

Spis treści

Wstęp	9
-----------------	---

I. Specyfika powiązań regionalnych w Azji i Pacyfiku

Paweł Szwiec: Integracja w Azji Wschodniej – geneza, przejawy, skutki, perspektywy	13
Zbigniew Olesiński: Mechanizm organizacyjny procesów integracyjnych w Azji Południowo-Wschodniej	21
Malgorzata Pietrasiak: ASEAN-6 i ASEAN-4: problemy na drodze do integracji regionu Azji Południowo-Wschodniej	31
Katarzyna A. Nawrot: Proces integracji regionalnej państw ASEAN	46
Ewa Oziewicz: Nowy regionalizm azjatycki z perspektywy ASEAN	55
Krystyna Żołądkiewicz: Integracja ekonomiczna w regionie Pacyfiku na przykładzie Strefy Wolnego Handlu Australii i Nowej Zelandii	64
Anna Calek: Perspektywy rozwoju gospodarczego mikropaństw Południowego Pacyfiku w ramach ugrupowania integracyjnego SPARTECA	76
Karolina Klecha-Tylec: Wschodni Obszar Wzrostu ASEAN jako przykład współpracy subregionalnej	84
Malgorzata Dziembała: Stosunki gospodarcze i polityczne Unii Europejskiej z krajami ASEAN na początku XXI wieku	94
Katarzyna Żukrowska: Stan zaawansowania integracji w ramach ASEAN a stosunki z Unią Europejską	106

II. Płaszczyzny i obszary współpracy regionalnej w Azji i Pacyfiku

Mariusz Szuster: Przesłanki lokalizacji produkcji w krajach azjatyckich	123
Jarosław Brach: Zagrożenie ze strony chińskich i indyjskich producentów ciężarówek dla liderów europejskich	130
Edyta Pawlak: Liberalizacja handlu jako czynnik rozwoju ugrupowań integracyjnych rejonu Azji i Pacyfiku	146
Monika Wyrzykowska: Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Chinach a bezpośrednie inwestycje Chińskiej Republiki Ludowej – najnowsze trendy i perspektywy	155
Sebastian Domżałski: Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w gospodarce Malezji na tle państw Azji Południowo-Wschodniej	165

Iwona Pawlas: Azja jako obszar funkcjonowania korporacji transnarodowych w zakresie działalności badawczo-rozwojowej	175
Bogusława Drelich-Skulska: Powiązania sieciowe przedsiębiorstw w regionie Azji i Pacyfiku	182
Elżbieta Pleśniak: Usługi outsourcingowe w Indiach	195
Szymon Mazurek: Giełdy papierów wartościowych w regionie Azji i Pacyfiku	206
Łukasz Fijałkowski: Regionalny wymiar bezpieczeństwa w Azji Południowo-Wschodniej. Idea Wspólnoty ASEAN w świetle koncepcji wspólnot bezpieczeństwa	216
Paweł Łyszczak: Rywalizacja o zasoby surowców energetycznych w basenie Morza Południowochińskiego	226

III. Makroekonomiczny wymiar procesów integracyjnych w Azji i Pacyfiku

Sebastian Bobowski, Marcin Haberla: Indie – narodziny drugiego azjatyckiego giganta?	237
Małgorzata Domiter: Znaczenie polityki handlowej Japonii dla jej dominującej pozycji w regionie Azji i Pacyfiku	246
Anna Jankowiak: Znaczenie ekonomiczne Hongkongu w regionie Azji i Pacyfiku	261
Aleksandra Kuźmińska: Brand China – wizerunek Chin w świecie w świetle rankingu Anholt Nation Brands Index	273
Patrycja Stermach: Ocena ryzyka państw ASEAN na podstawie metody klasyfikacji ryzyka kraju (<i>The Country Risk Classification Method – CRCM</i>)	282

IV. Społeczne i kulturowe wymiary procesów integracyjnych

Małgorzata Bartosik-Purgat: Kultura i konsument w świetle procesów globalnego rynku	293
Tadeusz Sporek: Społeczne problemy współczesnego świata – dylematy ochrony środowiska	305
Bogusław Bembenek: Japońskie grupy <i>keiretsu</i> w świetle koncepcji kapitału społecznego	315

Summaries

Paweł Szwiec: Integration in East Asia – causes, indications, outcomes, perspectives	20
Zbigniew Olesiński: Organizational mechanism of integrative processes in South-East Asia	30

Malgorzata Pietrasiak: ASEAN-6 and ASEAN-4: Problems on the way to the integration of South East Asia region	45
Katarzyna A. Nawrot: Process of regional integration in ASEAN countries	54
Ewa Oziewicz: New Asian regionalism from the ASEAN perspective	63
Krystyna Żołądkiewicz: Economic integration in Pacific Region on the example of Australia New Zealand Closer Economic Relations Trade Agreement	75
Anna Calek: The perspectives of economic development of the micro-states of South Pacific integration group SPARTECA	83
Karolina Klecha-Tylec: BIMP-EAGA as an example of subregional co-operation	93
Malgorzata Dziębala: Economic and political relations between the European Union and ASEAN countries at the beginning of the 21 st century	105
Katarzyna Żukrowska: ASEAN integration progress and relations with the European Union	120
Mariusz Szuster: The circumstances of manufacturing localization in Asian countries	129
Jarosław Brach: Are Chinese and Indian truck makers able to threaten today's, especially European leaders?	145
Edyta Pawlak: Liberalization of trade as a factor stimulating development of integrative groups of Asia and Pacific region	154
Monika Wyrzykowska: FDI in China and China's FDI – new trends and prospects	164
Sebastian Domżałski: Foreign direct investment in Malaysia against Southeast Asia	174
Iwona Pawlas: Asia and R&D activity of transnational corporations	181
Bogusława Drelich-Skulska: Business networks in Asia and Pacific region	194
Elżbieta Pleśniak: Outsourcing services in India	205
Szymon Mazurek: Stock exchanges in Asia and Pacific	215
Łukasz Fijałkowski: Regional dimension of security in Southeast Asia. The project of ASEAN Community and the notion of security community	225
Paweł Łyszczak: Energy rivalry in the South China Sea	234
Sebastian Bobowski, Marcin Haberla: India – birth of second Asian giant?	245
Malgorzata Domiter: Significance of Japan's trade policy for its dominant position in the Asia-Pacific region	260
Anna Jankowiak: Hong Kong – the economic role in Asia-Pacific region	272
Aleksandra Kuźmińska: Brand China – the image of China in the world according to Anholt Nation Brands Index	281
Patrycja Stermach: The Association of Southeast Asian Nations in the OECD Country Risk Classification	288

Malgorzata Bartosik-Purgat: Culture and consumer in the process of global market	304
Tadeusz Sporek: Social problems of the contemporary world – the dilemmas of environmental protection	314
Bogusław Bembek: Japanese <i>keiretsu</i> groups in the light of social capital conception	327

Jarosław Brach

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

ZAGROŻENIE ZE STRONY CHIŃSKICH I INDYJSKICH PRODUCENTÓW CIĘŻARÓWEK DLA LIDERÓW EUROPEJSKICH

Gospodarki azjatyckie, w tym szczególnie chińska i indyjska, notują stały wzrost, w efekcie czego nie tylko rośnie ich znaczenie na rynku międzynarodowym, ale i podmioty z tych krajów stają się coraz bardziej ekspansywne. Jest to możliwe m.in. dzięki szeregowi zmian, jakie w ostatnim czasie zaszły w obu tych państwach. Niegdyś kojarzono je głównie z produkcją dóbr nisko przetworzonych, takich jak odzież czy towary gospodarstwa domowego. Od niespełna dwóch dekad stają się jednak liczącymi się na skalę globalną dostawcami towarów wysoko przetworzonych i zaawansowanych usług. Na przykład chiński eksport to dziś, poza niejako tradycyjnymi koszulkami, trampkami czy kredkami, wyroby bardzo zaawansowane pod względem technologicznym, jak telewizory lub aparaty cyfrowe. Chińczycy radzą sobie też coraz lepiej w tak prestiżowej dziedzinie, jak przemysł zbrojeniowy, gdzie ich propozycje z zakresu broni artyleryjskiej, pancерnej czy wyposażenia osobistego żołnierzy są już dość wysoko oceniane nie tylko przez klientów z najuboższych krajów świata. Podobne zmiany i tendencje można zaobserwować w gospodarce indyjskiej, choć z całą pewnością nie mają one tutaj aż tak dogłębnego charakteru.

