

Situácia v automobilovom priemysle a jej vplyv na podniky automobilového priemyslu na Slovensku

Katarína KICÁKOVÁ

Úvod

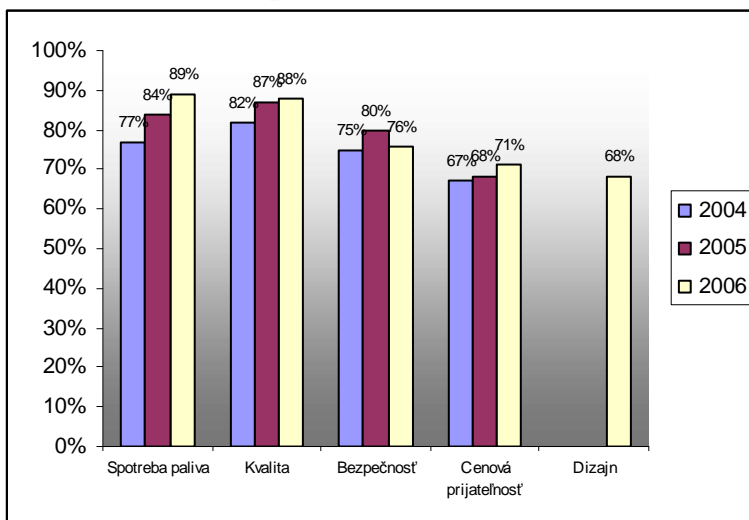
Automobilový priemysel sa stáva veľmi dynamicky sa rozvíjajúcim sektorom na Slovensku a zároveň hybnou silou rozvoja hospodárstva krajiny. Rozsiahle investície do tohto odvetvia by mali mať za následok top pozíciu Slovenska v produkcii automobilov per capita. Ak si však ako krajina chceme udržať konkurencieschopné postavenie na svetovom trhu, je nutné zachytiť svetové trendy v tejto oblasti a aplikovať opatrenia, ktoré z nich vyplývajú. Tento článok mapuje situáciu v automobilovom priemysle na globálnej, regionálnej aj národnej úrovni a jeho cieľom je dať odporúčania pre riadenie slovenských podnikov - dodávateľov automobilového priemyslu.

1. Celosvetová situácia v automobilovom priemysle

Stratégie v automobilovom priemysle smerujú k prispôbavaniu sa a ťaženiu výhod z novo vznikajúcich trhov v Číne, Indii, Vietname, Východnej Európe a Latinskej Amerike. Tieto regióny nie sú len zdrojmi nízko nákladovej pracovnej sily, ale aj sami o sebe sú zaujímavými trhmi, obzvlášť pre malé a nákladné automobily. Časom sa očakáva aj ďalšia expanzia a rozšírenie sortimentu.

Obrázok č. 1

Nákupné kritériá zákazníkov



Zdroj: Momentum 2007 KPMG Global Auto Executive Survey, 2007

KPMG (2007) vo svojom prieskume oslovila top manažérov podnikov z oblasti automobilového priemyslu, aby zistila ich vnímanie súčasného stavu a vývoja tohto odvetvia. Aj keď medzi hlavné požiadavky zákazníkov patrí spotreba paliva (Obr. 1), kvalita produktu a úspora nákladov ostávajú veľkými prioritami pri výbere automobilu zákazníkom. Práve riešenie vzťahu kvality a nákladov tak patrí medzi hlavné úlohy automobiliek, ako aj ich dodávateľov, na ktorých tieto požiadavky prenášajú. Napokon, kým medzi top 5 požiadavkami zákazníkov na automobil sa klasicky nachádza bezpečnosť, oproti prieskumom z minulých rokov sa na vrchol rebríčka dostal dizajn.

Očakáva sa, že kvalita produktu bude naďalej prioritou automobilového priemyslu, ale v tesnom závесе s problémom znižovania nákladov. Je teda nutné riešiť otázku, z čoho budú úspory nákladov plynúť. Medzi najčastejšie odpovede top manažérov patrili: inovácie vo výrobe (vrátane flexibility výroby), pokrok v používaných materiáloch (čo môže mať výrazný vplyv na dlhoročného partnera automobilového priemyslu – oceliarov) a outsourcing/offshoring (Tab. 1). Nakoniec, nekonkurenčná nákladová štruktúra bola označená 53 percentami respondentov ako najpravdepodobnejší dôvod bankrotu automobiliek a 51% u ich priamych dodávateľov (KPMG, 2007).

