművek gyártása volt a jellemző (Onódi 2005).

1945 és 1990 között megvalósult a nagy sorozatú haszongépjárművek gyártása. Éves szinten 15 000 db IKARUS autóbust és 200 000 db RÁBA futóművet gyártottak, melyet 47 országba exportáltak (Onódi 2005).

Az 1990-es években a haszongépjárművek iránti igény jelentős mértékben lecsökkent. Ebben az időszakban több multinacionális személyautó gyártó vállalat döntött a magyarországi beruházásról. Az 1991. évben a General Motors megalapította Szentgotthárdon a General Motors Powertrain - Magyarország Kft.-t., a Suzuki Motor Corporation pedig Esztergomban a Magyar Suzuki Zrt.-t. Az 1993. évben az Audi AG hozta létre Győrben az Audi Hungaria Motor Kft.-t. Megvalósult a nagy sorozatú személyautó gyártás, továbbá kialakult egy több száz gyárból és társaságból álló beszállítói kör annak érdekében, hogy alkatrészeket gyártson és szállítson a járműipari vállalatok számára (Onódi 2005).

A járműipar gazdasági súlya Magyarországon

Járműipari vállalatok

A következő táblázat a járműiparban és a Magyarországon működő vállalatok számát valamint a járműipari vállalatok magyarországi vállalatokhoz mért arányát tartalmazza a 2000., a 2005. és a 2007. évben.

1. TÁBLÁZAT

*A járműipari vállalatok aránya a Magyarországon működő összes vállalathoz képest
(The rate of automobile industry companies compared to all companies in Hungary)*

	2000	2005	2007
Járműipari vállalatok száma (db)	289	824	804
Működő vállalatok száma Magyarországon (db)	625 147	707 756	701 390
Járműipar részesedése (%)	0,046	0,116	0,115

Forrás: Működő, valódi új, valódi megszűnt vállalkozások száma gazdálkodási formák szerint 1998-2008; Szalavetz (2010) alapján saját számítás és saját szerkesztés.

A magyarországi járműipari vállalatok száma a 2000. évről a 2005. évre közel háromszorosára növekedett, két év múlva azonban ezen társaságok száma 20 darabbal csökkent (1. táblázat). A Magyarországon működő összes vállalkozáshoz képest a járműipari társaságok száma nagyon alacsony volt, a vizsgált időszakban ezen iparág vállalatainak aránya 0,04 és 0,11 százalék között ingadozott.

Foglalkoztatottság

Az alábbi táblázat a járműipari és a magyarországi foglalkoztatottak számát valamint a járműiparban munkát vállalók magyarországi dolgozókhoz mért arányát mutatja be a 2000., a 2005. és a 2007. évben.

A járműiparban foglalkoztatottak száma a 2000. évről a 2007. évre több mint másfélszeresére növekedett. Emellett a Magyarországon munkát vállalók száma is emelkedett a vizsgált időszakban (2. táblázat). A járműipar foglalkoztatásban betöltött szerepe a Magyarországon foglalkoztatottak számához képest alacsony, két százalék alatti arányt képviselt.

Az 1998 és a 2004 közötti időszakban a járműiparban foglalkoztatottak 8 százaléka magas, 77,1 százaléka közepes, 14,9 százaléka pedig alacsony képzettségi szinttel rendelkezett (Szalavetz 2010).

2. TÁBLÁZAT

*A járműiparban foglalkoztatottak aránya Magyarország összes foglalkoztatottjához képest
(The rate of employees in automobile industry compared to all employees in Hungary)*

	2000	2005	2007
<i>Járműiparban foglalkoztatottak száma (fő)</i>	40 466	51 664	65 162
<i>Magyarországon foglalkoztatottak száma (fő)</i>	3 856 000	3 901 000	3 926 000
<i>Járműipar részesedése (%)</i>	1,049	1,324	1,600

Forrás: A 15-74 éves népesség gazdasági aktivitása nemenként; Szalavetz 2010 alapján saját számítás és saját szerkesztés.

Bruttó hazai termék

A következő táblázat azt szemlélteti, hogy a járműipar milyen mértékben járult hozzá a nemzetgazdaság bruttó hazai termékéhez a 2000. évtől a 2007. évig tartó időszakban.

3. TÁBLÁZAT

*A járműipar részesedése Magyarország bruttó hazai termékéből, 2000-2007 (%)
(The share of the automobile industry from the GDP in Hungary)*

<i>Év</i>	<i>Járműipar részesedése Magyarország GDP-jéből</i>
2000	2,8
2001	2,3
2002	2,2
2003	2,4
2004	2,4
2005	2,6
2006	3,2
2007	3,4

Forrás: Kemenczei (2010) alapján saját szerkesztés.

A járműipar hozzájárulását Magyarország bruttó hazai termékéhez képest csak becsülni lehet, mert a GDP-t nemzetgazdasági szinten lehet csak értelmezni. Ezen ágazat részesedése hazánk GDP-jéből a 2000. évi 2,8 százalékról a 2007. évben 3,4 százalékra emelkedett (3. táblázat). Ez az Európai Unió tagállamaihoz képest is jó

teljesítménynek mondható, mert a 2006. évben az EU tagállamok járműipara átlagosan 1,8 százalékkal járult hozzá a nemzetgazdaság GDP-jéhez. A 2006. évben a magyarországi járműipari vállalatok 1,4 százalékkal magasabb arányban járultak hozzá hazánk GDP-jéhez, mint amennyivel az EU tagállamok járműipari társaságai átlagosan hozzájárultak a nemzetgazdaság GDP-jéhez. A 2006. évben az Európai Unión belül például Németország GDP-jének 3,7 százalékát a járműipari tette ki, ez 0,5 százalékkal haladta meg a magyar járműipar hazánk GDP-jéhez való hozzájárulását (*Közúti Járműipari Akcióterv*).

Járműgyártás

Az alábbi táblázat a magyarországi új autógyártás összegét tartalmazza a 2005. évtől a 2009. évig tartó időszakban.

4. TÁBLÁZAT
Új autógyártás értéke Magyarországon, 2005-2009 (milliárd forint)
(The value of new car production in Hungary, 2005-2009 (billion forint))

	2005	2006	2007	2008	2009
<i>Új autógyártás</i>	913,4	826,2	746,8	653,6	279,7

Forrás: New cars in Hungary (datamonitor.com) alapján saját szerkesztés.

Magyarországon az új autógyártás értéke a 2005. évtől a 2008.-ig évig fokozatosan csökkent. Az új autógyártásból származó bevétel a 2008. évi pénzügyi válság hatására a 2009. évben az előző évhez képest 57,2 százalékkal csökkent (*4. táblázat*). A 2005. évben pedig 69,38 százalékkal magasabb volt az új autógyártásból származó bevétel, mint a 2009. évben.

Export és import

A következő táblázat a járműipari és a Magyarországon működő vállalatok exportjának értékét valamint a járműipari export magyarországi exporthoz mért arányát mutatja be a 2005. évtől a 2009. évig.

A járműipari vállalatok exportjának értéke a 2005. évtől a 2008. évig növekedett. A járműipari ágazat exportjának értéke a 2009. évben az előző évhez képest több mint 25 százalékkal csökkent a pénzügyi válság hatására. A vizsgált időszakban a járműipari ágazat hozzájárulása Magyarország exportjához elég magas volt, a 2007. évben a 11 százalékot is meghaladta (*5. táblázat*). A 2009. évben a pénzügyi válság hatására nem csak a járműipari cégek exportjának, hanem Magyarország kivitelének értéke is csökkent a korábbi évekhez képest. A 2009. évben a járműipar exportjának értéke hazánk teljes kivitelének kevesebb, mint 10 százalékát tette ki.

5. TÁBLÁZAT
A járműipari vállalatok exportjának értéke Magyarország exportjához képest, 2005-2009
(The value of exports of the automobile industry compared to the all export in Hungary, 2005-2009)

	2005	2006	2007	2008	2009
<i>Járműipar exportja (milliárd forint)</i>	1082,4	1564,0	2033,7	2146,0	1596,8
<i>Magyarország exportja (milliárd forint)</i>	12 425,5	15 591, 1	17 344,5	18 440,4	16 574,0
<i>Járműipar részesedése (%)</i>	8,7	10,0	11,7	11,6	9,6

Forrás: Külkereskedelmi termékforgalom (2005, 2006, 2007, 2008, 2009) alapján saját számítás és saját szerkesztés.

Az alábbi táblázat a járműipari és a Magyarországon működő vállalatok importjának értékét valamint a járműipari import magyarországi importhoz mért arányát ismerteti a 2005. évtől a 2009. évig.

6. TÁBLÁZAT

A járműipari vállalatok importjának értéke Magyarország importjához képest, 2005-2009
(The value of imports of the automobile industry compared to the all import in Hungary, 2005-2009)

	2005	2006	2007	2008	2009
<i>Járműipar importja</i> (milliárd forint)	1053,4	1439,7	1725,6	1901,7	989,1
<i>Magyarország importja</i> (milliárd forint)	13 145,5	16 224,7	17 347,5	18 503,5	15 517,5
<i>Járműipar részesedése (%)</i>	8,0	8,9	9,9	10,3	6,4

Forrás: Külkereskedelmi termékforgalom (2005, 2006, 2007, 2008, 2009) alapján saját számítás és saját szerkesztés.

A járműipari vállalatok importjának értéke a 2005. évtől a 2008. évig emelkedett. A pénzügyi válság hatására a 2009. évben a járműipari ágazat importjának értéke az előző évhez képest közel 50 százalékkal csökkent (6. táblázat). A vizsgált időszakban a járműipar elég nagymértékben járult hozzá Magyarország importjához, a 2008. évben ez az arány a 10 százalékot is meghaladta. Magyarországon az import értéke a 2005. évtől a 2008. évig meghaladta az export értékét, a 2009. évben azonban ennek az ellenkezője következett be, vagyis a kivitel értéke magasabb volt a behozatal értékénél. Ezzel szemben a járműiparra vonatkozó külkereskedelmi mérleg a vizsgált időszak minden évében pozitív volt, melynek következtében a járműipar tevékenysége hozzájárult a magyarországi külkereskedelmi mérleg egyenlegének javulásához.

Kutatás-fejlesztési ráfordítás

A következő táblázat a kutatás-fejlesztési ráfordításokat tartalmazza a járműipari vállalatokra és Magyarországra vonatkozóan, valamint a járműipari vállalatok K+F ráfordításainak arányát hazánk K+F ráfordításaihoz képest a 2007. és a 2008. évben.

7. TÁBLÁZAT

A járműipari vállalatok kutatás- fejlesztési ráfordításainak aránya Magyarország kutatás-fejlesztési ráfordításaihoz képest, 2007-2008
(The rate of research and development expenditures of automobile industry companies compared to all research and development expenditures in Hungary, 2007-2008)

	2007	2008
<i>K+F ráfordítás a járműiparban (milliárd forint)</i>	13,70	16,16
<i>K+F ráfordítás Magyarországon (milliárd forint)</i>	245,70	266,39
<i>Járműipar részesedése (%)</i>	5,58	6,07

Forrás: KSH (2008); KSH (2009); Közüti Járműipari Akcióterv alapján saját számítás és saját szerkesztés.

A 2007. évben a járműipar kutatás-fejlesztésre fordított kiadásai Magyarország összes kutatás-fejlesztési ráfordításainak az 5,58 százalékát tette ki. A 2008. évben a gazdasági recesszió ellenére növekedett Magyarországon és azon belül a járműipar területén a kutatás-fejlesztésre fordított kiadás értéke (7. táblázat). A 2008. évben a járműipari vállalatok K+F-re fordított kiadása Magyarország teljes K+F ráfordításának több mint 6 százalékát tette ki, ami véleményem szerint elég szép eredmény.

A 2007. évben a hazai GDP-arányos K+F kiadás az Európai Unió tagállamainak átlagához - 1,85 százalék - képest azonban alacsony volt, mert hazánkban csak a GDP 0,97 százalékát fordították kutatás-fejlesztésre (KSH).

A 2008. évben a járműgyártási ágazat 93,49 milliárd forint értékben importált kutatás-fejlesztési szolgáltatást (licenc, know-how, szellemi tulajdonhoz köthető egyéb díjak). A járműgyártási ágazat szolgáltatás exportja

ugyanebben az évben csupán 3,25 milliárd forint volt. A 2008. évben Magyarországon a járműipar új technológiaigényének több mint 95 százaléka külföldről származott (KSH).

A 2008. évben Magyarországon a K+F szolgáltatás export 62,79 milliárd forint, a K+F szolgáltatás import pedig 140,98 milliárd forint volt. A járműgyártási ágazat K+F szolgáltatás importja a magyarországi teljes K+F szolgáltatás import 66 százalékát tette ki a 2008. évben, ami nagyon magas. A járműipari ágazat K+F szolgáltatás exportja a hazánk összes K+F szolgáltatás exportjához csupán 5 százalékkal járult hozzá a 2008. évben, ami elég alacsonynak tekinthető (KSH).

A járműiparnak bizonyos mutatók alapján jelentős, más indikátorok alapján pedig csekély a gazdasági súlya hazánkban. Amennyiben a járműipari vállalatok számát a Magyarországon működő összes vállalathoz hasonlítjuk illetve, ha a járműipar foglalkoztatottaink számát hazánk teljes foglalkoztatottságához viszonyítjuk, akkor a járműipar csekély szerepet tölt be a magyar gazdaságban. Ezzel ellentétben, ha a járműipari vállalatok exportjának illetve importjának értékét valamint a kutatás-fejlesztésre fordított kiadásait Magyarország összes kiviteléhez, behozatalához és a K+F-re fordított kiadásokhoz viszonyítjuk, akkor megállapítható, hogy a járműipar gazdasági súlya jelentős hazánkban. A bruttó hazai termék tekintetében elmondható, hogy a járműipar átlagosan 3 százalékban járul hozzá Magyarország GDP-jéhez, ám ennek mértéke a közeljövőben megvalósuló beruházások miatt várhatóan növekedni fog.

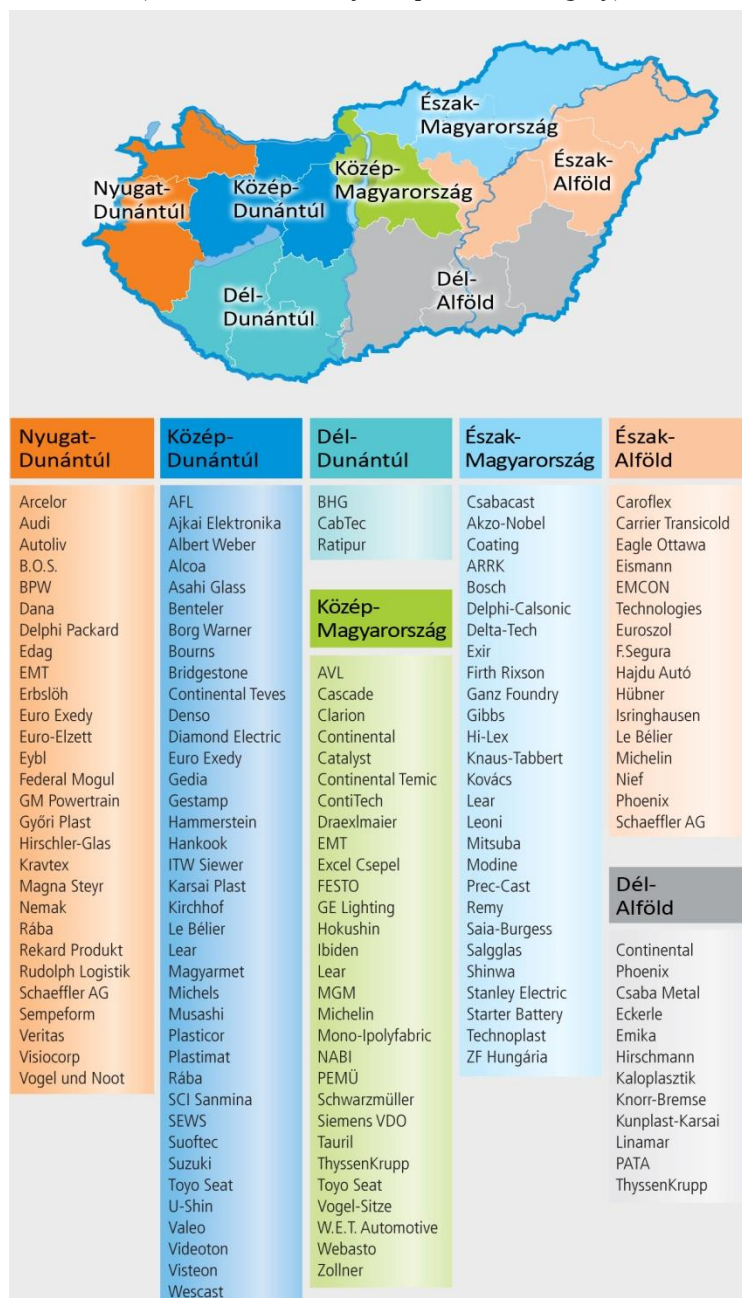
A járműipar területi elhelyezkedése és telepítő tényezői Magyarországon

Járműipari vállalatok Magyarországon

A következő térkép a Magyarországon működő legfontosabb járműipari vállalatokat mutatja be.

Az 1. ábra szerint Közép- és Nyugat-Dunántúl, valamint Észak- és Közép-Magyarország vonzónak bizonyul a járműipari vállalatok számára. Emellett Észak- és Dél-Alföldön is számos járműipari társaság tevékenykedik. Dél-Dunántúl tekinthető a legkevésbé kedvelt régiónak ezen cégek számára (1. ábra). Ezek alapján megállapítható, hogy a járműipari vállalatok inkább a fejlett régiókban helyezkednek el. Ennek oka vélhetően a kedvezőbb adottságokban és tényezőkben, így például a fejlettebb közlekedési-, telekommunikációs- és oktatási infrastruktúrában rejlik.

1. ÁBRA
Járműipari vállalatok Magyarországon
(Automobile industry companies in Hungary)



Forrás: ITD (2010).

A járműipar telepítő tényezői Magyarországon

A továbbiakban a járműipar telepítő tényezőit mutatom be Magyarországon. Kezdetben a kínálatorientált regionális fejlesztési stratégia érvényesült hazánkban. Ez azt jelenti, hogy Magyarország egyes régiói úgy próbálták a külföldi működő tőkét, és a járműipari befektetőket magukhoz csábítani, hogy területüket vonzóvá tették például az infrastruktúra fejlesztésével, a viszonylag olcsó munkaerő rendelkezésre állásával, adókedvezmények, adómentességek és különféle pénzügyi támogatások nyújtásával. Később azonban stratégiaváltás történt Magyarországon, melynek következtében a kínálatorientált regionális fejlesztési stratégia mellett a keresletorientált regionális fejlesztési stratégia is megjelent. Ennek keretében az egyes régiók nem csupán arra törekednek, hogy magukhoz vonzzák a különböző járműipari vállalatokat, hanem arra is ügyelnek, hogy ezeket a vállalatokat hosszú távon az adott régióban tartsák. Ennek eszközei közé tartozik, hogy a régió

illetve annak intézményei igyekeznek minél magasabb szinten kielégíteni a járműipari vállalatok igényeit, vagyis együttműködést kötnek a járműipari vállalatokkal. Ez az együttműködés kiterjed többek között az emberi erőforrás oktatására és a kutatás-fejlesztésre is. Ennek keretében a különböző oktatási intézmények igyekeznek a vállalatok igényei szerint kialakítani az oktatási terveiket, valamint kutatásokat folytatni a társaságok megbízása alapján. A szinergia hatások kihasználása érdekében több járműipari szövetség, klaszter is létrejött Magyarországon, ami által megnő a települések vonzereje és lehetőség nyílik arra, hogy a klaszterhez kapcsolódó új szervezeteknek nagyobb kedvezményeket nyújtsanak (*Rechnitzer 1998*).

Közlekedési infrastruktúra

A magyarországi autópálya és vasúthálózat kiépítettsége nagyon fontos szerepet játszott többek között az Audi AG győri üzemének kiválasztásakor. Az Audi AG 180 lehetséges európai telephelyet vizsgált meg az 1991. és az 1992. évben, végül részben a magyar közlekedési infrastruktúra kiépítettsége miatt a győri telephely mellett döntöttek. A nyersanyag-, motor-, és járműszállítás az Audi AG győri és ingolstadti telephelye között vasúton történik, hetente 17 vonatpár közlekedik e két telephely között. A 650 kilométeres utat a szerelvények megállás nélkül teszik meg, ami logisztikai szempontból is jó megoldás, mert rövid menetidőket eredményez. A vasúti szállítással sikerült tehermentesíteni a magyar, az osztrák és a német utakat, ami környezetvédelmi, közlekedésbiztonsági és költséghatékonysági szempontokból is jelentős eredménynek számít (*Audi 2008. évi éves jelentése*).

A Magyar Suzuki Zrt.-nél - továbbiakban Suzuki - a nyersanyag- és járműszállítás 70 százaléka közúton, 24 százaléka vasúton, 6 százaléka pedig hajón történik (*Boros 2010*).

Viszonylag olcsó és képzett munkaerő

A járműipari vállalatok számára a magyarországi telephelyválasztásnál az egyik legfontosabb tényezőt a szakképzett munkaerő és a viszonylag olcsó, a nyugat-európai országok munkabéréhez képest alacsonyabb munkabér jelentette. Napjainkban még mindig jelentős szerepet játszik az olcsóbb munkaerő jelenléte hazánkban, ám annak jelentősége már csökkent. Például Kínában a bérek sokkal alacsonyabbak a magyarországi munkabérekhez képest, ám a Magyarországon kiépített vasút- és közúthálózat kompenzálja a kínai bérek által nyújtott előnyöket. A szakképzett munkaerő hazánkban történő rendelkezésre állása a rendszerváltás utáni években és napjainkban is elsődleges szempont a járműipari vállalatok telephelyének kiválasztásánál (*Boros 2010*).

Az Audi AG győri telephelyének kiválasztásánál az egyik legfontosabb szempontot az jelentette, hogy a Magyar Vagon- és Gépgyár Rt. (a 2000. évtől Rába Járműipari Holding Nyrt.) rendszerváltás környékén bekövetkező megingása után nagy számú, a járműgyártás területén tapasztalatokkal rendelkező szakmunkás és mérnök állt rendelkezésre (*Rácz 2009*).

Képzőintézményekkel való együttműködés

Magyarországon a járműipari vállalatok szoros együttműködést alakítanak ki különböző képzőintézményekkel annak érdekében, hogy biztosítani tudják a számukra szükséges képzett munkaerőt. A vállalatok és a képzőintézmények közötti együttműködés a képzés minden szintjére kiterjed, így magában foglalja az általános iskolás diákok képzésétől egészen az egyetemi hallgatók tanulmányainak a támogatását is (*Rácz 2009*).

Az Audi Hungaria Motor Kft. - továbbiakban Audi - nagy jelentőséget tulajdonít a képzőintézményekkel való együttműködésre. A 2005. év óta az Audi a Szabadhegyi Közoktatási Központban két tannyelvű általános iskolai osztályok indításával támogatja a német nyelv oktatását (*Audi 2009. évi éves jelentése*). 2010 szeptemberében pedig megkezdődött az oktatás az Audi és Győr városa által támogatott Audi Hungaria Német Iskolában. Az általános iskolás gyermekek akkreditált, Németországon és Magyarországon is elismert bizonyítványt szerezhetnek (*Audi 2010. évi éves jelentése*).

A 2001. évben elkezdődött a duális szakképzési rendszer az Audi és a Lukács Sándor Mechatronikai és Gépészeti Szakképző Iskola és Kollégiummal - továbbiakban Lukács Sándor Iskola -, a Kossuth Lajos Ipari Szakképző Iskola, Kollégium és Felnőttek Középiskolájával valamint a Pattantyús Ábrahám Géza Ipari Szakközépiskola és ÁMK-val. A duális szakképzést az Audi szakemberei és az oktatási intézmények tanárai közösen dolgozták ki. 2007 márciusában az Audi pedig járműgyártó tanműhelyt és CNC-oktatóközpontot hozott létre a Lukács Sándor Iskolában (*Audi 2010. évi éves jelentése*).

A 2006. évben Audi Hungaria Intézetek alakultak a Széchenyi István Egyetem - továbbiakban SZE - és a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem - továbbiakban BME – együttműködésével (*Audi 2007. évi éves jelentése*). A 2007. évben az Audi és a SZE együttműködésével közösen létrehozták az Audi Hungaria Belső Égésű Motorok Tanszéket, melynek keretében a 2008. évben a BSC, a 2009. évben pedig az MSC képzés is elkezdődött (*Audi 2008. és 2009. évi éves jelentése*).

Járműiparhoz kapcsolódó innovációs központok, kutatás és fejlesztés

Nagyon fontos telepítő tényezőnek számít az innovációs központok rendelkezésre állása is. Magyarországon a 2008. évben a járműgyártás területén összesen 27 kutató-fejlesztő szervezetben végeztek különböző járműiparral kapcsolatos kutatásokat. Ezen kutatóhelyeken a foglalkoztatottak száma 1016 fő volt (*KSH*).

Magyarországon az Audi évek óta együttműködik a Széchenyi István Egyetemmel és a BME-vel. A két oktatási intézmény kutatási- és fejlesztési megbízásokat teljesít a vállalat számára (*Audi 2005. évi éves jelentése*).

2009 decemberében a BME és az Audi megalapította a BME-AUDI K3 nevű kutatási központot, mely tovább növelte a vállalat és az egyetem közötti kutatás-fejlesztési tevékenység jelentőségét (*Audi 2009. évi éves jelentése*).

Járműipari szövetségek, klaszterek

Magyarországon több járműipari szövetség, klaszter is működik. A Magyar Járműalkatrészgyártók Országos Szövetségét (MAJOSZ) 1993. június 18-án hozta létre 22 vállalat. A MAJOSZ tagjai között szerepel például a Rába Járműipari Holding Nyrt. és a Magyar Suzuki Zrt. (*MAJOSZ – MAJOSZ tagjai*). A Szövetség legfontosabb célja a hazai járműalkatrész- és részegység gyártás területén működő vállalatok szakmai, gazdasági és társadalmi érdekképviselése. A MAJOSZ a 2000. évtől tagja az Európai Unió járműalkatrész iparának érdekképviselőt ellátó European Association of Automotive Suppliers (CLEPA) nevű szervezetnek.

Az 1998. évben a Magyarországon működő 10 legjelentősebb járműipari vállalat létrehozta a Magyar Gépjárműipari Szövetséget (MGSZ). A Szervezet alapítói közé tartozik többek között az Audi Hungaria Motor Kft., a General Motors Powertrain - Magyarország Kft., a Magyar Suzuki Zrt., és a Rába Járműipari Holding Nyrt. (*MGF*). A Szövetség legfontosabb célja, hogy fórumot biztosítson a járműipari tevékenységet folytató szervezetek közötti együttműködéshez, és fokozza a magyar járműipar versenyképességét.

A Pannon Autóipar Klasztert (PANAC) 2000. december 20-án alapította meg néhány magyarországi autóipari vállalat valamint a Nyugat-dunántúli Regionális Fejlesztési Tanács. A szakmai alapítók közé tartozik az Audi Hungaria Motor Kft., a General Motors Powertrain - Magyarország Kft., a Magyar Suzuki Zrt., és a Rába Járműipari Holding Nyrt. (*PANAC*). A PANAC legfontosabb célja, hogy összefogja a magyar autóipari és beszállítói vállalatokat.

A Pannon Autóipari Klaszternek 2008 júniusában összesen 95 tagja volt. A klasztert nem csak a jármű- és alkatrészgyártó vállalatok alkotják, hanem számos szolgáltató, így például hitelintézetek, kutatóintézetek is a tagjai között szerepelnek.

Magyarországon a járműipari vállalatok nagy részénél sajnos alacsony a magyar beszállítók aránya. Az Audinál ez az arány 6,5 százalék, a General Motors Powertrain- Magyarország Kft.-nél – továbbiakban GM Magyarország – szintén alacsony arányban jelennek meg a magyar beszállítók (*Állami támogatás a...2010*). Ezzel szemben a Suzuki egyharmad részben magyar beszállítóktól származó alkatrészekkel dolgozik (*A katasztrófa napja Japánban... 2011*). A magyar kormány célja, hogy a jövőben emelkedjen a magyar beszállítók aránya a járműipari társaságok körében. Ennek oka egyrészt a munkahelyteremtésben másrészt pedig környezetvédelmi szempontokban rejlik, hiszen nem mindegy, hogy egy alkatrészt több ezer kilométerről szállítanak-e a célállomásra vagy a közelből, néhány száz kilométerről (*Koloszár 2011*).

A GM Magyarország és a Nemzeti Külgazdasági Hivatal 2011. március 29-én egy beszállító-fejlesztési együttműködést írt alá. A szerződés célja, hogy növekedjen a GM Magyarország magyar beszállítóinak száma, valamint a következő években emelkedjen azon hazai vállalatok száma, amelyek a legmagasabb járműipari beszállítói igényeket képesek megbízhatóan kielégíteni hosszú távon is (*A General Motors magyar... 2011*).

Támogatások, kedvezmények

Nagyon fontos telepítő tényezőnek számít, hogy a járműipari vállalatok milyen támogatásokban, kedvezményekben részesülhetnek.

A magyarországi járműipar támogatásának az alábbi 5 formája létezik:

- Egyedi kormánydöntéssel megítélt közvetlen támogatás,
- Az Európai Unió társfinanszírozott projektjei,
- Fejlesztési adókedvezmény,
- Munkahely-teremtési támogatás:
 - Munkahely-teremtési támogatás hátrányos helyzetű régióban,
 - Munkahely-teremtési támogatás pályázati úton,
- Képzési támogatás (Kovács 2010).

Egyedi kormánydöntéssel megítélt közvetlen támogatás esetén a támogatás mértéke a régió fejlettségi szintjétől függ (Kovács 2010).

Az Európai Unió a társfinanszírozott projektek keretében azokat a beruházásokat finanszírozza, melyek értéke legalább 1,5 milliárd forint, és a beruházás hatására jelentős mértékben megnő a foglalkoztatottak száma. A támogatás mértéke 5 és 35 százalék között lehet. Összege legalább 0,25 és legfeljebb 1,5 milliárd forintot tehet ki (Kovács 2010).

A fejlesztési adókedvezmény mértéke szintén a régió fejlettségi szintjétől függ. Kis- és középvállalkozás esetén a jelenértéken legalább fél milliárd forint, nagyvállalat esetén minimum egy vagy három milliárd forint értékű beruházás esetén lehet igénybe venni az adókedvezményt maximum a tárgyévi társasági adó összegének 80 százalékáig. Az adókedvezmény igénybe vételének nagyon szigorú szabályai vannak (1996. évi LXXXI. törvény).

A munkahely-teremtési támogatás szintén egyedi kormánydöntéssel adható, ha a beruházást hátrányos helyzetű régióban valósítják meg és, ha ennek eredményeként több mint 200 új munkahely keletkezik. A támogatás összege munkahelyenként maximum fél millió forint lehet. A munkahely-teremtési támogatást pályázat útján is el lehet nyerni, a támogatás értéke minimum 0,8 és legfeljebb 15 millió forintot tehet ki állásonként (Kovács 2010).

A képzési támogatás szintén egyedi kormánydöntéssel adható, melynek mértéke 25 és 90 között ingadozhat (Kovács 2010).

A General Motors Powertrain - Magyarország Kft. egy fél milliárd euró értékű beruházást hajt végre szentgotthárdi gyárában. Első körben 800, később pedig további 200 fővel bővíti foglalkoztatottainak számát az üzem (Boros 2010). A gyár bővítése a beszállítókkal együtt akár 2500 új munkahely létrehozását is eredményezheti. A tervek szerint 2012 novemberében már megkezdődhet a termelés az új gyáregységben. Az új gyáregység termelésével együtt a termelőkapacitás elérheti az évi egymillió darabot (Elismerés az Audinak és az Opelnek... 2010). A vállalat a magyar államtól 7,5 milliárd forint munkahely-teremtési támogatást kap (Vadász 2011).

A Daimler AG a 2008. évben megalapította a Mercedes-Benz Manufacturing Kft.-t egy 0,8 milliárd euró értékű zöldmezős beruházás keretében. A beruházás körülbelül 2500 új munkahelyet teremt, és a 2013. évtől az éves termelési kapacitás várhatóan 100 ezer gépkocsi lesz. A vállalat 22 milliárd forint munkahely-teremtési állami támogatásban részesül (Mercedes-Benz kecskeméti beruházása).

Az Audi Hungaria Motor Kft. egy 0,9 milliárd euró értékű beruházást hajt végre. Az új gyáregység létrehozása közvetlenül 1800 munkahelyet teremthet (Vadász 2011). A magyar állam a vállalat számára 11,2 milliárd forint munkahely-teremtési támogatást nyújt (Az Audi 11,2 milliárdot... 2011). Az Audi az 1993. évi megalakulásától kezdve a 2007. évig helyi iparüzési adó mentességet kapott a győri önkormányzattól. A társaság a 2008. évben az adómentesség lejáratát után 7 milliárd forint iparüzési adót fizetett a győri önkormányzat számára (Szajlai 2008).

Az Audi társasági adómentességet is kapott, ami eredetileg a 2009. évig szólt, ám a mentességet később meghosszabbították a 2011. évig. Azonban 2006. szeptember 1-jén hatályba lépett a szolidaritási adóról szóló törvény, melynek értelmében a vállalatok 4 százalék különadó fizetésére voltak kötelesek (2006. évi LIX törvény). A magyar kormány és az Audi végül arra a kompromisszumra jutott, hogy az Audi az adómentesség lejáratát előtt is hajlandó megfizetni a különadót, de cserében levonhatja a kutatás-fejlesztésre fordított kiadásait a különadó alapjából (Boros–Hajba 2010). Ezen kiadásokkal természetesen nem csak az Audi, hanem minden

Magyarországon működő vállalat csökkenthette különadó fizetési kötelezettségét. A jogszabályalkotók a 2010. évben eltörölték a különadót.

A járműipar telepítő tényezőivel kapcsolatban megállapítható, hogy Magyarország napjainkban a kínálatorientált regionális fejlesztési stratégiával párhuzamosan a keresletorientált regionális fejlesztési stratégiát is alkalmazza, illetve ez utóbbi stratégia kiemelt fontosságúvá vált. Ennek következtében az egyes régiók nem csak arra törekednek, hogy magukhoz vonzzák a különböző járműipari befektetőket, vállalatokat, hanem arra is nagy hangsúlyt fektetnek, hogy ezeket a társaságokat hosszú távon az adott régióban tartsák.

