

Szoftverek szárnyán

PUBLICISZTIKA - LIX. évfolyam, 41. szám, 2015. október 9.

Amint az ismert, az emberiség sok kísértésnek nem tudott ellenállni. Az autóba ülés is ilyen. Az önjáró masina vonzereje semmit sem veszített évszázados karrierje során, sőt, lankadatlanul száz- és százmilliók között hódít újra. Az autógyártók ebből a tartós szerelemből élnek. Nem is rosszul. Az ember és autója közötti szerelem mintha tényleg halhatatlan lenne. Újra és újra fellángol, néha heves konfliktushoz is vezet, de a villongások vége soha nem a szakítás. Még olyan botrányos esemény után sem, amilyen a Volkswagen dízelautókban elkövetett szoftveres ármány, amelyben a szennyezési paraméterek manipulálása a modern világ autóiiparát majdnem megrendítette. Az eget rengető csalás dacára – nekem úgy tűnik – sem az autóiipar, sem a VW-holding belátható időn belül nem fog összeomlani, töretlenül fogja kielégíteni a mai ember autók iránti szüntelen vágyát. Mindent meg fog tenni azért, hogy az autó jelentette szabadság és szerelem frissített ígéreteivel újabb és még izgalmasabb álmok gyártásával kösse magához a városi és falusi emberek régi és új generációit. Az autó még sokáig velünk marad, és az, hogy dízel, benzines vagy elektromos változatban, szinte mindegy. Belátom, bizonyosan ez a többségi álláspont.

Mi vezetett, vezethetett ehhez a világszándalomhoz? Milyen várható megoldásokat izzadnak majd ki a német autókonstruktőrök? Mit nyerhetnek továbbá a versenytársak a Volkswagen meggyengülése nyomán?

A kiinduló helyzet az autóiiparban szinte mindenkinek azonos: energiatakarékos, környezetbarát és biztonságos masinákat kell gyártani olyan elfogadható áron, amely kellően vonzó komfortokat, értéket kínál. Ez a kombináció egyre nehezebb feladványt jelent: a sokfajta kíváncsiságnak való megfelelés gyakran oda vezet, hogy a fejlesztők, illetve a gyártók erőszakot tesznek munkájuk tárgyán, és a születő produktum „defektes”, adott esetben akár életveszélyes lesz. Ez utóbbi, igaz, igen ritka, ám sok nagy márkánál mégis előfordult az elmúlt három évtizedben, és visszahívások millióit eredményezte. Az okozott károk mindig tetemesek voltak, de minden esetben belefértek a büdzsébe és a szigorúan vezetett könyvekbe. Kevés olyan gyártóról tudunk, aki teljesen eltűnt a színpadról. Tipikus esetben a nagy nevek vagy felvásárlással, vagy beolvadással hidalták át a nehézségeket (ez a szegény még az egyik amerikai gigással, a Chryslerrel is megesett). A világ nagy autómárkái végzetesen soha nem rogytak meg pusztán azért, mert műszaki gyengeségek mutatkoztak, inkább a piaci elégtelenség és a tartós kereslethiány okozta vesztüket. Noha a mostani VW-botrány történelmi visszatekintésben is igen súlyos, és a csalás nyilvánvaló jellege miatt szinte katasztrofálisnak tetszik, mégis azt gondolom, hogy a cég és a német autóiipar ezt is túl fogja élni. Mi több, az is elképzelhető, hogy a mostani átalakítási kényszer hirtelen továbblépi majd a patinás céget a jövő tömegautójának kialakításához vezető úton. Ne feledjük, hogy a tömegautó gondolata maga is német volt. Még az 1937-es háborúra készülő Németországban, Hitler 50 éves születésnapjára tervezték bemutatni, úgy, hogy maga a Führer mondta meg, mennyivel menjen (kb. 100 km/órával). Ugyan a VW-bogarat a háború miatt a gyár éveken keresztül nem tudta forgalmazni, helyette fegyvereket kellett gyártania. Az üzem a háborút követően azért élhetett tovább, mert az angol megszállási övezetet felügyelő őrnagy, Ivan Hirst, fantáziát látott benne. Jól látta. Így leszereltetés helyett – később – egy nagy, húszezer darabos megrendelést kapott az autógyár az angol hadsereg katonai szállítási céljaira. A VW mai ereje ennyiben az angoloknak is köszönhető.