Tabuľka č. 1

Hlavné možnosti úspory nákladov

Faktor	%
Inovácie vo výrobe (vrátane flexibility)	66
Inovácie v použitých materiáloch	61
Outsourcing / Offshoring	61
Modelovanie a počítačová simulácia	38
Zdieľané služby	36
Náklady na zdravotnú starostlivosť a benefity	34
Priame mzdy	32
Lokálne / regionálne daňové stimuly	16

Zdroj: Momentum 2007 KPMG Global Auto Executive Survey, 2007

2. Postavenie stredo európskeho regiónu v automobilovom priemysle

Čo sa týka vývoja automobilového priemyslu z regionálneho hľadiska, najväčší rast výroby pretrváva v Ázii – predovšetkým ide o Čínu, avšak v porovnaní so stagnujúcou Západnou Európou a Severnou Amerikou, u krajín Latinskej Ameriky a Strednej a Východnej Európy sa očakáva taktiež výrazný rozmach tohto odvetvia. Nakoľko sa slovenských podnikov bytostne dotýka situácia práve v krajinách Strednej a Východnej Európy, v nasledujúcej kapitole sa zameriame na tento región.

Stredná a Východná Európa je po vstupe jej kľúčových krajín do Európskej Únie jedným z najdynamickejšie rastúcich regiónov vyznačujúcich sa

ekonomickým rastom a stabilitou regiónu. Svojou blízkosťou k západoeurópskym trhom poskytuje výnimočnú príležitosť pre výrobcov automobilov a ich dodávateľov vo forme očakávania rastu predaja alebo nižších výrobných nákladov. Táto atraktívnosť regiónu spôsobila prílív nových investícií, ktoré by mali vytvoriť kapacitu produkovať vyše 5,5 milióna automobilov ročne do roku 2011 (Ernst & Young, 2006). Týmto by sa mal región stať čistým exportérom automobilov.

2.1. Odhad výroby a predaja automobilov v regióne v budúcnosti

V nasledujúcich rokoch bude výroba automobilov v Strednej a Východnej Európe (SVE) ovládaná producentmi pochádzajúcimi z krajín mimo tohto regiónu, ktorí si tu budú zakladať prevádzky z dôvodu výhody nižších nákladov a využitia rozvíjajúceho sa trhu. Pôjde o výrobu predovšetkým menších automobilov triedy A a B, a to z dvoch dôvodov: tieto produkty sú cenovo citlivé, takže tento región poskytne nízko nákladovú výrobu a okrem toho sú tieto dve triedy najbežnejšími medzi miestnymi spotrebiteľmi.

V SVE už prebieha formovanie hlavných exportných centier automobilového priemyslu, a to predovšetkým na Slovensku a v Českej Republike. Tieto krajiny sa stanú úplne závislými na exporte automobilov globálnych značiek, keď sa dosiahne maximálna úroveň produkčnej kapacity už etablovaných automobiliek (okrem nich je ešte ohlásený vstup ďalších investorov). S prílevom investícií sa však zároveň začína objavovať problém nedostatku kvalifikovanej pracovnej sily.

Aj v pohľade na celý región sa SVE stane čistým exportérom automobilov, s čím súvisí najmä závislosť na exporte a cudzej mene u týchto krajín. Rozhodujúci trh z dôvodu blízkosti a teda nižších dopravných nákladov bude predstavovať Západná Európa.