Irodalom

1996. évi LXXXI. törvény a társasági adóról és az osztalékadóról.
2006. évi LIX törvény az államháztartás egyensúlyát javító különadóról és járadékról.
- A General Motors magyar beszállítókkal dolgozik majd (2011) *HVG.hu* http://hvg.hu/kkv/20110329_magyar_beszallitok (Letöltés dátuma: 2011.04.15.)
- A katasztrófa napja Japánban. 8,9-es földrengés csapott le (2011) *RTL Hírek*. <http://www.rtlklub.hu/hirek/kulfold/cikk/358889> (Letöltés dátuma: 2011.03.12.)
- Állami támogatás a járműipari körökben (2010) *Hiradó.hu* http://www.hirado.hu/Hirek/2010/11/05/13/Allami_tamogatas_a_jarmuipari_korokban.aspx (Letöltés dátuma: 2011.03.30.)
- Audi Hungaria Motor Kft. 2005., 2006., 2007., 2008., 2009. évi éves jelentése*. http://audi.hu/hu/profil/uzleti_eredmenyek/uzleti_jelentes/ (Letöltés dátuma: 2011.02.20.)
- Audi Hungaria Motor Kft. 2010. évi éves jelentése*. http://audi.hu/hu/profil/uzleti_eredmenyek/uzleti_jelentes/ (Letöltés dátuma: 2011.03.11.)
- Az Audi 11,2 milliárdot kap az államtól (2011) *HVG.hu* http://hvg.hu/gazdasag/20110406_audi_allami_tamogatas (Letöltés dátuma: 2011.04.06.)
- A 15-74 éves népesség gazdasági aktivitása nemenként 1998-2010. http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qlf001.html (Letöltés dátuma: 2011.03.28.)
- Boros J. (2010) Autók a sinen. *Népszabadság Online*. http://nol.hu/gazdasag/20101012-autok_a_sinen (Letöltés dátuma: 2011.03.11.)
- Boros J. (2010) Szentgotthárdból Detroit lesz. A Chevroletekbe is magyar motorok kerülnek. *Népszabadság Online*. http://www.nol.hu/lap/gazdasag/20100922-szentgotthardbol_detroit_lesz (Letöltés dátuma: 2011.03.18.)
- Boros J. – Hajba F. (2010) Prémiumra váltó magyar autóipar. *Népszabadság Online* http://www.nol.hu/auto/20101009-premiumra_valto_magyar_autoipar (Letöltés dátuma: 2011.03.18.)
- Elismerés az Audinak és az Opelnek a befektetésekért (2010) *Autopro.hu* http://www.autopro.hu/hazai_palya/audi/Elismeres-az-Audinak-es-az-Opelnek-a-befektetesekert/1508/ (Letöltés dátuma: 2011.03.18.)
- ITD Hungary Zrt. (2010) The automotive industry in Hungary – Engine of growth. Budapest.
- Kemenczei N. (2010) Hova húz az autóipar Magyarországon. – *Külgazdaság*. 3-4. 48-62. o.
- Koloszár T. (2011) Hogyan lehetne növelni a magyar beszállítók arányát? Interjú dr. Becsey Zsolt államtitkárral. *Autopro.hu* <http://www.autopro.hu/gazdasag/Hogyan-lehetne-novelni-a-magyar-beszallitok-aranyat-interju-dr-Becsey-Zsolt-allamtitkarral/1835/> (Letöltés dátuma: 2011.03.12.)
- Kovács A. (2010) Autóipari befektetések támogatása Magyarországon. *Autopro.hu* <http://www.autopro.hu/autogazdasag/Autoipari-befektetesek-tamogatasa-Magyarorszagon/292/> (Letöltés dátuma: 2011.03.13.)
- Közúti Járműipari Akcióterv*. <http://www.ngm.gov.hu/data/cms2013364/jarmuipari>. (Letöltés dátuma: 2011.03.12.)
- Külkereskedelmi termékforgalom, 2005. január - december*. <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/gyor/kul/kul30512.pdf> (Letöltés dátuma: 2011.03.25.)
- Külkereskedelmi termékforgalom, 2006. január - december*. <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/gyor/kul/kul30612.pdf> (Letöltés dátuma: 2011.03.25.)
- Külkereskedelmi termékforgalom, 2007. január - december*. <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/gyor/kul/kul30712.pdf> (Letöltés dátuma: 2011.03.25.)
- Külkereskedelmi termékforgalom, 2008. január - december*. <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/gyor/kul/kul30812.pdf> (Letöltés dátuma: 2011.03.25.)
- Külkereskedelmi termékforgalom, 2009. január - december*. <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/gyor/kul/kul30912.pdf> (Letöltés dátuma: 2011.03.25.)
- KSH (2008) *Kutatás és fejlesztés 2007*. Budapest. <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki/tudkut/tudkut07.pdf> (Letöltés dátuma: 2011.03.24.)
- KSH (2009) *Kutatás és fejlesztés, 2008*. Internetes kiadvány – www.ksh.hu <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki/tudkut/tudkut08.pdf> (Letöltés dátuma: 2011.03.24.)
- MGSZ (Magyar Gépjárműipari Szövetség) <http://www.gepjarmuipar.hu/index2.php?lang=hu> (Letöltés dátuma: 2011.03.24.)
- MAJOSZ (Magyar Járműalkatrészgyártók Országos Szövetsége) http://www.majosz.hu/3/index.php?option=com_content&view=article&id=50&Itemid=2&lang=hu (Letöltés dátuma: 2011.03.12.)
- MAJOSZ tagjai. http://www.majosz.hu/3/index.php?option=com_content&view=article&id=53&Itemid=50&lang=hu (Letöltés dátuma: 2011.03.12.)
- Mercedes-Benz kecskeméti beruházása. <http://www.daimler.com/dccom/0-5-1205662-49-1208334-1-0-0-0-0-36-7145-0-0-0-0-0-0-0.html> (Letöltés dátuma: 2011.03.26.)
- Működő, valódi új, valódi megszűnt vállalkozások száma gazdálkodási formák szerint 1998-2008*. http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qvd002b.html (Letöltés dátuma: 2011.03.24.)
- New cars in Hungary*. <http://360.datamonitor.com/Product?pid=848984FE-8D2F-4A59-BB66-13E458567580> (Letöltés dátuma: 2010.03.24.)
- N. Vadász Zs. (2011) Aláírták az Audi-szerződést – mennyi az állami támogatás? *Világgazdaság Online*. <http://www.vg.hu/gazdasag/gazdasagpolitika/alairtak-az-audi-szerzodest-mennyi-az-allami-tamogatas-343529> (Letöltés dátuma: 2011.03.18.)
- Onódi G. (2005) *MGSZ-évkönyv 2004-2005*. X-Meditor Kft., Győr.

- PANAC tagok 2008. http://www.autocluster.hu/ikreator/acl/cms_pub/file_00002227/panac_tagi_terkep_080721.pdf (Letöltés dátuma: 2011.03.31.)
- Pannon Autóipari Klaszter. http://www.autocluster.hu/content_5-hu.html (Letöltés dátuma: 2011.03.24.)
- Rácz J. (2009) Négykarikás játékok. Audi Hungaria Motor Kft. *Managemagazin*.
<http://www.managemagazin.hu/magazin.php?page=article&id=510> (Letöltés dátuma: 2011.03.11.)
- Rechnitzer J. (1998) *A területi stratégiák*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs.
- Szajlai Cs. (2008) Hétmilliárd forintot kap Győr az Auditól. *Magyar Hírlap Online*.
http://www.magyarhirlap.hu/gazdasag/hetmilliard_forintot_kap_gyor_az_auditol.html (Letöltés dátuma: 2011.03.18.)
- Szajlai Cs. Megtérül az Opel-gyár állami támogatása. *Magyar Hírlap Online*.
http://www.magyarhirlap.hu/gazdasag/megterul_az_opelgyar_allami_tamogatasa_.htm (Letöltés dátuma: 2011.03.18.)
- Szalavetz, A. (2010) The Hungarian automotive sector - a comparative CEE perspective with special emphasis on structural change. előadás: *11th Bi-Annual Conference of European Association for Comparative Economic Studies*. Estonia, Tartu.

THE ROLE OF THE AUTOMOBILE INDUSTRY IN HUNGARY

EDINA BORS

The automobile industry has a significant economic importance on the base of some indicators (for example the value of the export and the import, and R+D expenditures) and small economic importance on the base of some indicators (such as the number of the automobile industry companies, the number of the employees in the automobile industry) in Hungary.

Nowadays the supply and the demand oriented regional development strategies are used in Hungary, as well, moreover, the latter strategy is more important. Because of this the aim is not only the attraction of automobile industry investors and companies in some regions, but it is important that this companies are remained in this regions in the long term.

A SZLOVÁKIAI ÉS CSEHORSZÁGI AUTÓIPARI VÁLLALATOK TELEPÍTÉSI TÉNYEZŐINEK ÖSSZEHAISONLÍTÁSA - SKODA, KIA

(Comparism of Drivers for Location of Car Industry Enterprises in Slovakia and Czech Republic - Skoda, KIA)

USZKAI ANDREA

Kulcsszavak:

autóipar SKODA KIA Csehország Szlovákia

A tanulmány azon kutatásom eredményeit összegzi, melyek arra vonatkoznak, hogy a Skoda és a KIA autóipari vállalatok mely szempontok alapján dönthettek csehországi, illetve szlovákiai autógyárak telepítése mellett. Az autóipar világviszonylatban vett jelentőségét követően a téma folyamatosan szűkül, Kelet-Közép-Európán át egészen a vizsgált országokig. Fókuszban az egyes telepítési tényezők összehasonlítása áll Csehország és Szlovákia esetében.

Bevezetés

Általánosan elmondhatjuk, hogy az ipari üzemeket mindig oda telepítik, ahol azok a legnagyobb profitot tudják termelni. Ez a telepítő tényezőktől függ.

Az ipartelepítő tényezőknek két csoportját lehet elkülöníteni: a természeti és a társadalmi telepítő tényezőket. Természeti telepítő tényezők közé sorolhatjuk a nyersanyagokat, a domborzatot, a geológiai stabilitást, a víz bőségét, az éghajlatot. Ezekre települ a kitermelőipar, a sok anyagot igénylő vaskohászat vagy az energiatermelés. Úgy gondolom, hogy az autóipar esetében kiemelt jelentőséggel bírnak a társadalmi telepítő tényezők, hiszen többek között elengedhetetlen a szakképzett munkaerő, a folyamatos képzési - és más vállalatokkal való kooperációs lehetőségek, infrastruktúra kiépítettsége, valamint a már meglévő ipari hagyományok. Továbbá kiemelt jelentőséggel bír, hogy a település mennyire tud elérhető környezetet biztosítani a vállalkozás menedzsmentje számára.

Dolgozatomban sorra veszem az egyes telepítő tényezőket és vizsgálom azok szerepét az autóipari vállalatok szemszögéből. Feltételezem, hogy egy vegyes kép fog kialakulni, miszerint egyes tényezők tekintetében Csehország, míg mások Szlovákiának jelentenek előnyt. Mint tudjuk, a beruházó vállalatok tényleges telephely-választási szempontjai magától értetődő módon bizonyos mélységben már javarészt bizalmasak, így csak a szakirodalmak által tárgyalt lehetséges tényezőket lehet figyelembe venni, a látens faktorokat nem.

Az autóipar jelentősége világviszonylatban

A közúti járműipar a termékek és vállalatok széles körét fogja át: a jármű- és járműalkatrész-gyártókon kívül számos járműipari beszállító a bőr-, a gumi, a műanyag, a festék-, az üveg-, a fémfeldolgozó vagy az elektronikai iparba sorolható. Az alkatrészgyártó vállalatok piaca is jelentősen eltérhet egymástól: vannak olyanok, amelyek csak autógyáraknak szállítanak, mások csak haszonjármű-összeszerelőknek, egy újabb csoport mind a kétféle járműgyártónak, ismét mások pedig a járműiparon kívüli felhasználóknak is. Az iparág határait tehát lehetetlen pontosan megrajzolni (Havas 2010).

Az autóipar jelentős súllyal rendelkezik napjaink világ gazdaságában: több mint 8 millió embert foglalkoztat az alkatrészgyártással együtt, de a kapcsolódó ipari és szolgáltatási tevékenységek figyelembevételével legalább 50 millió főre becsülik világviszonylatban a gépjárművekből élők számát. Egyes becslések szerint a globális GDP 15%-a az autóiparban és a kapcsolódó iparágakban keletkezik (Molnár 2009).

A közúti járműipar a feldolgozóipar csúcsa. Vezérterméke a személygépkocsi lényegében a legdrágább, legösszetettebb tömegesen előállított ipari termék. Keresleti viszonyai egyben a gazdasági fejlődés egészségi állapotát is jelzik, piaca a fogyasztói bizalom barométerének tekinthető.

A gépjárműgyártás a legintenzívebben globalizálódó gazdasági tevékenységek közé tartozik. Ezt indokolja a termék összetettsége (elektronika, számítástechnika, szoftveripar, gépipar, acél- és alumínium precíziós öntészet,

vegyipar, műanyagipar, a textilipar, gumiipar, stb.), a gyártás komoly technológia és tőkeigénye, a transznacionális kínálati lánc és disztribúciós rendszer (NFGM 2009).

A Fortune magazin 2008. évi, árbevétel alapján összeállított globális TOP 500-as listáján az első húsz vállalat között öt autógyártó cég szerepelt: a gépjárműgyártók a vezető transznacionális vállalatok körében tehát még az iparág súlyához képest is felülreprezentáltak.

A gépjárműipar évszázados története során többször markáns, földrajzi következményekkel is járó szerkezeti változásokon ment keresztül, ami a transznacionális vállalatoknak a globalizáció korában követett stratégiai nyomán napjainkban is folytatódik. Az autógyártó értékláncok nemzetközi szintű újraszervezése számos feltörekvő gazdaság számára kínált növekedési lehetőséget az elmúlt másfél-két évtizedben. A földrajzi átrendeződések hátterében a termeléshez kapcsolódó újítások, a piacok által keltett igények, valamint a termelés és piacok területi egymásra találását szabályozó gazdaságpolitikai feltételek állnak. Napjainkban a rendkívül kiélezett globális autógyártó verseny és az értékláncok regionális szintű újraszervezése nyomán mind a kontinensek között, mind az egyes kontinenseken belül jelentős súlyponteltolódások jellemzők a termelésben (Molnár 2009).

Kelet-Közép-Európa előretörése, a gazdasági válság hatásai az európai autógyártásra

Az európai autógyártó vezető szereplői ma is az iparág bölcsőjeként számon tartott nyugat-európai országok: Németországot Franciaország, Spanyolország, Nagy-Britannia és Olaszország követi. (2007-ben az utóbbiakhoz hasonló nagyságrendet képviselt az EU-n kívüli Oroszország is.) Az iparág Európán belüli átrendeződése szembevetendő az ezredforduló utáni időszakban: a kelet-közép-európai új tagországokban összeszerelt gépjárművek száma lendületes növekedést mutat 1999 és 2007 között, miközben a régi tagállamok túlnyomó többségében csökkent a termelés. A Csehországban összeszerelt gépjárművek száma 2007-ben megközelítette az egymillió darabot, s ezzel régiója legnagyobb autógyártójává vált, de Lengyelország és – 450%-os növekedési mutatójának köszönhetően – Szlovákia teljesítménye is meghaladta az évi félmillió gépjárművet. Északi szomszédunk a gépjárműgyártás ezer lakosra jutó mennyisége alapján 2008-ra a világranglista élére ugrott (Molnár 2009). Az autógyártó felgyorsult keletre tolódását hozta az elmúlóban lévő gazdasági válság. Mindössze négy év alatt –2006-tól 2009-ig –a fejlődő piacok részesedése a globális autógyártásból 37%-ról 51%-ra ugrott. Ezt a nagy változást úgy lehet szemléletesen tenni, hogy nemzeti össztermék vonatkozásában is elhagyták a feltörekvő régiók 2010-ben a fejlett országokat. De míg a GDP 37%-ról 50%-ra történő emelkedéséhez 40 év kellett, addig az autógyártóknak csak 4, vagyis nagyságrenddel kevesebb (Top Tier Consultants 2010). Annak ellenére, hogy a kelet-közép-európai gazdaságokat a válság erősebben sújtotta, mint Nyugat-Európát (néhány ország persze mindkét régióban kivétel ez alól a szabály alól), az autógyártás területén a „keleti blokk” tovább növelte előnyét. Az Autógyártók Nemzetközi Szervezete (Organisation Internationale des Constructeurs d’Automobiles, OICA) adatai szerint 1999-ben az Európában gyártott autók mindössze 9 százaléka készült Kelet-Közép-Európában. 2008-ban ez az arány már 22,4 százalék volt, 2009-ben tovább nőtt, 24 százalékra. A kelet-közép-európai autógyárakban tavaly „mindössze” 12 százalékkal esett vissza a termelés (4,4 milliőről 3,8 millióra), Nyugat-Európában viszont közel 20 százalékkal. Az autógyártás teljesítménye – emelik ki az UniCredit elemzői – fontos információkat adhat a kelet-európai ipar „egészségi állapotáról”(1. táblázat). Az autógyártók szinte valamennyi országban kitüntetett szerepet játszottak a recesszióból való kilábalásban (Ecoline 2010).

Az 1. táblázatból látható, hogy 2009-ben Csehország 3%-os növekedést tudott elérni a 2008-as gépjárműgyártáshoz viszonyítva, míg Szlovákiának 19,9%-os csökkenéssel kellett számolnia.

1.TÁBLÁZAT
2009-ben gyártott gépjárművek országonként (db)
(Produced vehicles by country, 2009)

Ország	Személyautó	Kisteherautó	Összesen	Változás 2008-hoz viszonyítva (%)
gyártott mennyiség (db)				
Csehország	967 760	6 809	974 569	3,0
Szlovákia	340	0	340	-19,9
Magyarország	180 500	2 040	182 540	- 47,3
Lengyelország	819 000	60 186	879 186	-7,1
Románia	279 320	17 178	296 498	20,9
Németország	4 964 523	245 334	5 209 857	-13,8
Olaszország	661 100	182 139	843 239	-17,6

Forrás: Ecoline (2010).

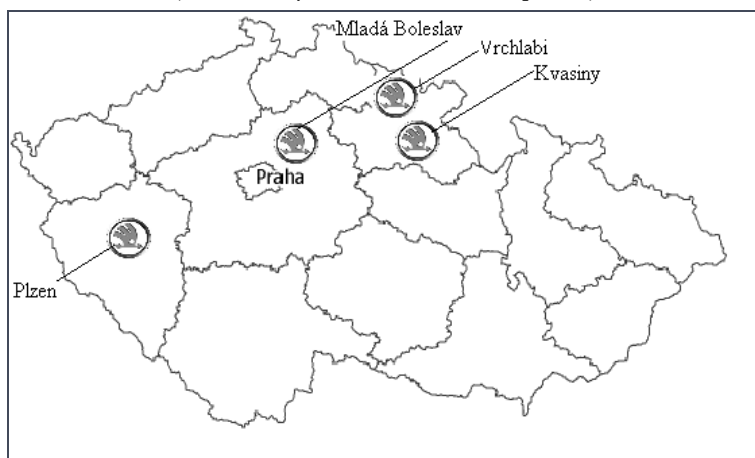
Mi áll a keleti dübörgés mögött?

Az UniCredit elemzői három tényezőt emelnek ki. Először, az autógyártók a kisebb költségek miatt továbbra is Kelet-Közép-Európát részesítik előnyben, annak ellenére, hogy Nyugat-Európában a válság idején különösen erős, a gyártás „otthon tartását” követelő nyomás nehezedett/nehezedik rájuk. Másodszor, a világ 10 legnagyobb autógyártója, amelyek együtt a globális termelés mintegy 80 százalékát adják, kivétel nélkül jelen van a régióban. Harmadszor, a kelet-közép-európai (újabb, és ezért nemritkán modernebb) autógyárakban – arányait tekintve – sokkal több kisebb autót gyártanak. A vásárlók a válság hónapjai alatt ezeket a modelleket előnyben részesítették, amiben persze a roncsprémiumok is szerepet játszottak (Ecoline 2010).

A Škoda és a KIA Motors jelenléte Csehországban, illetve Szlovákiában

Csehországban jelenleg 4 településen gyártanak Skodát, a központ Mladá Boleslavban található, a további gyárak pedig Vrchlabiban, Kvasinyben és Plzenben (1. ábra).

1. ÁBRA
Škoda autógyárak Csehországban
(Skoda car factories in Czech Republic)



Forrás: Saját szerkesztés (2011).

Az 1989-ben bekövetkezett politikai változásokat követően, az új gazdasági és piaci körülmények hatására a Škoda új, tőkeerős külföldi partner után kezdett kutatni, hogy a vállalat működését hosszútávon biztosítani tudja

és újra nemzetközi szereplővé válhasson. 1990 decemberében a cseh kormány a Volkswagen mellett voksolt és 1991 áprilisában az új, Škoda automobilova a. s. vegyesvállalat megkezdte működését (*Leaseplan* 2011).

A gépipar számára fontos a németek jelenléte, hiszen a Skoda autók gyártásához az alkatrészt és alapanyagot több mint 65 %-ban Csehországból szerzik be.

Az autógyártás ma már a cseh gazdaság húzóágazatává vált, jelentőségét az is bizonyítja, hogy a Skoda Auto egymaga 10 százalékát adja a cseh exportnak (*Juhász* 2003).

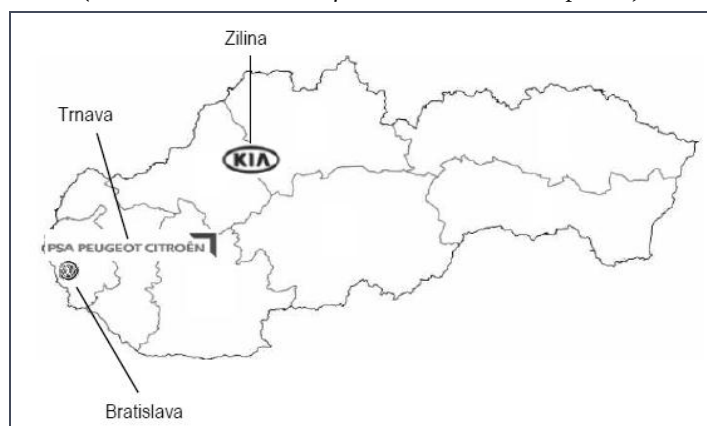
A Skoda Auto története legjobb értékesítési eredményét érte el a 2010-es év során, összesen 762.600 eladott járművel (2009: 684.200) a cseh gyártó 11,5 százalékos növekedést produkálva, első ízben lépte át a háromnegyedmilliós határt (*Leier Autó Kft.* 2011).

Csehországban 2011 februárjában a Skoda autógyár központi gyárának kapacitás-növelését jelentették be. A Mlada Boleslav-i gyárban bővítik a szerelőcsarnokot és a logisztikai központot, a beruházásra 33 millió eurót szánnak. A bővítésnek köszönhetően évente 325 ezer kocsit fognak a gyárban előállítani a jelenlegi 225 ezer helyett. A Skoda rekordeladással zárta a tavalyi évet, 2018-ra duplájára akarja növelni az értékesítését. A Volkswagen leányvállalata 762 600 járművet adott el 2010-ben, ami 11,5 százalékkal több az egy évvel korábbinál. A Skoda valamennyi piacán növelni tudta értékesítését tavaly. A bevétel alapján a Skoda Csehország második legnagyobb vállalata. A bevétel az ország hazai összterméke (GDP) 5 százalékának fel meg (*HVG* 2011).

Szlovákiában ma három autógyártó működik: a Volkswagen pozsonyi üzemében 1991 óta folyik a termelés, 2006-ban a francia PSA Peugeot-Citroën kezdte meg az autógyártást Nagyszombaton, és még ugyanebben az évben a koreai Kia Motors zsolnai üzemében indult meg a gyártás. Az országban található gyárak közül jelen elemzésem szempontjából a Zsolnán (Zilina) található KIA Motors jelentős, ahol jelenleg három típust gyártanak (2. ábra).

A csúcsnak tekinthető 2008. évben az iparág 570 000 db járművet gyártott. 2009- ben az ország külkereskedelmi forgalmának 13,1 %-át adta a járműipar (*Sipos* 2010).

2. ÁBRA
KIA, PSA és VW autógyárak Szlovákiában
(KIA, PSA and VW car factories in Slovak Republic)



Forrás: Sipos (2011)

Az autóipari telepítési tényezők összevetése a vizsgált országokban

Az elemzés során az alábbi tényezőket vizsgálom meg részletesen a csehországi és szlovákiai járműipart illetően, választ keresve arra a kérdésre, melyik térség milyen tényezőkkel rendelkezik, melyek az előnyös és előnytelen telepítő tényezői a járműipar esetében. Feltételezem, hogy egyes tényezők egyik, míg más tényezők a másik országban előnyösek, így egy vegyes kép alakulását tartom valószínűnek.

- járműipari hagyományok,
- közlekedési infrastruktúra,
- munkaerő,
- K+F, innováció, képzési lehetőségek,
- beruházás ösztönzés, adórendszer,
- városi környezet a menedzsment számára.

Járműipari hagyományok

A volt Csehszlovákia keleti felét a nehézipar dominanciája jellemezte, amiben jelentős volt a kohászat részaránya. A fémfeldolgozó ipari tapasztalatok előnyt jelentettek a járműgyárak telephely választása során.

A Cseh Köztársaság, ahol gépjárművek tervezésével és gyártásával a 19. század óta foglalkoznak, egyike az EU egyik legnagyobb autógyártó nemzeteinek. Miután sikeresen átvészelte az 1990-es évek elején a politikai és gazdasági átalakulás hatását, az autóipar vált a cseh gazdaság egyik fontos pillérévé, teljes mértékben privatizált és stabil tulajdonosi szerkezet jellemzi.

Az ország jól kiépült autóipari beszállító hálózattal rendelkezik. A CzechInvest - mint nemzeti beruházási ügynökség - szerint a világ legnagyobb autóipari beszállítóinak több mint a fele tevékenykedik Csehországban (ACEA 2011).

Szlovákia járműipari hagyományai egészen a Csehszlovákia szétválása utáni időszakra visszavezethető, hiszen jelentős, autóipart kiszolgáló, gépipari gyártó bázis és szakképzett munkaerő maradt az országban.

Csehországhoz hasonlóan Szlovákiában is említésre méltó a beszállítói ipar tradicionális jelenléte, mint pl. a Matador abroncsgyár.

Szlovákiában ma 3 helyen (Zsolna, Nagyszombat, Pozsony) folyik végtermék előállítás. A pozsonyi Volkswagen gyár korábban Skoda tulajdonban volt és a közös csehszlovák autógyártás egyik fontos elemét jelentette. Az itt már korábban kialakult és a rendszerváltás után is erős szakmai kompetenciát fölvonultató szakmastruktúra kiváló kristályosodási pontként szolgált az iparág továbbterjeszkedése számára. Az iparág fejlődése szempontjából kifejezetten előnyt jelentett, hogy a befektetők egységes, erős gépipari szövetséget találtak az országban – később ebből alakult ki az autóipari szövetség. Ez utóbbi vezetője a szlovák járműipar egyik legjobban elismert szakembere, a VW-vel folytatott tárgyalások kezdeményezője, később a VW Slovakia vezérigazgatója, Jozef Uhrík volt. Az ő szakmai elismertsége, kormányoktól független, folyamatos tevékenysége a befektetők számára nagy vonzerőt jelentett.

Ugyanakkor ki kell emelni, hogy az 1990. utáni szlovák kormányok többsége azonos szemlélettel fordult az iparág felé. 1997-ben – látva az iparág szerepének erősödését az ország gazdasági teljesítményében, a Mečiar kormány Jozef Uhríkot teljhatalmú meghatalmazottnak nevezte ki, akinek a feladata volt az idevágó állami intézkedések koordinálása. 1998-ban külön iparági fejlesztési programot fogadtak el (Sipos 2010).

Közlekedési infrastruktúra

Alapvető fontosságú ipartelepítő tényező a közlekedési infrastruktúra, a telephelyek megközelíthetősége. Jellemző, hogy gyakran telepítenek gyárakat nagy forgalmú közutak, autópályák közelébe. További előnyt jelent, ha vízi illetve légi közlekedés lehetőségei is rendelkezésre állnak, akár a gyártott termékek szállítása céljából, akár a menedzsment mobilitásának megkönnyítése érdekében.

Szlovákiában az áruk kétharmadát vasúti úton szállítják. Vasúti pályából 3 662 km áll rendelkezésre, melyből 1 500 km villamosított (Sipos 2010). Csehországban több mint 9 500 km a teljes vasúti pálya hossza, melyből kb. 3 000 km villamosított.

Ezek az adatok azonban akkor válnak igazán összehasonlíthatóvá, ha a két ország területét is figyelembe vesszük. A közlekedési infrastruktúra fejlettségének összehasonlítását szolgálja a négyzetkilométerenkénti hálózat sűrűsége mind a közút, mind pedig a vasút esetében (2. táblázat).

2. TÁBLÁZAT
A vasúti és közúthálózat sűrűségének összehasonlítása (km²)
(Comparism of density of railway and road-system, km²)

Megnevezés	Csehország Szlovákia	
Közutak (2005)	1,62	0,89
Vasút (2006)	0,120	0,075

Forrás: IMD World Competitiveness Yearbook (2008).

Látható, hogy mind a közúti, mind pedig a vasúti infrastruktúra Csehországban kiépítettebb.

Az „IMD World Competitiveness Yearbook 2008” 10-es skálán vizsgálta a légi közlekedés minőségét az egyes országokban. Csehország e tekintetben is Szlovákia előtt jár, hiszen ez az indexe 8,55, míg Szlovákiának 5,65.

Munkaerő

A kelet-közép-európai térség alapvető járműipari versenyelőnye Európán belül az utóbbi években a viszonylag olcsó és képzett munkaerőből fakadt.

Összehasonlítva a kelet-közép-európai országokat, Csehországban ugyan magasabbak a bérköltségek, de nagyon jól képzett és több nyelven beszélő munkaerővel rendelkezik az ország. Az elmúlt öt évben az átlagos éves bér 6-7% körüli mértékben növekedett, de így is jóval alacsonyabbak a bérek, mint Nyugat-Európában.

Szlovákiában 2006-os adatok alapján a munkaerő költségei 5,5%-át tették ki a termelés költségeinek, ugyanez az arány Csehországban 9,4%. Az arányszám és az országok közötti különbség két tényezőt tükröz: egyrészt a munkabérek különbségét, másfelől a termelés élőmunka-intenzitását. A szlovák járműiparban túlréprezentált a viszonylag kevésbé élőmunka-intenzív összeszerelés, amely, minthogy betanított munka, alacsonyabb órabéru tevékenység.

Szlovákiában a Hyundai/KIA vállalatcsoport úgy nyilatkozott 2004-ben, hogy a meglehetősen alacsony bérek jelentős szerepet játszottak a telepítési döntéskor.

Átlagosan egy szlovák járműipari alkalmazott éves bruttó bérköltsége 2006-ban 10.900 euró volt, vagyis havi 908 euró, hozzávetőlegesen 227 ezer forint. Ezzel a szlovák munkaerő költsége a statisztika szerint így is alulmarad a cseh adatokhoz képest, még úgy is, hogy 6 év alatt ezek a költségek majdnem megduplázódtak. Északi szomszédunk munkaerőköltsége a járműiparban így is mindössze ötöde az európai átlagnak.

Szlovákiában a szociális kiadások a munkaerő költségeinek 24,5%-át (2006) tették ki, amely közel megegyezik a környező országokban tapasztalható aránnyal, valamint az uniós átlaggal. A béreket terhelő kiadások 2006-ig folyamatosan csökkentek.

A dolgozók termelékenysége Szlovákiában kiugróan alacsony; nemcsak az Unió, de a régió átlagához képest is. Míg 2005-ben egy járműipari foglalkoztatottra 58.000 eurónyi hozzáadott érték jutott az Unióban, addig Szlovákiában csak 20.000 euró. Csehországban 30 ezer euró, jut egy munkásra, tehát az alacsony bérek nem azonos munkatermelékenység mellett realizálódnak.

Az éves munkaerőköltség, valamint a termelékenység között statisztikailag erős kapcsolat van, azonban továbbra is nagy azon tényezők súlya, melyek hatással lehetnek a termelékenységre (munkakörülmények, infrastruktúra) (Sipos 2010).

AZ IMD World Competitiveness Online 1995-2010 adatai alapján Csehország oktatási rendszere jobban illeszkedik a gazdaság szükségleteihez, mint Szlovákiáé.

K+F, innováció, képzési lehetőségek

A járműgyártás kifejezetten tudás-intenzív iparág, ahol szükség van a jól képzett munkaerő meglétére, megőrzésére. Ebben az alfejezetben arra keresek választ, a két ország közül melyik tesz meg többet annak érdekében, hogy kitűnően kvalifikált munkaerőt tudjon biztosítani azon ágazat számára, amely óriási jelentőséggel bír a gazdasági szerkezetében, azaz a járműipar részére.

2005-ben a szlovák kormány a költségvetés 0,74%-át különítette el kutatás-fejlesztésre, mely érték megegyezik a magyarországiával. Ugyanez az arány Csehországban 1,22%-ot jelentett. Az egyetemek, kutatóintézetek munkáit részben ez a forrás finanszírozza (Sipos 2010).

Csehországban a legtöbb egyetemen K + F központok működnek, ahol a hallgatók az elméleti oktatáson kívül valós gyakorlati feladatokkal is kapcsolatba kerülnek. Ezek a központok szorosan együttműködnek a vállalatokkal, többek között a Škodával.

Az első vállalati egyetem, Škoda Autó Egyetem 2000-ben jött létre Csehországban, amely magánegyetemként működik. Szakmai alap-és mesterképzést is indít. A hallgatók az alapképzés 7 féléve alatt ismerhetik meg a vállalati gazdaságtant és az üzleti menedzsment alapjait.

A 4 féléves mesterképzés fő programja a globális üzleti és vállalati pénzügyi menedzsment, a globális üzleti marketing, valamint a vállalati gazdasági és operatív menedzsment (Skoda Auto University 2011).

Szlovákia is próbálja ösztönözni, hogy a külföldi autógyárak és más cégek minél több K+F-állást teremtsenek. Kétséges azonban, hogy e téren lehet-e olyan sikeres, mint amennyire vonzó volt az összeszerelés szempontjából. Eleve hátrányban van Kínával és más olyan országokkal szemben, ahol alacsonyabbak a költségek, és sokkal nagyobb bőségben áll rendelkezésre a jól képzett munkaerő.

Ezenkívül az autógyárak a kedvező költségszint mellett azért telepedtek meg Szlovákiában és Közép-Európában, mert a térség egyaránt közel van Nyugat-Európához és a gyorsan bővülő keleti piacokhoz, mindenekelőtt Oroszországhoz. A K+F tekintetében viszont a földrajzi elhelyezkedés kevésbé számít: a detroiti autógyárak is Kaliforniában végzik a tervezési munka nagy részét. „Szlovákia ideális hely az autógyártáshoz, de van-e vajon kompetitív előnye az értéklánc magasabb fokain?” – kérdi Mary Stokes, az RGE Monitor tanácsadó cég elemzője.

A Szlovákiában jelen lévő három nagy autógyártó nem is folytat komoly K+F-tevékenységet az országban. Vállalatvezetők szerint ennek megváltoztatásához korszerűsíteni kellene a gyengén felszerelt egyetemeket, hogy javuljon a mérnökképzés.

„Határozottan hiányzik a magas szintű képzés, és ez nagyon nagy akadály lesz” – szögezi le Jean Mouro, a Peugeot Citroën szlovákiai főnöke (*Autóipari Tanácsadó Klaszter* 2009).

Valójában nem lehet megállapítani, hogy a szlovák lemaradás K+F téren vajon a szakemberhiány, forráshiány vagy a vállalati stratégia okán következett-e be.

Beruházás-ösztönzés és adórendszer

A beruházás-ösztönzés és adórendszer vizsgálatakor arra a kérdésre keresek választ, hogy mit tesz Csehország illetve Szlovákia a beruházások ösztönzése érdekében.

Elsőként Csehországot vizsgálom. Ha egy kicsit visszalépünk az időben, elmondhatjuk, hogy a cseh befektetés-ösztönzési rendszer kiépítésnek kezdete 1998 és 2004 közötti időszakra tehető. Milos Zeman szociáldemokrata kormánya úgy tartotta, hogy a külföldi működő tőke bevonása a legjobb katalizátor a hazai vállalatok növekedése számára. Így kezdeti célként azt tűzték maguk elé, hogy a feldolgozó ipart külföldi tőke bevonásával fejleszteni fogják. Főként a high-tech és a gépipar területéről akartak beruházókat idecsalogatni - amely ágazok amúgy is igen kedveltek voltak a tőkeexportőrök körében.

A beruházási törvény különlegessége abban állt, hogy már teljesen EU konform módon alkották meg, így érvényesült a nemzeti elbánás és a legnagyobb kedvezmény elve is. A nemzeti elbánás kereskedelem-politikai elve alapján a külföldi állampolgárokat, vállalatokat és árukat nem részesítették hátrányban a csehekkel szemben, ami az adóztatás azonos mértékét is jelentette. A legnagyobb kedvezmény elve értelmében pedig megadták a külföldiek számára a harmadik országnak nyújtott legnagyobb kedvezményt.