Ta cały czas zwiększająca się (na skalę globalną) ekspansja i ekspansywność podmiotów z Chin i Indii dotyczy obecnie wielu dziedzin, w tym przemysłu motoryzacyjnego, a dokładniej stanowiącego temat tego artykułu działu pojazdów użytkowych i w jego ramach ciężarówek.

Jak wiadomo, za kolebkę motoryzacji uchodzi Europa. To tu narodził się pojazd kołowy napędzany za pomocą silnika spalinowego. To tu opracowano pierwsze ciężarówki. To europejskie firmy przez długi czas wyznaczały i wciąż wyznaczają główne tendencje rozwojowe w branży transportowej. To także europejskie firmy najszybciej rozpoczęły internacjonalizację i dokonały największej liczby fuzji i przejęć. W rezultacie jako jedyne sprzedają dziś swe wyroby na całym świecie, dysponując bazą wytwórczą rozlokowaną na wszystkich kontynentach i mają

największy potencjał wytwórczy. Na tym tle dokonania koncernów amerykańskich prezentują się o wiele gorzej (choć i tak radzą sobie lepiej niż japońskie). Przede wszystkim, pomimo że od dekad zaliczają się one do grona niekwestionowanych liderów technologicznych, na zdecydowanie mniejszą skalę niż europejscy konkurenci rozwinęły sprzedaż na obcych rynkach oraz zagraniczną bazę produkcyjną. W efekcie uchodzą za podmioty zdecydowanie mniej ofensywne, choć jednocześnie, szczególnie w ostatnim okresie, również mocno dążące do zwiększenia swych wpływów na rynku światowym. Niemniej jednak jest to niezwykle trudne z co najmniej dwóch powodów – silnej pozycji zajmowanej obecnie przez przedsiębiorstwa ze Starego Kontynentu oraz, czego się niezwykle obawiają wszyscy dotychczasowi branżowi liderzy, rozpoczynającej się ekspansji międzynarodowej przez podmioty chińskie i indyjskie.

Jeszcze cztery, pięć dekad temu o tych dwóch azjatyckich branżach samochodowych, w tym dziale pojazdów użytkowych – ciężarówek, praktycznie nikt w krajach wysoko rozwiniętych, poza fachowcami i hobbystami, nie słyszał. Nie należy się temu dziwić, gdyż z perspektywy krajów przodujących branże te reprezentowały wówczas bardzo niski poziom rozwoju technologicznego – były po prostu niezwykle zacofane. W Indiach, byłej brytyjskiej kolonii, przemysł motoryzacyjny bardzo długo opierał się na angielskich wzorach i rozwiązaniach, a powstającymi środkami transportu były, tkwiące konstrukcyjnie w latach pięćdziesiątych, modele licencyjne bądź stanowiące rozwinięcie licencji firm brytyjskich, w tym m.in. Leylanda. Z czasem Hindusi nieco bardziej otworzyli się na świat i inne wzorce, dzięki czemu ich zakłady zaczęły budować auta bazujące też zresztą na nie najnowszych rozwiązaniach pochodzących z koncernów Mercedes czy IVECO. Dopiero pod koniec lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku powstała pierwsza, uruchomiona przez Volvo Trucks, montownia składająca pojazdy odpowiadające pod względem stopnia rozwoju przodującym konstrukcjom. Niestety, co zostanie omówione w dalszej części artykułu, ze względu na zacofanie rynku indyjskiego przedsięwzięcie to nie odnotowało do tej pory większych sukcesów.

W Chinach, głównie z przyczyn politycznych, rozwój rodzimego przemysłu samochodowego wyglądał zgoła odmiennie, choć w obszarze zaawansowania technologicznego bardzo długo przemysł ten, podobnie jak indyjski, należał do słabo rozwiniętych. Początkowo, od lat pięćdziesiątych, produkcja opierała się na wzorcach radzieckich. Ponieważ wzorce te do najlepszych nie należały, tzn. produkowane auta nie wyróżniały się dobrymi parametrami techniczno-eksploatacyjnymi, do wybitnie specjalistycznych zastosowań w ówczesnych krajach kapitalistycznych nabywano tabor bardzo wysokiej jakości. Na przykład w 1965 r. Scania¹ sprzedała Ministerstwu Leśnictwa 700 ciężarówek przystosowanych do wywozu drewna ze starych lasów na północy kraju. W latach sześćdziesiątych także Chińczycy, z powodu pogarszających się stosunków z ZSRR, postanowili sięgnąć po przodujące

¹ Na podstawie informacji zawartych na stronie www.scania.com.

rozwiązania zachodnie. 3 czerwca 1965 roku² w Pekinie doszło do zawarcia umowy pomiędzy rządem Chin a francuską korporacją Berliet w sprawie udzielenia licencji na wytwarzanie czterech modeli klasy ciężkiej³. W ramach tego porozumienia, największego podpisanego do tamtego momentu przez Chiny z państwem niekomunistycznym, Francuzi przekazali partnerowi wszelkie niezbędne rysunki, listy części i technologie (każdego tygodnia 100 kg dokumentacji w specjalnym kontenerze wysyłano z Paryża do Pekinu). Wskutek rewolucji kulturalnej ta współpraca została przerwana, co nie przeszkodziło Chińczykom, po ustaniu wewnętrznych przeszkód, nadal kupować u Berlieta gotowe pojazdy. Ogółem w latach 1960-1976 Berliet sprzedał do Chin 11 250 aut. Poza kooperacją z Zachodem Chińczycy współdziałali z wybranymi krajami ze Wschodu. W latach osiemdziesiątych znaczącym eksporterem ciężarówek i autobusów została Polska, która wysłała m.in. kilka tysięcy sztuk wyrobów fabryk w Starachowicach i Jelczu; te ostatnie były oparte na licencjach Berlieta (autobusy) i austriackiego Steyra (ciężarówki). Jednocześnie Chińczycy postanowili rozpocząć proces ponownej, dogłębnej modernizacji swego przemysłu kołowych środków transportu, by w ramach polityki stopniowego – reglamentowanego liberalizowania gospodarki sięgnąć bezpośrednio po zachodnie technologie. Na początek przybrało to formę zakupu licencji, najpierw u Steyra (w kręgach fachowców uważa się, iż podwaliny pod tę współpracę dały jelicze powstałe właśnie na bazie licencji steyrowskiej), potem u Mercedesa (1988 r., umowa z Norinco m.in. w sprawie produkcji ciężarówek klasy ciężkiej). Natomiast w latach dziewięćdziesiątych, wraz z dalszą liberalizacją, nastąpił czas spółek *joint venture*, gdyż na taką formę zaangażowania ze strony obcego kapitału pozwala tamtejsze prawo. Światowi potentaci z tej możliwości wejścia skorzystali, w rezultacie czego takie spółki do tej pory założyły takie firmy, jak m.in. IVECO, Kenworth, Volvo Truck Corporation i Renault Trucks.