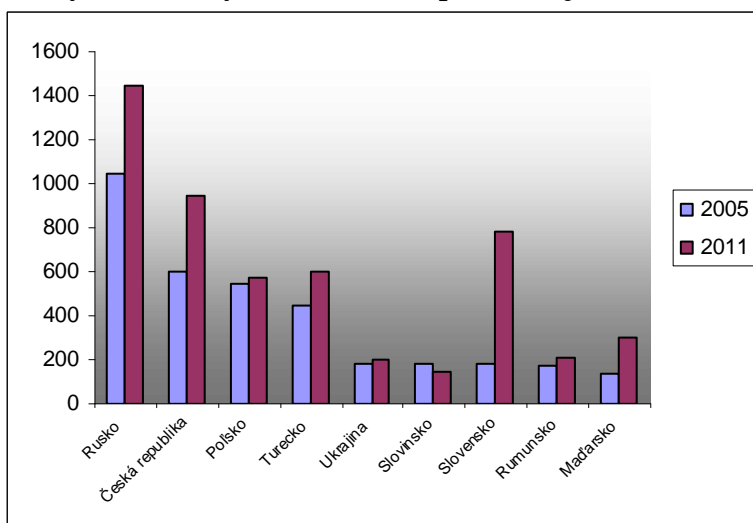
Čo sa týka predaja, očakáva sa rast predaja osobných automobilov v súvislosti so zvyšujúcou sa kúpyschopnosťou a rozširovaním ekonomického vývoja aj do oblastí mimo hlavných miest. Napriek tomu sa odhaduje, že rast výroby bude stimulovať spotrebu len v minimálnej miere, nepredpokladá sa žiadny dramatický rast predaja automobilov v tomto regióne.

Odhaduje sa, že so zvyšujúcou sa kúpnu silou obyvateľov je ešte priestor na rast hustoty automobilov na 1000 obyvateľov. Medzi takéto krajiny patria takmer všetky krajiny regiónu SVE okrem Slovinska, ktoré už teraz dosahuje úroveň porovnateľnú so Západnou Európou. So 469 automobilmi na 1000 obyvateľov dokonca predstihuje USA (469) (Ernst & Young, 2006/2007). Hustota automobilov v stredoeurópskych krajinách (ČR, Poľsko, Maďarsko, SR) sa pohybuje od 388 do 261 – SR. Do tejto skupiny ešte patrí Bulharsko, ostatné krajiny SVE sú pod úrovňou 200 aut./1000 obyv. (Rusko, Rumunsko, Ukrajina).

Medzi dominujúce patria značky domácich alebo už skôr etablovaných automobiliek (Ukrajina a Rusko – Lada, Rumunsko – Dacia, ČR, SR a Poľsko – Škoda, Slovinsko a Turecko – Renault, Maďarsko – Suzuki, Bulharsko – Peugeot) (Ernst & Young, 2006/2007). Lepší prehľad poskytujú obrázky č. 2 a 3.

Obrázok č. 2

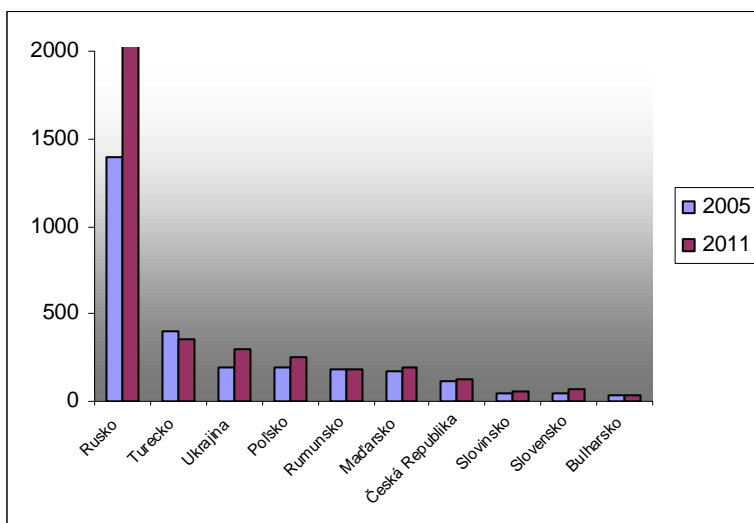
Výroba osobných automobilov podľa krajín v tisícoch



Zdroj: Ernst & Young: The Central and Eastern European Automotive Market- Industry Overview. Winter 2006/2007