Bár a márkanév presztízsen komoly folt esett, melyet még sokáig kell tisztogatni, mégis a Volkswagen-holding amerikai botrány kirobbanását követő vesztesége inkább anyagi természetű. Az azonnali pénzügyi terhek ugyan jelentősek, ám kezelhetőek, kb. 8-12 mrd. eurót tesznek majd ki azok az új kötelezettségek, amelyek az amerikai környezetvédelmi hatóság (EPA) büntetését, a várható kártérítési perekre elkülönítendő összegeket, az egyéb, műszaki átalakítási költséget, valamint az elmaradt eladások negatív pénzügyi hatását és a vállalati kötvénypiacon megdráguló hitelek plusz költségeit jelentik. Az utóbbi két év jól sikerült, a nyereség – a VW-konglomerátum szintjén – évi 10 mrd. eurós zónában volt, a 2012-es év nyeresége pedig 21 mrd. eurót tett ki. Valószínűsíthető, hogy a most jelentkező pénzügyi terhek sem fogják ellehetetleníteni a vállalatóriást, amelynek teljesítménye irigylésre méltó: alig több mint félmillió alkalmazott éves szinten annyi nyereséget termel, mint amekkora a teljes magyar gazdaság éves áfabevétele (ez ugyanis 3000 mrd. forint feletti tartomány). Ez az összehasonlítás talán jól érzékelteti a pénzügyi erőt.

Az igazán izgalmas kérdések azonban mégsem azok a jogi és felelősségi ügyek, amelyeket a média – érthetően – oly nagy vehemenciával tárt a nagyközönség elé, hanem az, hogy *mi várható iparági szinten; valamint, hogy az érintett német kormányzati és szabályozó szervek részéről milyen szempontok érvényesítése lesz a legfontosabb: vajon a környezetvédelmi vagy az iparági-foglalkoztatási és a VW tartós jelenlétéhez köthető jóléti megfontolások?* A német kormányzati döntéshozóknak ugyanis kötelező vigyázni az ipari konjunktúra és a munkahelyek megőrzésére is, egy ekkora „üzem” esetében még azon az áron is értelme lehet az állami segítségnyújtásnak, hogy vaskos pénzügyi segítséget – friss készpénzként állami tulajdonvásárlást jelenthet (az állam most is közel 20 százalékban tulajdonos). Ebben az összefüggésben emlékeztetni kell arra, hogy a 2009–2010-es világgazdasági válságot követő években számos EU-s állam roncsprémiumnak nevezett árendedménnyel és kormányzati szubvencióval ösztönözte az új autóvásárlást. Ez az állami beavatkozás annak idején meglehetősen sikeresnek bizonyult, mert valahogy visszatornázta a válság előtti szint 1/3-át elvesztő autógyártás keresletét a 2008-as nivóra, evvel életben tartotta az iparágat, és munkahelyek ezrei maradtak meg. Az autónkénti 3000-4000 eurós támogatás rövid úton megtette hatását, visszahozta a válság előtti termelési szinteket, majd némi késéssel az eladásokat. A mostani helyzetben is lehet szó arról, hogy egy állami pénzügyi konstrukció segítségével az autógyár műszaki átállási problémáit enyhítsék azért, hogy a kialakítandó új modell és motorválaszték megfeleljen mind a szigorodó előírásoknak, mind pedig a változó piaci-fogyasztói igényeknek. Ahhoz, hogy a vezető VW-stratégák helyes döntéseket hozzanak mind mérnöki, mind üzleti tekintetben, bizony látnoki képességeket is kell mozgósítani. A tervezés során ráadásul gazdaságszociológiai, de geopolitikai szempontokat is érvényesíteni kell. Miért? Azért, mert a nemzetközi versenytársak lépéseit is jó hibahatárral kell tudni megítélni, kellően hosszú időtávban előre látni. Nézzük meg ezeknek a szempontoknak a jó döntést befolyásoló, ez idő szerint valamennyire belátható változatait.

A mérnöki aspektus:

Az autóiparban elég nagy az egyetértés abban, hogy a dízelmotorok emissziós szintjeit forradalmian már nem nagyon lehet javítani teljesítményromlás és élettartam-csökkenés nélkül. A benzinmotorok teljesítményei is – a már megvalósult fajlagos, cm³-arányos teljesítményjavulás dacára – az elméleti plafonok közelében járnak. Az áttörést hozó műszaki innováció, olyan, amely már nemcsak a rajzasztalokon, esetleg laboratóriumi tesztfázisban létezik, hanem a tömeggyártás küszöbén áll, elképzelhető. De ilyenről ma még nem tudunk. Ha a VW-botránynak van pozitív tudományos hozadéka, akkor az az, hogy bebizonyosodott, a műszaki tudomány törvényeit nem lehet büntetlenül figyelmen kívül hagyni, pláne manipulálni! Ennek a ténynek nyugodtan lehet örülni. Főleg olyan világban, amelyben gyakran hisszük azt, hogy a kommunikáció majd megold kérdéseket. Itt nem ez a helyzet, sőt, ha nincs teljes őszinteség, a helyzet – jó eséllyel – tovább romlik.