Tym, co zachęcało i wciąż zachęca obce firmy z sektora pojazdów użytkowych do inwestycji w Chinach i Indiach, są przede wszystkim:

- potężne rynki zbytu; oba kraje należą do najludniejszych na globie – w Chinach żyje ponad 1,3 mld ludzi, w Indiach niespełna 1 mld;
- bardzo duży przyrost PKB rocznie, w Chinach dochodzący do 10%; co ważne, przyrost ten ma charakter wyspowy, tzn. są obszary, gdzie jego tempo należy do zdecydowanie wyższych, a tym samym do zdecydowanie wyższych niż w innych regionach tych państw należy poziom życia i wiążące się z nim zapotrzebowanie na nowe, droższe, nowoczesne wyroby, w tym środki transportu; w obu krajach do takich „wysp bogactwa” zaliczają się największe miasta i te-

² Cały fragment oparto na P. Kapferer, T. Gaston-Breston, *Renault Trucks. A unique vision*, Paryż 2005, s. 40-41.

³ Chińczycy nabyli prawa do produkcji pełnej palety modeli specjalistycznych: 90-tonowej wywrotki T25, 90-tonowego ciągnika TCO, 3-osioowego pojazdu budowlanego oraz 2-osioowego pojazdu terenowego.

reny wokół nich, np. w Indiach Kalkuta, Bangalore, Delhi, w Chinach z kolei Pekin czy Szanghaj;

- zwiększająca się stabilność ekonomiczna i w pewnych granicach polityczna;
- chęć unowocześnienia gospodarek i wynikająca z niej przychylność władz krajowych oraz lokalnych w stosunku do znaczących inwestorów, przynoszących ze sobą nowe technologie, metody zarządzania itd.;
- realizacja w dużym tempie wielu projektów infrastrukturalnych, w tym w głównej mierze sieci nowoczesnych autostrad; w Indiach sieć ta liczy obecnie ok. 13 000 km i będzie dalej rozbudowywana; przede wszystkim Hindusi zamierzają oddać do użytku dwie kluczowe autostrady⁴: o długości 5846 km łączącą Delhi, Kalkutę, Chennai i Mumbai oraz mający mierzyć aż 7300 km długości korytarz Północ-Południe-Wschód-Zachód, łączący Srinagar w Kaszmirze na północy, Kanyakumari na południu, Silchar na wschodzie oraz Porbandar na zachodzie i jednocześnie pozwalający drogą dotrzeć do najważniejszych portów; niemniej jednak na polu budowy wielkich arterii komunikacyjnych światowe rekordy ustanawiają obecnie Chińczycy; jeszcze w 1995 r. mieli oni do dyspozycji zaledwie 2000 km autostrad, do końca 2000 r. długość ich wzrosła do 16 314 km, w 2005 r. doszła do 25 000 km, a zaledwie 5 lat później, w 2010 r., powinna wzrosnąć aż do 35 000 km; do tego roku powinny mianowicie zostać ze sobą połączone siecią autostrad wszystkie najważniejsze centra ekonomiczne; plan ten z całą pewnością będzie osiągnięty, gdyż teraz tempo budowy dochodzi nawet do 4000 km (!!!) rocznie;
- wraz z bogaceniem się odbiorców wciąż rosnący popyt na coraz nowocześniejszy tabor;
- duże zapotrzebowanie na wykorzystywane m.in. do pracy w górnictwie oraz realizacji ambitnych projektów infrastrukturalnych (poza drogami np. zapory) wydajne ciężarówki wysokiej jakości, jakich sami Chińczycy czy Hindusi nie są w stanie wytworzyć;
- wciąż rosnąca sieć autostrad pociągająca za sobą wzrost znaczenia samochodowego transportu dalekodystansowego, wymagającego spędzenia przez kierującego nawet kilku-kilkunastu dni w kabinie w trakcie jednego kursu; podobnie jak i we wspomnianym wyżej przypadku aut specjalistycznych, stosowne samochody do przewozów na dalekich trasach są w stanie dostarczyć wyłącznie zachodnie koncerny albo przedsiębiorstwa o lokalnym rodowodzie, ale w ścisłej współpracy z tymi koncernami;
- szybka redukcja luki technologicznej i opóźnienia naśladowczego, swoją drogą pozwalająca na wydatne przedłużenie cyklu życia produktów wciąż jeszcze w Europie wytwarzanych i tym samym zapewniająca europejskim koncernom przez dłuższy czas określone przychody; w latach pięćdziesiątych opóźnienie

⁴ *Indian commercial vehicle making set on upward spiral*, [w:] INDIA – special supplement to „Truck&Bus Builder” wrzesień 2007 nr 9.

naśladowcze Chin i Indii wynosiło przeciętnie ok. 20-25 lat. W latach osiemdziesiątych spadło do 10-15 lat, dziś w przypadku najnowszych modeli oscyluje między 5-10 lat; powstawanie tego opóźnienia wynika też zresztą z zapóźnienia oraz problemów po stronie lokalnego partnera chińskiego czy indyjskiego, przyjmującego nowe rozwiązania i technologie; w efekcie pojawiają się liczne kłopoty z uruchomieniem wytwarzania produktów charakteryzujących się stosowną jakością, np. 24 października 2002 r. Renault Trucks⁵ podpisało porozumienie z firmą Dongfeng Motors dotyczące transferu technologii związanej z wytwarzaniem nowoczesnych, ale już wycofanych z wytwarzania w Europie silników serii Renault dCi11, przeznaczonych następnie do napędu ciężarówek chińskiego partnera, produkcja w Dongfeng zaczęła się jednak dopiero w 2006 roku;

- niskie, choć stale się zwiększające koszty lokalnej siły roboczej, przy wciąż rosnącej jej wydajności i jakości; obecnie z punktu widzenia inwestorów z przemysłu motoryzacyjnego zdecydowanie bardziej atrakcyjnym rynkiem niż Chiny są Indie, gdzie siła robocza jest realnie tańsza i bywa bardziej zdyscyplinowana; zwraca się także uwagę na rosnącą w Państwie Środka korupcję oraz na inne przyczyny, które zostaną omówione w dalszej części artykułu.

Możliwość skorzystania z zachodnich rozwiązań, posiadanie kapitałów potrzebnych na niezbędne inwestycje, duże moce produkcyjne oraz niezwykle chłonne rynki wewnętrzne spowodowały, że chińscy i indyjscy producenci ciężarówek stają się obecnie coraz bardziej znaczącymi pod względem liczby wytworzonych egzemplarzy graczami na rynku światowym, co dobitnie potwierdzają poniższe dane (tab. 1).