Obrázok č. 3

Predaj osobných automobilov podľa krajín v tisícoch



Zdroj: Ernst & Young: The Central and Eastern European Automotive Market- Industry Overview. Winter 2006/2007

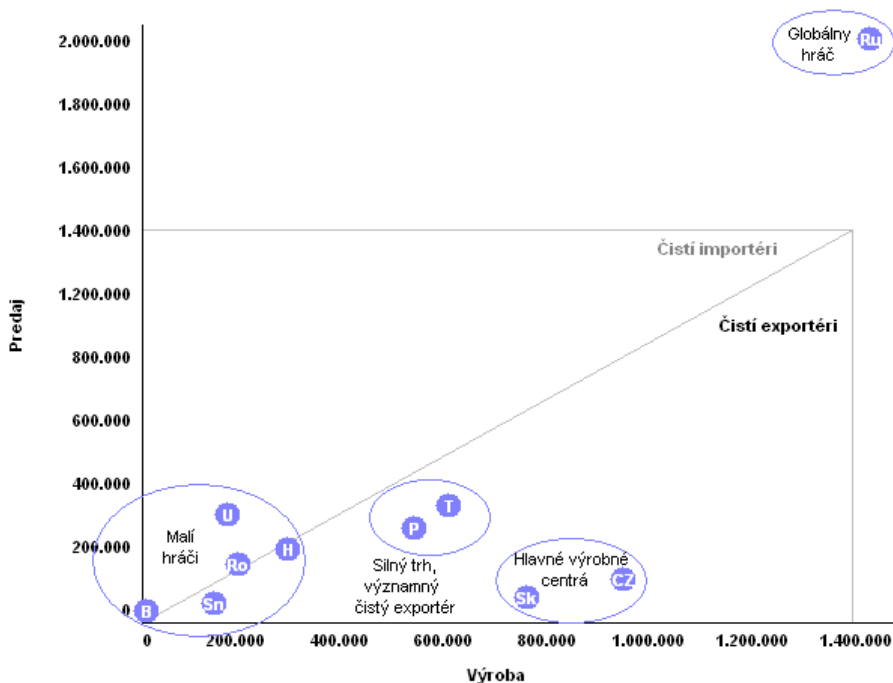
2.2. Segmentácia krajín Strednej a Východnej Európy

Napriek tomu, že SVE je považovaná za ucelený región, jej krajiny vykazujú značné odlišnosti v množstve faktorov. Ernst & Young (2006/2007) vyselekoval nasledujúce segmenty v rámci tohto regiónu (Obr. 4):

- *Globálny hráč – Rusko.* S očakávaným trhom vyše 2 miliónov vozidiel do roku 2011 má samotné Rusko trhovú potenciál porovnateľný s niektorými väčšími tržmi Západnej Európy.
- *Hlavné výrobné centrá – Česká Republika a Slovensko.* Tieto dve krajiny boli hlavnými prijímateľmi veľkých investícií do nových automobilových závodov a stanú sa významnými exportérmi automobilov; dokonca do takej miery, že exportovanej produkcie bude vyše 75%. To stavia tieto krajiny do silnej závislosti na exporte. Okrem toho začínajú vykazovať znaky prehrievania na trhu práce, pričom je ohlásená výstavba ešte ďalších automobiliek. Bývalé Československo sa tak stane hlavným exportným centrom zásobujúcim západoeurópske trhy a tiež hlavným centrom pre lokalizovanie výroby dodávateľov automobilového priemyslu.

Obrázok č. 4

Výroba osobných automobilov v porovnaní s predajom



Zdroj: Ernst & Young: The Central and Eastern European Automotive Market- Industry Overview. Winter 2006/2007

- *Silné domáce trhy a významní čistí exportéri zároveň: Poľsko, Turecko.* Táto oblasť má potenciál do 5 rokov vytvoriť domáci trh s vyše 250000 jednotkami s tým, že výrobná kapacita bude potreby domáceho trhu prevyšovať. Teda aj tieto krajiny sa stanú významnými exportérmi. Turecko sa navyše okrem výroby osobných automobilov stáva regionálnym centrom pre výrobu nákladných automobilov.
- *Malí hráči.* Ostatné krajiny v regióne v blízkej budúcnosti buď nemajú potenciál významného domáceho trhu alebo významnejšej exportnej schopnosti.