Az állami támogatást és az adó és vámkedvezményeket a cseh állammal kötött szerződés alapján ítélték oda a cégeknek. A Czech Invest volt megbízva a pályázatok kezelésével és elbírálásával, míg a Gazdasági és Versenyvédelmi Hivatal a pályázatot felülvizsgálta és elfogadta. A Czech Invest ezenkívül rendkívül fejlett módon működött már akkor is, hiszen minden egyes befektetés támogatását egy projektmenedzser segítségével készítették elő, így a döntési idő 30 napja alatt hatékonyan és kellően összefogottan tudtak minél több információt nyújtani és kapni a cégek. A Czech Invest fennállástól, 1993-tól 2007. március 31-ig 815 projektet hoztak létre, ezzel 161 957 munkahelyet teremtve. Mindezek alapján tehát elmondható, hogy a cseh állam nem keveset köszönhet a Czech Invest működésének.

Bár az új évezred elején a nemzetközi tőkeáramlás világszerte lelassulóban volt, és a tőzsdék is hanyatlani kezdtek, azonban ez kevésbé éreztette hatását Közép-Európában, különösen Csehországban, ahol olyan versenypolitikát sikerült megalkotni, előbbre vitte az országot a befektetések piacán.

Általános jelenség Csehországban, hogy nagy hangsúlyt helyeznek a regionális elvekre és főként a magas munkanélküliséggel sújtott régiókat segíti (*Sasvári* 2008).

Negatívumként megállapítható, hogy Csehországban a beruházásokat a termelési kapacitások alacsony kihasználtsága, a bizonytalan gazdasági kilátások és a továbbra is restriktív hitelezési politika fogja vissza.

A továbbiakban Szlovákiát vizsgálom beruházás-ösztönzés és adórendszer szempontjából.

Szlovákiában szintén működik a Czech Invest-hez hasonló Slovak Invest gazdaságfejlesztő vállalkozás, feladatköre, funkciói nagyrészt megegyezik a Czech Invest-tel. 2001 decemberében a szlovák parlament elfogadta a befektetés ösztönzésről intézkedő 565/2001 számú törvényt, melynek köszönhetően 6 év alatt az észak-szlovákiai Zsolna régióban a munkanélküliségi ráta 8,8 százalékponttal csökkent, amely közel 29.000 új állást jelent.

Sajtóinformációk szerint a Hyundai/KIA konszern közvetve 10 ezer embernek ad munkát. A 2007 tavaszán indult gyártósor 2.300 főt foglalkoztat.

A konzorcium 1.3 milliárd dolláros beruházása 13 hónap alatt valósult meg. A kormányzat magatartása tehát teljes mértékben ösztönző volt a dél-koreai vállalat számára. 2004-ben Szlovákia adóreformot valósított meg. A vállalati adót az év elejétől 25%-ról 19%-ra mérsékeltek, és az átláthatóság érdekében számos régi adónemet eltöröltek, egyebek mellett az adómentességi időszakot, az egyéni, valamint a speciális adóalapot, továbbá az uniós rendeletekhez igazították az adótörvényeket. Az új szlovák adótörvények igazodnak az olyan irányelvekhez, mint az Anya-leányvállalatok Direktíva, Beolvadási, Kamat és Jogdíjak, valamint a Megtakarítások Irányelv.

Túry Gábor, az Akadémia Világgazdasági Kutatóintézetének Szlovákiával és Csehországgal foglalkozó munkatársa szerint azonban az országban működő három autógyár jóval a példaértéküként emlegetett 2004-es adóreform előtt döntött arról, hogy Szlovákiában épít üzemet. A kutató szerint döntésüket a Dzurinda-kormány 1998-as hatalomra kerülése és várható reformjai motiválták (*Autóipari Tanácsadó Klaszter* 2008).

Csehország és Szlovákia vállalkozói környezete a Világbank elemzése alapján

A Világbank a Doing Business éves jelentésben azt vizsgálja, hogy a világ 183 országában milyen üzleti feltételek között működnek a vállalkozások, mekkora mértékű üzleti reformokat hajt végre az állam, illetve a szabályozások mennyiben könnyítik, vagy éppen nehezítik a befektetők tevékenységét (Vas Megyei Kereskedelmi Iparkamara 2010) (3. táblázat).

3. TÁBLÁZAT

Az egyes országok vállalkozói környezetének rangsora a Világbank Doing Business 2010 és 2011. évi jelentése alapján

(The rank of business environment of countries according to Doing Business Report 2010 and 2011 of World Bank)

<i>Ország</i>	<i>Rangsor a Doing Business 2010.évi jelentése alapján</i>	<i>Rangsor a Doing Business 2011.évi jelentése alapján</i>
<i>Szingapúr</i>	1.	1.
<i>Hong Kong, Kína</i>	2.	2.
<i>Új-Zéland</i>	3.	3.
<i>Nagy-Britannia</i>	4.	4.
<i>USA</i>	5.	5.
<i>Szlovákia</i>	40.	41.
<i>Magyarország</i>	52.	46.
<i>Lengyelország</i>	73.	70.
<i>Csehország</i>	82.	63.
<i>Görögország</i>	97.	109.
<i>Csád</i>	183.	183.

Forrás: The World Bank (2011).

A számos szakintézmény 8200 szakértőjének bevonásával készült idei jelentés szerint Szlovákia a 40. helyről a 41. helyre csúszott le, míg Csehország egy jóval hátrébb lévő pozícióból, a 82. helyről a 63. helyre emelkedett.

A Világbank 9 szempont alapján végezte el a vizsgált országok üzleti környezetének rangsorolását (4. táblázat).

4. TÁBLÁZAT

Csehország és Szlovákia rangsora, vállalkozói környezetének minősítése a Világbank Doing Business 2010 és 2011. évi jelentése alapján

(The rank of Czech Republic and Slovakia, theirs classification of business environment according to Doing Business Report 2010 and 2011 of World Bank)

<i>Vizsgált témák</i>	<i>Csehország rangsora a Világbank 2010. évi jelentése alapján</i>	<i>Csehország rangsora a Világbank 2011. évi jelentése alapján</i>	<i>Változás a listában Csehország esetében</i>	<i>Szlovákia rangsora a Világbank 2010. évi jelentése alapján</i>	<i>Szlovákia rangsora a Világbank 2011. évi jelentése alapján</i>	<i>Változás a listában Szlovákia esetében</i>
<i>Cégalapítás</i>	127	130	-3	64	68	-4
<i>Építési engedély kezelése</i>	75	76	-1	56	56	nincs változás
<i>Ingatlan regisztrálása</i>	62	47	+15	9	9	nincs változás
<i>Hitelhez jutás</i>	44	46	-2	14	15	-1
<i>Befektetők védelme</i>	92	93	-1	108	109	-1
<i>Adófizetés</i>	121	128	-7	120	122	-2
<i>Külkereskedelem</i>	57	62	-5	116	102	+14
<i>Szerződésben foglaltak érvényesítése</i>	78	78	nincs változás	70	71	-1
<i>Vállalkozás megszüntetése</i>	115	32	+83	39	33	+6
<i>Összesített rangsor</i>	82	63	+19	40	41	-1

Forrás: The World Bank (2011).

Úgy gondolom, hogy a Világbank ezen elemzése is mérvadó lehet abban az esetben, ha egy vállalkozónak döntenie kell, mely országban indítja el, illetve fejleszti vállalkozását.

Városi környezet a menedzsment számára

Véleményem szerint a városi környezet élhetősége is hatással lehet egy beruházási döntés meghozatalában, hiszen a menedzsment számára szükség van egy biztonságos, jól megközelíthető, kiváló infrastrukturális ellátottságú lakóhelyre.

Úgy gondolom, hogy Csehország és Szlovákia autógyártó városai a menedzsment számára is élhetők lehetnek. Sokkal jelentősebbnek vélem ezt a telepítési tényezőt olyan országok tekintetében, ahol a városok nagyobb mértékben vannak kitéve különböző természeti veszélyeknek, pl. túlzott mértékű szmog.

Összefoglalás

Dolgozatom első részében a járműipart világviszonylatban vizsgáltam, majd szűkítve Kelet- Közép- Európára eljutottam Csehországhoz és Szlovákiához.

Összegzésként elmondhatjuk, hogy a járműipar valóban óriási jelentőséggel rendelkezik a világgazdaságban. Egyes országok, úgymint Csehország és Szlovákia gazdaságában túlsúlyosnak is nevezhető a járműipar, hiszen mindkét esetben megfigyelhető az iparág kiugróan magas aránya az országban fellelhető egyéb ágazatokhoz viszonyítva. Kérdéses, hogy ez a szinte teljesen egy lábón állás mennyire jelent veszélyt ezen országok számára.

Tanulmányom fő témája a két ország telepítési tényezőinek összehasonlítása volt a Skoda és KIA példáján keresztül.

Megállapítható, hogy a járműipar hagyományai a két ország közös múltjára nyúlik vissza, így egyik országtól sem idegen az iparág. A telepítő tényezőket vizsgálva elmondható, hogy ahogyan a dolgozatomban elején feltételeztem, miszerint ez a vizsgálat vegyes képet fog mutatni, beigazolódott.

Csehország egyértelmű előnyben van a közlekedési infrastruktúra, a munkaerő képzettsége, valamint az innováció és a képzési lehetőségek tekintetében, míg Szlovákia elsősorban az olcsó munkaerő-költségnek köszönheti többek között a KIA megjelenését is. Mindkét ország törekszik beruházásokat vonzani az országba, különböző ösztönzőkkel. A városi környezet élhetősége pedig saját véleményem szerint a vizsgált országokban nem jelent problémát.

A jövő tekintetében mindkét országnak további tervei vannak az autóipar területén, így természetesen egymás versenytársai maradnak. Úgy gondolom, hogy a versenyhelyzetből adódóan törekedni fognak a telepítési tényezők fejlesztésére, kedvezőbb pozíció elérésére.

Irodalom

- ACEA (2011) *Czech Republic National Association: Automotive Industry Association of the CR*. http://www.acea.be/index.php/country_profiles/detail/czech_republic (Letöltve: 2011. 09. 24.)
- Autóipar Tanácsadó Klaszter (2008) *Új csodafegyvere van a szlovák gazdaságnak*. <http://hungary.open.eu/2008/03/05/uj-csodafegyvere-van-a-szlovak-gazdasagnak/> (Letöltve: 2011. 10. 05.)
- Autóipari Tanácsadó Klaszter (2009) *A szlovák modell túlságosan függ az autóipartól*. <http://www.autoipari-klaszter.hu/2009/07/06/a-szlovak-modell-tulsagosan-fugg-az-autoipartol/> (Letöltve: 2011. 10. 05.)
- Havas A. (2010) *Az oktatásügyi K+F+I rendszer elemzése és stratégiai fejlesztése*. - Ágazati stratégiák: járműipar. A járműipar kutatás-fejlesztési, innovációs és tudásmenedzsment modelljei és stratégiái - Az oktatási ágazatban hasznosítható tanulságok. TÁMOP 3.1.1. 8.1. Budapest. 3-4. o.
- HVG (2011) *Bővíti kapacitását a Skoda*. http://hvg.hu/cegauto.autoshirek/20110203_skoda_autogyar (Letöltve: 2011. 09. 24.)
- Juhász Zs. (2003) *A cseh ipar és esélyei az EU-ban*. <http://www.sulinet.hu/tart/fcikk/Kicf/0/15185/1> (Letöltve: 2011. 09. 24.)
- Leaseplan (2011) *Gyártók modelljei*. <http://www.leaseplan.hu/pu/hu/Gyartok> (Letöltve: 2011. 09. 24.)
- Leier Autó Kft. (2011) *Új értékesítési rekordot állított fel a Skoda Auto 2010-ben*. http://www.leierandco.hu/Haendler/U00504/?skoda&id=F9201&mcc=1&detail=/std_news/hu/marken/skoda/neuw/189.htm (Letöltve: 2011. 09. 24.)
- Molnár E. (2009) A világ autóiparának változó földrajza. - *Földrajzi Közlemények*. 2. 105-120. o.
- NFGM (2009) *Indíttatás. Járműipari Akcióterv (2009-2013)*. Budapest.
- Sasvári I. (2008) *Magyarország vagy Csehország? Japán befektetések Közép-Európában*. Szakdolgozat.
- Sipos M. (2010) *A járműipar Szlovákiában*. Szakmühelyi tanulmány. Nemzetgazdasági Minisztérium Tudásgazdaság Főosztály. Budapest.
- Skoda Auto University (2011) <http://new.skoda-auto.com/com/about/perspective/education/pages/university.aspx> (Letöltve: 2011. 10. 05.)
- The World Bank (2011) *Doing Business*. <http://www.doingbusiness.org/> (Letöltve: 2011. 10. 05.)
- Top Tier Consultants (2010) *Fenntartható-e a KKE régió vonzereje? Autóipari beszállítók sikertényezői Közép- és Kelet-Európában*. http://toptierconsultants.com/docs/TTC_CEE_Success_Factors_2010_HU_F.pdf (Letöltve: 2011. 10. 05.)
- Vas Megyei Kereskedelmi Iparkamara (2010) *„Doing Business” jelentés 2011*. <http://www.vmkik.hu/index.php?id=4337> (Letöltve: 2011. 10. 04.)

COMPARISM OF DRIVERS FOR LOCATION OF CAR INDUSTRY ENTERPRISES IN SLOVAKIA AND CZECH REPUBLIC- SKODA, KIA

ANDREA USZKAI

This paper summarizes results of my research in the theme „drivers for location of Skoda and Kia car industry enterprises in Slovak and Czech Republic.”

The begin of the paper deals with the importance of the automobile industry in global level. Later the horizon narrows for the car industry of Eastern and Central European countries, then for the Slovak and Czech Republic. In the focus of this paper stand those location factors, which maybe play especially significant role in point of Skoda and Kia. These factors are for instance the cost of labor force, research and development, infrastructure, living condition for the management and taxing. Naturally, real factors are not public, I can only assume them.

Maps illustrate the geographical place of Slovak and Czech car industry enterprises and tables help the appreciation. Internet, printed publications and books mean the source of my information.

JÁRMŰIPAR SZLOVÉNIÁBAN

(The Vehicle Industry in Slovenia)

KASZA DORINA

Kulcsszavak:

Renault Novo Mesto elhelyezkedés fejlődés

Szlovénia kis ország, mégis jól fejlettnak mondható. Az országban egyetlen autógyár van, melyben csupán a Renault néhány modelljének a gyártása zajlik. A szlovén autóipar létrejötte nem egyik napról a másikra valósult meg. Napjainkban elmondható, hogy Szlovénia érett autópiaccal rendelkezik, mely magas technológiai fejlettségi szinten van. Az ország az elhelyezkedése miatt válik vonzóvá a járműipar szempontjából. Az iparág foglalkoztatottsági szintje jelentős. A környezetvédelemre is komoly hangsúlyt fordítanak. Az ország célja, hogy Nyugat-Európát utolérje. Fontos tényező, hogy Szlovénia jó minőségű közúti infrastruktúrával rendelkezik.

Novo Mesto – Revoz

Elhelyezkedés, csúcspontok

A Revoz Szlovénia egyetlen autógyára és egyike a legnagyobb ipari üzemeknek. A Revoz a Renault csoport karosszéria összeszerelő üze me, itt gyártják a Clio II-t, illetve 2007 óta az új Twingo-t is.

A Revoz telephelye Szlovéniában, Novo Mesto városában található, 60 km-re délkeletre a fővárostól, Ljubljanától. Népességét tekintve 35,848 lakosa van, területe pedig 152,1 km². Az üzem Novo Mesto déli peremén, a várost átszelő Krka folyó jobb partján helyezkedik el.

A Revoz-i telephely 2009-ben rekordévet tudhatott magáénak. A pénzügyi és gazdasági válság ellenére a gyár 212680 autót gyártott, 7%-kal többet, mint 2008-ban és 6%-kal többet, mint 2007-ben, az előző csúcsteljesítményű évben.

2009. április 6-ától a telephely három teljes műszakban működik, és új termelési rekordot állított fel napi 916 autó gyártásával.

Az üzem folytatta a W33-as projekt kivitelezését, és felkészült az új jármű, a Wind gyártására (www.renault.com).

A környezetet leginkább szem előtt tartó vállalatnak járó díj

Az 1999-től ISO 14001 minősítéssel rendelkező Novo Mesto-i üzem szemlélete egy átfogó személyzeti képzési terven alapszik, és most az ország többi részén kísérleti üzem szerepét tölti be. A kormányzati testületek törekvéseiben való közreműködés, a más vállalatokkal történő egyeztetés és a személyzet részéről biztosított támogatás további motivációt jelent a vállalatnak a Renault politikájának alkalmazásában. Az üzem 2003. november 27-én elnyerte a leginkább környezettudatos vállalatnak járó díjat, amelyet a Szlovén Környezetvédelmi Fejlesztési Alap adományozott.

Zaj

Bizonyos építésszerkezeti és folyamatbeli változások hatására csökkent az üzem által kibocsátott zaj. A zajszennyezés csökkentése érdekében az üzem zajvédő falakat és zajtalanítókat telepített bizonyos szellőztetőrendszerekre. Az üzem az éjszaka folyamán végzett logisztikai műveleteket minimálisra csökkenti, ezzel is korlátozva a zajkibocsátást.

Folyamatos fejlesztési terv

Egy folyamatos fejlesztési terv kidolgozása lehetővé tette, hogy állandó szinten tartsák a környezetre gyakorolt hatásokat annak ellenére, hogy a termelés körülbelül 40%-kal növekedett 1998 és 2009 között, 7%-kal emelkedett 2008 és 2009 között, 2009-ben pedig ugyanazon a szinten maradt.

Menedzsment

A környezetvédelmi tevékenységeket minden munkaállomáson teljes körűen integrálták az alapvető tevékenységekbe (www.renault.com).

1. TÁBLÁZAT
Főbb környezetvédelmi adatok
(Main environmental data)

	2009	Változás 2008 óta	Változás 2004 óta
Vízfogyasztás (ezer m ³)	236,4	7%	18%
Cseppfolyós anyagok kibocsátása			
Szuszpendált szilárd halmazállapotú anyagok (kg/d)	78	18%	-29%
OM (kg/d)	144	-17%	-44%
Mérgező fémek (kg/d)	0,2	-37%	-89%
Légköri kibocsátás			
Közvetlen, közvetett üvegházhatású gázok kibocsátása (t CO ₂ egyenérték)	70,285	*	*
NOx kibocsátás (t)	21,7	13%	17%
SO ₂ kibocsátás (t)	1,5	790%	-57%
VOC kibocsátás (g/m ²)	44	-12%	-27%
Veszélyes hulladék (t)	998	4%	*
Energia (MWh LHV)	163,998	8%	21%

(*): a változás kiterjedése

Forrás: Renault (renault.com).

Nemzeti kereskedelmi súlypont

A modern ipar gyökerei

A nagyjából 2 milliós lakosságú Szlovéniát néha „mini Svájc”-nak is nevezik. Az ország GDP/fő mutatója megközelítőleg 17076 euró, ezzel Szlovénia az új EU tagállamok egyik legvagyonosabb országa.

A szlovén autóipar kialakulásához el kellett telnie bizonyos időnek. A buszok voltak az első járművek, amelyeket tömegesen gyártottak Szlovéniában: az első üzemet Avtomontaza-ban Ljubljánában alapították a II. világháború előtt. A háború után már teherautókat és buszokat is gyártottak Mariborban (Tovarna Avtomobilov Maribor, TAM). A szlovén autógyártók rögtön a kezdetektől kapcsolatokat építettek ki külföldi vállalatokkal, melyek közül néhány a mai napig aktív maradt. A személygépkocsik gyártása 1959-ben kezdődött Novo Mestóban, ahol 1972-től RENAULT járműveket gyártanak. 1960-tól Koperben CIMOS (Citroen elődje) személyautókat szereltek össze 1985-ig, ezt követően pedig az alkatrészek átfogó gyártása kezdődött meg, először a Citroen részére, majd később más világméretű járműgyártók és autóipari beszállítók részére is.

A rendszerváltás során számos vállalat – köztük a TAM is – kénytelen volt bezárni, ugyanakkor az autóipar egy része virágzott. Mostani utódjuk a TVM vállalat, ahol reptéri és MIDI buszokat fejlesztenek ki és gyártanak a NEOPLAN-nak.

Szlovéniának érett autópiaca van. Az autósűrűség szembeötlően magas, 615 autó jut 1000 főre, ezzel az adattal számos nyugat-európai országot megközelítenek. Elsősorban az elhelyezkedésének köszönheti az ország ezt az eredményt, hiszen Szlovénia volt a korábbi Jugoszlávia kereskedelmi súlypontja, míg a termelés nagy része Szerbiában, Horvátországban és Montenegróban történt. Az autóipar szempontjából ez az elhelyezkedés teszi vonzó átjáróvá az országot a többi volt Jugoszláv állam felé. Széles körben használják Koper kikötőjét is, különösen az ázsiai gépjárműgyártók.

Szlovénia autóipara magas technológiai fejlettségi szinten van, és számos modern szervezési elv szerint működik, úgymint a karcsúsított termelés, a benchmarking vagy a többfunkciós gyártás (*Automotive Industry...*).

Kicsi, de jól fejlett

Habár Szlovénia kicsi, az autóipara viszonylag kiterjedt, több mint 90 vállalatot foglal magában, az iparág teljes foglalkoztatottsága pedig meghaladja a 24800 főt. Az ebből származó összes bevétel összege 4 milliárd euró. A szlovén áruexport 20%-át járművek, autóalkatrészek és más ehhez kapcsolódó berendezések teszik ki. 2007-ben a járműexport 31%-kal emelkedett a 2006-os adatokhoz képest.

A Renault 1972 óta képviselteti magát az országban a helyi autógyártóval, a Revoz-zal kötött megállapodás értelmében. A vállalat Novo Mesto-i üzeme ma körülbelül 200000 személyautót gyárt évente. A Revoz Szlovénia legnagyobb gépkocsigyártója (*Automotive Industry...*).

2. TÁBLÁZAT
Statisztikai adatok
(Statistical data)

Közvetlen autóipari foglalkoztatás	24,800
A teljes előállítás részeként	2,67%
Gépjárművek gyártása	235,320
Ebből személyautó	200,164
Autóállomány (1000-ben)	1,235
Gépkocsi sűrűség (1000 lakosra jutó)	615

Forrás: Automotive Industry in the New EU Member States.

Beszállítók

A szlovén autóipari beszállítók ágazata körülbelül 85 gyártót foglal magában, többségük Tier 2-es és Tier 3-as beszállító. Az alábbi területeken működnek még Tier 1-es beszállítók is: sebességváltó mechanizmusok, fékrendszerek és egyéb összeszerelések a CIMOS-nál, a motor- és kormányrendszerek autóvillamossági berendezései az Iskra Avtoelektrika-nál, motor gyújtószerkezetek és elektronika a Hidra AET-nél, ülések a TPV-nél, bowden kábelek a TBP-nél és fényszórók a Hella Saturnus-nál. Az alkatrészeket a következő gyártók szerzik be Szlovéniából: a németországi Volkswagen, BMW, Audi, DC, MAN, Bosch és Ford, a franciaországi Renault, PSA és Brose, az olaszországi Lombardini, Landini és Fiat, az ausztriai Magna Steyr és Grammer, valamint további angliai, egyesült államokbeli, spanyolországi, magyarországi illetve más országbeli gyártók (40% Németország, 21% Franciaország, 8% Olaszország, 6% Ausztria, 6% Egyesült Királyság, 4% USA, 3% Spanyolország). E vállalatok többsége tagja a Szlovén Autóipari Klaszternek (Automotive Cluster of Slovenia - ACS).

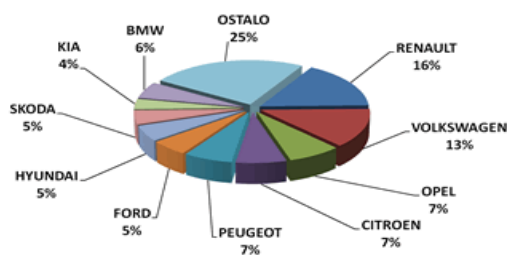
ACS - A nemzeti autóipari súlypont

A Szlovén Autóipari Klaszternek (ACS) tagjai azok az autógyártók, akik az autóalkatrészek előállítását túlnyomó részben felügyelik. Ezen kívül a szövetség magában foglalhat kutatóintézetet és olyan egyetemi karokat is, amelyek nagymértékben kapcsolódnak az autóiparhoz. A kutatótevékenységekhez szükséges erőforrások megszerzéséhez fontos, hogy a vertikális és horizontális integrációk szinergikus hatásai (vállalatok, tudáshordozók, stb. között) teljesen ki legyenek használva. A sikerük emiatt szorosan összekapcsolódik a tudás- és kompetencia-menedzsmenttel, valamint a koordinációval.

Az ACS mára központi kommunikációs pontként funkcionál a gyártók, a beszállítók, a kutatószervezetek és a kormány között, így támogatva az innovatív infrastruktúrát a szlovén autóipar számára. A Szlovén Autóipari Klaszternek 59 tagja van - 53 ipari vállalat és 6 kutatási és fejlesztési intézet -, több mint 18600 embert alkalmaznak, bevételük összege pedig körülbelül 2,87 milliárd euró. Ez azt jelenti, hogy az ACS mindhárom érdekszféra számára találkozási ponttá vált.

Az ACS egy üzleti érdekeltiségű szövetség, amely egyesíti a szlovén autóipari beszállítókat a fémmegmunkálási, a mechanikai, elektromos és elektronikai, kémiai, gumi, textil és szállítási eszköz iparágakban, továbbá egyesíti a kutatással és technológiafejlesztéssel foglalkozó intézményeket, valamint a szervízszoftálgátásokat (*Automotive Industry...*).

1. ÁBRA
A regisztrált személygépkocsik Szlovéniában, 2011 februárjában
(Registered cars in Slovenia, 2011 February)



Forrás: Avto drustvo Slovenije (ads-slo.org).

Az értékesítés és a termelés áttekintése

A termelés márká szerint:

Az autógyártásnak egy bizonyos fokú hagyománya van Szlovéniában. A Renault tulajdonában álló szlovén Revoz az ország egyik legnagyobb ipari vállalata és vezető exportőre. Mielőtt a Renault 1991-ben vezetői részesedést szerzett a vállalatban, a Revoz személyautók kifejlesztésével és gyártásával foglalkozott Novo Mesto-ban. Amikor a Renault részvényessé vált, jelentősen megújultak a Revoz-nál alkalmazott eljárások, és elkezdtek Renault járműveket gyártani. Az elmúlt években a Revoz-i üzem körülbelül 150000 Clio modellt gyártott. 2004-ben a Renault eldöntötte, hogy további 400 millió eurót fektet be Szlovéniába, hogy növelje a termelési kapacitást, és felkészüljön az új modell gyártására, mely a Clio és a Twingo (X 44) között foglal helyet. Napjainkban is a Renault az egyetlen gyártó, aki autót állít elő az országban.

Az autóiipari beszállítók telephelyválasztása is Szlovéniára esett. Ez az ipari szegmens körülbelül 1,2 milliárd euró értékű termelési volument képvisel, aminek a nagy része nyugat-európai exportra kerül. A beszállítók elsősorban Revoz körül, Novo Mesto-ban illetve a Maribor-i területen, az osztrák határhoz közel helyezkednek el.

Az értékesítés márká szerint:

A helyi személyautó-piac csekély, évente nagyjából 60000 új autót regisztrálnak, de meglehetősen stabil és kiszámítható. Az Európai Unióhoz való csatlakozás miatt sor került az áfa- és az adórendszer harmonizációjára, amely azt eredményezte, hogy egyes helyi piacok a használt autók importja terén aknázták ki a növekedési potenciált 2004-ben és 2005-ben. 2004-ben 8102 használt autót importáltak, míg 2005-ben az importált használt autók darabszáma már elérte a 17288-at. Ugyanakkor arra számítanak, hogy középtávon növekedni fog az új autók értékesítése. A következő öt év során a piac 70000 új autó értékesítésével is számolhat.

A legtöbbet eladott márká és az egyértelmű vezető Szlovéniában 2005-ben a Renault volt, őt követte a Volkswagen és az Opel, majd némi lemaradással a Citroen (*Ernst & Young* 2006).

Kilátások

Kockázatok: A fennálló üzleti gyakorlat és az uralkodó szocialista tradíciók kettőssége kihívások elé állíthatja a külföldi befektetőket.

Szlovéniának régóta fennálló hagyománya van a szocialista politikai kultúrában. Ez megnyilvánul abban a meglehetősen restriktív jellegű privatizációs folyamatban, ami a bank- és telekommunikációs szektorban illetve más szektorokban működő, korábban állami tulajdonban lévő vállalatokat érinti, és az ország „koronaékszereinek” a megővését szolgálja. A privatizáció során a kormány sok vállalkozásban jelentős érdekeltséget őriz meg.

A zöldmezős beruházást tervező vállalatok számára a jogrendszer lehetővé teszi, hogy teljes mértékben saját tulajdonú beruházást hajtsanak végre, ugyanakkor a szlovén piacra belépő vállalatok előnyösnek látják bevonni a helyi hatóságokat is az átfogó befektetési stratégiába.

Habár az adórendszer igazodik a nyugat-európai előcsatlakozási standardokhoz, az adózás olyan terület, amely a befektetők számára egyfajta bizonytalanságot jelent. Ez a bizonytalanság a szabályok és a különféle értelmezések következtelen alkalmazásából fakad az ország különböző regionális adóhatóságai között.

Ebből kifolyólag Szlovénia arra összpontosít, hogy az olcsóbb munkaerőre támaszkodó, jóval hagyományosabb gyártási folyamatok helyett a szolgáltató-szektorra tegye a hangsúlyát, amely sokkal magasabban képzett munkaerőt igényel.

Szlovénia arra törekszik, hogy gazdasági szempontból utolérje Nyugat-Európát, a munkabérek pedig szorosan követik ezt a trendet.

Szlovénia egy főre jutó GDP-je megközelíti Portugália szintjét, a munkabérek pedig jóval az EU-átlag felett vannak az új tagállamokhoz képest, magas a személyi jövedelemadó és a társadalombiztosítási költségek szintje. (Ernst & Young 2006).

Lehetőségek és jutalmak

A jó minőségű közúti infrastruktúra, a nyugat-európai piacok közelsége és a volt Jugoszláv szomszédállamokhoz fűződő kapcsolat jelenti bizonyos tekintetben az ország vonzerejét.

Az út- és autópálya infrastruktúra jól fejlett Szlovéniában, és az utak jobb állapotban vannak, mint sok más kelet-európai országban. A fennálló infrastruktúrából valamint a nyugat-európai országokhoz való földrajzi közelségből logisztikai előny származik. Koper kikötőjét is széles körben használják, főleg az ázsiai autógyártók.

Szlovénia képviseli tradicionálisan a korábbi Jugoszlávia kereskedelmi csomópontját, ami elsősorban az elhelyezkedésének köszönhető; Szerbia, Horvátország és Montenegró pedig a gyártás helyszíne. Ez az elhelyezkedés teszi üzleti szempontból vonzó átvjáróvá Szlovéniát a többi volt jugoszláv ország felé (Ernst & Young 2006).

3. TÁBLÁZAT

*A Renault modellek gyártása Szlovéniában
(Manufacturing of Renault models in Slovenia)*

Renault 4		1973-1992	575.960
Renault 12		1974-1977	7.283
Renault 16		1974-1976	342
Renault 18		1980-1987	18.498
Renault 5		1989-1996	192.121
Renault Clio		1993-1998	299.831
Renault Clio II		1998-	1.141.313* *do 31.12.2006
Renault Twingo II		2007-	

Forrás: Revoz- History (revoz.si).

A piaci kereslet

A szlovén piac nem kínál olyan növekedési lehetőségeket, mint a többi közép-kelet-európai feltörekvő piac, mivel kétféle lakossága az egyik legkisebb egész Európában. A kielégítetlen kereslet szintje (néhány országban régen gyakori volt az autók korlátozott választékához való hozzáférés miatt) alacsony. Az autók átlagos élettartama Szlovéniában 6 év, hasonlóan a nyugat-európai országokhoz.

Az új autók iránti kereslet 1999-ben elérte a 80000 darabot, ezt követően a keresletben jelentős ingadozás nem történt. 2009-ben 54999 új autót értékesítettek. A Renault továbbra is tartotta domináns vezető pozícióját az autók eladása terén, 29 %-os részesedést tudhatott magáénak 2009-ben (*Ernst & Young* 2010).

Autóipari szereplők

Az IMV-t (Industry of Motor Vehicles) 1954-ben alapították, Novo Mesto-ban nyitottak gyártási telephelyet, és brit Austin személyautókat gyártottak licenc alapján. Majd később szövetségre léptek a Renault-val. Az átvétel óta a Renault erőteljesen megnövelte a termelését kiviteli célból. 2008-ban a Renault termelési szintje 198094 egység volt, 2009-ben pedig több mint 212000 egység. A termelési portfólióban a Renault Clio és a Renault Twingo II szerepel. Az A-szegmensbe tartozó modellt, a Twingo-t kizárólag Szlovéniában gyártják. Mindkét modellt főként más nagy európai piacok részére szánják.

A visszaesés

Export-függő országgént Szlovénia is szenved a visszaesés következményeitől. 2009-ben a GDP-ben 7,8 %-os visszaesés következett be.

A stabil és liberális politikai környezetből, valamint az üzletbarát infrastruktúrából előnye származik Szlovéniának. A pénzügyi rendszer is meglehetősen szilárd, mivel az idegen befolyás korlátozott volt ebben a szektorban az évek folyamán. Az új EU-tagállamok közül Szlovénia volt az első, aki csatlakozott a monetáris unióhoz 2007-ben.

A kormány inkább arra összpontosít, hogy felvértesse az iparágat a jövőben, mintsem arra, hogy az új autók vásárlását ösztönző roncsautó-programokon keresztül fellendítse a rövid távú értékesítéseket. A kormány bejelentette második pénzügyi támogató csomagját, amellyel új technológiák kifejlesztését segítik elő az autóipari szektorban, valamint további céljuk, hogy Szlovénia mechatronikai telephellyé váljon. A kutatási tevékenységeknek és a nagyobb hozzáadott érték megteremtésének a jelentősége egyre inkább középpontba kerül, amit nagymértékben elősegít az ipar és az egyetemek együttműködése is.

A viszonylag magas munkabérek költségei szükségessé teszik az iparágra irányuló fókuszváltást. A fej- és kartámlákat gyártó Grammer a varrási munkafolyamatokat Csehországból, Spanyolországból, Lengyelországból és Szlovéniából nemrég áthelyezte Szerbiába és Bulgáriába. A szlovén autóipar csak a növekvő technológiai szakértelem révén tudja megkülönböztetni magát az alacsony költség-színvonalú szomszédos országoktól.

A kormány elfogadott egy gazdaságélénkítő csomagot, melynek keretében gondoskodnak a vállalatok likviditásáról, és magakadályozzák az elbocsátásokat azáltal, hogy lehetővé teszik a rövidített idejű munkavégzést. Továbbá az adókat is csökkentették: az áfát 20%-ról 8,5%-ra mérsékeltek, ez körülbelül 3000 terméket érint 2010 végéig.

A Renault, Szlovénia autóiparának támpillére, 2009 tavaszán bejelentette, hogy visszahelyeznék a Clio II gyártását Franciaországba. Ugyanakkor azt is mondták, hogy ennek ellensúlyozására növelnék a Twingo gyártását, mivel a más országok által kezdeményezett roncsautó-programok következtében kereslet mutatkozik irántuk. 2009 májusában a Renault bejelentette, hogy egy új, kis modellnek a gyártását tervezi „X33” néven. E beruházáshoz a szlovén kormány támogatást nyújtott a Revoz-nak (*Ernst & Young* 2010).