Wytwarzanie ciężarówek na świecie opanowało obecnie kilkanaście firm, gdyż na pierwszą dziesiątkę przypada ponad 60% globalnej produkcji. W tej pierwszej dziesiątce Europa jest reprezentowana przez dwa podmioty, Stany Zjednoczone dwa-trzy, reszta pochodzi z Azji, przy czym, o ile firmy japońskie na przestrzeni ostatnich lat tracą, o tyle chińskie i indyjskie w zasadzie zyskują. W zasadzie, gdyż Dongfeng i FAW spadły odpowiednio z drugiego i trzeciego miejsca w 2003 r. na szóste i siódme w latach 2005-2006, ale równocześnie Tata Teko przesunęła się o trzy pozycje, z siódmej na czwartą. Jeśliby dodatkowo listę rozpatrywanych przedsiębiorstw zwiększyć do 20 czy nawet 22, to okaże się, że liczba wytwórców azjatyckich jeszcze wzrośnie – chińskich do sześciu, indyjskich do dwóch. Powyższe oznacza, że obecnie ponad 36% liczących się na świecie dostawców taboru wywodzi się z dwóch najludniejszych krajów na globie. Trzeba też podkreślić, że znaczne umocnienie pozycji przez potentatów, zarówno europejskich (Mercedes, Volvo/Renault, IVECO, MAN, Scania), jak i amerykańskich (Paccar) wynika z tego, iż na obsługiwanych przez nie podstawowych obszarach zbytu (Europa, Ameryka Północna) w rozpatrywanym okresie wystąpił znaczny przyrost sprze-

⁵ Informacja prasowa Renault Trucks datowana na 24 październik 2002.

Tabela 1. Najwięksi na świecie w latach 2003, 2005 i 2006 wytwórcy ciężarówek o dmc powyżej 6 ton

Lp.	Producent	Kraj pochodzenia	Liczba wytworzonych pojazdów w latach			Zasięg działalności
			2003	2005	2006	
1	Daimler (Mercedes-Benz)	Niemcy	228 461	399 241	408 465	Ogólnoświatowy
2	Grupa Dongfeng	Chiny	180 173	138 273	128 391	Lokalny – praktycznie tylko rynek chiński
3	Grupa FAW	Chiny	140 577	116 780	122 823	Lokalny – praktycznie tylko rynek chiński
4	Grupa Volvo (Volvo Trucks, Renault Trucks, Mack Trucks)	Szwecja – Francja	138 420	199 863	195 554	Ogólnoświatowy
5	Isuzu	Japonia	113 701	75 745	77 656	Głównie Azja
6	Paccar (Kenworth, Peterbilt, DAF, Leyland, Foden)	USA	94 099	149 629	179 624	Ogólnoświatowy
7	Tata Telco	Indie	79 602	100 318	178 301	Głównie lokalny
8	Ford	USA	73 140	81 264	88 860	Głównie obie Ameryki
9	Navistar	USA	66 495	108 383	136 294	Ameryka Północna
10	Toyota	Japonia	62 480	77 840	65 962	Głównie Azja
11	Grupa Fiat (IVECO)	Włochy	59 490	81 185	89 071	Praktycznie ogólnoświatowy
12	Mitsubishi	Japonia	58 228	Obecnie należy do Dailmera i wobec tego ujęte w jego wynikach		Świat bez Ameryki Północnej
13	Grupa MAN (MAN, Star, Steyr, ÖAF, ERF)	Niemcy	55 988	69 677	81 207	Głównie Europa
14	Scania	Szwecja	45 985	53 365	60 867	Świat bez Ameryki Północnej
15	Ashok Leyland	Indie	b.d.	39 284	60 418	Głównie lokalny
16	CNHTC	Chiny	b.d.	b.d.	59 610	Głównie lokalny
17	Aviation IND. (Shaanxi)	Chiny	b.d.	29 587	45 256	Głównie lokalny
20	BAIC (Foton)	Chiny	b.d.	20 589	33 541	Głównie lokalny
22	JAC	Chiny	b.d.	14 830	18 953	Głównie lokalny

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Lastauto omnibus Katalog 2005 i 2008*.

daży (Mercedes zwiększył dostawy o 80%, Volvo o 40%). Takie umocnienie dotyczy także firm z Indii – Tata Telco zwiększyła dostawy ponaddwukrotnie. Natomiast rynek chiński nie odnotował aż tak wielkich przyrostów, w rezultacie czego większość operujących na nim dostawców relatywnie czy nawet nominalnie

(Dongfeng) straciła. Należy jednak zwrócić uwagę, że w Chinach liczba działających, liczących się producentów stale rośnie. Jednocześnie, mimo wzrostu swego potencjału wytwórczego, podmioty indyjskie (tab. 2, 3) i chińskie (tab. 4) wciąż większość produkcji kierują do rodzimych odbiorców (tab. 2, 3 i 4)⁶.

Tabela 2. Rejestracja pojazdów w latach fiskalnych (od kwietnia do marca) 2002-2007

Rok	Klasy	
	średnia (5-12 ton dmc)	ciężka (powyżej 12,1 tony dmc)
2003	48 396	86 164
2004	58 540	124 037
2005	78 240	152 273
2006	80 122	154 342
2007	77 872	218 780

Źródło: SIAM za INDIA – special supplement to „Truck&Bus Builder” wrzesień 2007 nr 9.

Tabela 3. Główni dostawcy pojazdów na rynek indyjski w 2006 roku

Firma	Klasa 6-15,9 tony	Klasa powyżej 16 ton
Ashok Leyland	15 162	45 256
Tata Telco	89 087	85 221
Eicher	1 745	1 415
Volvo	nie dostarcza	610
Tatra	nie dostarcza	86
Razem	105 994	132 588

Źródło: *Lastauto omnibus katalog 2008*.

Tabela 4. Chiński rynek pojazdów użytkowych w 2006 roku

Firma	Klasa 6-15,9 tony	Klasa powyżej 16 ton
Dongfeng	60 762	67 600
FAW	56 969	65 530
Isuzu	3 754	754
JAC	15 888	3 065
Mercedes	99	1 167
Shaanxi	12 644	32 612
Sichuan Gonglu	10 548	nie dostarcza
Wangpai	14 318	nie dostarcza
Foton	3 441	30 100
Yuejin	3 441	nie dostarcza
Chonging	8 653	18 078
Hubei	3 845	nie dostarcza
CNHTC	nie dostarcza	60 692
North Benz	nie dostarcza	10 038
Anhui Ankai	nie dostarcza	5 430
Razem	205 739	311 810

Źródło: *Lastauto omnibus katalog 2008*.

⁶ Statystyki pozyskiwane z różnych źródeł różnie klasyfikują pojazdy pod względem tonażu.

Zarówno chiński, jak i indyjski rynek, na co już wskazano, jest obecnie zdominowany przez lokalnych producentów, dostarczających ponad 99% pojazdów. Na firmy zagraniczne przypada zaledwie niespełna 1%, i to głównie w segmentach uważanych za niszowe, jak budownictwo, górnictwo czy wojsko (np. Tatra w Indiach). Jednocześnie trzeba zwrócić uwagę, że liczba chińskich wytwórców ponad 4-krotnie przekracza liczbę wytwórców z Indii, choć pod względem liczby przekazanych egzemplarzy rynek chiński jest tylko nieco ponad 2,2 razy większy niż indyjski.