3. Automobilový priemysel na Slovensku

Napriek relatívne malému trhu, Slovensko sa stáva jedným z hlavným centier automobilovej výroby v SVE. Automobilový priemysel priamo zamestnáva vyše 57 000 obyvateľov SR a nepriamo môže ísť až o päťnásobný počet zamestnancov (OICA, 2006). Výroba VW, PSA a KIA by sa mala čoskoro vyšplhať na 800 tisíc jednotiek ročne, z čoho by malo ísť 90% na export. Táto úroveň závislosti na exporte nemá v tomto odvetví obdobu a to celosvetovo. Slovensko by tak malo získať svetové prvenstvo vo výrobe automobilov per capita od súčasného lídra – Belgicka (Ernst & Young, 2006/2007).

Analytici KPMG (2005) očakávajú, že domáci trh automobilov by mal vykazovať rast 6% ročne (popri predpokladanom svetovom priemernom raste v rovnakom období 3,3%). Priemerný vek registrovaných automobilov na Slovensku sa v roku 2000 odhadoval na 13 rokov, takže potreba vymeniť staré modely by mala tiež prispieť k rastu domáceho trhu. Hustota 261 automobilov na 1000 obyv. by teda mala s rastúcim HDP per capita rásť, avšak aj tak by mala nová výrobná kapacita predávané množstvo 12 krát prevyšovať (Ernst & Young, 2006/2007).

Investície Volkswagenu, PSA Peugeot Citroën a KIA Motors na Západnom Slovensku pritiahli a stále priťahujú sieť dodávateľov komponentov. Odpoveďou na otázku, čím je Slovensko také príťažlivé v získavaní významných investícií v oblasti automobilového priemyslu je medzi iným aj geografické umiestnenie v strede Európy s kombinovaným trhovým potenciálom vyše 350 mil. ľudí. Jeho územie križuje niekoľko významných ciest, v rámci 1000 km okruhu býva vyše 220 mil. obyvateľov a je tiež bránou do Východnej Európy a teda ďalším 440 mil. ľuďom (KPMG, 2005).

Ďalším faktorom, by mala byť dostupnosť kvalifikovanej a relatívne lacnej pracovnej sily. Pri rovnakých úrovniach produktivity sú náklady na pracovnú silu na Slovensku približne o 30% nižšie v porovnaní s Českou Republikou, Maďarskom a Poľskom a 6,5 krát nižšie ako vo väčšine krajín Západnej Európy (KPMG, 2005). Závod Volkswagenu v Devínskej Novej Vsi získaný v roku 1992 je považovaný za najziskovejší z 42 závodov VW po celom svete. Toto prvenstvo je prisudzované nízkym mzdovým nákladom a flexibilnej a motivovanej pracovnej

sile (KPMG, 2005). Mali by sme zmeniť aj reformy uskutočnené predošlou vládou, predovšetkým v daňovej oblasti, kde išlo o celkové zjednodušenie daňového systému. K celkovému kreditu prispieva aj pozitívne hodnotenie podnikateľského prostredia.

Aj keď doteraz Slovensko lákalo zahraničných investorov aj z dôvodu nízkych mzdových nákladov, koncentrácia troch najväčších investícií v západnej časti Slovenska, zvlášť v okolí Bratislavy, spôsobuje to, že prijímanie a udržanie kvalifikovaných zamestnancov sa stáva čoraz náročnejšie. Volkswagen samotný zamestnáva okolo 10 tisíc ľudí a spolu s množstvom dodávateľov, ktorých za sebou pritiahol, spôsobil migráciu pracovníkov za prácou z okolia 100 km. Vysoký dopyt po pracovnej sile podporili PSA v Trnave (50km od Bratislavy) a KIA v Žiline (200km od Bratislavy), čo sa prenáša do zvýšených miezd a zložitejších podmienok pre menších dodávateľov komponentov, ktorí si v tejto oblasti zakladajú prevádzky (Obr. 5).