Környezetmenedzsment

A természeti örökség iránti felelősségvállalás

A Revoz gyártási tevékenysége Novo Mesto majdhogynem kellős közepén történik. Épp ezért a környezetmenedzsment – a Renault csoport környezetpolitikájából adódóan – a vállalat működésének egyik legfontosabb részét képezi. A gyár aktív szerepet vállal a Renault csoport fenntartható fejlődés koncepciójának megvalósításában, amely nem más, mint a vállalat környezeti és társadalmi felelősségvállalása az alkalmazottak és a környezet iránt.

Ahhoz, hogy a folyamatos fejlődést és a vállalat jövőjére néző kedvező feltételeket biztosítani tudják, hogy gazdasági, társadalmi és környezeti szempontból is összehangolt, sikeres menedzsmentre van szükség. Ebből kifolyólag a vállalatnál folyamatosan arra törekednek, hogy olyan új technológiákat és gyártási eljárásokat vezessenek be, amelyekkel a lehető legnagyobb mértékben minimalizálni tudják a környezetre gyakorolt hatást.

Környezetmenedzsment és környezetpolitika

A Revoz környezetpolitikája közvetlenül a Renault csoport ipari környezetpolitikájából ered. A gyár teljes személyzete részt vesz abban, hogy folyamatos fejlődést tudjanak biztosítani e téren, továbbá elhivatottak abban, hogy javítsák a környezetvédelmi mutatókat és mindennapi munkájuk a környezetmenedzsmentet is felölelje.

A természeti erőforrásokkal való takarékoság

Ahhoz, hogy a Revoz elérje legfőbb céljait a környezetre gyakorolt hatások csökkentése terén, a következő intézkedésekre van szükség:

- az energiafelhasználás menedzselése;
- a vízfelhasználás menedzselése;
- a szennyvízkezelés megoldása úgy, hogy az elvezetéskor a nehézfémek a lehető legkisebb koncentrációban legyenek jelen;
- az illékony szerves vegyületek kibocsátásának csökkentése;
- a veszélyes és veszélyesnek nem minősülő ipari hulladék mennyiségének csökkentése
- a szelektív hulladékkezelés ösztönzése (*Revoz Environmental Management*).

Társadalmi felelősségvállalás

Az emberi erőforrás színvonala

A Renault stratégiai irányvonalainak értelmében az emberi erőforrás fontos részét képezi a Revoz jövőképe. A személyzetet és a környezetet szem előtt tartva elősegítik, hogy a Novo Mesto-i üzem a Renault nemzetközi terjeszkedésének profitábilis bázisává váljon, és alkalmazkodóképességével, reakcióképességével valamint hatékonyságával valamennyi gépjármű-összeszerelő üzem számára kiemelkedő példaként szolgáljon.

A legjobbak toborzása és megtartása

A vállalat emberi erőforrás menedzsmentjének színvonalában számos különböző módszer szerepet játszik: kommunikációs készségeket fejlesztő tréning, a vezetők 360°-os értékelése, a karrierbizottság javaslatára, illetve általa történő előléptetés, kompetenciamenedzsment felőli megközelítés, évenkénti egyéni interjúk, stb.

Javadalmazás és előléptetési lehetőségek

A vállalat különös figyelmet fordít a javadalmazási rendszerre, amely a szervezeti légkör egyik alkotóelemét képezi. A javadalmazási rendszer magában foglalja az előléptetés lehetőségét. A fizetési politikát az Igazgatótanács és a szociális partnerek közti éves megállapodás keretében határozzák meg.

A képzés, mint az előrehaladás eszköze

A Revoz a Renault oktatási és képzési politikájának alapelveit követi, amely szerint nincs előrehaladás megfelelő tudás és képességek nélkül. Az oktatás és képzés célja az, hogy növeljék a vállalat és a személyzet hatékonyságát. A Renault és a Revoz minden alkalmazottat arra ösztönöz, hogy karrierjük folyamán képezzék magukat. A Revoz személyzetének egyrészt a Revoz Oktatási és Képzési Központ nyújt gyakorlati és elméleti képzést, másrészt a Renault oktatási központjai, valamint más szlovéniai és külföldi oktatási szervezetek.

Egészség és biztonság

A vállalat nagy hangsúlyt fektet arra, hogy a munkavégzés magas színvonalú egészségügyi és biztonsági követelményeknek megfelelően történjen. A munkaügyi politika a biztonság, az ergonómia és a munkahelyi feltételek köré szerveződik, ami a következő elvből származik: a biztonságos és ösztönző környezetben való munkavégzés elengedhetetlen a jó eredmények eléréséhez (*Revoz Social Responsibility*).

PR és szponzoráció

Fenntartható fejlődés

A Renault csoport tagjaként a Revoz teljes mértékben részese a Renault fenntartható fejlődési politikájának. A márka-image és a vállalati kultúra a felelősségvállalás számos aspektusára figyelmet fordít: egyrészt a menedzsmentnek hatékonyan kell működni, másrészt a vállalat arra törekszik, hogy a lehető legnagyobb mértékben demonstrálja felelősségtudatát a környezetvédelem, a társadalmi felelősségvállalás és a PR terén.

A közlekedésbiztonságra való figyelemfelhívás

A Renault fő tevékenységei között szerepel a közlekedésbiztonság támogatása. 2006-ban a Revoz és a Renault Nissan Slovenia – a Közlekedésbiztonsági és Balesetmegelőzési Tanáccsal együttműködve – immár a negyedik egymást követő évben megvalósította a Renault „Biztonság mindenkinek” elnevezésű nemzetközi programját Szlovéniában.

A kulturális örökség és az oktatás támogatása

Szponzorként vagy adományozóként a Revoz kulturális eseményeken is jelen van. A Cankarjev dom-mal (Kulturális és Kongresszusi Központ) és a Festival Brežice-vel (Művészeti- és zenefesztivál) több éves együttműködést tartanak fenn, míg a többi kulturális projekt (koncertek, mozifilmek) szponzorálása alkalmasszerűen történik. A Revoznál már hagyománya van annak, hogy pénzügyi támogatásban részesítik a szakképzési projekteket, azokat az általános iskolákat, ahol franciaoktatás folyik és a Les Theatreux tanulói színésztársulatot.

Humanitárius egyesületek támogatása

A Revoz évek óta segíti az egyes helyi és nemzetközi humanitárius egyesületeket, mint például a fiatalokat támogató egyesületet, a Društvo prijateljev mladine Novo mesto-t és a Szlovén Nemzetközi Nőegyletet, a SILA-t. Ezen kívül pénzügyi források és tárgyi eszközök adományozásával segítik számos önkéntes tevékenység végzését, továbbá tűzoltócsapatoknak és egyéneknek is nyújtanak ily módon segítséget.

Szakmai szervezetek támogatása

A Revoz különféle szervezeteket és helyi egyesületeket is támogat, úgymint a Velenje-i V-racing club-ot (a klub tagja Matej Grudnik, aki hegyi gyorsulási versenyben nemzeti bajnok lett a 21 év alatti kategóriában), továbbá a Novo Mesto-i és Mirna Peč-i helyi versenyfutamokat, a Dolenjska-i bajnokságot, stb. (*Revoz Public Relations and Sponsoring*).

Irodalom

Automotive Industry in the New EU Member States. *Slovenia-Natural trading hub*.
http://www.acea.be/images/uploads/pr/SL_March20.pdf
Avto drustvo Slovenije: <http://www.ads-slo.org/statistika/>
Ernst & Young (2006) *The Central and Eastern European Automotive Market*. Industry overview.
[http://webapp01.ey.com.pl/ey/web/eycom_download.nsf/resources/cee_automarket_broszura.pdf/\\$file/cee_automarket_broszura.pdf](http://webapp01.ey.com.pl/ey/web/eycom_download.nsf/resources/cee_automarket_broszura.pdf/$file/cee_automarket_broszura.pdf)
Ernst & Young (2010) *The Central and Eastern European automotive market*. Industry overview.
[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Publikation_Central_and_Eastern_Europe_2010/\\$FILE/CEE%20automarkets%202010.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Publikation_Central_and_Eastern_Europe_2010/$FILE/CEE%20automarkets%202010.pdf)
Renault: <http://www.renault.com/en/groupe/developpement-durable/fiches-sites/pages/novo-mesto.aspx>
Revoz- History: <http://www.revoz.si/en/inside.cp2?cid=50A1DC36-A564-8F6D-AAEF-BB43A84AB644&linkid=inside>
Revoz Environmental Management: <http://www.revoz.si/en/inside.cp2?cid=D334322C-9461-D013-4AEB-D1DA7CA0B7A5&linkid=inside>
Revoz Public Relations and Sponsoring:
<http://www.revoz.si/en/inside.cp2?cid=B8DD6463-C3D6-8602-7A7F-2422AF4415ED&linkid=inside>
Revoz Social Responsibility: <http://www.revoz.si/en/inside.cp2?cid=042970E5-FE69-FD5C-983A-E38585C5E02F&linkid=inside>

THE VEHICLE INDUSTRY IN SLOVENIA

DORINA KASZA

Slovenia is a small country, but well developed. In this country is produced just some kind of Renault. This is the only factory, which manufactures cars in this country. Their park is located in Novo Mesto. They are producing approximately 200000 passenger cars per year. They enjoyed a record-breaking year in 2009. The slovenian automotive industry has developed not so fast. Firstly busses were produced in Slovenia. In our days the country has a mature car market, which is technologically high up. Car density stands at 615 cars per 1,000 people. Slovenia is very attractive, first of all because of its localization. The port of Koper is used by automotive manufacturers. This industry employs many people. Renault turns attention to environmental protection. Slovenia purpose is to catch Western Europe up. It is very important that the country has a good road infrastructure. Slovenian automotive suppliers industry has about 85 producers. The Automotive Cluster of Slovenia (ACS) has 59 members, which is the central communication point between manufacturers, suppliers, research organizations and the government.

A JÁRMŰIPAR GAZDAGÁSI HATÁSA NÉMETORSZÁGBAN

(The Economic Impact of Automobile Industry in Germany)

SZÉKELY NIKOLETT

Kulcsszavak:

járműipar Németország telepítési tényezők

A tanulmány a járműipar gazdasági hatásait vizsgálja Németországban. Németország jelentős szerepet tölt be mind Európa, mind a világ gépjárműgyártásában. A járműipari forgalom, valamint a termelési és értékesítési adatok alapján a német gépjárműipar kimagaslóan teljesített az elmúlt évtizedben, a járműipari bevétel a teljes ipari bevétel húsz százalékát tette ki. A tanulmány arra a kérdésre keresi a választ, hogy miben rejlik a német járműipar sikeressége. Ennek tükrében kerül elemzésre az infrastruktúra, a szakképzett munkaerő, a kutatás-fejlesztési központok, az egyetem és a vállalatok közötti együttműködések, valamint a klaszterek és az állam által nyújtott kedvezmények szerepe és jelentősége Németországban.

Németország jelentősége a világ gépjárműgyártásában

Németország a bruttó hazai termék értékét tekintve (az Európai Unió, az USA, Kína, Japán és India után) a világ hatodik legnagyobb gazdasága és ipari országa volt 2010-ben. Az Európai Unió legerősebb gazdaságaként az EU termelésének harmadát állítja elő. 2010-ben 9%-kal növekedett az ipari termelése, amelyben meghatározó részesedése volt a gépjárműiparnak.

Termelés

A gépjárműipar – az éves forgalom szempontjából nézve – Németország legnagyobb iparága. Az 1. ábra alapján Németországot bátran lehet nevezni az európai autóipar központjának.

Németország 1000 kilométeres körzetébe 15 óra alatt lehet eljutni vonattal, 12 óra alatt tehergépjárművel, és másfél óra alatt repülőgéppel. Amennyiben megduplázzuk a távolságot, így Németország 2000 kilométeres körzete szinte lefedi egész Európát, így 30 óra alatt vonattal, 24 óra alatt teherautóval, és 3 óra alatt repülőgéppel el lehet juttatni a gépjárműveket az Európai Unió szinte bármely országába.

1. ÁBRA

Németország szerepe az európai gépjárműgyártásban
(Germany's role of the European automobile production)



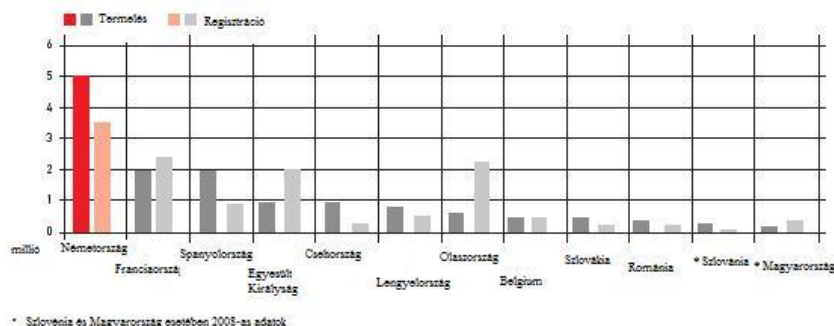
Forrás: The Automotive Industry in Germany (2010, 2).

A német gépjárműipar forgalma a 2009-es évben 263 milliárd eurót tett ki, amely a teljes német ipari bevétel körülbelül 20 százaléka. Németország Európa legnagyobb járműiparával rendelkezik a *termelés és az értékesítés*

tekintetében. A személygépjárművek körülbelül 35 százalékát Németországban gyártják, valamint az új regisztrált gépjárművek 30 százaléka Németországból származik. A 2. ábrán látható, hogy Európában Németország az élenjáró a gépjárműgyártás és a regisztrált gépjárművek terén. 4,9 millió személygépjárművet és több mint 245 000 tehergépjárművet és buszt gyártottak 2009-ben (ACEA, 2010).

2. ÁBRA

*Európai gépjárműgyártás és a regisztrált személygépjárművek száma 2009-ben
(European automobile production and the number of registered cars in 2009)*



Forrás: ACEA (2010).

A 2010-es év adatai alapján közel 6 millió járművet gyártottak az országban, amely a világ gépjárműgyártásának 7,6 százaléka. Az 1. táblázatban szereplő OICA adatai azt mutatják, hogy Németország már a kilencvenes évek közepén is jelentős szerepet töltött be a világ gépjárműgyártásában. 1997 és 2010 között átlagosan 8 százalékkal részesedett a világ gépjárműtermeléséből. Az 1999-es év adata kiugró értéknek számít, ekkor jelentősen visszaesett Németország részesedése

1. TÁBLÁZAT

*Németország részesedése a világ gépjárműtermeléséből (1997-2010)
(Germany's share of the automobile production in the world)*

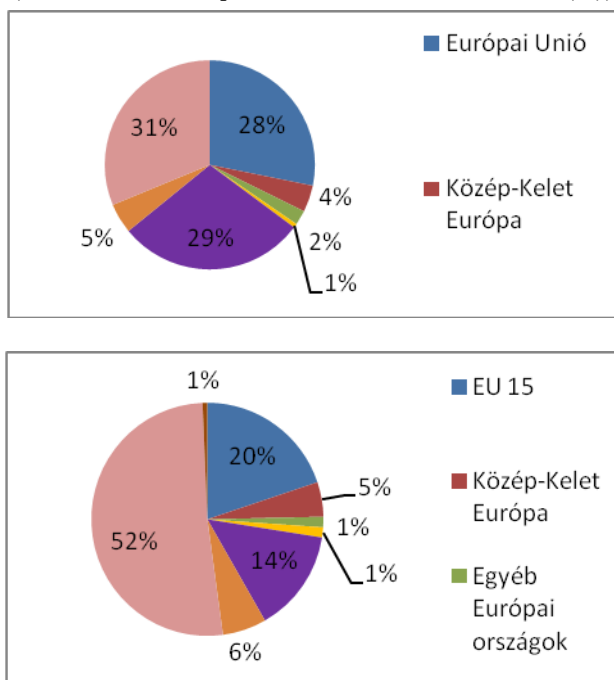
Év	Világ összes gépjárműtermelése	Németország gépjárműtermelése	Németország részesedése a világ gépjárműtermeléséből
1997	54 341 372	5 022 928	9,2%
1998	51 932 085	5 726 788	11,0%
1999	16 499 045	378 168	2,3%
2000	58 374 162	5 526 615	9,5%
2001	56 304 925	5 691 677	10,1%
2002	58 994 318	5 469 309	9,3%
2003	60 663 225	5 506 629	9,1%
2004	64 496 220	5 569 954	8,6%
2005	66 482 439	5 757 710	8,7%
2006	69 222 975	5 819 614	8,4%
2007	73 266 061	6 213 460	8,5%
2008	70 520 493	6 045 730	8,6%
2009	61 703 997	5 209 857	8,4%
2010	77 609 901	5 905 985	7,6%

Forrás: OICA adatai alapján saját számítás.

A 3. ábra azt mutatja, hogy a világ országai 1997-ben és 2009-ben hogyan részesülnek a gépjárműtermelésből. 2009-ben az EU 15 országai teszik ki a világ gépjárműgyártásának az ötödét, 20 százalékát. Ha országokra lebontjuk az EU 15-öt, Németország egymaga adja a világ gépjárműgyártásának 8,4 százalékát.

3. ÁBRA

A világ gépjárműtermelése 1997-ben és 2009-ben (%)
(World automobile production in 1997 and in 2009 (%))



Forrás: VDA (2010); OICA adatai alapján saját szerkesztés.

Németország a gépjárműtermelésben betöltött szerepe az EU 15 országain belül még inkább kimagasló. 1997-ben Németország részesedése az EU 15 gépjárműgyártásából 32,8 százalékos volt, 2009-re ez az arány 42,6 százalékra nőtt, tehát Németország az EU 15 országain belül növelte pozícióját (2. táblázat). A világ gépjárműtermelésében a NAFTA országoknak (USA, Kanada, Mexikó) csökkent a részaránya, az 1997-es 29 százalékról 2009-re 14 százalékra mérséklődött (VDA, 2010; OICA).

2. TÁBLÁZAT

Németország részesedése az EU 15 gépjárműgyártásból 1997-ben és 2009-ben
(Germany's share of 15-member EU automobile production in 1997 and in 2009)

	1997	2009
EU 15(darab)	15 313 411	12 242 586
Németország (darab)	5 022 928	5 209 857
Németország részesedése az EU 15 gépjárműgyártásából	32,8%	42,6%

Forrás: OICA adatok alapján saját számítás.

Nem szabad figyelmen kívül hagyni a feltörekvő ázsiai országokat. 1997-ben Ázsia és Óceánia alig előzte meg az EU 15 országokat, ezzel szemben 2009-re utolérhetetlen előnyre tettek szert. Ázsián belül Kína térnyerése jelentős, egymaga adja Ázsia gépjárműtermelésének 43 százalékát. Ázsiában Kínán kívül Japán és Dél-Korea gépjárműtermelése a számottevő (3. táblázat).

3. TÁBLÁZAT
Ázsia gépjárműtermelése 2009-ben (darab, %)
(Automobile production in Asia in 2009 (pieces, %))

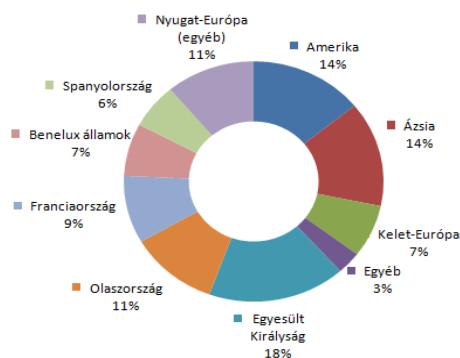
	darab	%
<i>Kína</i>	13 790 994	43,4%
<i>Japán</i>	7 934 057	25%
<i>Dél-Korea</i>	3 512 926	11,1%
<i>Egyéb</i>	6 522 178	20,5%
<i>Ázsia összes</i>	31 760 155	100%

Forrás: OICA adatok alapján saját számítás.

Exportszerkezet

Németország gazdasága erősen exportorientált: az Európai Unió és Kína után a világ harmadik legnagyobb exportőre. Fő exportpartnere Franciaország (10,2%), az USA (6,7%), Hollandia (6,7%), Egyesült Királyság (6,6%), Olaszország (6,3%), Ausztria (6%) Kína (4,5%) és Svájc (4,4%) volt 2009-ben. Kivitelét meghatározzák a gépek, a járművek, a vegyi anyagok valamint a fém- és gyáripár, illetve az élelmiszer- és textilipar. Az exportnövekedéshez jelentősen hozzájárult az amerikai és kínai kereslet élénkülése.

4. ÁBRA
A német gépjárműexport 2009-ben (%)
(Automobile export in Germany in 2009 (%))



Forrás: VDA (2009, 36).

A német gépjárműexport hasonló képet fest, mint az exportpartnerek százalékos megoszlása. A 4. ábra azt mutatja, hogy Németország főleg Nyugat-Európába exportál gépjárműveket, a legjelentősebb exportpartnerei között említhetjük Olaszországot, Franciaországot, Spanyolországot és a Benelux államokat. Emellett Európán kívülre is szállít, főként Ázsiába és Amerikába (VDA, 2009).

Leányvállalatok

A külföldi piacból származó bevétel 150,7 milliárd euró volt 2009-ben, míg a hazai piacból származó bevétel 112,5 milliárd eurót tett ki (*The Automotive Industry in Germany 2010/2011* 2010). A két érték majdnem egyenlő, az autógyártásból származó bevétel 43%-a belföldről, 57%-a pedig külföldről származik.

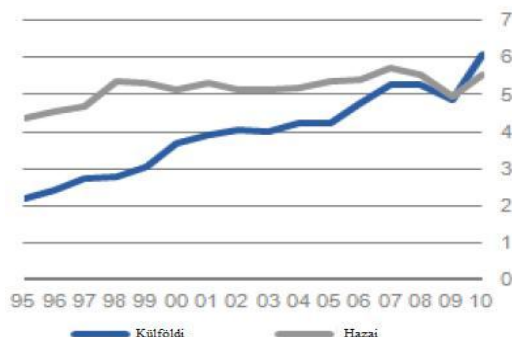
A külföldön gyártott gépjárművek száma 2010-ben haladta meg első ízben a Németországban gyártottak számát. Ahogy az 5. ábrán is látszik, 1995-ben még csak az egyharmadát tették ki a külföldön gyártott autók a gépjárműgyártásnak. Látható, hogy a gépjárműszektort egyre inkább a globalizáció formálja.

A következő okok miatt éri meg ezt a stratégiát követni a német gépjárműgyártóknak (Heymann 2011). Elsőként a német autógyárak ki tudják használni az adott ország helyi adottságait, például a bérköltségek alacsonyabbak Kelet-Európában vagy Ázsiában, mint Németországban. Másodsorban a helyi igények felmérése sokkal könnyebb, mint az anyaországban, valamint ez által csökkenthetők a szállítási költségek is. Harmadrészt a vám és nem vám jellegű korlátok is a kitepítés mellett szólnak. A legtöbb ország maga szabályozza a piacra

jutás feltételeit. A kiszervezés előnye, hogy nem a fogyasztók fizetik meg a vámkötségeket. A külföldi termelés további előnye, hogy természetes fedezetet biztosít az árfolyam-ingadozások tekintetében.

5. ÁBRA

A külföldi és a hazai gépjárműtermelés (millió darab) 1995-2010
(Foreign and domestic automobile production (million pieces) 1995-2010)



Forrás: Heymann (2011, 1).

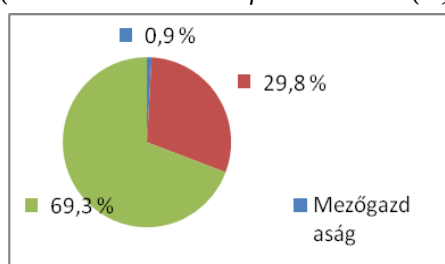
Vitathatatlan, hogy Németország meghatározó szerepet tölt be a világ járműiparában, amelyet a termelési és exportadatok csak alátámasztanak. A következő fejezet keretén belül országos szinten mutatom be a német gépjárműipart, az iparág fő mutatószámainak a vizsgálatával.

A német járműipart meghatározó fő mutatószámok

Mint a legtöbb nemzetgazdaságban, Németországban is a szolgáltató szektor a domináns, csaknem 70 százalékot tesz ki a részaránya (6. ábra). A másik meghatározó szektor az ipar, közel 30 százalékkal. A mezőgazdaság alig éri el az egy százalékot. Ahogy a 4. táblázat mutatja, ez a tendencia 2000 és 2008 között nem változott.

6. ÁBRA

A GDP szektorális megoszlása 2008-ban (%)
(Sectoral distribution of GDP in 2008 (%))



Forrás: OECD.

4. TÁBLÁZAT

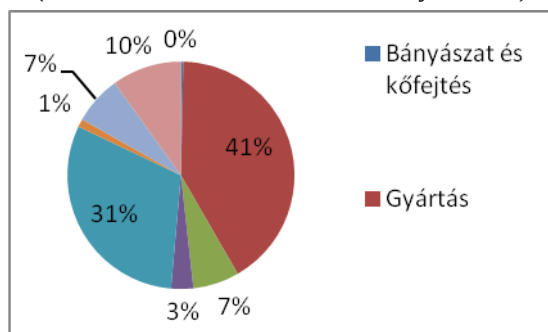
A GDP szektorális megoszlása, 2000-2008 (%)
(Sectoral distribution of GDP, 2000-2008 (%))

Megnevezés	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Mezőgazdaság	1,3	1,4	1,1	1	1,1	0,9	0,9	0,9	0,9
Ipar	30,3	29,7	29,1	28,9	29,3	29,1	29,9	30,2	29,8
Szolgáltatás	68,5	69	69,7	70,2	69,6	70	69,2	68,9	69,3

Forrás: OECD.

A 7. ábra azt mutatja, hogyan oszlik el az iparon belül a szektorok aránya. Jelentős részt képvisel a gyártás szektora, amelybe a gépjárműgyártást sorolják.

7. ÁBRA
Az iparon belüli szektorális megoszlás 2007-ben
(Sectoral distribution within industry in 2007)



Forrás: Eurostat adatok alapján saját számítás.

A következőkben a német járműipar fő mutatószámait elemzem. Elsőként a járműipari forgalmat tárgyalom, majd a termelés és értékesítés, a foglalkoztatottság és a K+F kiadások adatait veszem sorra. A fejezet végén a 2009-es pénzügyi válság hatásait fejtem ki.

Járműipari forgalom

A járműipar a legnagyobb iparág Németországban. 2009-ben a járműipari forgalom 263 milliárd eurót tett ki, ami a teljes német ipari bevétel körülbelül 20 százaléka. A múlt évtizedben a gépjárműipar megduplázta a bevételét, a feldolgozóiparon belüli részesedése 12 százalékról 19 százalékra nőtt. Az autóiipari és motoripari gyárak 67 egységben 38 milliárd eurós forgalmat értek el (VDA, *Annual Report*, 2010).

Németország vezető szerepéhez hozzátartoznak olyan világszinten ismert német autómárkák, mint például a Porsche, az Audi, a Mercedes, a BMW, vagy a tömegpiacra termelő Volkswagen. A hatalmas forgalom leginkább a termelési és értékesítési adatokkal magyarázható.

Termelés és értékesítés

Az 5. táblázat a német autógyárak 1998-as, 2004-es és 2009-es termelési adatait szemlélteti. Németország legjelentősebb autóiipari vállalata a Volkswagen Group. A Volkswagen a leányvállalataival együtt a világ gépjárműtermelésének 9,3 százalékát adta 1998-ban. A kétezres évek elején ez az arány némileg csökkent, ám 2009-re ismét közel 10 százalékos részesedéssel bír a Volkswagen csoport. Fél és másfélmillió darabszám között gyártott 2009-ben a Daimler, a BMW Group a Ford Germany és az Opel is. A Daimler 2006-ig azért volt képes nagyobb volumenű termelésre, mert a Chrysler 1998-ban leányvállalataival együtt összeolvadt a Daimler-Benz csoporttal. A teherautó gyártás viszonylag kisebb részét alkotja a német autóiiparnak. A válság mégis a nehézgépjármű gyártást sújtotta jobban, a termelés itt esett vissza leginkább, 60-70 százalékkal. A személygépjármű gyártók között a Daimler szenvedte el a legnagyobb veszteséget, 32,6 százalékkal csökkent a termelése 2009-ben az előző évhez viszonyítva. A német autóiipari gyárak több mint tízmillió darabbal kevesebb gépjárművet gyártottak, ami 13 százalékos csökkenés 2008-hoz képest (VDA 2010; OICA).

5. TÁBLÁZAT
*A német autógyárak részesedése a világtermelésből
 1998-ban, 2004-ben és 2009-ben*
 (German car plant's share of the world production in 1998, in 2004 and in 2009)

Gyártók	1998		2004		2009	
	Darab	%	Darab	%	Darab	%
Volkswagen Group	4 809 000	9,3%	5 095 480	7,9%	6 067 208	9,8%
Daimler ¹	4 512 000	8,7%	4 627 883	7,2%	1 447 953	2,3%
BMW Group	1 209 000	2,3%	1 250 345	1,9%	1 258 417	2%
Ford Germany	n.a.	-	n.a.	-	929 665	1,5%
Opel	n.a.	-	n.a.	-	607 739	1%
Porsche	n.a.	-	84 095	0,1%	75 637	0,1%
MAN	54 000	0,1%	70 482	0,1%	42 050	0,1%
Iveco-Magirus	n.a.	-	2 119 717	3,3%	5775	0%
Multicar	n.a.	-	n.a.	-	1084	0%
Összesen	51 932 085		64 496 220		61 703 997	

Megjegyzés: ¹ 2006-ig DaimlerChrysler

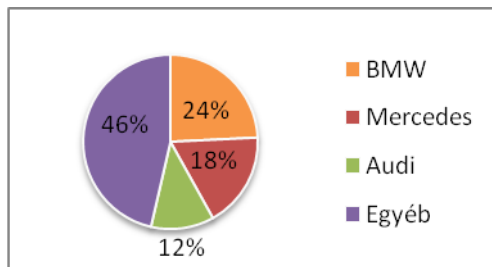
Forrás: VDA (2010); OICA adatok alapján saját szerkesztés.

Foglalkoztatottság

A VDA adatai szerint 2009-ben a német autóiparban 723 ezer főt foglalkoztattak. Ebből az autógyártásban 406 ezer munkavállaló dolgozik. A Németországban foglalkoztatottak száma eléri a 40,17 millió főt, így a német munkavállalók 1,8 százaléka dolgozik közvetlenül az autóiparban. Ha az összes foglalkoztatott számát szektorokra, a mezőgazdaságban 830 000 fő, az iparban 10 millió, a szolgáltató szektorban pedig 29,41 millió fő vállalt munkát 2009-ben. Az ipari foglalkoztatottakhoz viszonyítva a munkavállalók 7,2 százaléka tevékenykedett az autóiparban a vizsgált évben.

A BMW, a Mercedes és az Audi statisztikai adatai alapján a 8. ábrán az látható, hogy a három legnagyobb német autógyár foglalkoztatja együttesen az autógyáraknál munkát vállalók több mint 50 százalékát. Közel 25 százalékos részesedést ad a BMW, amely a müncheni székhelyen kívül rendelkezik telephellyel Dingolfingben, Regensburgban, Landshutban, Lipcsében és Berlinben is.

8. ÁBRA
A foglalkoztatottak megoszlása a legfőbb autógyárak között 2009-ben
 (Distributions of employees among main car plants in 2009)



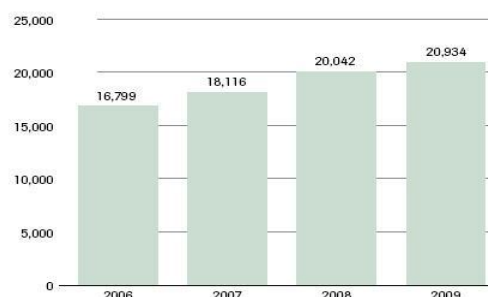
Forrás: VDA (2010); BMW AG, Audi AG adatai alapján saját számítás. Mercedes-Benz;

A német autógyártás sikeréhez hozzájárul a magasan képzett munkaerő, amit a kiváló oktatási rendszer tesz lehetővé. Az egyetemről és főiskolákról kikerülő frissdiplomás mérnökök biztosítják az autóiparban foglalkoztatottak munkavállalásának a folytonosságát.

K+F kiadások

A német autóipar – még a 2009-es válság ellenére is – egyre inkább fokozza a kutatás és fejlesztésre fordított kiadásait. Ahogy a 9. ábrán is látszik, 2009-ben 20,9 milliárd eurót költöttek K+F-re, 4,4 százalékkal többet, mint az előző évben.

9. ÁBRA
K+F kiadások (2006-2009) millió euróban
(R+D expenses (2006-2009) in million euro)

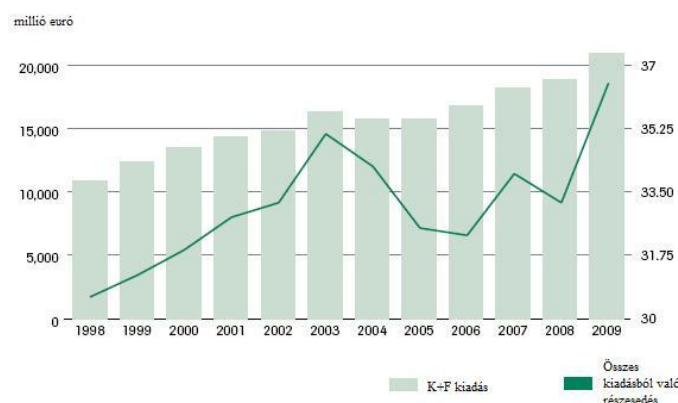


Forrás: VDA (2010, 19).

A vállalatok ezáltal megerősítették piacvezető pozíciójukat, így a válság után biztosítva van számukra az első hely. A német autóipar jelentős figyelmet fordít az innovációra és a kutatásfejlesztésre. A gépjármű szektor a teljes K+F kiadások 36,5 százalékát kapja. A K+F szektorban a foglalkoztatás is nőtt, 2008-ban 85 683 főt foglalkoztató szektor 2009-re 90 410 főt foglalkoztatott. Ez azt jelenti, hogy 2009-ben az autóiparban dolgozók 12,5%-a, míg a autógyártásban foglalkoztatottak 22,2%-a tevékenykedett a K+F szektorban (VDA, 2010).

A 10. ábra azt mutatja, hogy a K+F kiadások 1998 és 2009 között fokozatosan nőnek, ebben a szektorban a 2009-es pénzügyi válság aligha volt érzékelhető.

10. ÁBRA
K+F kiadás a német gépjárműiparban (1998-2009)
(R+D expenses in German automobile industry (1998-2009))



Forrás: VDA (2010, 23).

Németország az összes európai OEM 42 százalékának az otthona, így joggal nevezhető Németország az európai gépjármű-fejlesztés központjának. Számos egyetem és innovációs klaszter szoros kapcsolatban áll a gépjárműiparban tevékenykedő vállalatokkal.

A 2009-es pénzügyi válság hatása a német járműiparra

A 2009-es pénzügyi válság nem hagyta érintetlenül a járműipart sem. A 2009-es évben a német vállalatok (gyártók, szállítók és tehergépjárműveket gyártó vállalatok) csupán 263 milliárd eurós bevételt értek el. Mindez 20 százalékos csökkenést jelentett az előző évhez viszonyítva. A hazai piacról származó bevétel 15 százalékkal lett kevesebb 2009-ben, min 2008-ban (112 milliárd euró), míg a külföldi piacról származó bevétel 151 milliárd euróra csökkent (Feeley 2009).