Na sytuację w obu krajach, tzn. praktycznie pełną dominację własnych przedsiębiorstw, wpływa kilka czynników. Po pierwsze, niski jest przeciętny poziom dochodów ludności i wobec tego niskie są przeciętne stawki płacone za przewozy, w następstwie czego na zbyt może liczyć praktycznie tylko tani tabor. Po drugie, tabor taki dostarczają wyłącznie rodzime zakłady, ponieważ niskie są w nich koszty produkcji, wynikłe m.in. z niskich podatków i kosztów robocizny. Zakłady te, w porównaniu z wielkimi koncernami, relatywnie małe sumy przeznaczają też np. na badania i rozwój. Natomiast auta dostarczane przez zagraniczne koncerny są przeważnie dość drogie, co stanowi naturalną barierę popytu. Po trzecie, oba kraje nie są zainteresowane importem wyrobów gotowych, lecz wytwarzaniem na miejscu, w Chinach obowiązkowo z partnerem lokalnym. W Indiach, ze względu na strukturę i poglądy społeczne, wskazane jest też, by w przedsięwzięciu uczestniczył podmiot lokalny, dobrze znający miejscowe zwyczaje i wpływy oraz mający koneksje w odpowiednich kręgach. Poza tym w dalszym ciągu chiński i indyjski przemysł kołowych środków transportu, by móc się szybko rozwijać, mimo stałego podnoszenia mocy wytwórczych, potrzebuje zachodnich technologii – po prostu jego rozwój jest w znacznym stopniu od tego dopływu uzależniony. Rajinder Malhan – dyrektor wykonawczy Działu Operacji Międzynarodowych w koncernie Ashok Leyland wprost stwierdził: „Indie potrzebują europejskiego *know-how*”⁷.

Oczywiście przekazywanie technologii musi się odbywać w sposób dla wszystkich stron korzystny, a z tym bywa różnie. Zdecydowanie bardziej otwarte na nowe techniki i rozwiązania są Chiny, które, co wielokrotnie podkreślano, od ponad dwóch dekad realizują politykę kontrolowanego nabywania potrzebnych im opracowań i jednocześnie limitowania (licencje, *joint venture*) dostępu, niejednokrotnie przez dawców tych opracowań, do lokalnego rynku. W kręgach zarządzających europejskimi koncernami politykę tę podsumowuje się dość dosadnym i jednoznacznym określeniem: „Chińczycy z chęcią przyjmują zachodnie koncerny jako dawców kapitału i nowoczesnych technologii, by potem na tej bazie, kradnąc wiele rozwiązań, rozwijać własne konstrukcje”⁸. To właśnie brak rzeczywistej kontroli

⁷ INDIA – special supplement to „Truck&Bus Builder” grudzień 2007, nr 12.

⁸ Stwierdzenie wypowiedziane w rozmowie z Autorem przez prof. dr. Karla Viktora Schallera – członka zarządu MAN Nutzfahrzeuge AG odpowiedzialnego za prace konstrukcyjne i zakupy, Monachium, 11 marca 2008.

nad wykorzystaniem niektórych opracowań, prócz wspomnianych problemów z wdrażaniem nowoczesnych, dotąd zakupionych rozwiązań, powoduje, że praktycznie wszyscy potentaci sprzedają wyłącznie technologie niezaliczające się do przodujących, lecz cofnięte przynajmniej o generację w stosunku do komercjalizowanych aktualnie na Zachodzie. Obecnie nikt już bowiem nie jest tak hojny, jak Francuzi z Berlieta 40 lat temu, przekazujący Chińczykom wszystko, łącznie z wieloma tajemnicami. Wtedy Chiny, ze względu na swe zacofanie i ustrój, i tak nie mogły wykorzystać licznych elementów, a nawet gdyby wykorzystwały, to i tak, poza rynkiem lokalnym nie znalazłyby wielu chętnych na produkowane u siebie wyroby licencyjne czy wykorzystujące licencyjne detale. Dziś o wiele większe jest ryzyko zagrożenia dawcy technologii przez jej biorcę. Tym bardziej, że w przypadku Chin dochodzi jeszcze jeden, niezwykle istotny element – praktyczne nieprzestrzeganie praw własności intelektualnej. Zdarza się, że pewne technologie czy wzory użytkowe są wprost kradzione, a duża część konstrukcji promowanych przez Chińczyków jako własne stanowi mniej lub bardziej udaną kopię konstrukcji potentatów. Zachodnie firmy prawie nie mają też szans na skuteczne dochodzenie swych roszczeń przed miejscowymi sądami. Wyroki niezależnie od okoliczności są wydawane przeważnie na korzyść podmiotów lokalnych. W efekcie, pomimo że Chińczyków stać dzisiaj na zakup „przodującego *know-how*” związanego z kompletnymi pojazdami czy jedynie podzespołami do nich, żaden z liderów im takowego nie dostarczy. W pierwszym rzędzie kwestia dotyczy tego, na czym Chińczykom najbardziej zależy, czyli skomplikowanych systemów elektronicznych i silników spełniających rygorystyczne normy czystości spalin – Euro 4 oraz Euro 5. To swoiste embargo w miarę solidarnie i konsekwentnie jest przestrzegane przez wszystkich – dostawców nie tylko samochodów, ale i komponentów do nich, jak np. niezależnych wytwórców silników (Cummins, Caterpillar). Dzięki temu m.in. Europa Zachodnia i Stany Zjednoczone wciąż mogą zachować w branży przodującą pozycję.

Jednocześnie Chińczycy własnymi siłami próbują likwidować lukę technologiczną. Obecnie udaje im się to w ramach m.in. wzornictwa, tzn. wyglądu zewnętrznego i wewnętrznego kabin. Między innymi dzięki temu premierowe modele takich korporacji, jak SHAC (SH4182), FAW (J8), Dongfeng (EQ3257, DFL3310) czy Foton prezentują się niezwykle atrakcyjnie, niewiele lub prawie wcale pod względem wizualnym nie odbiegając od aut MAN-a czy DAF-a. Pod tą pod ciekawą stylistyką schowane są jednak elementy i rozwiązania, których w tak prosty sposób samodzielnie opracować, zmodernizować lub udatnie skopiować (jeśli jest wzorzec) się nie da, a które świadczą o rzeczywistej wartości ciężarówki. Wśród tych elementów przeważają te, na których nabyciu Chińczykom najbardziej zależy, czyli systemy elektroniczne czy silniki. W przypadku tych ostatnich Chińczycy wciąż bowiem nieraz (Dongfeng, Foton, JAC, Shaanxi) zmuszeni są, wobec braku alternatywy, do montażu odmian wywodzących się konstrukcyjnie z lat siedemdziesiątych (policencyjne silniki Steyr serii WD 615 i WD 618) i wobec tego,

pomimo licznych modernizacji, zdecydowanie odstających od najnowszych opracowań.