Obrázok č. 5

Výrobcovia automobilov a ich hlavných komponentov na Slovensku



Zdroj: Momentum Slovakia – the automotive powerhorse of Central Europe?, KPMG 2005

Medzi klady Slovenska môžeme pripísať aj priaznivé prostredie pre investovanie a automobilovú výrobu. Slovenská vláda veľmi proaktívne pristúpila k investorom ako PSA a KIA v poskytovaní infraštruktúrnych riešení šitých na mieru a atraktívnych stimulov. Tento prístup spojený s presvedčivými reformami ako jednoduchý systém rovnej dane pomohli zaistiť tieto prestížne projekty. Hospodárstvo Slovenska vykazuje jasné zameranie na rozvoj aktivít priemyselnej výroby a dá sa predpokladať, že toto priaznivé podnikateľské prostredie pre podniky automobilového priemyslu by malo pretrvávať.

Záver

Ako je vidieť z prieskumu KPMG, riešenie vzťahu kvality a nákladov bude v nadchádzajúcom období predstavovať jednu z kľúčových úloh podnikov automobilového priemyslu. Slovensko sa síce stalo pre zahraničných investorov príťažlivým ako poskytovateľ nákladovej výhody, ale je nutné zároveň prihliadať aj na efektívne vynakladanie nákladov a zachovať si tak vysokú úroveň kvality produkcie. Táto súvisí aj s bezpečnosťou výrobkov, ktorá je pri produktoch, ako sú automobily nevyhnutná.

Ak si chcú novoprichádzajúce podniky automobilového priemyslu zachovať nízku úroveň mzdových nákladov, ukazuje sa byť výhodné situovať podnik na východe Slovenska, nakoľko je tu ešte stále dostatok voľných pracovných síl. Čo sa týka existujúcich dodávateľov automobilového priemyslu (jednak zahraničné, ale zároveň aj slovenské podniky), identifikácia skrytých nákladov môže napomôcť lepšej analýze výkonnosti podniku a následne aj vhodnejšej alokácii prostriedkov do jednotlivých častí výrobného procesu. Z hľadiska klasifikácie nákladov na kvalitu podľa modelu PAF (prevention – appraisal – failure), je empiricky dokázané, že najefektívnejšie vynaložené sú náklady na prevenciu – tieto vedú k zníženiu nákladov na interné a externé chyby, čo v konečnom dôsledku pomáha znižovať celkové náklady na kvalitu a dosiahnuť požadovanú úroveň kvality.

Kľúčové slová

automobilový priemysel, Stredná a Východná Európa, Slovensko

Literatúra

1. Ernst & Young: The Central and Eastern European Automotive Market-Industry Overview. Winter 2006/2007.
2. KPMG: Momentum 2007 KPMG Global Auto Executive Survey. KPMG 2007.
3. KPMG: Momentum Slovakia – the automotive powerhorse of Central Europe? KPMG 2005.
4. OICA – The International Organisation of Motor Vehicles Manufacturers: The World's Automotive Industry. Some key figures. www.oica.net 2006

Summary

Relation between quality and costs becomes a key issue for automotive industry. Cost saving through shifting production to low cost countries therefore appears to be a solution. Central and Eastern Europe is one of such regions

attracted by foreign investors and Slovakia is a country of major importance when thinking of automotive industry. However, most vehicle manufacturers established their plants in the western part of Slovakia which is already pushing on the labor costs. Possibility of low wages for new investors seems to be in the east of Slovakia. Nevertheless, cost structure as a whole is what is important. Identification of hidden costs, as well as putting stress on prevention costs and decreasing failure costs can decrease quality costs as a whole and ensure competitiveness on global market.

Adresa autora

Ing. Katarína Kicáková
Obchodný referent UK a Škandinávia
U. S. STEEL Košice, s.r.o.
Vstupný areál U. S. Steel, 044 54 Košice
Slovensko
Tel.: +0421(0)55 / 673 05 85
Fax.: + 0421(0)55 / 675 05 85, 673 05 12
E-mail: kkicakova@sk.uss.com