Ha a *gépjárműgyártás* bevételecsökkenését külön vizsgáljuk, a hazai piacról származó bevétel csupán 9 százalékkal csökkent, kevesebbel, mint ami az előzetes várakozás volt. Ezzel szemben a külföldi piacról származó bevétel 22 százalékos csökkenést produkált. A válság a *nehézgépjármű-gyártást* sújtotta leginkább, a termelés 60-70 százalékkal volt kevesebb 2009-ben, mint 2008-ban. A *személygépjármű* gyártók között a Daimler szenvedte el a legnagyobb veszteséget, 32,6 százalékkal csökkent a termelése 2009-ben az előző évhez viszonyítva. A német autóipari gyárak több mint tízmillió darabbal kevesebb gépjárművet gyártottak, ami 13 százalékos csökkenés 2008-hoz képest (VDA, 2010; OICA).

Az *utánfutó és karosszériagyártás* tekintetében a bevétel az előző évhez képest 46 százalékkal zuhant, összesen 5,5 milliárd eurót tett ki, amely 1996 óta a legkevesebb bevételt jelentette a szektornak.

A német *járműbeszállító ipar* 2008-hoz képest a válság hatására a bevételeinek negyedét elvesztette. A szektor 50 milliárd eurós bevétele csupán a 2001-es év bevételeinek volt megfelelő (VDA, 2010).

A 2009-es pénzügyi-gazdasági válság a kutatás-fejlesztést érintette a legkevésbé, ugyanis a K+F-re fordított kiadások az ezredfordulót követően folyamatosan nőttek, 2009-ben az összkiadás több mint 36 százalékat fordították kutatás-fejlesztésre.

A 2009-es válság hatására az autóiparban *foglalkoztatottak száma* 3,5 százalékkal csökkent. A legtöbb autógyártó a csökkentett munkahét bevezetésével próbálta elkerülni a tömeges elbocsátásokat, tehát a vállalat munkavállalói öt nap helyett heti négy napra álltak munkába. A válság hatásainak csökkentését szolgálta a német kormány részéről az ún. „*roncsautóprogram*”, amely keretében a német kormány 5 milliárd eurót fordított arra a célra, hogy 2500 euróval honoráljon minden egyes használt autó lecserélését. A program 2009 januárjában kezdődött és szeptemberig tartott. Leginkább a Volkswagent lehet a 2009-es év nyertesének nevezni az olcsó modelljeinek köszönhetően. A BMW a válság ellenére is nyereséges volt, a Daimler pedig a milliárdos veszteséget követően egy kemény költségcsökkentési program révén ismét növekedési pályára lépett (*Roncsautó húzta a német eladásokat* 2010).

Összefoglalva elmondható, hogy a 2009-es pénzügyi és gazdasági válság nagy hatást gyakorolt a német autóiparra, de a sikeres válságkezelési tervnek és a különböző programoknak hála a legtöbb autógyár nem zárta különösen nagy veszteséggel a 2009-es évet.

A német járműipart meghatározó fő telepítési tényezők

Németországban a járműiparban tevékenykedő vállalatok az egész ország területén megtalálhatóak. Mégis megfigyelhető egyfajta szerveződési elv, ami alapján a székhelyüket és a telephelyeiket kiválasztották. A 11. ábra alapján általánosságban elmondható, hogy az ugyanahhoz a csoporthoz tartozó termelési egységek a székhely körül helyezkednek el. Németország ipari adottságai miatt nagy számban települtek az autógyárak a Ruhr-vidékre. Ennek ellenére jelentős üzemeket építettek fel az ország déli és északi részére egyaránt. A német járműipari vállalatok területi elhelyezkedését tekintve megállapítható, hogy inkább az ország peremterületein találhatóak meg a gyáregységek. A lenti autóipari térkép az autógyárak mai területi elhelyezkedését ábrázolja. Nem szabad figyelmen kívül hagyni azonban azt a tényezőt sem, hogy 1991-ig, a két Németországban, tehát az NDK-ban és az NSZK-ban is jelentős gépjárműgyártás folyt. A két legjelentősebb kelet-német gépjármű, a Trabant és a Wartburg gyártása a kilencvenes években folyamatosan csökkent, ami a gyárak bezárásához vezetett. Az Eisenachban székelő Wartburg gyár helyét a General Motors vette át, az Opel gyártását Eisenachba helyezték. A Trabant zwickaui központjába nem helyezték ki a termelést, jelenleg egy múzeum őrzi az egykori legnépszerűbb kelet-német gépjárműmárka, a Trabant emlékét.

11. ÁBRA
OEM termelési egységek Németországban
(OEM production units in Germany)

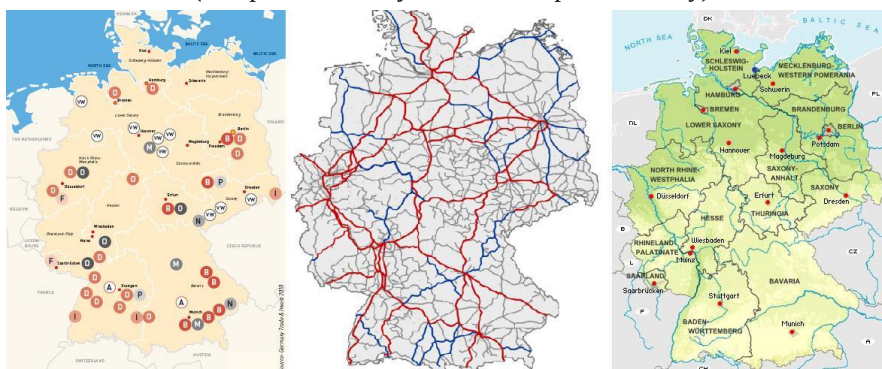


Forrás: The Automotive Industry in Germany (2010).

Infrastruktúra

A nagy autógyárak székhely- és telephelyválasztását nagyban befolyásolja az infrastrukturális környezet, amelynek fő elemét a szállítási útvonalak alkotják. A 11. ábrán látható, hogy az autógyárak Németország peremterületein lévő nagyvárosok köré települtek. Ennek egyik oka a nagyvárosok közelsége, ahova jól kiépített infrastruktúra vezet, valamint ahonnan szintén lehetőség nyílik a kész gépjárművek szállítására. A szállításnak több módja ismert. Egyrészt lehetőség van közúti szállításra, amelyhez a megfelelő mennyiségű és minőségű német autópálya rendelkezésre áll. Belátható, hogy mindegyik német autóipari vállalat a szállítási költségek minimalizálására törekszik. Így a közúti szállításnál túl előnyben részesítik a vasúti illetve a folyami szállítását. Előbbihez a vasúti csomópontok közelsége, utóbbihoz pedig a folyami kikötőkhöz való település szükséges.

12. ÁBRA
Németország autógyárai, vasúti valamint folyami térképe
(Car plants, railway and river map in Germany)



Forrás: The Automotive Industry in Germany (2010).

A 12. ábrán az autógyárak területi elhelyezkedése mellé illesztettem Németország vasúti valamint folyami térképét. A nagy vasúti csomópontok (Wiesbaden, Düsseldorf, Berlin) egyben a folyami közlekedés fő kikötővárosai.

A folyami közlekedésből származó előnyöket leginkább a Volkswagen tudja kihasználni, míg a vasúti szállításból elsősorban a Daimler és a BMW profitálhat.

A peremterületeken lévő nagyvárosok közelében történő elhelyezkedés másik oka, hogy így módon csökkenthető a szállítási távolság a gépjárműexport tekintetében.

A World Economic Forum Global Competitiveness Reportja (2009-2010) szerint Németország a legvonzóbb az infrastruktúra szempontjából, a világ összes országa között az első helyen áll (*Global Competitiveness Report 2009*).

Szakképzett munkaerő

Telephelyük kiválasztásakor a szakképzett munkaerőre jelentős hangsúlyt fektetnek a gépjárműiparban a vállalatok. Mindegyik autógyár arra törekszik, hogy a legrátermettebb, legvonzóbb munkavállalókat a magukénak tudhassák.

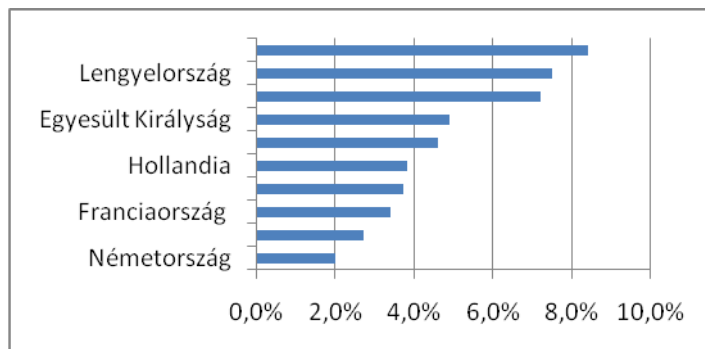
A pályaválasztás előtt álló német fiataloknak már egy jól megválasztott felsőoktatási szak a siker kulcsa lehet. Leginkább a vállalati ügyintéző vagy a közgazdász, illetve a műszaki szakok bizonyultak a legjobb választásnak. A frissdiplomásoknak a legfőbb karrier lehetőséget az autóiparban történő elhelyezkedés szolgáltatja.

Az autógyárak hangsúlyt fektetnek a munkaerő toborzási folyamatra. Például a BMW autógyár a 2010 évi beszámolójában két részre osztja a munkaerő toborzási folyamatot. Egyfelől a kiválóan képzett munkavállalókat részesíti előnyben a toborzási folyamatban, másfelől képzési programokat kínál a frissen végzett vagy még tanuló fiatalok számára, amely keretében felkészíti őket a BMW autógyárnál történő munkavállalásra. A ProMotion program keretében 200 résztvevő képzése fog megvalósulni 2011-ben (*BMW Group Annual Report 2010*). Emellett az autógyárak kiemelt fontossággal kezelik a már náluk dolgozó munkaerő képzését. Például a BMW éves beszámolója szerint 2010-ben a 179 millió eurós kiadásaiak egynegyedét a munkaerő alap- és továbbképzésére fordították (*BMW Group Annual Report 2010*).

Ahogy a 13. ábrán látható, az elmúlt 10 évben, Németországban növekedett legkevésbé a munkaerő bérköltsége, csupán 2 százalékkal.

A német termelőképességi ráta körülbelül 10 százalékkal nagyobb, mint az EU 15 legjelentősebb gazdaságának az átlaga és nagyjából egyharmaddal nagyobb, mint az OECD országok átlaga.

13. ÁBRA
A munkaerő bérköltségének növekedése 2000-2008 (%)
(Increasing of labour wage cost 2000-2008 (%))



Forrás: OECD; Statistisches Bundesamt Deutschland alapján saját szerkesztés.

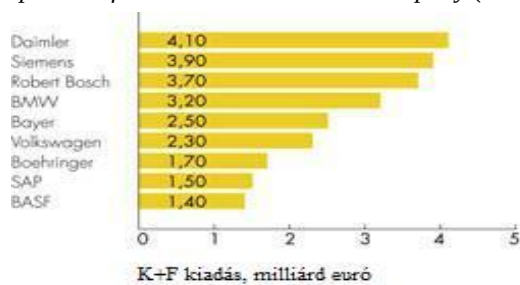
Innovációs központok, K+F

Németországban gazdagon megtalálhatók az innovációs központok, ami a járműipari vállalatok telephelyválasztását nagyban befolyásolja. Az országban több mint 750 államilag alapított K+F központ található, amelynek döntő része az autóiparhoz kapcsolódik, így a kutatás-fejlesztéssel foglalkozó intézetek a hagyományos autóipari központok közelében találhatóak. Németország – az USA és Japán után – a világon a harmadik legnagyobb szabadalmi központ.

Németországban belül leginkább a több mint 500 főt foglalkoztató nagyvállalatok részesednek a kutatás-fejlesztésből (84,6%). A K+F fejlesztés körülbelül 38 százalékat teszi ki az autóipar (*Research in Germany Portal*).

14. ÁBRA

*A kilenc legjelentősebb német vállalat K+F kiadása (milliárd euró)
(R+D expenses of the nine main German company (billion euro))*

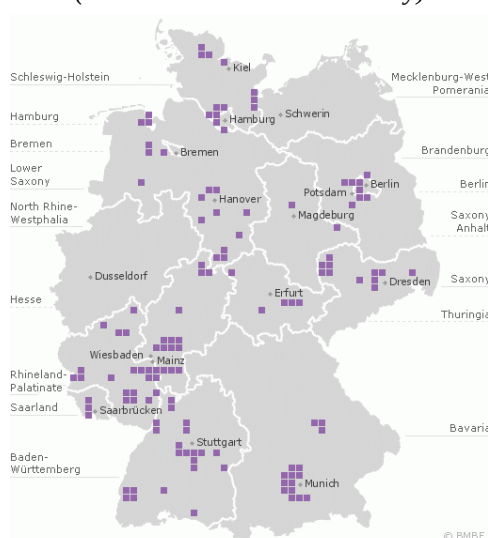


Forrás: Research in Germany Portal.

A 14. ábrán a kilenc legjelentősebb német vállalat K+F kiadásai láthatóak. A legnagyobb összeget, 4,1 milliárd eurót a Daimler költi kutatás-fejlesztésre. A kilenc vállalat közül három (a Daimler, a BMW és a Volkswagen) gépjárműgyártással foglalkozik, így kitűnik a járműipar dominanciája.

15. ÁBRA

*Innovációs központok a német tartományokban
(Innovation centers in Germany)*



Forrás: Research in Germany Portal.

A 15. ábrán a német tartományokban található innovációs központok láthatók. A térkép alapján megállapítható, hogy a Ruhr vidéken, Stuttgart és München környékén, valamint az északi nagyvárosok (Berlin, Hamburg, Hannover) közelében találhatunk nagy számban innovációs központokat, ott, ahol a járműipari gyárak központjai és telephelyei találhatóak. Mindezek alapján az a következtetés vonható le, hogy az autóiparban tevékenykedő vállalatok telephelyválasztásakor fontos szempontot alkotnak az innovációs központok elhelyezkedései.

Egyetemi-vállalati együttműködés

A telepítés során nem elhanyagolható tényező az egyetemek közelsége, mert mind az autógyárak, mind az egyetemek számára fontos az egyetemi-vállalati együttműködésből származó előnyök kihasználása. Az autógyárakhoz közeli régiókban olyan híres német egyetemeket találunk, mint a Heidelbergi Egyetem, a Freiburgi Egyetem, vagy a még inkább gazdasági és technológiai orientációjú Stuttgarti, Karlsruhei és Mannheimi Egyetem.

Példaként szolgáltat a Mercedes-Benz gépjárművet gyártó Daimler AG esettanulmánya. Az autóipari vállalat célja, hogy bevezessen egy új és környezetbarát hajtásrendszer technológiát. Ezzel kapcsolatban készíti fel a vállalat a munkavállalóit, de nemcsak a vállalatnál dolgozókat, hanem 32 000 munkavállalót Németországban,

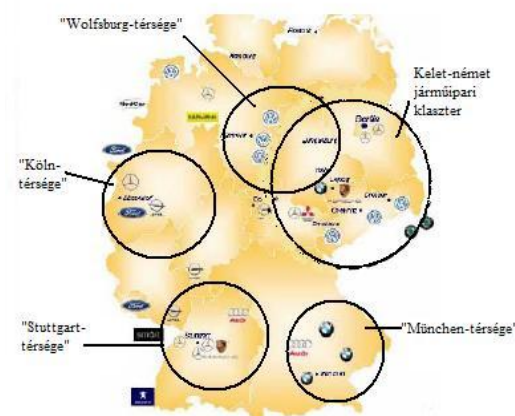
és még további 21 000 foglalkoztatottat világszerte. A felkészítésben segít a Heidelbergi Egyetem, amely az „ELAB” projekt keretében arra a kérdésre keresi a választ, hogy miként lehet megtalálni a megfelelő egyensúlyt a munka és a magánélet között. A vállalati-egyetemi együttműködés keretében 2010-ben 2000 fiatal heidelbergi egyetemista vett részt a Daimler által szervezett továbbképzésen (Daimler AG).

Járműipari klaszterek

A járműiparban a klaszteresedés a gyártók és beszállítók együttműködését jelenti egy viszonylag szűk keresztmetszetű területen. A központi kormányzat az elmúlt pár év során egyre inkább szorgalmazta a klaszterekbe való tömörülést illetve a hálózatok kialakítását abból a célból, hogy az innovációkat piacképessé tegye.

A klaszteresedés a regionalitás jegyében zajlik, ugyanis a legnagyobb klaszterek egy-egy tartomány körül összpontosulnak. A 16. ábrán a főbb járműipari klaszterek láthatók, amely közül egyet – a *Baden-Württembergben* létrejött klasztert – emelek ki, amelynek tagjai a térségben megtalálható nagyobb vállalatok: Neckarsulm központtal az Audi, amely a Volkswagen Group része, a Mercedes-Benz Stuttgartban, amely a Daimler részegységét képezi, vagy a Porsche, amely Stuttgart-Zuffenhausenben székel. Emellett a tartományban több nehézgépjármű-gyár vagy mezőgazdasági gépeket gyártó egység működik.

16. ÁBRA
Főbb járműipari klaszterek Németországban
(Main automobile clusters in Germany)



Forrás: Hermann (2004, 5).

A Baden-Württembergi Járműipari Klaszter a technológiai innováció jegyében tevékenykedik. Ezt bizonyítja, hogy az ezredfordulón a Mercedes újítása volt a Tempomat bevezetése, vagy a Porsche az összes sport autó modellje Triptronic-kal készült. Nemcsak a nagy autógyárak a klaszter tagjai, hanem több, kisebb beszállító, kutatóintézet vagy egyetem is a Baden-Württembergi Klaszterben tevékenykedik (17. ábra).

17. ÁBRA
Baden-Württembergi klaszter
(Baden-Württemberg cluster)



Forrás: International Competitiveness Automobile Cluster in Germany.

Össességében elmondható, hogy az autógyárak telephelyválasztásánál döntő szempont, hogy részt tudjanak venni valamelyik klaszter technológia-újító tevékenységében, ezáltal versenyképesebbé téve a termékeiket.

Támogatások, kedvezmények

Németország kedvező adózási rendszere révén vonzó az autóiipari vállalatok számára. Az elmúlt években a német kormány reformot hajtott végre az adózás terén, hogy még vonzóbb üzleti központtá tegye az országot. A német adózási rendszer engedélyez bizonyos mértékű eltéréseket az egyes városok adóinak mértéke között. A vállalatokra általában a teljes adóteher kevesebb, mint 30 százaléka kerül kirovársra. Előfordulhat, hogy az egyes nagyvárosok ettől kedvezőbb adóterhet fizetnek az államnak, így a teljes adóteher 22,83 százalékra tehető (*The Automotive Industry In Germany 2010/2011* 2010).

Az autóiipari vállalatok nemcsak országos szinten részesülnek kedvezményben, hanem a szövetségi állami támogatások révén tartományi szinten is. Ennek tükrében elmondható, hogy a német adórendszer az egyik legvonzóbb a nagyvállalatok számára.

Összegzés

Németország ipari szektorából kiemelkedik a gépjárműipar, így az ország gazdasági erejét is nagyban meghatározza az autóiipar szerepe. Németország a világ gépjárműgyártásából 17 százalékkal részesedik, Európán belül pedig a termelést tekintve egyértelműen az élenjáró. Az exportszerkezetet tekintve a kivitel főleg Nyugat-Európa országaiba történik, de ázsiai és amerikai exportpartnerekkel is rendelkeznek a német autógyárak. A gépjárműiparban tevékenykedő német anyavállalatok főként a szomszédos országokba telepítették ki a leányvállalataikat. A külföldi gépjárműtermelés 2010-ben első ízben haladta meg a hazai, vagyis a német termelést. A szakértők ezt leginkább az alacsony bérköltséggel, a helyi igények könnyebb felmérésével és a vám és nem vám jellegű korlátozások hiányával magyarázzák.

A vizsgált mutatószámok alapján a német járműipar kimagaslóan teljesített az elmúlt években. A járműipari forgalom a teljes német ipari bevétel 20 százalékát tette ki. Németországban a Volkswagen Group a legnagyobb autógyár, a világtermelésből 10 százalékkal részesedik. A német autógyártás sikerességéhez nagyban hozzájárul a szakképzett munkaerő, valamint az innovációra fordított K+F kiadások. Minden évre egyre többet költenek az autógyárak kutatás-fejlesztésre, ezáltal kívánják növelni piaci pozíciójukat. A 2009-es pénzügyi és gazdasági világválság nem hagyta érintetlenül a német gépjárműipart sem, így 2009-ben kisebb törés következett be a lendületes fejlődésben. 2010-re viszont az összes járműipari nagyvállalat kilábalta a válságból és a gazdasági mutatók ismét növekedésnek indultak.

A német járműipari vállalatok székhely és telephelyválasztásukkor számos tényezőt figyelembe vesznek. Fontos számukra a már meglévő, jól kiépített infrastruktúra, legyen szó akár közúti, akár vasúti, akár folyami közlekedésről. Kiemelkedő jelentőséggel bír a térségben megtalálható szakképzett munkaerő, valamint a képzést biztosító egyetemek közelsége, továbbá a vállalati-egyetemi együttműködés szorossága. Lényeges elemnek számít a vállalatok körül létrejövő innovációs központok, amelyek a járműipari klaszterekhez hasonlóan a

technológia-fejlesztést hivatottak ösztönözni. Az német központi kormánytól kapott támogatások és kedvezmények ösztönzőleg hatnak Németországra, mint vonzó befektetési központ és telephelyválasztására. Ezen telepítési tényezők alapján rajzolódott ki Németország szerte a járműipari vállalatok székhely és telephelyei. A legjelentősebb központok München, Stuttgart, Köln, Wolfsburg és Berlin térségében alakultak ki. Ezen térségek mindegyike rendelkezik megfelelő infrastruktúrával, híres egyetemekkel, járműipari klaszterekkel és innovációs központokkal egyaránt.

Tanulmányomban arra a kérdésre kerestem a választ, hogy miben rejlik a német gépjárműipar sikeressége? Az ország tanulmány során elemzett fő mutatószámok bebizonyították a német járműipar kimagasló gazdasági jelentőségét. A telepítési tényezők vizsgálata rávilágított arra, hogy a német autógyárak vezető szerepéhez nagyban hozzájárulnak a gondosan kiválasztott telephelyek. Ennek tükrében a német gépjárműipar sikeressége magyarázható a telepítési tényezőkkel.

Ennek ellenére nem szabad figyelmen kívül hagyni a további fontos tényezőket sem, ami Németországot hozzásegítette a vezető szerep eléréséhez.

Először kiemelném a *méretgazdaságosságot*, ugyanis az elmúlt évtizedekben jelentősen megváltozott a termelés menete. Míg 80 évvel ezelőtt az autógyárakban dolgozók saját kezükkel szerelték össze, addig ma a gyártási folyamat szinte teljes egészében gépesített. Az autógyártás kezdetén még egy helyen zajlott a gépjármű összeszerelése. A technológia fejlődésével ma már részegységekre vannak lebontva a gyártási folyamatok, ezáltal lehetővé vált a tömegtermékek futószalagon történő gyártása. Egyre inkább nagyobb szerephez jutott a kitelepítés, amelynek eredményeként leányvállalatok jöttek létre az anyavállalatok szomszédságában (akár szomszédos, később távolabbi országokban). Mindez javította az autógyárak kapacitásának kihasználását és csökkentette a költségeket.

A német vállalatok egyre inkább *nemzetköziesednek*, így manapság sokkal népszerűbb a „Made by BMW”, mint a „Made in Germany” kifejezés. Néhány vállalat összeolvadt, vagy vegyesvállalatként működik tovább. A fűzőra például szolgál a Daimler-Benz és a Chrysler esete. Emellett egyes autógyárak részt vesznek globális együttműködésekben. Előfordulhat, hogy a német autógyárak esetleg más nemzet igényeinek kielégítésére termelnek, amire példa a BMW epantenburgi gyáregysége az Amerikai Egyesült Államokban. Látható, hogy mára a német gépjárműgyártás túlnőtte Európát.

Összességében elmondható, hogy Németország meghatározó szektora a gépjárműgyártás. A telepítési tényezők figyelembe vételével a telephely gondos kiválasztása hozzájárul a járműipar kimagasló gazdasági teljesítményéhez, de nem elhanyagolható a tényező a méretgazdaságosság térnyerése, vagy az autógyárak nemzetközivé válása sem.

Irodalom

- Annual Report 2010* (2010) Verband der Automotiveindustrie (VDA), Berlin.
<http://www.vda.de/en/publikationen/jahresberichte/> (Letöltve: 2011. március 10.)
- Audi AG:* <http://www.audi.de/de/brand/de.html> (Letöltve: 2011. március 13.)
- BMW Group Annual Report 2010* (2010) BMW AG, Munich.
http://annual-report.bmwgroup.com/2010/gb/files/pdf/en/BMW_Group_AR2010.pdf (Letöltve: 2011. április 11.)
- Daimler AG:* <http://www.daimler.com> (Letöltve: 2011. április 23.)
- European Automobile Manufacturers' Association (ACEA)* <http://www.acea.be/> (Letöltve: 2011. március 14.)
- Eurostat:* <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/> (Letöltve: 2011. április 21.)
- Feeley, D. (2009) *German Auto Workers in the Crisis*.
<http://www.solidarity-us.org/node/2607> (Letöltve: 2011. május 08.)
- German Center for Research and Innovation:* <http://www.germaninnovation.org/research-and-innovation/german-research-landscape> (Letöltve: 2011. április 20.)
- Global Competitiveness Report 2009-2010* (2009) World Economic Forum, Geneva.
<https://members.weforum.org/pdf/GCR09/GCR20092010fullreport.pdf> (Letöltés: 2011. május 02.)
- Hermann, G.(2004) The Eastern German Automotive Cluster – A Japanese Supplier Perspective. – *Recent Developments in the Automotive Supplier Industry in Japan and the EU*. International Symposium, 4th December 2004. Meiji University, Tokyo.
http://www.dijtokyo.org/events/041210_Herrmann.pdf (Letöltve: 2011. május 01.)
- Heymann, E. (2011) *Germany's auto industry: Driver and beneficiary of globalisation*. Deutsche Bank AG, DB Research, Frankfurt am Main.
http://www.dbresearch.com/PROD/DBR_INTERNET_EN-PROD/PROD000000000269743.pdf (Letöltve: 2011. április 25.)
- International Competitiveness Automobile Cluster in Germany.*
<http://www.slideshare.net/nikunjgupta1/international-competitiveness-automobile-cluster-in-germany> (Letöltve: 2011. április 28.)
- Mercedes-Benz:* http://www3.mercedes-benz.com/mbcom_v4/hu/de.html (Letöltve: 2011. március 13.)
- OECD:* http://www.oecd.org/home/0,2987,en_2649_201185_1_1_1_1_1,00.html (Letöltve: 2011. 03. 11.)
- Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles (OICA):* <http://oica.net> (Letöltve: 2011. május 07.)
- Research in Germany Portal:* <http://www.research-in-germany.de/laender> (Letöltve: 2011. április 28.)
- Roncsautóprogram húzta a német eladásokat* (2010) delmagyar.hu.

http://www.delmagyar.hu/auto/roncsautoprogram_huzta_a_nemet_eladasokat/2133675/ (Letöltve: 2011. május 08.)
Statistisches Bundesamt Deutschland: <http://www.destatis.de/> (Letöltve: 2011. május 07.)
The automotive cluster in Baden-Württemberg, Germany (2004) European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, European Monitoring Centre on Change, Dublin.
<http://www.eurofound.europa.eu/emcc/publications/2004/ef0493en1.pdf> (Letöltve: 2011. április 06.)
The Automotive Industry in Germany – Driving performance through Technology. Industry Overview. (2008) Invest in Germany GmbH, Berlin.
<http://gtai.com/homepage/industries/automotive-industry/?backlink=0> (Letöltve: 2011. március 14.)
The Automotive Industry In Germany. Issue 2010/2011. (2010) German Trade & Invest, Berlin.
http://www.gtai.de/GTAI/Content/EN/Invest/_SharedDocs/Downloads/GTAI/Industry-overviews/industry-overview-automotive-industry.pdf (Letöltve: 2011. március 10.)
VDA: <http://www.vda.de/de/index.html>
Volkswagen AG: <http://www.volkswagen.de/de.html> (Letöltve: 2011. március 13.)

THE ECONOMIC IMPACT OF AUTOMOBILE INDUSTRY IN GERMANY

NIKOLETT SZÉKELY

This study focuses on economic impact of automobile industry in Germany. Germany plays significant role the automobile production both of Europe and world. The turnover and sales data show the outstanding performance of German automobile industry in the previous decade, the revenue of the German automobile industry rounded up 20 percent of total, global, industrial revenue. The study analyzes the main factors of the success of German automobile industry. According to my hypothesis the success of automobile industry can be explained by numerous, capital attraction factors. This study analyzes the relevance of infrastructure, the skilled labour force, the R+D centers and the cooperation between universities and companies, the role of the clusters and state benefits.

A RENAULT KELET-KÖZÉP-EURÓPAI KAPCSOLATAI

(The Relations of the Renault Company in Central-Eastern Europe)

Bendes Tamás

Kulcsszavak:

Renault Dacia autóipar

Közép- és Kelet-Európában a járműipar a 21. században már egyértelműen az iparágak közül az egyik legfontosabb tényező, de ezen kívül az egyik legdinamikusabban fejlődő ágazat is. A rendszerváltást követően, amikor a volt szocialista blokk megnyitotta kapuit a nyugati tőke számára, az azonnal megjelent a térségben. Ez jellemző volt az autóiparra is, hiszen számos nyugati autógyártó vállalat telepített leányvállalatot a térségbe, vagy vásárolt fel, a térségben működő autóipari céget, az adott ország privatizációs politikájának révén. Azok az autógyártók, amelyek állami kézben voltak a térségben, ma már mind nyugati tulajdonban vannak. A multi és transznacionális cégek számára a kelet-közép-európai piac mindenképp egy vonzó térségnek számított, és számít ma is, hiszen a telepítés szempontjából alkalmas területeket találtak itt, telephelyük létrehozásához. Mindenképpen fontos megemlíteni, hogy a régióban lévő bérszínvonal az egyik legfontosabb tényező volt a befektetők számára, hiszen az jóval alacsonyabb, mint nyugaton. A dolgozatomban egy eredendően nyugati (francia), és egy kelet-európai autóipari vállalat kapcsolatával foglalkozom. A Renault, versenytársaihoz hasonlóan szintén „betört” a kelet-európai területekre, ennek bizonyítéka, hogy rendelkezik itt telephellyel, valamint felvásárolta a román Dacia vállalatot is.

A Renault vállalatról

A Renault manapság a világ vezető autóipari vállalatai közé tartozik, tagja szövetségeknek, tulajdonosi részt szerzett más autóipari vállalatokban. A Renault is jelen van Közép- és Kelet-Európában, hiszen felvásárolta a román Dacia vállalatot, valamint Szlovéniában is leányvállalata van.

A Renault rövid története

A Renault történetének vizsgálata során az első fontos dátum, amit megemlíthetünk, az magának a vállalat alapítójának, a francia Louis Renaultnak a születése, aki 1877-ben látta meg a napvilágot (www.renault.com). Louis két fivérével, Marcellel és Fernanddal létrehozták a „Renault Freres”-t és megalkották 1899-ben az első Renault, amelynek a típusa az ún. „Sedan” volt. 1905-ben már a műhelytermelést felváltotta a tömegtermelés. A vállalat már az első világháborúból is kivette a részét, hiszen az első könnyűpáncélozott tankot is a testvérek tervezték meg (*Datamonitor* 2010). 1913-ban már közel 5000 dolgozója volt a vállalatnak, és már teljes mértékben tömeges termelést folytattak. Az 1920-as éveket az innovációk jellemezték, hiszen a személygépkocsik mellett, haszongépjárműveket, valamint hajó és légi járművek motorjainak gyártásával is foglalkoztak. 1927-től már külön névvel látják el a személygépkocsikat. Az 1929-es gazdasági világválságot természetesen a Renault is megérezte (Billancourtra költöztették a gyárat), viszont a 30-as években a termelés ismét beindult, melyet jól prezentál, hogy 1936-ban rekord számú autó gördült le a gyártósorokról (61 146 db személygépkocsi). A második világháború idején a németek megszállták a gyárat, 1944-ben pedig elhunyt Louis Renault. 1945-ben a francia állam államosítja a vállalatot, Pierre Lefauchaux kerül a menedzsment élére. Az 50-es években Franciaországon kívülre bővíti a piacait a Renault, új ember kerül a vállalat élére, Pierre Dreyfus. 1968-ban egy komoly sztrájk volt a gyárban, melynek központjában a bérek, és a munkaórák álltak. 1975-ben Bernard Vernier-Palliez veszi át a vállalat irányítását, majd 1976-ban megalapítják a „Renault Sport”-ot. 1981-ben már Bernard Hanon vezeti a vállalatot, akinek elnöksége alatt szövetséget kötnek az amerikai AMC¹-vel. 1985-ben komoly nehézségek elé nézett a Renault, hiszen csőd fenyegette ekkor a vállalatot, az elnök ekkor már Georges Besse volt, aki bevezette a diverzifikációt a vállalat termelésébe. Szélsőbaloldaliak meggyilkolták Besse-t, akinek a helyére Raymond-Haim Lévy került. A 80-as évek végén ismét elindult felfele a Renault, valamint visszatértek 1989-ben a Forma1-es versenyekbe is. 1990-ben bejelentették, hogy a Renault szövetséget kötött a Volvoval, azonban a hír nem talált kedvező fogadtatásra Svédországban. A 90-es évek elején a termelés teljes megreformálása volt a fő szempont, hiszen csökkenteni akarták az alkalmazottak számát, valamint korszerűsíteni szerették volna a termelési hálózatot. 1992-ben bezárják a billancourti üzemet, Louis Schweitzer lesz a vállalat igazgatója. A Volvoval való tervezett egyesülés 1994-ben megbukik, 1996-ban pedig privatizálják a vállalatot. 1998-ban ünnepli a Renault a 100 éves fennállását, mely után hamarosan szövetséget köt a Nissan vállalattal és megszerzi a romániai Dacia-t. 2000-ben a Volvo egyik fő részvényesévé válik a vállalat (20%),

majd létrehoznak egy új szervezetet, amely a „Renault Samsung Motors” nevet kapja. 2003-ban már a Renault-Nissan szövetség a világ negyedik legnagyobb autóiipari szövetsége. 2005-től napjainkig Carlos Ghosn az igazgató, 2008-tól komoly innovációs tevékenységet folytat a vállalat, az elektronikus hajtású személyautók fejlesztésében (www.renault.com).

A Renault napjainkban

A Renault napjainkban az autógyártó vállalatok egyik legnagyobbika, hiszen évekkel ezelőtt, komoly, világméretű terjeszkedésbe fogott. A 2010-es adatok alapján a vállalat, több mint 100 000 embert foglalkoztat világszerte, több mint 2 millió eladott autóval rendelkezik, valamint elérte azt is, hogy Európában a könnyű haszonjárművek tekintetében vezető márka lehessen. A vállalat számára nagyon fontos, hogy különböző módon, helyen használható személygépkocsikat fejlesszen, majd gyártson, hiszen külön terveztek városban használható autót, de kifejlesztették az elektronikus meghajtású személygépkocsit is. A Renault világszerte kereskedelmi márkaboltokat tart fenn, amelynek a célja a vevők teljes körű kiszolgálása, valamint fontosnak tartják, hogy a vevőkhöz minél közelebb eljuttassák a terméküket. A vállalat számára ezen felül nagyon fontosak a folyamatos fejlesztések, innovációk, amelynek tükrében Guyancourtban kutató központot létesítettek, továbbá úgynevezett „szatellit” típusú hálózatban tervezési központokat hoztak létre a világ különböző területein: Dél-Koreában (Szöul), Romániában (Bukarest), Braziliában (Sao Paulo), Koreában (Giheung) és Indiában (Mumbai) (Datamonitor 2010).