Porównując z Chinami Indie, należy stwierdzić, że pod względem ekspansywności i stopnia rozwoju ich przemysł pojazdów użytkowych reprezentuje zdecydowanie niższy stopień rozwoju. Przyczyn takiego stanu trzeba głównie upatrywać w istniejącym w tym państwie systemie gospodarczym. Otóż pomimo że gospodarka indyjska jest zdecydowanie bardziej rynkowa niż chińska, nie uchroniło jej to od niemałego zacofania w omawianej w tym artykule branży. W Chinach mia- nowicie od dawna to państwo dbało i wciąż dba o rozwój motoryzacji (i nie tylko). W Indiach powinien to robić rynek. Tymczasem niski poziom życia obywateli ograniczył konkurencję ze strony zagranicznych koncernów, a brak tej konkurencji w połączeniu z zaledwie kilkoma (dwoma-trzema na przestrzeni lat) działającymi miejscowymi podmiotami doprowadził do oligopolizacji rynku. W efekcie nie trzeba się było wykazać wielką innowacyjnością, by dało się spokojnie egzystować. Dodatkowo przy braku stymulujących działań ze strony władz doprowadziło to właśnie do nikłego tempa postępu technologicznego i w rezultacie do sytuacji, w której przeciętne zapóźnienie w stosunku do ciężarówek europejskich czy amerykańskich wynosi 10-20 lat, choć zdarzają się modele reprezentujące poziom technologiczny sprzed lat 40!!! Na przykład koncern Tata⁹ w dalszym ciągu proponuje odmiany oparte na rozwiązaniach sprzed kilku dekad, jak przeznaczony do transportu dalekodystansowego 2-osiowy ciągnik (LPS 4018 EX), przygotowany do tworzenia ponad 40-tonowych zestawów, ale zaopatrzony w zaledwie 180-konny silnik i wizualnie dalej oparty na licencyjnym mercedesie z lat sześćdziesiątych. Poza tym w Indiach jeszcze niedawno nie należały do rzadkości auta ze szkieletem kabiny wykonanym z drewna! Nawet w Chinach byłoby dziś trudno o tak archaiczne konstrukcje, gdyż tam lukę technologiczną można określić średnio na 10 lat.

Na szczęście tę nie najlepszą sytuację już kilka lat temu dostrzegły władze i zaczęły realizować politykę zmierzającą do unowocześnienia rodzimego przemysłu środków transportu. Nowe regulacje prawne zakazujące używania starych, zanieczyszczających środowisko i nieekonomicznych samochodów spowodowały, że odsetek pojazdów młodszych niż 5 lat zwiększył się z ok. 34% w roku fiskalnym 2002 do niespełna 45% w 2006 roku¹⁰. Ponadto w następstwie działania Sądu Najwyższego, zmierzającego do wykluczenia przeładowywania, doszło do zmiany rodzaju nabywanego taboru. Zamiast 2-osiowych podwozi klienci coraz częściej zaczęli wybierać podwozia wieloosiowe i ciągniki siodłowe (tendencję tę dobrze widać na zamieszczonych wcześniej danych dotyczących rodzaju pojazdów sprzedawanych w tym kraju). W następstwie tego spodziewane są profesjonalizacja

⁹ Materiały promocyjne firmy Tata

¹⁰ Wszystkie dane w tym fragmencie za *Indian Commercial vehicle making set on upward spiral*; INDIA – special supplement to „Truck&Bus Builder” 2007 nr 9.

i zwiększenie konkurencji wśród przewoźników. Należy równocześnie zaznaczyć, że w przypadku indyjskim, w odróżnieniu od chińskiego, nowy samochód wcale nie musi oznaczać zdecydowanie nowocześniejszego i o zdecydowanie lepszych parametrach. Wynika to ze wspomnianego niskiego poziomu życia i słabości wewnętrznej konkurencji, powodujących wciąż brak motywacji rodzimych producentów – odczuwania potrzeby dokonania istotnego przełomu technologicznego. Dlatego m.in. Volvo chcące sprzedawać nowoczesne modele poniosło dotychczas porażkę. Dlatego też MAN, decydując się na inwestycję, nie tylko nie wszedł, jak Szwedzi, w sposób bezpośredni, lecz zawiązał spółkę *joint venture* z miejscowym partnerem (spółka MAN Force – partner – Force Motors Pvt Ltd) oraz skierował do produkcji model CLA. Model ten, choć wywodzi się z wycofanej w Europie z wytwarzania 2-3 lata temu (zależy od odmiany) średnionażowej serii L/M2000, w Indiach proponowany jest w kategorii ciężkiej, w niedostępnych wcześniej na starym kontynencie konfiguracjach 6×4 czy nawet 8×2 , do tego z silnikami o mocy do 280 KM, a takie silniki nie tylko Europejczycy, ale nawet Chińczycy montują obecnie w samochodach kilkunastotonowych. Tę specyfikę rynku indyjskiego dobrze ocenił cytowany wcześniej K.V. Schaller¹¹. Według niego to, co w Europie należy do kategorii średniej, w Indiach do ciężkiej, a europejskie silniki średnich mocy są wciąż w Indiach uważane za bardzo mocne jednostki napędowe. W efekcie, w porównaniu z Chinami, poziom rozwoju indyjskiego transportu też nie prezentuje się najlepiej, gdyż np. chiński 2-osiowy ciągnik do przewozów na dalekich trasach dysponuje przeciętnie 300-350 KM (europejski – 400-500 KM), podczas gdy indyjski przynajmniej 100 KM mniej.

Jednak w dalszej perspektywie Indie mogą liczyć na duży zastrzyk nowoczesnych technologii, zarówno w obszarze poszczególnych komponentów, jak i kompletnych pojazdów. Wielkie koncerny chcą na większą skalę współpracować z indyjskimi partnerami i realizować z nimi projekty także na rynkach trzecich. W najbliższym czasie Indie mają więc szansę stać się liczącym się ośrodkiem outsourcingu produkcyjnego oraz centrum eksportu¹². Prócz wymienionych wcześniej przyczyn wynika to ze znacznego, szczególnie w porównaniu z Chinami, poszanowania prawa własności. W Indiach bowiem, w odróżnieniu od Państwa Środka, jako pozostałość po Brytyjczykach, prawo lepiej bądź gorzej, ale jest szanowane i przestrzegane. Dlatego w spornej sytuacji zawsze można iść do sądu i liczyć na w miarę sprawiedliwy wyrok, który zostanie wykonany.

Oczywiście, mimo wielu ograniczeń i w dalszym ciągu pewnego uzależnienia od potentatów, zarówno podmioty chińskie, jak i indyjskie od lat wdrażają strategię internacjonalizacji, wielokrotnie opartą na wykorzystaniu własnych zasobów kapitałowych i własnego doświadczenia. Obecnie strategia ta opiera się głównie na:

¹¹ Rozmowa autora z profesorem K.V. Schallerem w Monachium 11 marca 2008.

¹² Porównaj z tezami wystąpienia Andreasa Renschlera – członka zarządu i dyrektora generalnego Daimler Trucks (Mercedes), Stuttgart, 10 marca 2008.

- internacjonalizacji sfery wymiany poprzez eksport pośredni i bezpośredni;
- internacjonalizacji sfery produkcji, ze względu na wciąż istniejące zapóźnienie technologiczne przyjmującej formę nie bezinwestycyjnych działań produkcyjnych (licencje), lecz inwestycyjnych działań produkcyjnych (*joint venture*, wykupy, inwestycje typu *green field*).