Az üzleti aspektus:

Kifejezetten nehéz megítélni, hogy vajon tömeges elfordulás lesz-e a szoftverek szárnyán repülő, ám a

maga nemében megbízható és egyértelműen gazdaságos dízelautóktól; azért sem könnyű kérdés ez, mert ha nincs igazán jó helyettesítő termék a piacon, olyan, ami környezet- és pénztárcabarát is egyben, akkor a visszaesés csak átmeneti lesz. Az is igaz ugyanakkor, hogy a nagyvárosi fogyasztók a városi levegőminőség romlása miatt, főleg környezetvédelmi kampányokkal támogatva, hamar túlerőben lévő ellenséggé válhatnak, és akkor a négyhengeres dízelmotoroknak befellegzett. Nem véletlen, hogy az igazán gazdag országok nagyvárosaiban a tehetősebb polgárok és a hatóságok sem szeretik ezeket a modelleket (például Svájc). Ezért most is fennáll a veszély, hogy a nyugaton „levetett”, szoftverproblémás dízelmodellek újra elárasztják a keleti harcmeszkőket. Egy dolog szinte egészen bizonyos a botrány nyomán: a városi autót, mint olyat, újra kell fogalmazni és tervezni. A teherautó persze egészen más eset, még az USA-ban is. A dízelt nehéz lesz kiszorítani a fuvarozói piacról, a VW teherjárművek változatlanul népszerűek, és biztos profitforrást jelentenek.

Egyébként az igazsághoz tartozik, hogy az elmúlt 50 évben az autók fajlagos (tömegarányos) fogyasztási adatai közel harmadára, szennyezési mutatói pedig modellektől függően, ötödére/tizedére estek vissza. Ebben az értelemben javult a helyzet. Nem is kicsit. A baj inkább az, hogy túl sok jármű van az utakon, így a helyzet összességében mégsem javult.

Összegezve tehát a kilátásokat, megismételhetjük: a várható változásokat illetően talán a legfontosabb szempont változatlan, ahogy azt ortodox módon, majd 100 éve tanítja a kereslet elmélete, ha van jó alternatív megoldás a dízelmotorok kiváltására, a fogyasztó nem fog sokat habozni, átvált egy ilyen helyettesítő termékre, ami a nagyvárosban lehet akár a közösségi közlekedés is!

A fenti két fő szemponton túl a geopolitika és a nemzetközi versenytársak minden esetben szerepelnek a német autóipar stratégiai döntéshozói folyamatábráin. Az, hogy kinek miben van versenyelőnye a VW-nél szemben, nemcsak műszaki paraméterek, hanem jövedelmi viszonyok, ízlés és várható demográfiai folyamatok függvénye is. Nem új fejlemény, a német gyártók is látják: az új típusok tervezésénél bizony az ázsiai igényeket és ízlést is figyelembe kell venni. Lehet, hogy a japánok vagy koreaiak hamarabb jelennek meg egy, az ázsiai piac igényeit is kielégítő, technikai áttörést hozó megoldással, amivel még az amerikai piacon is sikert arathatnak. Az USA piacán az elektromos Tesla még csak szárnyait próbálgatja, ezt a tiszta és csendes típust nem a „szoftvere mozgatja” a piacon, hanem az erős, de nagyon drága akkumulátorai. A robbanásszerű elterjedést még mindig gátolják a feltöltéshez szükséges hálózatépítés pokoli költségei, továbbá a teljes hálózat CO₂-szennyezése és energiamérlege sem biztos, hogy kedvező mérleget mutatna. Marad tehát az elektromos autó a csúcsmenedzserek presztízs fogyasztására, ők zöldek, még ha drágán is. A tömegek, a kis vagy közepes jövedelműek, még sokáig a hagyományos autók katalógusaiból merítenek, illetve a női bájukat is szinte kötelezően felvonultató autókíállításokon promotált modelleket fogják választani. Ezek inkább emlékeztetnek hollywoodi álmokra, amelyek még izgalmasabb és a szabadsággal egybeforrt vezetési élményt kínálnak, elérhető áron. Ám a keserű ébredés, csakúgy mint egy jó mozi után, az utcán vagy úton hazafelé éri el a vásárlót, amikor a körülmények beláttatják, hogy sokkal jobb a földön járni, akár még az apostolok lován is, mint dugóban ülni felhúzott ablakkal, beltéri levegőcirkulációra kapcsolva. Persze az is lehet, hogy nem így lesz, és még nagyon sokáig hagyjuk magunkat repíteni hamis szoftverek szárnyán.