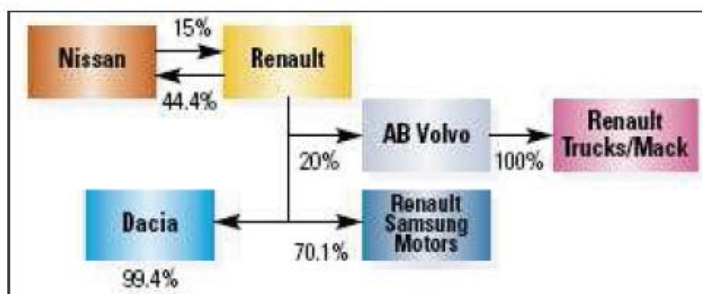
A Renault-Nissan szövetség

A 2008-ban bekövetkezett súlyos gazdasági válság természetesen az autóiipart is jelentősen érintette. A modern vállalatokra egyébként is egyre jobban jellemző, hogy a globális kihívásokra különböző szövetségekben reagálnak. Ennek fényében felértékelődött az 1999-ben megkötött a Renault és a Nissan² közötti szövetség³, amely két globális vállalat összekapcsolódását jelentette. Ezzel a szövetség a világ összes jelentős piacán jelen van már (USA, Európa, Japán, Kína, India, Oroszország) (Renault Atlas 2011).

A szövetség célja, hogy közösen olyan stratégiák kidolgozását és fejlesztéseket hajtson végre, amellyel továbbra is a világ vezető autógyártó vállalatai között maradnak. A fejlődés érdekében a szövetség közös menedzsmentet állított fel, amelynek célja, hogy a két vállalat specializációit kellőképpen összehangolja. A Renault és a Nissan egyesíti a szakértelmet, együtt működik a beszerzés, a tervezés, a gyártás és a forgalmazási folyamatokban is (www.renault.com).

1. ÁBRA

A Renault-Nissan szövetség kapcsolatrendszere, szereplői
(The relations and actors of the Renault-Nissan Alliance)



Forrás: Chanaron (2006).

A Renault és a Nissan nem elégedett meg az egymással kötött szövetséggel, hanem a folyamatos fejlődés és stratégiai együttműködés céljából megállapodott a Daimlerrel⁴ is. A német autógyártó cég 3,1%-os tulajdonrészhez juttatta a Renault-Nissan csoportot, ugyan ennyi, 3,1%-os tulajdonrészt pedig a Renault-Nissan csoportban megszerzett magának. A vállalatok továbbra is különállóak maradtak, viszont a szövetséggel lehetővé tették, hogy a technológiai és fejlesztési költségeket megosszák egymás között. A szövetség így már újabb taggal, partnerrel bővült, szélesítve az együttműködési és kapcsolati rendszert (BBC News – Világgazdaság Online 2010).

A Renault kelet-európai kapcsolatai

A Renault Kelet-Közép-Európával már hosszú évtizedek óta komoly kapcsolatokat ápol. Korábban a román Dacia és Olcit autógyárakkal, valamint a bulgáriai Balcancarral volt kapcsolata a francia vállalatnak (1970-es évek). Az 1990-es években a Renault megpróbálta a Skoda vállalatot felvásárolni, azonban ez az akció sikertelenséggel végződött, amely után a vállalat nem adta fel, hogy komolyabban is betörjön a régióba (*van Tulder–Ruigrok* 1998). A vállalat 1990-es évektől, amikor végbement a kelet-európai szocialista blokk rendszerváltása a piacgazdaságra, folyamatosan építette ki kapcsolatrendszerét a térségben. Ma már nagyon komolyan jelen van ezen a területen, ahol leányvállalatai is megtalálhatóak, valamint felvásárolta a román Dacia vállalatot is.

A Dacia vállalat rövid története

Románia hazánkhoz hasonlóan alapjaiban egy mezőgazdasági ország, éléskamrájának a havasalföldi területek számítanak. Energiahordozókban is gazdag, hiszen kőolaj és földgáz is található az országban az erdélyi területen, amelyet az országban nagyon erős vegyipar dolgoz fel. Az Erdélyi-medence ezen felül aranyban és ezüstben is gazdag, amelynek kitermelése folyamatosan történik (pl. Verespatak). A román gazdaság húzóágazata a vegyiparon kívül a gépgyártás. A gépgyártással foglalkozó városok között említhetjük Brassót (traktorok, teherautók), Aradot (gépkocsi, vasúti kocsi), valamint a két transznacionális vállalat telephelyét adó várost, Pitești és Craiovát (*Le Bas* 2008). A Dacia autógyártó vállalat Románia első ilyen jellegű vállalata, amely 1966-ban a mioveni⁵ autógyár létrehozásával indult el. A gyár elindulásától számított időszak folyamatos sikereket hozott a vállalat számára, hiszen a termelés és az eladás nőtt, folyamatos fejlesztésekkel komolyan ott tudott maradni az autóiparban. A változás az 1990-es években jelentkezett, mikorra már a vállalat által gyártott autók korszerűtlennek, versenyképtelennek bizonyultak. Az időszakra jellemző privatizációs politika, amely a volt szocialista tömb országait jellemezte, természetesen jelentkezett Romániában is. Ennek következtében 1999-ben privatizálják a korábbi állami vállalatot, amelyben 99%-os tulajdonrészt szerez a francia Renault S.A. A privatizációs szerződésben a francia vállalat vállalta, hogy a gyárat korszerűsíti, valamint jelentős fejlesztéseket hajt ott végre, a későbbi korszerű termelés érdekében (a Renault 700 millió eurót költött különböző felújításokra, fejlesztésekre, korszerűsítésre) (www.dacia.com). A román üzemben gyártják többek között a Dacia Duster, Logan (több változatban) és Sandero típusokat.

A Renault és a Dacia vállalat kapcsolata

A két vállalat kapcsolata egészen 1960-ig nyúlik vissza, tehát az 1999-es privatizáció során nem voltak a felek ismeretlenek egymásnak. A Renault számára stratégiai fontosságú volt, hogy betörjön a kelet-európai piacokra, miután azok megnyíltak a rendszerváltások után. Hatalmas piacok megnyitása, bekebelezése volt a fő szempont, mikor felvásárolták a román Dacia gyárat. Románia egy 22 milliós ország, amely jó alapot szolgált a területen való megjelenésre. A Dacia üzem a román Arges megyében Pitești városától 15 km-re található, 120 km-re a román fővárostól, Bukaresttől. Az itt gyártott autók többek között Törökországban, Algériában, Ukrajnában, Közel-Keleten és Közép-Afrikában kerülnek értékesítésre. A Dacia Romániában a vezető autógyártó vállalat, a craiovai Daewoo-t előzi meg, piaci részesedése 29%-os. Jelenleg közel 17 ezer embert alkalmaznak, amely a teljes csoport 14,7%-át teszi ki. A 2009-es adatok alapján közel 300 ezer gépjármű gördült le a termelősorokról, amely a teljes csoport termelésének 13,1%-át teszi ki, és 22 milliárd euró bevételt eredményezett (*Datamonitor* 2010).

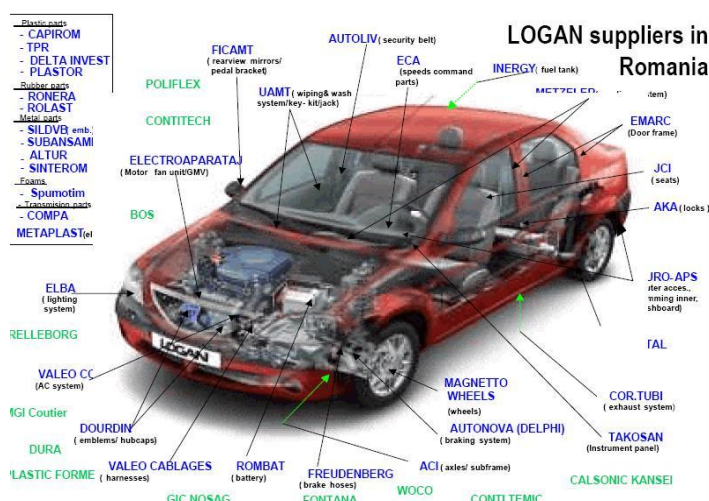
A Renault a privatizációs szerződés megkötésekor vállalta, hogy teljes mértékben korszerűsíti az akkorra már nagyon elavult romániai üzemet. Az 1999-2004-es időszakban a Renault csoport közel 500 millió eurónyi összeget fordított a Dacia romániai üzemének korszerűsítésére. Korszerűsítették a termelési létesítményeket, hatalmas összegeket fordítottak a személyzet képzésére, javították a munkakörülményeket, valamint a teljes informatikai hálózatot felújították az üzemben.

Mint korábban említettem, a Renault számára rendkívül fontos a folyamatos technikai fejlődés, az innovációk, a kutatás-fejlesztés. 2006-ban ezért létrehozták a „Renault Technologie Roumanie (RTR)”-t, amely tulajdonképpen egy mérnöki fejlesztő központ, ahol például tervezésre került a Dacia Logan is. A központban a legfejlettebb körülmények között tesztelik a járműveket, különböző tesztpadok, teszt utak (esős, hideg, meleg időjárás szimulálásával), és alkatrész tesztelő berendezések állnak a rendelkezésre. 2007-ben létrehozták a

„Renault Design Közép-Európa” nevű fejlesztő irodát (Renault Design Central Europe (RDCE), amelynek feladata volt többek között a Logan típus megtervezése. Az iroda célja többek között még, hogy minél közelebb kerüljön a fogyasztókhoz, azok igényeit felmérje, hogy minél gyorsabban tudjon reagálni a vállalat ezekre az igényekre. A Renault 1999 óta összesen 1 milliárd eurót fektetett be a Dacia üzem korszerűsítése valamint az RTR és az RDCE létrehozásának érdekében (Kukely–Czira 2006).

Mára a korábbi Dacia valamint a Renault tulajdonában lévő vállalat teljes beszállítói körét kiépítette Romániában. Az alábbi ábrán jól látható, hogy az ott gyártott Logan típus különböző tartozékait, alkatrészeit mely beszállítóktól szerzik be. Látható, hogy számos vállalattal, vállalkozással épített ki kapcsolatot a Dacia (2. ábra).

2. ÁBRA
A „Logan” típus beszállítói
(The supplier of the „Logan” model)



Forrás: Dacia Purchasing.

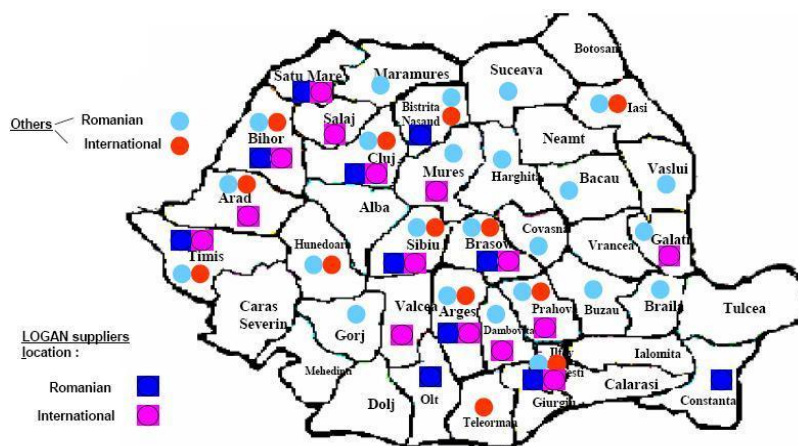
A romániai beszállítókat megnézhetjük földrajzi elhelyezkedésük alapján is. Az alábbi ábrán jól látható, hogy a Mioveni-ben működő Dacia vállalat széles körben együttműködik az egész ország területén megtalálható vállalatokkal, vállalkozásokkal. Nem csak Pitesti vonzáskörzetéhez tartozó vállalkozások alkotják beszállítói rendszerét (3. ábra), hanem a vegyipar, műanyagipar földrajzi elhelyezkedéséből adódóan más, távolabb fekvő területek is.

A beszállítók között találhatunk román tulajdonban lévő vállalatokat, valamint multinacionális vállalatokat is, amelyekkel a Dacia együttműködik. A térképen jól látható, hogy bár a beszállítók szinte az egész országot lefedik, azonban megfigyelhető, hogy természetesen Pitesti városa körül koncentrálódnak (Arges, Brassó, Dombovita, Valcea megye) (Renault Purchasing).

A Renault Szlovéniával való kapcsolata egészen a 70-es évek elejéig nyúlik vissza, amikor a francia vállalat együttműködést kezdeményezett egy helyi termelői csoporttal (IMV), amelynek következtében létrehoztak egy közös leányvállalatot Revozban, amelynek fő feladata a Renault autók gyártása és forgalmazása volt. 1991-ben a Renault már mint többségi tulajdonos volt jelen a vállalat életében (54%-al), míg a többi tulajdonrészt a Ljubljanska Bank és a szlovén állam birtokolta. A termelés legnagyobb része exportra kerül, melynek célországa elsősorban Olaszország és Franciaország.

3. ÁBRA

A Dacia beszállítóinak földrajzi megoszlása
(The geographical distribution of Dacia's suppliers)



Forrás: Dacia Purchasing.

A Renault Szlovéniában

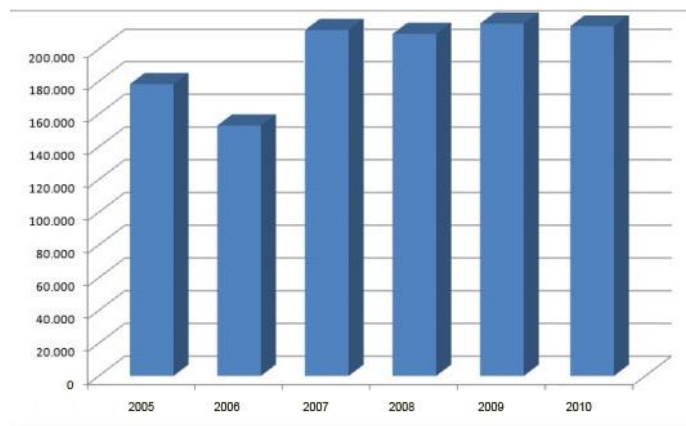
Napjainkban a novo mesto-i üzem Szlovénia egyetlen autógyártó gyára, valamint az ország egyik legnagyobb termelő egysége. A szlovén telephely, a fővárostól, Ljubljanától 60 km-re dél-keletre található. Az üzem Novo Mesto⁶ déli részén található, a Krka folyó jobb partján (van Tuldor–Ruigrok 1998).

A szlovén üzem termelése 2009-ben érte el rekordnagyságát, annak ellenére, hogy ekkor gazdasági válság sújtotta a világ gazdaságát. 2009-ben kb. 210 000 autó gördült le a gyártósorról, 7%-al több mint az előző évben. 2009-ben a napi rekordot is beállította az üzem, hiszen egy nap összesen 916 db járművet gyártott le (természetesen 3 műszakban). Ma már közel 2 200 ember dolgozik a szlovén üzemben. A szlovén gyárban gyártják többek között a Renault Clio és Twingo típusokat. A szlovén vállalat széles körű együttműködést folytat helyi vállalkozásokkal, amelyek szinte az egész ország területéről szállítanak be a vállalat számára alkatrészeket, és tartozékokat. Ezek többségében szlovén tulajdonban lévő vállalatok és vállalkozások (www.renault.com).

Az alábbi ábrán jól látható, hogy a gyár éves termelése kicsi, ám növekedést mutat. A 2006-os évben kisebb visszaesés volt tapasztalható, amelynek oka a gazdasági válság előszele lehetett. 2007-től azonban ismét a termelés csökkenése előttinél magasabb teljesítmény tapasztalható, amely szintet azóta is tartja a vállalat (www.revoz.si).

4. ÁBRA

A novo mesto-i üzem termelésének alakulása
(The development of plant's production in Novo Mesto)

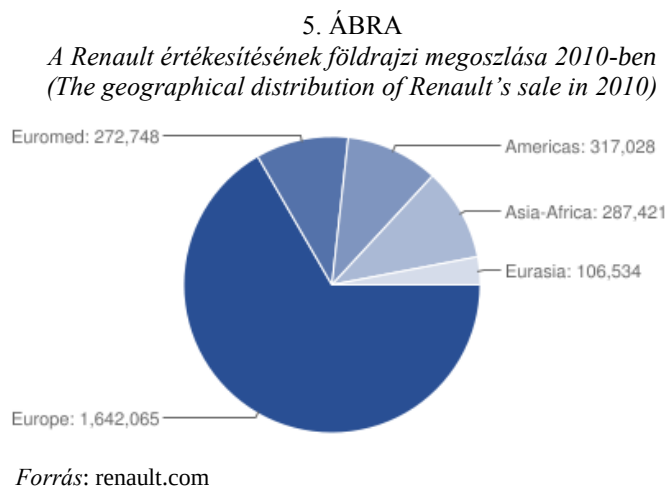


Forrás: revoz.si

A Renault eredményei napjainkban

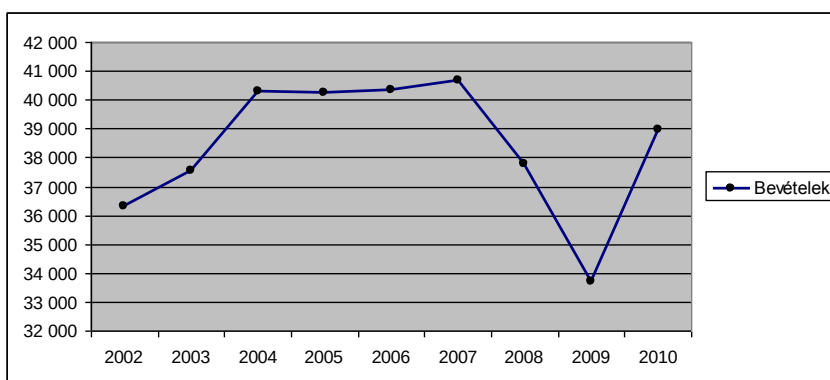
A Renault csoport a 2010-es évben, a gazdasági válság ellenére (amely lecsengőben volt már ekkor), 2,6 millió járművet értékesített világszerte, amely 14%-al több mint 2009-ben. Ez az erős növekedés főképp az Európán kívüli értékesítésben mutatkozott meg, hiszen a csoport növelni tudta a világpiaci részesedését is. Mivel egy hagyományosan európai vállalat családról van szó, így az európai piacokon való értékesítés az elsődleges a Renault számára, viszont a világpiacokon is folyamatosan tör előre (www.renault.com).

A Renault autógyártó vállalat, mint minden gazdasági szektor, szintén megérezte a gazdasági világválság hatásait, amelyet az alábbi diagramm jól szemléltet. Látható, hogy a 2002-es év után a vállalat bevételei egy gyors növekedést mutattak, majd az ezt követő időszakban inkább megtorpant, stagnált a növekedés. A fordulópontot a 2007-2008 évi időszak hozta el, amikor az egész világot sújtó gazdasági válságot a vállalat is keményen megérezte.



A 2009-es év volt a jéghegy csúcs, hiszen ekkor a 2002-2010-es időszak legrosszabb teljesítményét produkálta a vállalat. 2010-ben már természetesen elindult a gazdaság működése, sokkal nagyobb teljesítményre, értékesítésre volt képes a vállalat. Jelenleg is a korábbi szint elérésén dolgozik a vállalat, hiszen a gazdasági válság végnapjait éljük.

6. ÁBRA
A Renault vállalat bevételeinek alakulása 2002-2010 között
(The development of the Renault Company's income between 2002-2010)



Forrás: Registration Document. Including the Annual Financial Report 2010 (2011) alapján saját szerkesztés.

Összegzés

Kelet-Közép-Európa egyik kitörési pontja az autóipar lehet, hiszen ez az ipar ágazat komolyan jelen van ebben a régióban, számos nyugati vagy helyi vállalat által. A térségben számos gyártó üzem, leányvállalat és ezek kiszolgáló intézményrendszere, hálózata található. Mára már a termelő vállalatok köré kiépült a helyi KKV-kból egy beszállítói kör, amely jelentősen hozzájárul az adott ország gazdaságának fejlődéséhez. Mint láthattuk, az autóipar a 90-es évek végétől vált tényleges húzóerejévé a térségnek, amikor a volt szocialista államok megnyitották kapuikat a nyugati tőkének, amely tulajdonképpen beözönlött ekkor a térségbe. Mind termelés, mind értékesítés szempontjából érdeke volt ezeknek a vállalatoknak, hogy jelen tudjanak lenni Kelet-Közép-Európában. Az általam vizsgált Renault csoport is hasonlóképpen gondolkodott, hiszen már a 70-es években elkezdte kiépíteni kapcsolatrendszerét ebben a régióban, majd a piacok kinyitása után ténylegesen megvetette lábát a térségben, ahol azóta is jelen van, folyamatosan terjeszkedik. A Renault korábban létrehozta a szlovén leányvállalatát, majd felvásárolta a román Dacia gyárat. Ezzel a folyamat nem állt meg, hiszen a Renault most az orosz piacra kíván betörni, valamint bosnyák beruházásokban gondolkodik.

Az autóipar fejlődése tehát folyamatosan történik, a térségünk nagyon fontos húzóágazata ma már, amelyből a régió rengeteget profitálhat.

Jegyzet

¹Az American Motors Corporation egy amerikai autógyártó vállalat, amely 1954-ben jött létre. 1987-ben a Chrysler Corporation felvásárolta a vállalatot (www.chrysler.com).

²A 30-as években alapított japán vállalat Datsun néven kezdte gyártani az autót. 1935-ben már Yokohamában gyártja az autót. A Renault-val kötött szövetség következtében az addig veszteségesen működő Nissan nyereségesé vált, majd képes volt több új modellt bevezetni a piacra.

³1999-ben Japánban, Tokyóban kötötte meg a két vállalat a stratégiai szövetséget. A Renault a Nissan csoportban 36,8%-os tulajdonrészt szerzett meg. A két vállalat ún. keresztrészesedést alkalmaz együttműködésében, hiszen 2002-ben a Renault már 44%-os tulajdonosa a Nissannak, míg a Nissan 15%-os tulajdonrészt szerzett meg a Renaultnál. 2009-ben további 10 éves partnerségi szerződést kötött a két vállalat.

⁴Az 1886-ban Gottlieb Daimler és Carl Benz által alapított német vállalat a világ egyik legnagyobb autógyártó vállalata, amelynek csoportjához tartozik többek között a Mercedes-Benz is.

⁵36 ezer fős román kisváros Romániában, Arges megyében, Pitesti városától 15 km-re fekszik. A településen található a híres Dacia gyár.

⁶Közel 40 000 fős szlovén kisváros, amely Ljubljánától dél-keletre fekszik. A város nevének magyar jelentése: „Újhely”. A Renault üzemén kívül itt található a Krka gyógyszergyár is.

Irodalom

Chanaron, J.-J. (2006) *Globalization: How strategic alliances bring production and market advantages The case of Renault-Nissan*. TII Annual Conference. Newcastle Gateshead, UK.

Chrysler Corporation: www.chrysler.com

Dacia: www.dacia.com

Dacia Purchasing: http://www.export.gov.il/_Uploads/13826DACIA.pdf

Daimler-Renault-Nissan - A szövetség létrejött (2010) *BBC News – Világ gazdaság online*.

<http://www.vg.hu/vallalatok/ipar/daimler-renault-nissan-a-szovetseg-letrejott-311817>

Datamonitor (2010) *Renault SA Company Profile*. www.datamonitor.com

<http://digilander.libero.it/cuoccimix/autosoviet-automotiveproduction.htm>

Drive the Change (2011) *Renault Atlas*.

<http://www.renault.com/en/Lists/ArchivesDocuments/Renault%20-%20Atlas%20-%20en%20-%20march11.pdf>

Kukely Gy. – Czira T. (2006) *The Economic and Regional Effects, and Consequences of the Development of the Automotive Industry in the Central East Europe*. 18th European Advanced Studies, Institute in Regional Science.

Le Bas, T. (2008) *Románia*. Kossuth Kiadó, Budapest.

Logan Purchasing: http://www.export.gov.il/_Uploads/13826DACIA.pdf

Registration Document. Including the Annual Financial Report 2010 (2011)

<http://www.renault.com/en/Lists/ArchivesDocuments/renault%20-%202010%20registration%20document.pdf>

Renault: www.renault.com

Revoz (Renault vállalat szlovén honlapja): www.revoz.si

van Tulder, R. – Ruigrok, W. (1998) *European Cross-National Production Networks in the Auto Industry: Eastern Europe as the Low End of European Car Complex*. BRIE Working Paper.

THE RELATIONS OF THE RENAULT COMPANY IN CENTRAL-EASTERN EUROPE

TAMÁS BENDES

Automobile industry can be a breakout point in the Central-Eastern Europe. This sector is represented seriously in this region by many local or western companies. In this region are located many manufacturing plant, subsidiary, their institutional structure and networks. Around the companies gone up today a circle of the suppliers by local small companies. These contribute the development of the economy of the country. The automobile industry has been pulling power of the region from the 90's years, when the socialist states opened their gate to the western capital, which poured in those days into this region. It was important for these companies to be present in the East-Central-Europe (because of the production, and sales). The by me examined „Renault” Company thought similarly, because already in the 70's years they began to build their relationships system in this area. After the „market opening” they appeared realness in the region, where sithence work and develop. The Reanult created before a subsidiary in Slovenia and bought the Romanian Dacia Company. The Renault would like to enter in to the Russian market, and they are thinking about an investment in Bosnia. The development of the automobile industry runs. It's an important pulling power in our region, wherewith we can win a lot.

A FIAT GYÁR TELEPÍTÉSÉNEK BEMUTATÁSA LENGYELORSZÁGBAN

(The Establishment of Fiat Plant in Poland)

JAKAB MELINDA

Kulcsszavak:

stratégia szaktudás minőség

A Fiat, az egyik nagy autógyári vállalat, már az 1930-as évek elején felismerte, hogy a vállalat versenyképességének megőrzése és növekedése érdekében Közép-Kelet-Európa irányába is szükséges terjeszkednie. Lengyelország, a kiváló adottságokkal rendelkező feltörekvő piac, egyike azon országoknak, ahol alacsony a munkaköltség, ugyanakkor elérhető a szakképzett munkaerő is, továbbá az ország belső piaca elég nagy. E feltételek meglétének köszönhetően az autógyári vállalatok elsődleges célpontjává vált. A lengyelországi Fiat gyár felépítésében, telephelyének kiválasztásában az üzleti stratégia mellett a történelmi események, illetve a külpolitikai kapcsolatok is befolyásoló tényezők voltak. Végül létrejött Tychyben az autógyár, melynek szerepe már hosszú évek óta meghatározó.

Bevezetés

A világ fejlett országaiban a járműipar meghatározó szerepet tölt be, ugyanakkor napjainkban a figyelem egyre inkább a feltörekvő piacok felé fordul, köztük elsődleges célpontnak számítanak a kelet-közép-európai országok a nagy autógyári vállalatok számára.

Lengyelország autógyártása hosszú múltra tekint vissza, hagyományai a Fiat lengyelországi letelepedéséig nyúlnak vissza, amikor megnyitotta az országban első gyárát. Az alacsony munkaköltségek, a nagy belső piac, a szakképzett munkaerő elérhetősége, s ezen adottságok párosulva az ország alkatrészyártásban betöltött vezető szerepével az egyik legvonzóbb európai országgá tették Lengyelországot a globális autógyári szektor számára. Ma a lengyel autógyár kiemelkedően fontos szerepet játszik a nemzeti gazdaságban. 2007-ben a GDP-ből való részesedése elérte a 4%-ot, s a teljes ipari termelés 11,2%-át tette ki. Az ország közel 700 ezer autót gyártott a 2007-es évben (ACEA Poland).

Dolgozatomban szeretném bemutatni a Fiat lengyelországi letelepedésének körülményeit, a gyár létrehozásának történetét, a telephely kiválasztásának szempontjait, valamint bemutatom a Tychy gyár tevékenységét és működését napjainkban.

Lengyelország adottságai

Lengyelország, mint feltörekvő piac különösen vonzó a külföldi beruházások számára a dolgozók pozitív viselkedésének, a magasan képzett specialisták számának, továbbá az EU piacán való részvételnek, a növekvő gazdaságnak, valamint a magas életszínvonalnak és a beszállítók fejlettségének köszönhetően.

Lengyelország autógyári vonzereje az FDI¹ mutató alapján kedvező, bár vannak más közép- és kelet-európai országok, melyek e mutató szerint versenyképesebbek, azonban a lengyel autógyár magasan becsült (az első 5 legvonzóbb európai autógyári ország közé sorolják). Az ország vonzerejét további tényezők is növelik, kiemelkedik közülük az ISO 9000/2000 vagy a TS 16949 által minősített autógyári beszállítók száma, a nyersanyagok elérhetősége, a kormány által biztosított környezet, működési csoportok és kooperáció az egyetemek és iparok között, valamint a kutatás-fejlesztés intézményei és tanácsadó vállalatok között. Egy szektor vonzereje szoros kapcsolatban van a beruházókra kivetett adóval is. Lengyelország autógyárának fő előnyei közé tartoznak az alacsony bérköltségek, a nagy belső piac, a képzett személyzet és az, hogy nincsenek korlátozások és határok (Maksymiuk 2006).

A külföldi autógyári beruházók tevékenységüket főként az ország következő 4 régiójába helyezik el: Slask, Dolny Slask, Wielkopolska és Mazowsze. Fő előnyei a régióknak a gyártókhöz való közelség, a kedvező adófeltételek a gazdasági zónákban, a már létező gyárak felvásárlásának lehetősége, a jól kiépített infrastruktúra, a szomszédos országokhoz való közelség, ahol további autógyárak találhatóak. A Fiat Tychy-i gyára Slask régióban található, az ország déli határától néhány kilométerre.

A külföldi vállalatok, köztük a Fiat is, úgy növelik versenyképességüket, hogy nemcsak berendezéseiket viszik az alacsony költségű országokba, s a régió belül a gazdasági zónákba, de helyi szakértőket is alkalmaznak. A Fiat, mint a többi külföldi nagyvállalat, több embert alkalmaz gyáraiban, jobban képzett a személyzete, valamint alkalmazottainak jobb kereseti lehetőségeket biztosít, mint a belföldi vállalatok (Maksymiuk 2006).

A lengyel gazdaságban az infrastruktúra kiépítettsége inkább a gyengeségek közé sorolható, de 2008 az infrastruktúra legnagyobb mértékű fejlődésének évét jelentette, mely főleg a légi közlekedésben, a szállításban, a logisztikában, illetve a turizmusban jelentett új beruházásokat. Új városi repterek létesítését és az utak modernizálását tervezték, a projekt az észak-déli irányú gyorsforgalmi utak megvalósítását és a szomszédos államokkal való közlekedési kapcsolat megteremtését jelentette. Az Odera, a Visztula a Warta és a Notec folyók kiváló feltételeket biztosítanak a belföldi vízi közlekedéshez. Továbbá igen fontos forgalmat bonyolítanak le a kikötők is (PalilZ 2008).

A Fiat rövid bemutatása

A Fiat 1899-ben jött létre Torinóban Giovanni Agnelli igazgató vezetésével "Societa Anonima Fabbrica Italiana Automobili Torino" néven, mely az egyik legkorábbi autóipari vállalat Európában. Az első Fiat üzem 1900-ban nyílt meg Torinóban, ekkor 150 munkást alkalmaztak és 24 különböző típusú autót gyártottak. Az első Fiat emblémát Biscaretti² tervezte, s 1904-ben kezdték használni (www.fiat.hu).

A Fiat több mint egy autómárka, elsősorban ipari vállalat, mely gépkocsik gyártására és autóipari szolgáltatásokra fókuszál. A társaság foglalkozik autók, kamionok, traktorok, mezőgazdasági és szerkezeti gépek, motorok, alkatrészek, termelési eszközök és rendszerek tervezésével, gyártásával és értékesítésével. A Fiat a világ 190 országában működtet gyárat és irodákat, melyek között van 654 vállalat, 180 gyáregység, 116 kutatás-fejlesztési központ. Ma dolgozóinak száma közel 172 ezer fő (Fiat Group 2008a).

Olaszországban piacvezető a márka, melyet jól mutat, hogy 2006-ban piaci részesedése meghaladta a 47%-ot. Ugyanakkor Európában is fontos szereplő, ahol piaci részesedése 2007-ben 11,5% volt. A Fiat Professional Haszongépjárművek Üzletág célja vezető szerepének megszilárdítása, további sikerek elérése, az eladott járművek számának 500 000 fölé való növelése. Ennek érdekében értékesítési hálózatát tovább bővíti. Jelenleg 1 400 európai kereskedés működik (ebből 1 100 külföldön), melyből több mint 700 haszongépjármű szakkereskedés (Fiat Professional).

A Fiat terjeszkedése

A Fiat torinói gyára volt kora legnagyobb európai gyára (153 ezer m²), mely öt emelet magasan kialakított próbapályájának köszönhetően az olasz autógyártás szimbóluma lett. A Lingotto-i üzem bámulatba ejtette a világot, 1925-ben 40 ezer kész autó hagyta el a gyárat (www.fiat.hu).

A Fiat történetében meghatározó kettős irányú üzleti stratégiája. Az egyik a külföldi piacokon történő folyamatos terjeszkedés és bővítés, a másik az innováció melletti rendíthetetlen elkötelezettség. E kettő eredményezte a Fiat termékek magas technológiai minőségét, az élenjáró termelést és a szervezési megoldásokat (Fiat Group 2008a).

Ma már a Fiatnak Európa számos országában van telephelye. Ausztriában és Németországban teherautókat gyárt (Graz, Ulm, Weisweil), Spanyolországban teherautók (Madrid) és kisteherautók (Valladolid) gyártása folyik. Franciaországban hat telephelyet tart fenn a cég, foglalkoznak motorok, buszok, teherautók, személygépkocsik és kisteherautók gyártásával is. Olaszországban 13 telephelyen gyártanak teherautókat, kisteherautókat, de elsősorban a személygépkocsik gyártása folyik az országban.

1997-ben egy új vállalati stratégiát kezdett el követni a cég, figyelme a feltörekvő piacok felé fordult. Csehországban Vysoké Myto-ban hozott létre egy buszokat gyártó üzemet, illetve Lengyelországban jelenleg két telephelyen (Bielsko-Biala és Tychy, mely ma a legnagyobb Fiat gyár Európában) zajlik motorok és személygépkocsik gyártása, az országgal való kapcsolata azonban még régebbre nyúlik vissza. A Fiat a Zastava-val együtt Kragujevac-ban, Szerbiában is létrehozott egy személygépkocsikat és buszokat előállító telephelyet.

A Fiat Lengyelországban – történeti áttekintés

A Fiat autók lengyelországi alapítása a torinói gyár ügynökéhez, Herman Meyer nevéhez kötődik. A Fiat torinói gyára az ipari tömegtermelésben látta az egyetlen fejlődési lehetőséget, melynek hatására megélnék a kereslete. A növekvő kereslet hatására nyitott a vállalat a külföldi piacok felé. 1920-ban szerződést kötöttek 1 millió lengyel márka alaptőkével létrehozva egy új vállalatot, a Polski Fiat-ot, melyből az olaszok részesedése 51% volt (www.fiat.hu).

Egy lehetőség, melyet a háború kettétört

A Fiat új gyár építését tervezte Varsóban, de a projektet törölték. 10 évvel később az új autógyár helyett egy állami összeszerelő üzem terveit készítették el, s 1921-ben valósították meg a projektet. A korábbi kis lengyel műhelyeket összevonták és létrejött az első központi műhely Varsóban. A kialakított szerelőműhelyt az Olaszországból importált Fiat autók szervizelésére használták. A Fiat beleegyezett, hogy a Visztula partján fekvő üzem használhatja a Polski Fiat márkanévét. A lengyel munkások kezdetben nem értettek az autók összeszereléséhez, de Armando Fiorelli irányításával sikeresen beindult a mérnökök képzése, majd a gyártás. 1932. augusztus 6-án az első Lengyelországban összeszerelt autó legördült a gyártósorról. Néhány évvel később új termelésbe fogtak, melyek között a Fiat 500 Topolino-t kell kiemelni, azonban a világháború keresztülhúzta a számításokat, s elvette Lengyelországtól a nagy lehetőséget (Fiat Group 2008b).