W eksporcie nie jest on jeszcze realizowany na znaczną skalę, zwłaszcza jeśli zestawimy go z potencjałem wytwórczym. Na przykład przemysł indyjski od kwietnia do sierpnia 2007 r. wyeksportował jedynie 6015 aut użytkowych o dopuszczalnej masie całkowitej powyżej 7,5 tony, co stanowiło zaledwie 5% produkcji z tego okresu; w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego oznacza to jednak ponad 50-procentowy przyrost, gdyż wówczas wyeksportowano tylko 4211 samochodów¹³. Największymi rynkami zbytu, ze względu na zacofanie technologiczne sprzedawanych modeli, są inne kraje azjatyckie oraz państwa afrykańskie. O odbiorcach z tych obszarów myślą także inwestujące w Indiach zachodnie koncerny, np. MAN¹⁴ w 2007 r., celem wysondowania rynku, wysłał 50 egzemplarzy demonstracyjnych/homologacyjnych CLA do kilku krajów z ruchem lewostronnym (kierownicą po prawej stronie), a dokładnie do Południowej Afryki, Indonezji, Pakistanu i części północnej Afryki. Praktycznie ci sami nabywcy stanowią dziś przedmiot zainteresowania chińskich wytwórców. Ponadto zarówno Hindusi, jak i Chińczycy rozważają eksport do krajów najbogatszych. Obie nacje zdają sobie jednak doskonale sprawę z niedoskonałości własnych produktów i dlatego czynią to w sposób maksymalnie ostrożny, by już na początku nie zapracować sobie na złą opinię. W pierwszym rzędzie, choć ostateczny cel stanowi Unia Europejska, obecnie wdrażana jest strategia tzw. otaczania bądź osaczania¹⁵. Polega ona na tym, że Unia realnie zostanie „zaatakowana” dopiero za jakiś czas, a odbiorcy z UE są teraz dopiero zaznajamiani z azjatyckimi propozycjami. Za główny obszar zbytu uważane są natomiast rynki graniczące z Unią i jednocześnie bardziej wymagające oraz bogatsze niż te usytuowane w Azji czy Afryce. Wśród takich rynków przede wszystkim trzeba wymienić republiki powstałe po upadku ZSRR, w tym Rosję. W planach znajduje się również Turcja.

Pierwszy etap w strategii osaczania (otaczania) trwa od około dwóch lat i jest realizowany przez firmy z obu krajów. Dwa lata temu Chińczycy wzięli np. udział w jednej z najważniejszych na świecie wystaw pojazdów użytkowych, czyli IAA w Hanowerze, przy czym jako oficjalny powód uczestnictwa wcale nie podawali chęci zainteresowania prezentowanymi autami Niemców, lecz Rosjan (m.in. materiały informacyjne były wydrukowane po chińsku, angielsku i rosyjsku). Nie była to jednak cała prawda, gdyż o planach sprzedaży w najbliższych latach na najwięk-

¹³ Wszystkie dane w tym fragmencie za INDIA – special supplement...

¹⁴ *MAN Force begins manufacture of CargoLine truck*, [w:] INDIA – special supplement to „Truck&Bus Builder” grudzień 2007 nr 12.

¹⁵ Stwierdzenia użyte w rozmowie z autorem przez przedstawicieli Anhui Hualing Automobile CO. LTD, IAA Hanower, wrzesień 2006.

szym rynku europejskim świadczy kilka faktów, w tym zorganizowanie pokazów dla niemieckich przewoźników, przygotowanie specjalnego samochodu rajdowego (Foton) do bardzo popularnych w Niemczech wyścigów ciężarówek oraz zorganizowanie wyjazdu do Chin dla grupy niemieckich dziennikarzy z transportowych pism fachowych.

Podobne działania realizują Hindusi. Potwierdza to m.in. udział koncernu Tata Motors z kilkoma modelami z klas średniej i ciężkiej w zorganizowanej we wrześniu 2007 r. wystawie Moscow Motor Show. Uzasadniając wybór tej imprezy jako bardzo dobrego miejsca do promocji, dyrektor wykonawczy działu pojazdów użytkowych firmy stwierdził: „Rosja jest kluczowym rynkiem w globalnej strategii wzrostu Tata Motors. Jest to największy rynek pojazdów użytkowych w Eurazji, oferujący dodatkowo znaczne możliwości tym, którzy dostarczają klientom wyższą wartość”¹⁶.

Strategia zwiększania sprzedaży za granicą jest zatem wdrażana powoli, lecz konsekwentnie. Równie konsekwentnie jest wdrażana strategia rozwoju zagranicznej bazy wytwórczej, aczkolwiek w tym zakresie azjatyckie przedsiębiorstwa dopiero stawiają pierwsze kroki. Głównymi rozgrywającymi są obecnie nie podmioty z Chin, lecz bardziej potrzebujące nowoczesnych technologii firmy z Indii, które przejęły oddziały należące niegdyś do upadłej korporacji Daewoo. Najpierw Tata¹⁷ wykupiła dział ciężarówek Daewoo Motors i założyła spółkę (marzec 2004 r.) Tata Daewoo Commercial Vehicle Co. Ltd (TDCV). Potem, pod koniec 2006 r. (październik), Ashok Leyland wykonał swój pierwszy duży krok na drodze umiędzynarodowienia sfery produkcji, wchodząc w posiadanie czeskiej Avii (poprzednio Daewoo Avia, później Avia Trucks), którą nazwał Avia Ashok Leyland Motors (AALM). Wykup ten, jak stwierdza firma w oficjalnym komunikacie¹⁸, nie tylko daje dostęp do rozwijających się rynków Europy, ale też umożliwia pozyskanie najnowocześniejszych technologii, włącznie z technologiami pojazdów spełniających normę Euro 4. Trzeba jednak pamiętać, że Avia w ostatnich latach była producentem niewielkim, wybitnie niszowym, o marginalnym znaczeniu na rynku europejskim – np. w 2006 r. wytworzyła nieco ponad 450 aut¹⁹.

Czy zatem w świetle przytoczonych faktów producenci ciężarówek z Chin i Indii są w stanie zagrozić dotychczasowym potentatom z Europy Zachodniej i Ameryki Północnej? Odpowiedź na to pytanie nie jest łatwa i jednoznaczna. Po pierwsze, pod względem stopnia zaawansowania technicznego samochody z obu tych krajów są cofnięte przynajmniej o generację w stosunku do liderów. Do tego głównym atutem wyrobów chińskich i indyjskich jest wciąż niska cena, połączona wielokrotnie z niską jakością. Znane są przypadki chińskich ciężarówek, które po

¹⁶ *Tata Motors to enlarge its presence in Russia* [w:] INDIA – special supplement to „Truck&Bus Builder” grudzień 2007, nr 12.

¹⁷ Faktu tego nie należy łączyć z przejęciami realizowanymi przez Tata w dziale aut osobowych.

¹⁸ Materiały prasowe Avia – Tata, październik 2006.

¹⁹ Oficjalne statystyki firmy.

kilku miesiącach intensywnej eksploatacji nadawały się jedynie na złom, a wcześniej więcej czasu spędziły w serwisie niż na trasie, zarabiając pieniądze. Permanentnie trapiło je bowiem wiele usterek, od drobnośtek po uszkodzenia istotnych komponentów. Zachodnioeuropejski transportowiec, często działający w ścisłych czasowych reżimach dostaw, na jakiegokolwiek nieplanowane postoje pozwolić sobie nie może, gdyż zwyczajnie kosztują go one zbyt dużo. Dlatego woli zapłacić więcej, nawet dużo więcej, nie tyle za sam pojazd, ile za pewność, że ten pojazd go nie zawiedzie. Do tego dochodzą, podnoszące koszty eksploatacji azjatyckich konstrukcji, niskie przebiegi międzyobsługowe, wyższe przeciętne zużycie paliwa przy niższych przeciętnych prędkościach, niższy komfort pracy kierowcy spowodowany przez niższą jakość użytych do wykończenia materiałów oraz brak własnych silników Euro 4 czy Euro 5. Analizując historię Japończyków z segmentu aut osobowych, których atutem na początku również była niska cena, potem zaś, gdy należało spełnić wiele wymagań i przepisów obowiązujących na rynkach krajów rozwiniętych, cena ta niepomiaralnie wzrosła i przestała dawać przewagę, należy stwierdzić, że podobny los w ramach chęci nadrobienia braków i zapóźnienia technologicznego najprawdopodobniej czeka Chińczyków i Hindusów. Po prostu, gdy będą chcieli w Zachodniej Europie, nie wspominając o Stanach Zjednoczonych, proponować w pełni konkurencyjne samochody, samochody te będą musiały mieć znacząco wyższą cenę niż modele dzisiaj proponowane, nawet te uważane za najnowocześniejsze. Cena ta nie będzie więc istotnie niższa od ceny aut potentatów i tym samym przestanie być jednym z atutów. W rezultacie ani dziś, ani w najbliższych latach chińskie i indyjskie ciężarówki raczej nie będą stanowiły realnej konkurencji dla ciężarówek potentatów. Oczywiście nie wyklucza to dwóch rzeczy:

- skierowania przez producentów z Azji na rynkach krajów rozwiniętych oferty do klientów niszowych, godzących się na niską cenę za niższą jakość; sprzedaż nie będzie jednak znaczna i nie przekroczy ogółem dla Unii 1000 egzemplarzy;
- zdobycia silnej pozycji na rynkach sąsiadujących z Unią; kwestia dotyczy m.in. Rosji, gdzie już dziś, szczególnie w azjatyckiej części, Chińczykom udaje się skutecznie konkurować z tamtejszymi dostawcami taboru, jak Kamaz czy Ural. I to oni muszą się obawiać tej ofensywy.

Nie stanowi także zagrożenia dla dotychczasowych liderów możliwość wykupienia przez Azjatów gracza liczącego się na rynku. Po pierwsze, ze względu na dużą koncentrację, taki zakup musiałby kosztować co najmniej 10-12 mld euro. Po drugie, wszyscy liczący się obecnie producenci należą do większych grup przemysłowych i znajdują się w bardzo dobrej sytuacji finansowej. W efekcie, jak dotychczas, przejęcia ze strony Hindusów (Chińczycy dotąd akwizycji nie przeprowadzili) dotyczyły firm małych, bez większego rynkowego znaczenia, do tego znajdujących się w nie najlepszej kondycji ekonomicznej. Naturalnie tą drogą Azjaci zdobędą pewne przyczółki, niemniej jednak próba zajęcia znaczącej pozycji wymaga dużo czasu oraz pieniędzy i może wcale nie zakończyć się sukcesem.

Poza tym liderom sprzyja kilka czynników. Indyjski przemysł jest zbyt zapóźniony, by być w stanie im zagrozić, a najnowocześniejsze w Indiach pojazdy powstają w firmach kontrolowanych przez Europejczyków (Volvo, MAN). Chińczycy zaś są i będą w stanie sami wiele opracować czy naśladować, lecz widzieć przodujące rozwiązanie to jedno, skopiować je w formie prototypu to drugie, a umiejętnie wytworzyć seryjnie to trzecie. I z tym trzecim mogą mieć problem. Oprócz tego europejskie koncerny nie przyglądają się biernie azjatyckiej ofensywie i przygotowują odpowiednie środki zaradcze²⁰, skierowane głównie przeciwko niezwykle aktywnym, ekspansywnym Chińczykom (Hindusi uchodzą za bardziej „kontrolowalnych”). Pierwszy krok polega na powstrzymaniu Chińczyków na ich własnym terytorium i ma być realizowany drogą pozwów sądowych kierowanych do miejscowych sądów przeciwko tym firmom, które w jakikolwiek sposób (np. szpiegostwo przemysłowe) naruszyły interesy potentatów. Ponieważ jednak wiadomo, że posunięcia te z dużym prawdopodobieństwem zakończą się przegraną, w odwodzie są inne działania. Krok drugi polega na powstrzymaniu Chińczyków już w Europie także za pomocą sądów, gdyby tylko stwierdzono to samo, co zamierzano powstrzymać w kroku pierwszym, tzn. że następuje próba sprzedaży aut, które mogą posiadać jakiekolwiek „ukradzione” rozwiązania. W związku z faktem, że wielu chińskim opracowaniom można zarzucić nie do końca legalne pochodzenie, a europejskie sądownictwo to nie sądownictwo chińskie, na pewien czas działania podejmowane w ramach tego kroku mogą okazać się skuteczne. Gdyby jednak takimi się nie okazały, tzn. Chińczycy (sami czy legalnie z jakimś partnerem) nadrobiliby zapóźnienie technologiczne lub sprzedawali auta niezwykle tanio (dumping, choć z całą pewnością stosowanie takich cen groziłoby krokami odwetowymi w postaci cła antydumpingowego/ochronnego), wtedy pozostaje krok trzeci – wykorzystanie przez potentatów tańszych pojazdów z własnej ogólnoświatowej sieci wytwórczej. Na przykład MAN mógłby zaoferować dwa produkty: zaopatrzony w silnik Euro 4 hinduski CLA bądź produkowany w Brazylii, bardzo ciekawy pod względem stylistycznym VW Constellation, który był pokazywany oficjalnie w Europie na IAA w Hanowerze w 2006 roku²¹.

Literatura

INDIA – special supplement to „Truck&Bus Builder” grudzień 2007, nr 12.
INDIA – special supplement to „Truck&Bus Builder” wrzesień 2007, nr 9.

²⁰ Wnioski wyciągnięte przez autora po rozmowie z prof. dr. F. Piechem – Prezesem Rady Nadzorczej VW, człowiekiem bardzo wpływowym w koncernach MAN i Scania (październik 2007, na prośbę rozmówcy miejsce rozmowy nie może zostać ujawnione).

²¹ W roku 2007 VW Constellation był testowany w Austrii na tajnym torze prób pod miejscowością St. Valentine. Autor widział te próby.

Informacja prasowa Renault Trucks, październik 2002.

Kapferer P., Gaston-Breston T., *Renault Trucks. A unique vision*, Paryż 2005.

Lastauto Omnibus Katalog 2005 i 2008.

MAN Force begins manufacture of CargoLine truck”, [w:] INDIA – special supplement to „Truck&Bus Builder” grudzień 2007 nr 12.

Materiały prasowe Avia – Tata, październik 2006.

Materiały promocyjne firmy Tata.

Materiały wewnętrzne firm Mercedes, MAN, Scania, VW, Anhui Hualing Automobile Co. Ltd.

Tata Motors to enlarge its presence in Russia [w:] INDIA – special supplement to „Truck&Bus Builder” grudzień 2007 nr 12.

www.scania.com.

Wystąpienie Andreasa Renschlera – członka zarządu i dyrektora generalnego Daimler Trucks (Mercedes), Stuttgart, 10 marca 2008.

ARE CHINESE AND INDIAN TRUCK MAKERS ABLE TO THREATEN TODAY'S, ESPECIALLY EUROPEAN LEADERS?

Summary

Thanks to proper ways of know-how transfer (joint-ventures, licenses, co-operation agreements, FDI) Chinese and Indian truck makers – regarding the production volumes – became very strong within the last ten years. As a result – now – among the most important ten producers of trucks – two are from China, one from India. However, these Asian producers are still focused on their domestic markets. The aim of this article is to answer the following questions: why are they so strong now, why do they sell trucks mainly to domestic customers and are they able to export their products not only to other Asian or African regions but to richer countries, including the EU ones (what challenges, threats, opportunities are connected with new markets' opening).