

Xe hơi nguyên chiếc và phụ kiện xe hơi

ĐẶNG Đình Cung JJR 64



Kỹ sư Tư vấn



Khi xưa, gia đình Peugeot khư khư muốn giữ quyền quyết đoán trong tập đoàn PSA Peugeot Citroën. Họ vẫn giữ nhiều mẫu mã của hai bộ phận Peugeot và Citroen và đầu tư vào các phương tiện sản xuất bên Trung Quốc. Điểm tới hạn của công ty lên cao và trở thành một rủi ro công nghiệp. Khi khủng hoảng tài chính năm 2008 bùng nổ thì PSA gặp nhiều khó khăn. Để trả nợ họ đã phải kêu gọi các nhà đầu tư góp thêm vốn. Từ năm ngoái, thành phần cổ đông chính gồm bởi gia đình Peugeot, Nhà Nước Pháp và Dongfeng, một hãng xe hơi Trung Quốc, mỗi đối tác giữ 14 phần trăm cổ phần. Bây giờ phải có sự nhất trí của cả ba cổ đông này thì mới có thể phủ quyết thay vì khi xưa chỉ có một mình gia đình Peugeot. Trong khi đó thì Faurecia, một công ty con của PSA chuyên sản xuất phụ kiện cho ngành xe hơi, phát triển rất mạnh, giá trị cổ phiếu được niêm yết tăng lên ngùn ngụt.

Nguyên do của sự khác biệt đó là như sau.

Một xe hơi nguyên chiếc là một thương phẩm, nghĩa là một sản phẩm người tiêu dùng mua và dùng ngay y như bày bán. Như mọi thương phẩm, ngoài những vấn đề kỹ thuật liên quan đến điểm tới hạn của một mẫu xe, sức ép về giá cả của người tiêu dùng và ảnh hưởng của tình hình kinh tế vĩ mô thì

Aejjrsite.free.fr Magazine Good Morning 6 septembre 2015 © D.R. ĐẶNG Đình Cung

còn có ảnh hưởng của trào lưu thị trường thích mua mẫu xe đó hay không. Do đó một xí nghiệp xe hơi nguyên chiếc lỗ là bất thường, đánh cá cuộc với sự sống còn của hãng mỗi khi tung ra thị trường một mẫu xe mới. Một xí nghiệp sản xuất phụ kiện thì có ít vấn đề đó.

Các xe hơi cùng một loại khác nhau bởi vẻ bề ngoài và xếp đặt trang trí bên trong. Nhưng các xe hơi cùng một loại dùng cùng một loại động cơ máy nổ. Thường thì đời sống kỹ thuật của một động cơ trùng với đời sống của chiếc xe. Như vậy có nghĩa là một hãng xe nguyên chiếc sản xuất bao nhiêu xe thì bên cung cấp bán bấy nhiêu động cơ. Mẫu xe của hãng này bán chạy hay không thì bên cung cấp, xí nghiệp phụ trợ sản xuất máy nổ, sẽ bán nhiều hay ít động cơ cho hãng đó. Nhưng thị trường một loại xe tùy ở tình hình kinh tế vĩ mô mà kinh tế vĩ mô thì biến chuyển chậm hơn là thị trường một mẫu xe của một hãng xe nguyên chiếc. Nếu một hãng bán ít thì thị phần của hãng đó sẽ chuyển sang các hãng đối thủ cạnh tranh khác. Thị trường động cơ cho một loại xe tùy ở tình hình kinh tế vĩ mô chứ không bấp bênh như thị trường xe nguyên chiếc.

Một xe hơi có một que gạt nước cho kính trước và một que cho kính sau. Hai que hình dáng khác nhau, nhưng đã được ISO tiêu chuẩn hóa, nghĩa là không có vấn đề mẫu mã riêng cho một mẫu xe nào mà cũng không có vấn đề bản quyền sáng chế. Khác với sản xuất động cơ máy nổ sản xuất que gạt nước không cần phải đầu tư nhiều vào thiết bị sản xuất mà cũng không cần đến tay nghề đặc biệt gì. Thêm vào đó, thị trường sản phẩm này có thêm hai đặc điểm đáng chú ý.

(a) Nước Pháp sản xuất từ 1,5 đến 1,8 triệu xe hơi cá nhân (xe 4/5 chỗ ngồi). Như vậy có nghĩa là các hãng xe nguyên chiếc sẽ chào mua ngần đó que gạt nước cho kính trước và ngần đó que cho kính sau. Cũng như động cơ máy nổ, thị trường que gạt nước không biến đổi theo thành công hay thất bại của một mẫu xe của một hãng mà tùy ở tình hình kinh tế vĩ mô. Nhưng đó là thị trường gắn cho xe mới (OE, original equipment). Ở Pháp có 31,7 triệu xe đang chạy trên đường phố. Mỗi hai ba năm là phải thay que gạt nước. Thị trường thay thế (replacement market) này là 10,8 triệu que cho kính trước và 10,8 triệu que cho kính sau, to mười lần so với thị trường OE. Nó không tùy ở tình hình kinh tế vĩ mô vì kinh tế lên hay xuống thì cũng vẫn còn 31,7 triệu xe cứ ba năm lại phải thay que gạt nước một lần.

(b) Các hãng xe nguyên chiếc sẽ nhường cho bên cung cấp một phần lãi đủ để tiếp tục sống mà cung cấp phụ kiện cho họ. Ở các siêu thị phụ kiện xe hơi thì một que gạt nước bán khoảng một chục euro. So với giá xuất xưởng của một que chưa tới một euro thì lãi lẽ như vậy là rất lớn. Điều này có thể giảng nghĩa như sau. Một xe hơi giá khoảng một vạn euro. Chủ nhân một xe hơi bắt buộc phải thay hai que gạt nước mỗi ba năm. Mười euro là giá một bữa cơm ăn nhanh ở Paris. Siêu thị phụ kiện chặt chém tới đâu thì cũng vẫn mua. Vì lãi lẽ lớn như thế nên các chuỗi siêu thị sẽ nương tay để lại cho bên cung cấp một phần lãi lớn hơn là các hãng xe nguyên chiếc. Hãy tưởng tượng lãi của một xí nghiệp que gạt nước bán trực tiếp cho người tiêu dùng cuối cùng qua một hợp tác xã phân bố tập các xí nghiệp phụ kiện xe hơi.

Mỗi dự án kinh doanh cần được tính toán kỹ lưỡng dựa trên các nhân tố cụ thể. Nhưng nói chung thì sản xuất phụ kiện ít rủi ro hơn là sản xuất thương phẩm và sản xuất phụ kiện giản dị thì cần ít vốn, ít rủi ro và mang lại nhiều lãi hơn là sản xuất phụ kiện phức tạp.