Az előrelépések

Amikor a Fiat új elnöke Vittorio Valletta lett, irányítása alatt a Fiat egy új személygépkocsi gyárat emelt fel Varsóban. A Lengyel Népköztársaság a háború után 3 évvel, 1948-ban újakezdte az autógyártást. Az olaszok pontosan megtervezték a helyszínt és vállalták a gyár szervezeti felépítését is. 10 000 autó legyártását tervezték évente, legjobb dolgozóik Lengyelországba küldésével. A lengyel oldalon problémák jelentkeztek, ugyanis az akkori lengyel politikai vezetők nézetei szerint a kapitalisták közreműködésével előállított személyautó nem lehet megfelelő. A gyár ennek ellenére tovább működött (Fiat Group 2008b).

Olaszországban ez az időszak volt a gazdasági csoda korszaka, amelyben az autógyártás volt az egyik húzóágazat. Az 1955-ben megjelent Fiat 600-ast 4 millió példányban adták el. Első alkalommal került a széria-felszerelések közé a fűtés és a szellőztetés (www.fiat.hu).

Armando Fiorelli a háború után Mirafioriban vezetővé vált. 1965-ben felvette a kapcsolatot a lengyel delegációval, majd látván az elavult technológiát, szorgalmazta a váltást. A kedvezőbb politikai körülmények eredményeként sikerült visszatérni az 1948-as befejezetlen szerződés újratárgyalásához. Az új licence szerződés lehetővé tette a nyugati műszaki előírásokkal való találkozást, ami egy jobb minőséget jelentett. Tadeusz Wrzaszczyk lengyel mérnök szerette volna ezt a nyugati technológiát meghonosítani, a KGST tagország azonban Moszkva döntésétől függött (Fiat Group 2008b).

Olaszországban a Fiat piacvezető világalósóvé vált: 1965-re elérte az évi egymillió legyártott egységet, amiből 350 ezret exportra adtak el. A Fiat értékesítési piacába bevonta Spanyolországot, Jugoszláviát, Törökországot, és Argentínát. Ezt követően belépett a haszongépjármű piacra is. Lengyelország számára egy titkos szerződés lehetővé tette, hogy kedvező feltételekkel vegyen fel hitelt, s ezzel Lengyelország ismét kedvező helyzetbe került. Torinóban létrejött egy képzési központ, ahol a lengyel technikusok tanulhattak, és megismerkedhettek a nyugati technológiával (www.fiat.hu).

A közös fejlesztések

A Fiat és a lengyel fél között elhúzódtak a tárgyalások, 1971-ben még mindig egy kisautóról szólt az egyezkedés. A szerződésben végül megváltoztatták a gyártandó kocsi típust a 125p-re, melyben a „p” betű szimbolizálta a lengyelországi gyártást. 1966-ban bemutatták a Polski Fiat logóját (Fiat Group 2008b).

Eközben az új modell olasz tervei lassan elkészültek. A lengyelek már készen álltak arra, hogy elindítsák a termelést. A beszállítók számára nagy lehetőséget jelentett, hogy a Fiat gyárába szállíthattak, de minőségben és technológiában kissé át kellett alakulniuk. Ezt követően a lengyel 125p és a többi modell betört a világpiacra. (Fiat Group 2008b).

A Fiat és a szovjet kormány között megállapodás született arról, hogy építenek egy évi 660 ezer autós kapacitású gyárat a Volga folyó partján, Tagliattiban. Azonban az erről szóló viták lezárásakor politikai döntés szerint Bielsko-Bialaba tették át a gyártást. Az új gyár tervezése rengeteg időt vett igénybe. A gyárat átalakították, az új termelési folyamatot pedig a munkásoknak be kellett tanulniuk. A fejlesztésekhez milliókra lett volna szükség, de az államkincstár üresen állt. Az anyagi forráson kívül szükség lett volna egy tapasztalt nyugati autóipari partnerre is. A lengyel autóipar jövőjének érdekében Olaszországban folytattak tárgyalásokat. Végül megállapodtak, hogy a lengyelek pénz hiányában a legyártott autókban fizetik vissza a projekt költségeit. Ezzel 1970-ben új gazdasági fejlődés vette kezdetét, a gazdaság újjáéledt, az ország nyitott nyugat felé. A gépalkatrészeket Bielsko-Bialaban gyártották, a végső összeszerelést, a lemezsajtolást és festést Tychyben végezték (*Fiat Group 2008b*).

Költségvetési okokból a 126-os gyártását választották, ettől kezdve hívták a gyárat „kisautó gyárnak”, lengyelül FSM (Fabryka Samochodow Malolitrażowych). 150 000 autó gyártását tervezték, de a piac sokkal többet tudott felvenni, így hamarosan 200 ezret is gyártottak. A drága nyugati valutáért vett gyártósorokat az export bevételek fedezték. Hamarosan az európai sajtó a két különböző politikai és gazdasági berendezkedésű ország nem mindennapi együttműködéséről cikkezett (*Fiat Group 2008b*).

A Fiat letelepedése Tychyben

A lengyel autóipar óriási fejlesztése ellenére a varsói gyár modernizálása továbbra is egy megoldatlan probléma maradt, s 1981-ben a politikai események következtében véget ért a varsói Fiat autógyártás. Az 1970-es években Bielsko-Biala és Tychy felé terelődött a figyelem. A két gyár projektje párhuzamosan futott egymás mellett, melyhez kapcsolódott a beszállítók meglévő üzemének fejlesztése, valamint az infrastruktúra széleskörű fejlesztése Bielsko és Tychy között. Az 1971-es szerződést követően megindultak a földmunkálatok, s a gyárak 1975-ben nyitottak meg (*Fiat Group 2008b*).

Tychyben új élet kezdődik

Kezdetben Bielsko-Bialaban és Tychyben található gyárakat egyes és kettes számú gyáraknak nevezték, melyek közül a bialai nagy ipari hagyományokkal dicsekedhetett, története egészen 1872-ig nyúlik vissza, amikor egy kicsi üzem bojlerok, tartályok és kapcsolódó vasárak gyártásába fogott.

Amikor a gyártás elindult a Syrena 105 nevű modellt már teljes mértékben az egyes számú gyárban, Bielsko-Bialaban szerelték össze. Közben felépült a kettes számú gyár Tychyben, melynek területe 210 000 km² volt, korának legmodernebb gyára, mely évi 200 000 autó gyártását tette lehetővé néhány éven belül. Összeszerelő üzemként tervezték, majd elkezdte fogadni Bialából az alkatrészeket és motorokat. Ezt követően Tychyben összeszerelték őket, karosszériát hegesztettek és lefestették a kocsikat. A Polski Fiat 126 itt gördült le a gyártósorról és innen indult a világ meghódítására. A Bielsko-Tychy kettősének üzemain kívül 8 gyáregység biztosította az alkatrész-ellátást. A fényszóró Sosnowiec-ből jött, mely a szovjet Togliatti autógyárat is ellátta. A nagy hagyományokkal bíró Ustro-i acélgyárból érkeztek a lemezek, Skoczow-ból pedig az öntöttvas elemek, s ugyaninnen vitték Torino-ba is az öntöttvas elemeket (*Fiat Group 2008b*).

A projekt fejlődésében három nagy mérföldkő volt. Az első 1973-hoz kötődik, ekkor az egyes számú gyárból kijött a még olasz alkatrészekből összeszerelt Fiat 126p. A második, amikor 1974-ben a lengyel alkatrészeket kiszállították Olaszországba, aminek devizájából vissza tudták fizetni a beruházási költségeket. A harmadik pedig 1975, amikor elindult a Polski Fiat 126p termelése (*Fiat Group 2008b*).

A nagy beruházás hatásai az ipari termelésen kívül is mérhetőek voltak. A beszállítók minőségi áruk gyártására voltak kényszerítve az export miatt. Ha valamilyen minőségi hiba becsúszott volna, akkor ez az igényes nyugat-európai piac elvesztésével járt volna. A licence szerződés a beszállítóknak is engedélyezte, hogy különböző dokumentációkhoz, tervekhez, képzési lehetőségekhez jussanak Olaszországban. Ez egy újfajta kapcsolatot jelentett a különböző politikai és gazdasági berendezkedésű gazdaságok között. 1975-ben kezdődött az első export, Bielsko-Biala 140 000 hajtóművet szállított Olaszországba. Ez a kint gyártott autók 80%-ához elég volt (*Fiat Group 2008b*).

Az új modell gyártásának előkészületeinek részeként a Fiat úgy döntött, hogy az egész 126-os gyártását Lengyelországba helyezi át. 1980-ban az FSM által gyártott 214 000 autóból 90 000-et exportáltak. Ezzel több lengyel autógyártási csúcsot is megdöntöttek, készítettek például jobb kormányos változatot is az Egyesült Királyságba (*Fiat Group 2008b*).

Hamarosan egy újabb keretszerződést készítettek elő, melyben a jövőbeni Zero autó (Fiat Panda néven gyártották Olaszországban 1980-tól) gyártását az FSM gyárba helyezték. A mezőgazdasági gépgyártásban Tarpan traktorokkal léptek piacra a Fiat értékesítői hálózatán keresztül. A Fiat biztosította a lengyel partnert nagy mennyiségű autók értékesítéséről Olaszországban és más nyugat-európai országokban (*Fiat Group 2008b*).

A Fiat Auto Poland létrejötte

Az 1989-es politikai változások hatására a gazdasági rendszer piacgazdasággá alakult, az állami tulajdonú vállalatokat részvénytársaságokká kellett alakítani. A magántőke hiányában a parlament elfogadott egy törvényt, mely a külföldi befektetéseket is engedélyezte. 1990 novemberében az FSM részvénytársaság lett, melyben az állam volt az egyedüli részvényes. A Fiat felismerte a lehetőséget és fő részvényessé szeretett volna válni. Ez lett az első privatizációs folyamat, amelyben állami tulajdonú vállalatot egy külföldi befektető vett át (1991).

1992-ben megalapult a Fiat Auto Poland, miután a Fiat megvásárolta a lengyel FSM autógyárat. A Fiat működési színvonalának átvétele és megvalósítása céljából alkalmazkodni kellett a speciális lengyel feltételekhez. Ez tette lehetővé a Fiat Auto Poland-nak, hogy felállítsa mindazokat a termékeket, minőséget és szervezeti sztenderdeket, amelyek más Fiat gyárakban már egy jól megérdemelt nemzetközi hírnévnek örvendtek. (*Fiat Auto Poland*)

A Fiat felismerte a gyár elmaradottságát és, hogy valós pénzügyi alapok nélkül akár csődbe is mehet. A munkahelyek megmentése érdekében létrehozta egy szükségfinanszírozást. Az állam és a Fiat között létrejött a szerződés, mely az eddigi legnagyobb külföldi tőkeberuházást jelentette, az alaptőke 90%-a külföldi volt. Közben megkezdődött az új Fiat modell gyártása Tychyben. 1991-ben került piacra és a legtöbbet eladott modellé vált Lengyelországban (*Fiat Group 2008b*).

A vállalat gyártási tevékenysége sok részből tevődött össze, s mindegyiket önálló egységként irányították, ez óriási szervezési gondokat jelentett. Átképzéssel és újraszervezéssel próbálták meg a Fiat csoportba betagozódni. A menedzsment számára azonban semmi más nem volt fontos, mint a mennyiség. Ezért ismét újraszervezésre volt szükség, amiben már hangsúlyosabb volt a minőség. A Fiat belekezdett az innovációba és modernizációba (*Fiat Group 2008b*).

A Fiat Auto Poland elindított egy folyamatot 1993-ban, melynek célja az volt, hogy olasz mintára átalakítsa a vállalat szervezetét. A vállalat úgy döntött, hogy minden figyelmét a két termelési helyszínre (Bielsko-Biala és Tychy) és az autógyártásra fordítja. Szükség volt egy jól kiépített menedzsment rendszerre, mely biztosítja az információk, a termékek és az anyagi források gyors áramlását egy olyan szervezetben belül, amely 290 különböző beszállítót és 80 gyáregységet tartalmaz (*Fiat Group 2008b*).

Új idők, új elvárások, az új modellek sikerei

A Fiat Auto Poland-nak 130 állami kézben lévő autókereskedése volt, melyek közül sok magánkézbe került. A Fiat e kereskedők képzésével gazdasági előnyre próbált szert tenni és így vált Lengyelország legnagyobb autókereskedési hálózatává. Az értékesítésben a régi várólistás rendszer megváltoztatására volt szükség. A privatizáció utáni első három évben kisautógyártás folyt a Tychy gyárban (*Fiat Group 2008a*).

Ahogy az autót vásárlók pénzügyi helyzete javult, igényeik és elvárásaik is megváltoztak, melyhez a vállalatnak igazodnia kellett: nagyobb és szélesebb választékot kellett kínálniuk. Új típusok kerültek a kínálatba: a Punto, a Croma és a Tempra. 1997 júniusában Bielsko-Bialában elindult a Fiat Siena, illetve a Palio Weekend modellek gyártása. Egy évvel később befejezték a Cinquecento gyártását 1 164 000 darabban, melyből 863 ezret értékesítettek külföldön. Ezt követően kezdték a Seicento, az 500-as jogutódjának gyártását a modernizált karosszéria és festő üzemekben, s már 1998-ban nagy sikert ért el a modell mind Lengyelországban, mind külföldön. Ezek mellett a Fiat behozta Lengyelországba a Lancia és Alfa Romeo típusokat értékesítésre. A 2000-es év jelentette a kispolszki 27 éves folyamatos gyártásának végét 3 318 674 darabban. Ezután az egész gyártás Tychybe költözött (*Fiat Group 2008b*).

2003 áprilisában hagyta el a Tychy gyárat az első egymillió 600-as modell utolsó darabja, amivel a Fiat Auto Poland eladott autóinak száma elérte a hárommilliót. Ugyanebben az évben jelent meg a Fiat Panda, mely 22 nemzeti és nemzetközi díjat nyert, köztük tekintélyes az „Év autója 2004” díjat. 2005 novemberében a Fiat Csoport autóipari szektora és a Ford Motor Vállalat együttműködési szerződést kötött, hogy A osztályú autókat gyártsanak és fejlesszenek a Fiat Auto Poland gyárában, Tychyben (*Fiat Group 2008a*).

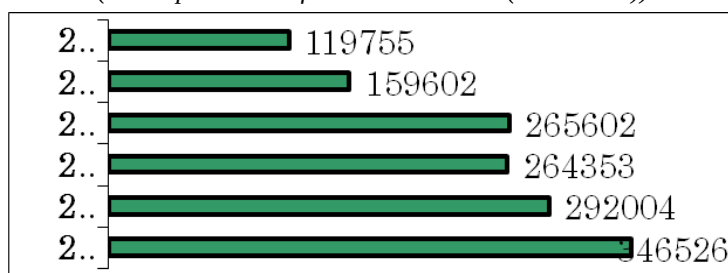
2000-ben jelentkezett először az autóipar visszaesése. A növekvő gazdaság ellenére az újautó piac a 14 évvel korábbi szintre esett vissza, amely az állandóan változó adók és szabályok miatt is következett be, de összefüggésben lehet a behozott használtautók tömeges értékesítésével is. Az újautó piac válsága miatt a Fiat Auto Poland optimalizálta termelését és az autók minőségének növelésére koncentrált. A világ legjobb gyárainak szintjére emelte a lengyel autógyártást. Az alapvető kiadások csökkentésével meggyőzték a torinói vezetést, hogy a Fiat Panda gyártását Tychybe helyezze, mely egy áttörést jelentett a lengyel autóipar történetében, hiszen ez egy új típus kifejlesztését jelentette (Fiat Group 2008b).

2003-ban elindult 570 millió eurós befektetéssel a legendás modellnevet feltámasztó Fiat Panda gyártása, mely 2004-ben az év autója lett. Népszerűsége egyre nőtt, 2007-re az egymilliomodik Pandát is legyártották. A középkategóriában a Croma képviseli a Fiatot. A 2005-ös esztendő legjelentősebb modellje a 6 millió példányban eladott Grande Punto. Időközben a Seicento modell is kifutott egymillió darabszámmal. 2007-ben kezdte el a vállalat az új 500-as gyártását, mely elnyerte az év autója címet is. 2007-ben a Tychy gyár összesen 361 787 autót gyártott le, köztük 260 695 Fiat Panda-t (28 változatban és 13 színben), 35 976 Fiat 600-ast (3 változatban és 7 színben), illetve 65 116 Fiat 500-ast (11 változatban és 12 színben) (www.fiat.hu).

A Fiat Auto Poland üzletében fontos szerepet játszik az export eladás (1. ábra). 2007-ben a vállalat termelésének 96%-át exportálta, ami nagyban hozzájárult Lengyelország fizetési mérlegének fejlődéséhez. A Tychy gyárban előállított autók nagyjából 2,5%-át teszik ki a teljes exportnak, 9,9 milliárd PLN bevételt jelent. Ezt az eredményt több mint 4 600 dolgozójával érte el a cég. A Fiat Auto Poland nagyon fontos résztvevője a lengyel gazdaságnak (Fiat Group 2008a).

1. ÁBRA

A Fiat Auto Poland export eladásai (2002-2007)
(The export sales of Fiat Auto Poland (2002-2007))



Forrás: Saját szerkesztés a Fiat Group (2008a) alapján.

A Tychy gyár működése napjainkban

A Tychy gyár 1 365 259 m²-es területen helyezkedik el, melyből 426 180 m²-t a termelési és egyéb épületek tesznek ki (2. ábra). A gyárban eddig 7 609 000 autót állítottak elő a Fiat Auto Poland egyesítése óta (2007. december). Minden 50. másodpercben egy új autó hagyja el a gyártószalagot, ami napi szintű termelésre lefordítva közel 1 520 autót jelent. A Tychy gyár 880 Fiat Panda-t, 570 Fiat 500-ast és 70 Fiat 600-ast bocsát ki naponta, e hatékony termelés annak köszönhető, hogy számos alkatrész kész termékként érkezik a gyárba. (Fiat Auto Poland)

2. ÁBRA

Tychy gyár
(Tychy plant)





Forrás: Fiat Group (2008a, 3; 7).

A Tychy gyár három fő termelési egységet működtet. A hegesztő részleg a legjobban automatizált tagozata a gyárnak, 42 robottal dolgoznak a 600-as vonalon és 715 robottal a Panda és az 500-as vonalán (3. ábra). Ez az a rész, ahol az egyéni alkatrészeket beállítják, és az autó elnyeri végleges formáját.

3. ÁBRA

*Fiat 500-as a futószalagon
(Fiat 500 on the line)*



Forrás: Fiat Group (2008a, 6).

A festékműhelyt a legfejlettebb ipari berendezés Európában, mely széleskörű automatizáltságával garantálja a magas minőséget. A festékműhely teljes mértékben környezetbarát. A szerelőműhely az, ahol az egyedi belső kárpitozást fixálják, ugyanúgy, mint a műszerfalat, a kormányt, a felfüggesztést, az üléseket, a fűtő- és szellőztetőrendszert. A kész autó szigorú és alapos vizsgálaton megy keresztül, hogy a lehető legmagasabb minőséget biztosítsa (Fiat Group 2008a).

Minőség – működési alapelvek

A Fiat Auto Poland a szaktudás és a tapasztalat folyamatos fejlesztéséért mindent elkövet. Általában egy autó több mint ötezer alkotóelemből épül fel, melyek mindegyike a lehető legmagasabb minőséget célozza meg. A vállalat nagy hangsúlyt fektet a csapatmunkára és a kapcsolatok ápolására mind a dolgozók és a termelési egységek között. Az önértékelés szintén kulcsszerepet játszik a magas minőség fenntartásában. A dolgozó teljes felelősséget vállal munkájára és azonnali problémamegoldásra képes az integrált javítórendszeren belül, miközben napi munkáját a csúcstechnológia elvárásai szerint végzi (Fiat Group 2008a).

A vállalat a beszállítóktól is megköveteli a minőségi teljesítményt. Így a beszállítóktól származó termékeket egyből a futószalagra tehetik, anélkül, hogy bármilyen előzetes vizsgálaton kelljen keresztül menniük. A Fiat Auto Poland jól ismeri a fogyasztók elvárásait, hiszen egy olyan rendszert működtet, amely lehetővé teszi, hogy a változó piaci igényekre azonnal reagálni tudjon. A visszajelzéseknek köszönhetően integrálni tudják a tervezésbe a javasolt változtatásokat, illetve tovább tudják fejleszteni a már létező modelleket (Fiat Group 2008a).

Nagy előrelépést jelentett a minőségben, hogy a Fiat 1996-ban megkapta az ISO 9001 minősítést, elsőként a Fiat csoportban és egész Európában az autógyártás területén. 1999-ben a Fiat Auto Poland Tychyben működő gyára pedig elnyerte az ISO 14001 Környezetvédelmi Menedzsment Szervezet oklevelét. A vállalat teljesítményét megkoronázta a „Nagy termelési szervezet” kategóriában elnyert Lengyel Minőségi Díj, melyet szintén a Tychy gyár kapott 2004-ben. 2006-ban bejutott a néhány kiválasztott vezető szervezet közé, akik részt vehetnek az egyik legnagyobb európai presztízsű – a Minőségi Menedzsment Európai Alapja – versenyen. A vezetőség úgy véli, hogy a minőségi versenyekben való részvétel erősíti a gyártást, mely így világszínvonalra emelkedett. A siker titka a jól kiépített eladási hálózat, a piaci stratégia és az üzleti politika. A Fiat intenzív

tréningeket tart a kereskedőknek, melyeken eladási technikákat és különböző márkák szervizelését tanítja. Ezenkívül pénzügyi szolgáltatásokat, utazási segítséget és egyéb szolgáltatásokat nyújt ügyfeleinek (*Fiat Group 2008a*).

A Fiat Auto Poland tevékenysége során nem csak az üzleti célokra fókuszál, nagy gondot fordít a termékminőségre, a vásárlókkal való kapcsolattartásra, és a fogyasztók szükségleteinek kielégítésére. Alkalmazottainak jólétéért szociális felelősséget vállal, ugyanígy felelős a környezetért, a társadalomért és a közösségkapcsolatokért. Figyelembe veszi alkalmazottainak széleskörű fejlődését, úgy gondolja, hogy az emberekbe való beruházás az egyik legjobb módja a versenyképesség megtartásához. Az alkalmazottaknak lehetőségük van általános és speciális tanfolyamokon való részvételre. Ezenkívül a vállalat támogatja a dolgozók egészségét, számos aktív tevékenységi lehetőséget biztosítva számukra, illetve családjuknak. A Fiat Auto Poland együttműködik a legnagyobb lengyel műszaki egyetemekkel és főiskolákkal, többek között a Bielsko-Bialai Egyetemmel. A vállalat aktívan részt vesz a régió kulturális életében, a helyi közösség támogatása érdekében (*Fiat Group 2008a*).

A lengyel siker titka

Lengyelországban az autóipar története hosszú múltra tekint vissza, melyben a Fiatnak meghatározó szerepe volt. Igen jó adottságokkal rendelkezik, melyet a Fiat már korán felismert, s beruházott ebbe a közép-kelet-európai országba. Lengyelország közel 38,1 milliós népességével az egyik legnagyobb európai belföldi piac, illetve gazdaságilag legdinamikusabban fejlődő tagja az Európai Uniónak. Adottságai leginkább a következő három körben mutatkoznak meg.

Dinamikus export és növekvő belső piac

A lengyel autóipari termékek 97%-át exportálják, a kivételben elsősorban a személyautók, a pót-és tartalékalkatrészek, tartozékok, valamint a dízelmotorok dominálnak. 2007-ben az autóipari export értéke elérte a 16,6 milliárd eurót, a nemzeti export 16,4%-át. A lengyel autóipari alkatrészek legnagyobb felvásárlója Németország (több mint 40%), melyet Olaszország, Franciaország, Belgium és Csehország követ (*ACEA Poland*).

Az elmúlt években nagymértékben növekedett a jobb minőségű autók vásárlásának száma Lengyelországban, részben a növekvő jólétnek és részben a felvehető hiteleknek köszönhetően. A hazai autóeladások az EU újautó eladási piacának 1,8%-át, illetve az új EU tagországok piacának több mint 24%-át tették ki. Lengyelország közel 785 000 autót, teherautót és buszt gyártott 2007-ben, mely 1,1%-os részesedést jelent a személyautók világszintű termeléséből, és 4%-ot az európai autóipar termeléséből. A fejlődő gazdaság, a növekvő beruházások és konstrukciók jelentős hatással voltak a teherautók piacára, amely 2006-ban 15 870 eladott egységről 22 600 egységre emelkedtek 2007-re. A lengyel autóiparban megközelítőleg 270 regisztrált vállalat működik, melyek többsége (80%) pót-, tartalék- és kiegészítő alkatrészeket állít elő. A vállalatok együttesen 125 ezer munkavállalót (2007-es adat) alkalmaznak. Megközelítőleg 13,5 millió regisztrált személyautó van Lengyelországban (*ACEA Poland*).

Közvetlen külföldi beruházás

Lengyelország autóipari szektora több mint 4 milliárd € külföldi beruházást hozott. A külföldi beruházókat a tartozékok szektorának erős teljesítménye vonzza Lengyelországba. Az ország vezető gyártója a gumiabroncsoknak, autóüléseknek és kárpitoknak, autóelektronikának, elektromos kábeleknek, valamint autófék-rendszereknek. A Lengyelországban gyártott tartozékok lassan „lengyel specialitássá” válnak, különösen a motorok (*ACEA Poland*).

Kutatás-fejlesztés

Lengyelország nagy összegeket fordít a kutatás-fejlesztésre az autóiparban. A Delphi autóipari rendszer és a TRW voltak az első külföldi vállalatok Lengyelországban, melyek a K+F-be befektettek, létrehozva kiváló központokat Krakkóban és Czeszochowában. E dinamikus folyamat eredményeként, növekszik a kutatási tevékenységek iránti igény a műszaki egyetemeken és a specializált intézményekben (*ACEA Poland*).

Összefoglalás

A lengyel autóipari szektor gyárcsoportjai felépítésüket tekintve erősen regionálisak. A gyáregységek négy nagyobb város peremterületein helyezkednek el (Katowice, Wrocław, Poznań és Varsó), s alapvetően regionális szerepet töltenek be. Azonban a hosszú múltra visszatekintő Tychy gyár kiemelkedik, az európai ipar egyik vezető gyára. 2007-ben a világ legjobb gyártóinak csoportjába is bekerült. Az ország legnagyobb autóipari beruházója a Fiat Auto Poland volt 2003-ban 1,6 milliárd USD-vel.

A vállalat már az 1930-as évek elején felismerte, hogy versenyképessége megőrzése és növekedése érdekében Közép-Kelet-Európa felé érdemes terjeszkednie. A telephely kiválasztásánál több szempontot is figyelembe kellett vennie. Tychy és környéke nagyon jó adottságokkal rendelkezik, az infrastruktúra jól kiépített, a határhoz közeli fekvés kedvező beszállítási lehetőséget jelent. Továbbá kedvező adófeltételeket biztosít ez a gazdasági zóna az ipari tevékenységek számára, valamint az alacsony költségű szakképzett munkaerő is rendelkezésre áll.

A gyártás megvalósítása érdekében fontos lépés volt azon stratégia elfogadása, mely szerint a beruházási költségek visszafizetését a legyártott alkatrészek kiszállításának devizabevételeiből fedezték. Az üzleti stratégia mellett azonban a történelmi események, a politikai kapcsolatok is befolyásoló tényezők voltak. Napjainkban a Tychyben működő gyár számos sikert ért, szerepe meghatározó a lengyel autóiparban. Sikereit az elért eredmények, a legyártott autók száma, a magas minőség, s az így kiérdemelt elismerések tükrözik.

Jegyzet

¹FDI foreign direct investment: közvetlen külföldi beruházás. Az országok vonzerejének összehasonlítására használt legvonzóbb mutatószám, mely több tényezőtől tevődik össze, mint például az alacsony tranzakciós költség, az alacsony beruházási kockázat, a fejlett tőkepiac, a biztosított tulajdonosi jogok, magas ráfordítások a kutatás-fejlesztésben, magasan fejlett infrastruktúra, liberális gazdaság, korlátok hiánya, az innovációkat támogató intézmények magas minősége, magasan képzett specialisták, nagy belső piac, politikai és szociális stabilitás.

²Carlo Biscaretti di Ruffia (1879-1959) olasz származású nemes, művészi munkáiról ismert grafikus, ipari tervező, újságíró és gépjármű-rajongó.

Irodalom

ACEA Poland: http://www.acea.be/index.php/country_profiles/detail/poland#text (Letöltés: 2011.04.17.)

Fiat Group (2008a) *Fiat Auto Poland*. Fiat Auto Poland SA, Bielsko-Biala.

Fiat Group (2008b): *The Polish Road to Fiat*. Fiat Auto Poland SA, Bielsko-Biala.

Maksymiuk, A. (2006) *The attractiveness of the automotive industry in Poland for foreign direct investments*. MBA Poznan-Atlanta Program, Poznan.

Paliz (2008) *Poland's infrastructure*. Polish Information and Foreign Investment Agency Warsaw.

Fiat:

[http://www.fiat.hu/cgi-](http://www.fiat.hu/cgi-bin/pbrand.dll/FIAT_HUNGARY/fbrand/fbrand.jsp?BV_SessionID=@@@@0321240841.1300466322@@@@&BV_EngineID=ccciadfddgfkkecefecejdghdfj.0&BV_SessionID=@@@@0709393974.1154078212@@@@&BV_EngineID=cccdaddihddjkhkcefecejdghdfiiddn.0&contentOID=1074087982)

[bin/pbrand.dll/FIAT_HUNGARY/fbrand/fbrand.jsp?BV_SessionID=@@@@0321240841.1300466322@@@@&BV_EngineID=ccciadfddgfkkecefecejdghdfj.0&BV_SessionID=@@@@0709393974.1154078212@@@@&BV_EngineID=cccdaddihddjkhkcefecejdghdfiiddn.0&contentOID=1074087982](http://www.fiat.hu/cgi-bin/pbrand.dll/FIAT_HUNGARY/fbrand/fbrand.jsp?BV_SessionID=@@@@0321240841.1300466322@@@@&BV_EngineID=ccciadfddgfkkecefecejdghdfj.0&BV_SessionID=@@@@0709393974.1154078212@@@@&BV_EngineID=cccdaddihddjkhkcefecejdghdfiiddn.0&contentOID=1074087982) (Letöltés: 2011.04.02.)

Fiat Professional:

[http://fiatprofessional.hu/cgi-](http://fiatprofessional.hu/cgi-bin/lcv.dll/LCV_HUNGARY/company/company.jsp?BV_SessionID=@@@@1529256442.1300467465@@@@&BV_EngineID=cccdadfdgfkliicefecejdghdfj.0&contentOID=1074245325)

[bin/lcv.dll/LCV_HUNGARY/company/company.jsp?BV_SessionID=@@@@1529256442.1300467465@@@@&BV_EngineID=cccdadfdgfkliicefecejdghdfj.0&contentOID=1074245325](http://fiatprofessional.hu/cgi-bin/lcv.dll/LCV_HUNGARY/company/company.jsp?BV_SessionID=@@@@1529256442.1300467465@@@@&BV_EngineID=cccdadfdgfkliicefecejdghdfj.0&contentOID=1074245325) (Letöltés: 2011.04.07.)

THE ESTABLISHMENT OF FIAT PLANT IN POLAND

MELINDA JAKAB

In the leader countries significant automotive industry began to open to the direction of developing markets. Poland is one of the countries where the work expenses are low but in the same time the special tasked labour forces are in reachable distance. The inner market is also fairly big which means marketing opportunities for the companies. With this conditions became Poland the prime target for big companies of the automotive industry. The biggest investor of automotive industry was the Fiat Auto Poland with 1.6 billion USD in 2003. Fiat recognized early in the 30th-s that to preserve and extend the competitiveness of the company is necessary to expand to middle-eastern Europe. In the course of the production was a memorable step the accepting of the strategy, which means that the cost of the investment was covered by the incoming of foreign currency of the components shipped abroad. However to choose the site for the premise of the Fiat plant were influential factors next to business strategy, also the historic events or rather the contacts of foreign policies. At the end was established the plant in Tychy, which role has been significant for years. Its success reflects the achieved results, the number of cars made, the high quality, and the so deserved appreciations.

KECSKEMÉT MEGYEI JOGÚ VÁROS ÉS A DAIMLER AG. BERUHÁZÁS

(Kecskemét and The Daimler Ag. Investment)

SZEPESI ÁGNES EDIT

Kulcsszavak:

Kecskemét Daimler Ag. beruházás

2008. június 18-a fordulópont volt Kecskemét MJV történetében: a Daimler Ag. bejelentette, hogy a megyeszékhelyen építi fel első középkelet európai gyáregységét. A 800 millió EUR összértékű zöldmezős beruházás 2500 munkahelyet teremt majd, és a Mercedes A és B kategóriába tartozó gépkocsikat gyárt majd, évi 100 000 db kapacitással. Az első autók várhatóan 2012 februárjában gördülnek le a gyártósorokról. A dolgozat célja, hogy Kecskemét SWOT-analízisének és egyéb újságcikkek felhasználásával leírja, hogy mik voltak a beruházás megszerzéséhez vezető út fő momentumai, valamint a beruházás várható eredményei, tapasztalt vagy tapasztalható hatásai. Hogyan hat majd a városra, a környékbeli településekre és vállalatokra.

Bevezető

A dolgozatot a témaválasztás indoklásával szeretném kezdeni: Kecskeméten születtem, Magyarország jelenlegi 8. legnagyobb népességű városában (*1. táblázat*). Kecskeméten töltöttem életem leghosszabb időszakát, összesen 14 évet, és a város azóta is kiemelt fontosságú számomra. Miért is? A legtöbb emlékem ide kötődik, illetve a „Hírös város” szerintem az összetartás, az együttműködés magyarországi zászlóshajója. Ezt két, történelmi példával szeretném alátámasztani. Az első, hogy ha végignézzünk a belvároson, akkor megállapíthatjuk, hogy megegyezik a történelmi főtérrel. A történelmi főtéren pedig hét különböző felekezet templomát találjuk: a Barátok Temploma (ferencesek), a református templom, az evangélikus templom, a Zsinagóga (ma Tudomány és Technika háza), a Piarista templom, a görög-katolikus templom, és végül, de nem utolsó sorban a katolikus Nagytemplom. A második példám nem más, mint az ökumené, az ökumenikus összetartás jelentősége. A 16. században, amíg nem állt a református fatemplom, illetve a 17. században, amikor már a református fatemplom leégett, és vártak az új kőtemplom megépítésére, a reformátusok és a katolikusok ugyanazt a templomot használták istentiszteletre, illetve misére, főbb egyházi ünnepeket pedig ökumenikus istentiszteletek keretében ünnepelték. A református templom története is egyedülálló: a török hódoltság idején és területén az egyedüli kőtemplom, amit keresztény hívők emelhetek – 669 arany ellenében.

Kecskemét 1950-ben vált a legnagyobb területű magyarországi megye székhelyévé. Manapság a városról az emberek többségének a fűtőlös barack jut eszébe, jobb esetben ez kiegészül az Univerrel és a Fornettivel, valamint a Repülónappal. Mezőváros jellegéből adódóan sok kritika éri, érte a közvéleményben: „a délibábos rónaság fővárosa, ahol még a plázát is Malom Centernek nevezik” (*Tanács* 2010). Ehhez tegyünk egy kiegészítést, a város első plázája a Pólus Róna nevet viseli.

