

Vezetői összefoglaló

Az autógyártás az EU együttes GDP-jének mintegy 4 százalékát teszi ki, és teljesítménye a gazdaság egészének, ezen belül nem utolsó sorban a fogyasztói bizalomnak az alakulását tükrözi.

A nyugat-európai gépjármű-kereskedelemben a 2004. évben folytatódik a 2003-as trend: a 2002 utáni visszaesést követően a piac stabilizálódni látszik egy valamivel alacsonyabb szinten. Az újautó-eladásokat befolyásoló fő tényezőket vizsgálva feltétlenül meg kell említeni a kínálati oldal szerepét. A 2004-ben debütált új modellek és a széles körűen alkalmazott kedvezmények és egyéb eladás-ösztönzők pozitív hatással voltak a gépjármű-eladások alakulására. A külső tényezőket illetően az autópiacon máris érzékelhető a világgazdaság fokozatos fellendülése és munkanapok számának kedvező hatása, amelyeknek következtében szinte az összes európai autógyár jó félévet zárt, számos cég új modellel lendített eladásain.

A közép-európai gépjárműpiacon a lendületes 2003-as év után 2004 első nyolc hónapjának eredményei ismeretében megállapítható, hogy a gépjármű-értékesítés dinamikája megegyezik Nyugat-Európáéval. Az értékesítés növekedési üteme az új tagállamokra vetítve az elmúlt év azonos időszakához viszonyítva 1,85%. Az újautó-eladásokra erőteljesen rányomta bélyegét az Európai Unióhoz történő csatlakozás. A vásárlók bizonyos országokban – a csatlakozás bizonytalanságaitól féltve, illetve negatív hatásainak ismeretében – az év első hónapjaiban megrohanták a kereskedéseket és „bespájzoltak”, míg mások kivártak, és vásárlásaikat, befektetéseiket elhalasztották. Komoly emelkedés csak a balti térségben ment végbe, azonban ennek a térégnek a súlya minimális az újonnan csatlakozókhoz képest.

A 2003-as sikerév után 2004 jelentős változásokat hozott az évek óta stabil magyar autópiacon is. Az EU-csatlakozás és a nyomában járó szabályozástól való félelmek hatására 2003 második felében jelentősen nőtt a gépjármű-eladások száma. Az 1995 óta tartó folyamatos növekedés 2004 első negyedévében megtorpant, kilenc év után először recesszió állt be a személygépkocsi-eladásokban. A nagymértékű visszaesés a regisztrációs adó bevezetését követő anomáliáknak köszönhető: az okmányirodák hetekig nem adtak ki forgalmi engedélyt, mert nem tudták, hogyan kell eljárni az új rendszerben. Ezután pedig az EU-csatlakozással kapcsolatos bizonytalanságok, a reálbér-növekedés leállása és a banki hitelebírlás szigorodása miatt esett vissza a kereslet.

A gyenge kezdés után sokan további csökkenésre számítottak, a piac azonban lassan magára talált, s az első nyolc havi statisztikák már – igaz, nagyon csekély – 1,09 százalékos növekedést jeleztek. A piac bővülési ütemének visszaesése erős átrendeződést hozott a piacon, több gyártó is komoly eladás-visszaeséssel kellett szembenézzen, ezzel szemben néhányan a gyenge piacnövekedés ellenére is komoly sikereket értek el, s nemcsak eladásukat tudták növelni, hanem piaci részesedésüket is. Az év nagy vesztesei a Suzuki és az Opel. A két gyártó együttes piaci részesedése 33%-ról 26%-ra csökkent, nagyrészt a Daewoo, a Ford és a Toyota „javára”. A magyar piac szélsőségességét jellemzi, hogy a szintén Opel-fennhatóság alá tartozó Daewoo eladásai gyakorlatilag ugyanannyival nőttek, mint amennyivel az Opelé csökkentek.

A magyar autópiacon rövid távú jövőjét részben a keresletre ható tényezők: a reálbérek és a hitelpiacok alakulása és a forint árfolyama, részben az EU-csatlakozást követően életbe lépő szabályozások: a regisztrációs adó, és az árharmonizáció – feltehetően árnövelő – hatásai, részben pedig a kínálati oldalra és az erre ható tényezők: új modellek, új finanszírozási konstrukciók, illetve a piacok liberalizációja, határozzák meg.