2008. június 18-a azonban fordulópont lehet a város és a helyiek életében: bejelentették, hogy a Daimler AG. Kecskemét mellett, 441 hektáros területen valósít meg egy 800 millió eurós zöldmezős beruházást. Az újonnan épülő gyárban a Mercedes A és B osztályába tartozó modelleket gyártanak majd, várhatóan 2012. első negyedévében készülnek el az első kecskeméti modellek. A gyár felépítésekor a jelenleg ismert legmodernebb környezetkímélő megoldásokat alkalmazzák majd, az üzem szakterületei pedig a logisztika, a minőségmenedzsment és a termelés lesznek.

1. TÁBLÁZAT
Magyarország megyeszékhelyei lakosság szerint
(County seats in Hungary, regarding their size of population)

<i>Helység</i>	<i>Lakó-népesség (fő)</i>
<i>Budapest</i>	1 721 556
<i>Debrecen</i>	207 270
<i>Szeged</i>	169 713
<i>Miskolc</i>	169 226
<i>Pécs</i>	157 680
<i>Győr</i>	130 478
<i>Nyíregyháza</i>	117 832
<i>Kecskemét</i>	112 233
<i>Székesfehérvár</i>	101 973
<i>Szombathely</i>	79 438
<i>Szolnok</i>	74 656
<i>Tatabánya</i>	69 988
<i>Kaposvár</i>	68 018
<i>Békéscsaba</i>	64 429
<i>Veszprém</i>	63 898
<i>Zalaegerszeg</i>	61 705
<i>Eger</i>	56 593
<i>Salgótarján</i>	37 632
<i>Széksárd</i>	33 805

Forrás: KSH Helyiségnévtár (2010) alapján saját szerkesztés.

Kecskemét bemutatása (IVS)

Kecskemét város Bács-Kiskun megye székhelye, Budapest és Szeged között fél úton helyezkedik el. A város a homokhátságon található, ami leginkább az élelmiszeripar kialakulását és megerősödését segítette elő. Az 1867-es Kiegyezést követően kezdődött meg a városban az első ipartelepítési hullám. A második egy évszázaddal később, az 1960-as években következett, amelyet a Gépipari és Automatizálási Műszaki Főiskola és jogelődjének megalapításával erősítettek meg (*Üdvözljük Kecskeméten! „Hirös Város az Alföldön Kecskemét!”; Kecskeméti Főiskola Gépipari és Automatizálási...*). Az iparosítás a város előnyére vált, 1960-hoz képest közel megkétszereződött a város népessége.

A város népességére jellemző, hogy annak ellenére nő, hogy a megye népessége folyamatosan csökken. A növekedés okai között említhetjük a város és a kistérség népességvonzó képességét. A belső tényezők is hozzájárulnak a lakosság számának bővüléséhez, a folyamatosan növekvő születések számához stabil, alacsony szintű halálozási ráta tartozik, így a természetes fogyás alacsony értéket mutat. A vándorlási különbözet is pozitív, ami szintén hozzájárul a népesség növekedéséhez és arra enged következtetni, hogy a várost vonzónak találják. A város népességének iskolai végzettség szerinti megosztásával kapcsolatban kijelenthetjük, hogy amíg az 1960-as években a legtöbb, 7 éven felüli lakos nem végezte el a 8 osztályt, a lakosság kb. 70%-a, addig 2005-re ez az arány jelentősen lecsökkent, kb. 15%-ra. Jelentősen emelkedett a felsőfokú végzettséggel rendelkezők száma is, az 1960-as években arányuk 3% körül volt, addig 2005-re számuk megötszöröződött, jelenleg kb. 15%. A városfejlesztési stratégiában a szerzők felhívják a figyelmet arra, hogy a munkaerő piacon a legnagyobb kereslet a felsőfokú műszaki, gépipari és informatikai végzettségű szakemberek iránt mutatkozik. A Kecskeméti Főiskola Gépipari és Automatizálási Műszaki Főiskolai karán indított képzések ezt az igényt ki tudják elégíteni (*Farkas–Gaborjákné Vydareny–Kanalas et. al.* 2008). A város helyzetének vizsgálata során érdemes megnézni a lakások számának alakulását. 2001-2005 között köze 3000 új lakást adtak át a városban, ezek több mint fele társasházi lakás volt. Kecskemét kb. 45 ezer lakással rendelkezik, 80%-uk található belterületen, 13%-uk

külterületen, a város történelmi múltjából és jellegéből adódóan, a maradék 7% pedig a város körüli településeken, mint Kadafalva, Hetényegyháza ill. Katonatelepe (Farkas–Gaborjákné Vydareny–Kanalas et. al. 2008).

Kecskeméten a városfejlesztési stratégia által vizsgált időszakban csökkent az óvodába illetve általános beíratott gyermekek száma, amellyel párhuzamosan csökkent az óvodák és az általános iskolák száma. Ezzel ellentétes irányt mutat a középiskolai oktatás változása, nőtt a középiskolák száma, a fenntartók is diverzifikálódtak (alapítványi és egyházi iskolák megjelenése), bővült a kínált képzések száma és nőtt a középiskolai képzésben résztvevők száma is, ezen belül is a gimnáziumi képzést választók aránya. A felsőoktatás helyzete is javuló tendenciát mutat, amennyiben a három hagyományosan a városban működő főiskola (tanítóképző, kertészeti és műszaki főiskola) 2001-es összevonásával létrejött a Kecskeméti Főiskola, valamint 4 egyetem, illetve főiskola indított képzéseket a megyeszékhelyen (Farkas–Gaborjákné Vydareny–Kanalas et. al. 2008).

2. TÁBLÁZAT

Kecskemét MJV SWOT-mátrix (SWOT-matrix of Kecskemét county seat)

<i>Erősségek</i>	<i>Gyengeségek</i>
a régió legerősebb ipari potenciálja, országos szinten az egyik legalacsonyabb szintű iparüzési adó, dinamikusan fejlődő magyar tulajdonú vállalatok (Univer, Fornetti, Autoflex), egyre erősödő logisztikai tevékenység, néhány jelentős, beszállítói integrációra alkalmas multinacionális cég (Knorr-Bremse, Phoenix-Mecano, Thyssen, Hilti, Bosch) jelenléte.	agrár- és élelmiszergazdaság visszaesése, növekvő szakember hiány az ipar területén, viszonylag alacsony szintű FDI, viszonylag erőteljes bürokrácia, a műszaki végzettségű kecskeméti fiatalok elvándorlása, a magyar tulajdonú vállalatok alacsony innovációs aktivitása
<i>Lehetőségek</i>	<i>Veszélyek</i>
alakuló klaszterek, logisztikai fejlesztések, amelyek a kedvező földrajzi fekvésből adódnak, M8-as autópálya megépülése, az oktatási és gazdasági kapacitásra építve új befektetések érkezése.	szakképzett munkaerő hiánya, felsőoktatás színvonalának esése, bürokratikus városvezetés, klaszter képző folyamatok leállása

Forrás: Farkas J. – Gaborjákné Vydareny K. – Kanalás I. et. al. (2008).

A „Hírös város” integrált városfejlesztési stratégiájában a konkrét városfejlesztési stratégiával foglalkozó fejezet (Csatári–Kanalas–Kiss 2008) szerint a város fejlesztésének 3+1 gátló, illetve segítő tényezője van. A plusz egy tényező pedig nem más, mint a környezetileg érzékeny terület, ahol a város maga fekszik. A környezeti tényező, amennyiben a város megfelelően tud vele élni, a fejlődést segítő, ellenkező esetben pedig a fejlődést hátráltatja, gátolja.

A fejlődést elősegítő tényezők:

- kiváló földrajzi fekvés,
- megújuló képesség,

- magas szintű egészségügyi, oktatási, szociális és kulturális szolgáltatások.

A fejlődést gátló tényezők:

- a városi közlekedés helyzete, viszonylagos rendezetlensége,
- a város beépített területeinek szinte korlátok nélküli növekedése,
- az egyes városrészek eltérő fejlettségi szintje.

A városfejlesztési stratégia célja (Csatári–Kanalas–Kiss 2008) hogy Kecskemét

- modern, szolgáltató,
- harmonikus környezetű várossá és
- kulturális és idegenforgalmi centrummá váljon.

Mindezekhez az integrált városfejlesztési stratégiai átfogó, horizontális tervezési szempontokat határozott meg (Csatári–Kanalas–Kiss 2008) amelyek az alábbiak:

- esélyegyenlőség elve,
- fenntarthatóság,
- társadalmi és területi kohézió,
- foglalkoztatás és munkahelyteremtés.

A területi és társadalmi kohézió szorosan összefügg az esélyegyenlőség elvével, hiszen a stratégia kiemeli, hogy az alapvető infrastrukturális- és közszolgáltatásokhoz mindenki egyenlő mértékben hozzáférhessen, ami által csökkenthetők a városrészek fejlettségi szintjei között tapasztalható, olykor igen jelentős különbségek.

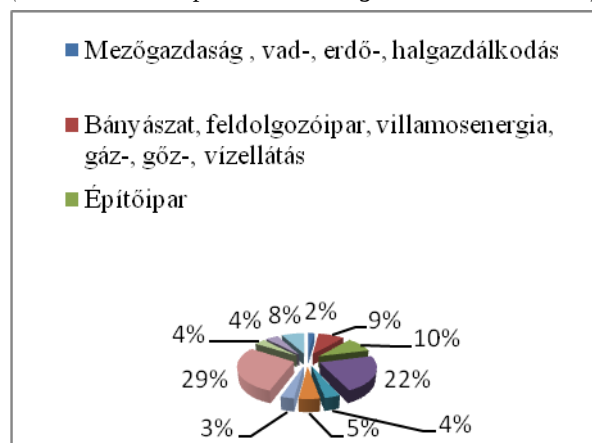
A város hosszú távú célja tehát, hogy mind társadalmilag, mind gazdaságilag megújulni képes, környezettudatos településsé váljék. Ennek megvalósítására az alábbi eszközökkel élhet (Csatári–Kanalas–Kiss 2008)

- környezeti adottságokhoz való alkalmazkodás,
- sokoldalú gazdaság,
- innovatív, kreatív szellemiség megvalósítása,
- művészetpártolás,
- társadalmi szolidaritás,
- kölcsönös együttműködés a környező településekkel.

Gazdasági szempontokat tekintve Kecskeméten összesen 11885 vállalkozás rendelkezett telephellyel 2003-ban, ezek közül azonban mindösszesen csak 19 vállalat foglalkoztatott 250 főnél több munkavállalót. Gazdasági ágazatokat vizsgálva elmondhatjuk, hogy a legjelentősebb ágazatok az ingatlanügyek és a gazdasági szolgáltatások, a kereskedelem és javítás, valamint az építőipar illetve a feldolgozó ipar. De összességében nincs egy igazi meghatározó, húzó ágazat. Kedvező eredménynek tekinthetjük, hogy e vállalkozások közül több hajtott végre további befektetéseket, és növeli majd munkavállalói számát. Bács-Kiskun Megye székhelye tehát elindult a sokoldalú és versenyképes gazdasági környezet kialakításának útján, azonban ami még hiányzik, az egy karakteres húzóágazat (Kecskemét város gazdasági programja 2006) amelyet a Daimler AG. beruházása megvalósíthat.

1. ÁBRA

*Kecskemét vállalkozásai nemzetgazdasági ágazatok szerint
(Kecskemét enterprises according to economic sectors)*



Forrás: Kecskemét IVS (2008).

Kecskemét jelenlegi helyzetét vizsgálva bátran kijelenthetjük, hogy már a Daimler AG. beruházása előtt is egy dinamikusan fejlődő, vonzó város volt, amit alátámaszt a folyamatosan és stabilan emelkedő népességszám, illetve a vállalkozások által megvalósított befektetések. Mindez véleményem szerint hozzájárult a Daimler telephelyválasztásához és Mercedes beruházással együtt a város jövőbeli fejlesztését jelentősen meghatározza és elősegíti.

Mercedes gyár

2008. június 18-a fordulópontot jelent Kecskemét városának életében: Gyurcsány Ferenc miniszterelnök rendkívüli sajtó-tájékoztatón jelentette be, hogy a stuttgarti székhelyű Daimler AG. első, kelet-európai autógyárát a „Hírös” városban építi fel. A zöld mezős beruházás a várostól délre, az M5 autópálya lehajtója közelében valósul meg, 800 millió euró értékben. A gyár várhatóan 2012-ben kezdi meg az autók gyártását, és 2500 főt foglalkoztat majd (*Mercedes-nagyhatalom lesz Magyarország* 2008).

A választás okai, avagy miért a „Hírös” város lett a befutó?

A bejelentést megelőzően a nemzetközi és a hazai sajtóban megjelent hírek alapján csak annyi volt biztos, a Mercedes közép-kelet-európai beruházást tervez, a lehetséges országok között említették Lengyelországot, Szerbiát, és egy ideig Románia tűnt befutónak (*Kolozsvár mellett készülnek az új Mercedesek* 2008). A beruházás tervezésének kezdeti szakaszában Magyarország még csak a lehetséges helyszínek listáján sem szerepelt, a magyar kormányfő, Gyurcsány Ferenc, akit Kecskemét polgármestere, Zombor Gábor támogatott, felvette a kapcsolatot Baden Württemberg miniszterelnökével. Az összefogás tetszett a németeknek, és ennek az eredménye a 2008. június 18-án elhangzott meglepetés-szerű bejelentés (*Manager Magazin*). A beruházás előfeltételeként a Daimler AG kifejezett kérése volt, hogy a gyár ne legyen 100 km-nél tovább a fővárostól, illetve, hogy erős műszaki oktatás legyen (*Szeged „béna volt”* 2008). A dél- és észak-alföldi régiók városai közül ennek a feltételnek egyedül Kecskemét felelt meg, a műszaki felsőoktatás gyökerei egészen az 1960-as évekig nyúlnak vissza. Dieter Zetsche a Daimler AG igazgatótanácsának elnöke a következőket mondta a beruházással kapcsolatban: "Versenyképességünk tartós növelése és a kelet-európai piaci lehetőségek kihasználása érdekében egy új gyárat kívánunk létrehozni Magyarországon" (*Mercedes-nagyhatalom lesz Magyarország* 2008). Zombor Gábor, Kecskemét megyei jogú város polgármestere szerint a következő tényezők járultak hozzá a beruházás megszerzéséhez: a város logisztikai helyzete, a csökkenő iparüzési adó illetve a főiskolai és szakiskolai oktatás (*Adókedvezményt, támogatást, készpénzt...* 2008). Kóka János (SZDSZ) szerint azonban a döntő szempont a felajánlott telek helyzete volt: az M5-ös autópályához közeli telek több fontos úthoz van közel, illetve jól illeszkedik az ország autópálya-hálózatába (*Escritt-Reed* 2008). Nem sokkal a beruházás után jelentették be a Kreatív Innovációs Központ Kecskemét projektet, ami a Mercedes gyárral együtt a „Hírös” várost a gazdasági és kutatási központtá teheti (*Újabb kecskeméti csoda* 2008).

Stefán Lázár, a Heti Válasz munkatársa interjút készített Florian Martens-szel, a Daimler AG sajtófőnökével, aki a következőkben határozta meg választásuk okait:

- közelebb kerülnek a szomszédos országok beszállítóihoz,
- megfelelő bérszint,
- megfelelő minőség biztosítása és fenntartása,
- a kormány és a város vezetőségének jó kapcsolata (Stefán 2009).

Florian Martens kijelentette, hogy a legfőbb esélyeseknek tartott Lengyelországtól és Romániától olyan ígéretek érkeztek, amelyek kiegyenlítették egymást, a döntő szempont a megfelelő minőség fenntartásának lehetősége volt.

A Világgazdaság elemzése (*Mercedes Kecskeméten – Mi szolt mellettünk?* 2008) szerint a következő érvek szóltak Magyarországot, illetve Kecskemét mellett:

- más autóipari vállalatok kapacitásai,
- alkatrészgyártók jelenléte,
- fejlett infrastruktúra, létező autópályák,
- Magyarország versenyképessége a magas technológiai színvonalú termeléshez,
- nemzetközi viszonylatban alacsony vállalati adók.

A beruházás megszerzése szempontjából fontos szerepet játszott a város vezetősége és a kormány által tanúsított diszkréció is, Románia esélyeit porrá zúzta, hogy „előre ittak a medve bőrére” (*Kolozsvár mellett készülnek az új Mercedesek* 2008). A város ellenzéki képviselői, Adorján Mihály (SZDSZ) szerint a

legfontosabb, amit figyelembe kell venni, az a megvalósuló cél, Brúszel László (MSZP) pedig elmondta, a város a rendszerváltás óta arra várt, hogy egy nagyvállalat települjön be és kezdjen termelő tevékenységbe, ezt a lehetőséget nem szabad elszalasztani, ezért minden támogatást megadnak a város vezetésének (*Nagykoalíciós összefogás Kecskeméten a Mercedes-beruházásért* 2008). 2008. október 27-én írta alá a magyar kormány és a Mercedes-Benz a kecskeméti gyárról szóló szerződést. Rainer Schmücke elmondta, bíznak a magyar munkaerőben, a gyár felépítését pedig maratoni futáshoz hasonlította, ami kitartást és fegyelmet igényel (Boros 2008).

Összefoglalva az itt leírtakat: Kecskemét földrajzi elhelyezkedése, a politikai összefogás, a fejlett és kiépített közlekedési infrastruktúra, a megfelelő minőségű munkaerő rendelkezésre állásának lehetősége, a magyar tárgyaló partnerek diszkréciója vezettek a beruházás megvalósulásához.

3. TÁBLÁZAT

*A Mercedes Benz Manufacturing Hungary Kft. mérföldkövei
(Milestones of Mercedes Benz Manufacturing Hungary Ltd.)*

<i>Dátum</i>	<i>Esemény</i>
2008. június 18.	Beruházás bejelentése
2008. október 27.	Együttműködési megállapodás aláírása
2009. február 13.	Telekvásárlási folyamat lezárása
2009. május 7.	Gyár terveinek jóváhagyása
2009. július 1.	Építkezés kezdete
2009. október 16.	Hivatalos alapköletétel
2009. december 10.	Daimler út felavatása
2010. szeptember	Gyártósorok beszerelésének kezdete
2010. október 21.	Bokrétaünnep
2010. november 5.	Stratégiai Együttműködési Megállapodás aláírása a Mercedes Benz Manufacturing Hungary Kft. és a Kecskeméti Főiskola között
2010. december 10.	Stratégiai együttműködési szándéknyilatkozat aláírása a Mercedes Benz Manufacturing Hungary Kft., a Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, valamint Kecskemét MJV önkormányzatával
2011. január 28.	Mercedes-csillag felavatása
2011. május 1.	Kulcsrakész gyár átadása
2011. szeptember 1.	Első termelési tesztek
2012. február	Legördülnek a gyártósorokról az első magyar gyártású Mercedes Benz személygépkocsik

Forrás: Mercedes Benz Manufacturing Hungary Kft.

A beruházás hatásai a város fejlődésére

A következőkben a Mercedes-Benz Manufacturing Hungary Kft. ingatlan-piacra, illetve a munkaerő-piacra, valamint a város egészére gyakorolt hatását vizsgálom.

Ingatlan-piac

A 2008. június 18-ai események hírére Kecskeméten érezhetően megnőtt az érdeklődés az ingatlanok iránt. A város Alsószéktő részén átadták a gyár dolgozóinak épített lakóparkot, illetve a lakások bérleti díjai is komoly, átlagosan 30-50%-os növekedést mutatnak (*A Mercedes miatt pörög...* 2010). Az ipari telkek iránt már korábban nagyobb lett az érdeklődés, számos, a városban tevékenykedő vállalat, mint a Knorr-Bremse is, fejlesztéseket tervez, valamint új gyárak, üzemek is betelepülnek Kecskemétre (*Tanács* 2010). A korábbiak során Kecskemét ingatlan-piacára jellemző volt, hogy a válság ellenére sem csökkentek a lakások árai, ennek okai között tarthatjuk számon a város jó megközelíthetőségét, ami tovább javul majd az M8-as autópálya megépülésével, a jó vállalkozói környezetet, kevés munkahely szűnt meg, és a környékbeli településekből is sokan költöznének be a városba. Az ipari ingatlanok áraiban tényleges emelkedés tapasztalható a Mercedes gyárépítés hatására (*Kecskeméti ingatlanpiac: még a fű is...* 2009).

Bár nem kötődik közvetlenül az ingatlan-piachoz, Kecskeméten megkezdődött az Egészségügyi Központ fejlesztése. A város 11,6 milliárd Ft-os költségvetéséből építi fel a kórház új tömbjét a Nyíri úton, így a megyei

kórház egy telephelyen működhet tovább. Az új épület 2012 szeptemberére készül el, és a következő év tavaszán már fogadhatja a beteget (Komlós 2011).

Négy csillagos szállodát épít továbbá Kecskeméten a Hilton, összesen 1,9 milliárd Ft értékben. A szálloda a Hampton by Hilton nevet viseli majd, 100 szoba várja majd a vendégeket a városban épülő új élményfürdő közvetlen szomszédságában (Gál 2010).

A Knorr-Bremse 4,5 milliárd Ft-os beruházást hajt végre a város déli ipari parkjában, ennek keretében további 110 dolgozó felvételét tervezik (*Szomszédot kap a kecskeméti Mercedes-gyár* 2010).

Munkaerő-piac, oktatás

2010 decemberében Kecskemét, a helyi kereskedelmi és iparkamara, valamint a Mercedes megállapodást írtak alá a német-jellegű duális képzés megvalósulásáról. Ennek keretében három éves szakmai képzéseket indítanak kettő helyi szakközépiskolában, öt különböző szakon. Az iparkamara és a város vezetése szerint is időszerű a szakképzés átalakítása, mivel a jelenleg működő rendszer nem ad elegendő gyakorlatot a végzettséggel, ezzel növelve a munkanélküliséget. Frank Klein, a gyár igazgatója kiemelte, hogy ez a megállapodás azért is különösen fontos, mert a gyárnak szüksége van megfelelően képzett szakemberekre, továbbá, a gyár várhatóan közvetve további tízezer munkahelyet teremt, így a szakképzés reformja a többi, a régióban működő vállalat számára is pozitív eredményeket hozhat (*A Mercedes is beszáll...* 2010). A decemberben aláírt szándéknyilatkozatot 2011. április 19-én váltották megállapodássá, a szándéknyilatkozat aláírói mellett további tíz vállalat is csatlakozott, az öt új képzés akkreditálása folyamatban van, amennyiben ez sikerrel zárul, 2011 szeptemberétől 29 tanuló gépjármű-mechatronikus, mechatronikai karbantartó és karosszéria-készítő képzését kezdhetik meg (*Czomba: Történelmi jelentőségű...* 2011).

2010 novemberében a gyár a Kecskeméti Főiskola Gépipari és Automatizálási Műszaki Főiskolai Kara is stratégiai együttműködést írtak alá, a duális felsőoktatási képzéstől. Az együttműködés keretében bevezetik a gépészmérnök-képzésben a járműgyártási szakirányt, illetve hosszú távon járműtanszéket is kialakítanak (*Stratégiai együttműködésről született...* 2010). Ezen felül Unió forrásból épül a főiskolán a járműipari intézet, amely 2012-re készül el, valamint folyamatban van a járműmérnöki alapszak tantervének kidolgozása is, illetve a megfelelő nyelvi képzés feltételeinek megvalósítása is (*Unió forrásból új járműipari...* 2011). A Mercedes számára szükséges szakemberek képzés érdekében kb. 271 millió Ft értékben végez tananyag-fejlesztést a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem a Kecskeméti Főiskolával közösen, a projektben külső tagként a Széchenyi István Egyetem is részt vesz (*A Mercedes-Benz hatására új képzés...* 2010).

Felépült továbbá a Mercedes-Benz Schule is, ami a gyár német dolgozói gyermekeinek biztosítja a német nyelvű oktatást. Az épületet az önkormányzat építtette, a berendezéseket illetve a tanárok fizetését a gyár állja (*Van iskolájuk a német gyerekeknek...* 2010).

Összefoglalás

Az összefoglalás első felének az integrált városfejlesztési stratégia néhány mondatát idézném:

„Az elmúlt két évtized Kecskemét saját maga újradefiniálási kísérletének jegyében telt. Annak ellenére, hogy gazdaságát sikeresen újíttotta meg, s kulturális kínálat tekintetében is jelentősen előrelépett, az egész várost magával húzó fejlődési irány még nem bontakozott ki. A Daimler AG. autóipari nagyberuházása e tekintetben új esélyt teremthet Kecskemét számára. Az üzem és a letelepedő beszállítók annak ellenére, hogy munkahelyeket teremtenek, s növelik a helyi adóbevételeket, önmagukban nem tekinthetők városformáló tényezőnek. Egy ilyen léptékű ipari beruházás is csak akkor tud jelentős városformáló erővé válni, ha egy olyan települést talál, amely képes a teljes települési rendszerében (gazdaság, társadalom, környezet, műszaki és infrastrukturális háttér) megújulásra, vagy ki tudja kényszeríteni azt. Kecskemétnek a közeljövőben olyan minőségi települési háttérrel kell kialakítania, amely egyszerre képes előrelépést (fejlődést) mutatni a magas szintű vállalkozási-, szolgáltatási- és infrastrukturális környezet kialakítása, a helyi társadalom képzettsége, az épített- és természeti környezet védelme, valamint a kulturális miliő formálása terén. Ha ezek a feltételek teljesülnek, Kecskemét egy versenyképes és vonzó település képét tudja magáról mutatni, mely meg tud felelni nem csak a Daimler által is képviselt igen szigorú nemzetközi elvárásoknak, de a helyi társadalom egyre növekvő igényeinek is” (*Csatári-Kanalas-Kiss* 2008, 10).

Véleményem szerint jelentős lépéseket tett meg a város és a Mercedes beruházás annak érdekében, hogy a SWOT-mátrixban szereplő gyengeségeket, illetve veszélyeket (növekvő szakember hiány az ipar területén,

alacsony szintű FDI, műszaki végzettségű kecskeméti fiatalok elvándorlása, szakképzett munkaerő hiánya, felsőoktatás színvonalának esése) elkerüljék.

Frank Klein, a Mercedes gyár igazgatója elmondása szerint a Daimler csoport nem bánta meg a kecskeméti beruházást: az építkezés, a zord időjárási körülmények ellenére is az ütemtervben meghatározottak szerint halad, elégedettek, a gyárat 80%-ban magyar munkavállalók építették. Kiemelte továbbá, hogy naponta kétezeren dolgoznak azon, hogy minden időben megvalósuljon, májusra a robotok és a gépsorok is üzemkészek legyenek (Frank Klein: *Jó döntés volt...* 2011).

A város további fejlesztéseket hajt végre: fejlesztik a közlekedési infrastruktúrát, ez nem csak a Mercedes gyár miatt szükséges, hanem a várhatóan idetelepülő üzemek, továbbá a megnövekedett forgalom is ezt igénylik. Kecskemét és a környék képe várhatóan megváltozik, Csatári Bálint, az MTA Regionális Kutatások Intézete főmunkatársa szerint, mivel a Mercedes maga is környezetbarát imázst épít ki, a városnak is ki kell alakítania egy zöld koncepciót. Frank Klein is bizakodó: a Mercedes gyárak világszerte sikeresen működnek, amiből környezetük is profitál, szerinte ez alól Magyarország sem lesz kivétel. Az eddigi tapasztalatok mind pozitívak, tíz éven belül szerinte a gyárat főként magyarok vezetik majd. Ahogy fogalmazott: célja, hogy pozitív szellemet adjon át dolgozóinak, és hogy tíz év alatt megtanítsák a magyarokat „siker modelljére” (Tanács 2010).

Irodalom

- A Mercedes is beszáll a kecskeméti szakképzésbe (2010) *HVG*. http://hvg.hu/karrier/20101210_mercedes_szakkepzes#rss, (letöltés ideje: 2011. április 22.)
- A Mercedes miatt pörög a bérlakások piaca (2010) *HVG*. http://hvg.hu/gazdasag/20101221_mercedes_beruhazas_lakaspiac#rss (letöltés ideje: 2011. április 22.)
- A Mercedes-Benz hatására új képzés a BME-n és a Kecskeméti Főiskolán (2010) *Sajtóközlemény.com*. <http://www.sajtokozlemeney.com/sajtokozlemeney/gazdas%C3%A1g/20100617/mercedes-benz-hat%C3%A1s%C3%A1ra-%C3%BAj-k%C3%A9p%C3%A9sz%C3%A9s-bme-n-%C3%A9s-kecskem%C3%A9ti-f%C5%91iskol%C3%A1n> (letöltés ideje: 2011. április 22.)
- Adókedvezményt, támogatást, készpénzt kap a Mercedes-gyár (2008) *Magyar Nemzet Online*. <http://www.mno.hu/portal/567384> (letöltés ideje: 2011. április 20.)
- Boros J. (2008) Aláírták a kecskeméti Mercedes-gyárról szóló szerződést. *Népszabadság*. http://www.nol.hu/gazdasag/alairtak_a_kecskemeti_mercedes-gyarrol_szolo_szerzodest (letöltés ideje: 2011. április 20.)
- Csatári B. – Kanalas I. – Kiss A. (2008) *Kecskemét integrált városfejlesztési stratégiája 2007-2013. A városfejlesztés stratégiája*. MTA RKK Alföldi Tudományos Intézete. <http://www.alfoldinfo.hu/kecskemet/ivs/strategia.pdf> (letöltés ideje: 2011. március 25.)
- Czomba: Történelmi jelentőségű megállapodás (2010) *Magyar Nemzet*. <http://www.mno.hu/portal/778947> (letöltés ideje: 2011. április 22.)
- Escritt, T. – Reed, J. (2008) Daimler picks Hungary for east European factory. *Financial Times*. <http://www.ft.com/cms/s/0/7a10a714-3d1b-11dd-bbb5-0000779fd2ac.html#axzz1L5a04kFa> (letöltés ideje: 2011. április 20.)
- Farkas J. – Gaborjáné Vydareny K. – Kanalas I. – Kovács A. – Petrás E. – Salánki Sz. – Szemenyei Gy. (2008) *Kecskemét integrált városfejlesztési stratégiája 2007-2013. Kecskemét helyzete*. MTA RKK Alföldi Tudományos Intézete. <http://www.alfoldinfo.hu/kecskemet/ivs/helyzetelemzes.pdf> (letöltés ideje: 2011. március 25.)
- Frank Klein: Jó döntés volt a Mercedes gyártását Kecskemétre hozni (2011) *Menedzser Fórum*. http://www.mfor.hu/cikkek/Frank_Klein_jo_dontes_volt_a_Mercedes-Benz_kompakt_szemelygepkocsik_gyartasat_Kecskemetre_hozni.html (letöltés ideje: 2011. április 22.)
- Gál Z. (2010) Nézze meg milyen lesz a kecskeméti Hilton. *BAON*. <http://www.baon.hu/bacs-kiskun/gazdasag/nezze-meg-milyen-lesz-a-kecskemeti-hilton-335850> (letöltés ideje: 2011. április 22.)
- Kecskeméti Főiskola Gépipari és Automatizálási Műszaki Főiskolai Kar: <http://www.kefo.hu/index.php?page=node,read&stitle=gamfkar>
- Kecskeméti ingatlanpiac: még a fű is zöldőbb Kecskeméten a Mercedes miatt (2009) *Építőinfo*. <http://www.epitinfo.hu/?fejezet=5&cid=62419&wa=HIREKD0920> (letöltés ideje: 2011. április 22.)
- Kecskemét város gazdasági programja (2006) *MTA RKK Alföldi Tudományos Intézete*. Kecskemét
- Kolozsvár mellett készülnek az új Mercedesek (2008) *HVG*. http://hvg.hu/cegauto/20080219_mercedes_benz_kolozsvar_cluj_romania_gyar#utm_source=hvg.hu&utm_medium=listing&utm_content=related&utm_campaign=related (letöltés ideje: 2011. április 20.)
- Komlós J. Jr. (2011) Megkezdődött a Kecskeméti Gyógyintézet Központ építése. *Kecskemét MJV honlapja*. <http://www.kecskemethu.hu/?r=701&c=16291&l=> (letöltés ideje: 2011. május 1.)
- Manager Magazin: <http://www.managermagazin.hu/magazin.php?page=article&id=1051> (letöltés ideje: 2011. április 20.)
- Mercedes Kecskeméten – Mi szólt mellettünk? (2008) *Világ gazdaság*. http://vg.hu/gazdasag/vg_online/gazdasag-_belfold/080619_mercedes_kecskemet_228027 (letöltés ideje: 2011. április 20.)
- Mercedes-nagyhatalom lesz Magyarország (2008) *HVG*. http://hvg.hu/cegauto/20080618_mercedes_gyar_kecskemethu (letöltés ideje: 2011. április 20.)
- Nagykoalíciós összefogás Kecskeméten a Mercedes-beruházásért (2008) *Népszabadság*. <http://nol.hu/archivum/archiv-496286> (letöltés ideje: 2011. április 20.)
- Stefán L. (2009) Megszólal a Mercedes képviselője. *Heti Válasz*. <http://hetivalasz.hu/uzlet/megszolal-a-mercedes-kepviseloje-19320/>, (letöltés ideje: 2011. április 20.)
- Szakemberképzés az autópár számára. Stratégiai együttműködésről született megállapodás a Mercedes-Benz és a Kecskeméti Főiskola között (2010) *Kecskemét Főiskola. Sajtóközlemény*. <http://www.gamf.hu/porta2/sites/default/files/sajtokozlemeney.pdf> (letöltés ideje: 2011. április 22.)
- Szeged „béna volt” (2008) *Figyelő*. http://www.fn.hu/cegek/20080626/szeged_bena_volt/ (letöltés ideje: 2011. április 20.)
- Szomszédot kap a kecskeméti Mercedes-gyár (2010) *Figyelő*. http://www.fn.hu/allas/20100930/110_uj_munkahely_kecskemeten/ (letöltés ideje: 2011. április 23.)
- Tanács I. (2010) A Mercedes és a siker modellje Kecskeméten. *Népszabadság*. http://nol.hu/auto/20101204-a_mercedes (letöltés ideje: 2011. április 22.)

Újabb kecskeméti csoda (2008) *Piac és Profit*. http://www.piacprofit.hu/gazdasag/ujabb_kecskemeti_csoda.html (letöltés ideje: 2011. április 20.)
Unió forrásból új járműipari intézet épül a Kecskeméti Főiskolán (2011) *Kecskeméti Főiskola Gépipari és Automatizálási Műszaki Főiskolai Kar*. http://www.kefo.hu/index.php?page=news,read&stitle=jarmuipari_intezet_2011 (letöltés ideje: 2011. április 22.)
Üdvözljük Kecskeméten! Hírös Város az Alföldön Kecskemét. *Kecskemét MJV honlapja. Várostörténet*. <http://kecskemethu/?r=316>
Van iskolájuk a német gyerekeknek Kecskeméten (2010) *Magyar Nemzet*. <http://www.mno.hu/portal/701708> (letöltés ideje: 2011. április 22.)

KECSKEMÉT AND THE DAIMLER AG. INVESTMENT

ÁGNES EDIT SZEPESI

June 18, 2008 is a very important date in the history of Kecskemét: the Daimler Ag. announced that the county seat of Bács-Kiskun will be the localisation of their first production plant in Central and Eastern Europe. The greenfield investment, in a value of 800 million EUR, will provide jobs for over 2500, at the time when the plant will work at full capacity. The factory will produce Mercedes Benz vehicles of the categories A and B, and the first cars are expected to be off the production line by February 2012. This production plant will supply the eastern and southern European regions, of a capacity of 100 thousand cars per year.

The working paper aims to present the antecedents by using a SWOT-analysis of Kecskemét, and based on press-articles, attempts to reconstruct the steps taken by the Hungarian government and the leaders of the city to acquire this investment. Based on different studies and articles, the study also ventures on to show the effects already and to be experienced, resulting from the growth of attractivity and income of the city, due to other new FDI's.