



JAGUAR

Jeep

MITSUBISHI

Andrei BENZAL

Caracteristicile pietei auto din Romania (part.1)

Abstract. The article emphasizes the characteristics of the car market in Romania, from 1990 till present. The car market in Romania has had a spectacular evolution in time. Taking small steps at the beginning of the 90's, starting with 1996 we witnessed a gradual increase in the imports of all well-known brands from Europe, USA, Japan, and South Korea. The car market has been split in two big segments: new and second-hand, and in what concerns the car market development, the legislation has also contributed. An important characteristic of the car market, and not only here in Romania, was given by the "globalization of production" which, after 2001, has become more significant.

Key words: brands, car market, characteristics, Romania

S-a infintat asociatia producatorilor si importatorilor de masini si piese de schimb (APIA) , au aparut : Saloanele Auto (organizate la fiecare 2 ani),ultimul a fost in 2007,iar anul 2008 a insemnat o crestere masiva a vanzarilor de autoturisme ,au aparut din ce in ce mai multe reviste auto si emisiuni TV dedicate autoturismului.

Din anul 2009, a inceput scaderea vanzarilor si continua si in prezent.

Cauzele scaderilor sunt multe ,si cele importante tin de situatia generala a economiei .

Perioada de recesiune care continua a influentat negativ piata auto in principal

Prin scaderea puterii de cumparare , atat a persoanelor fizice cit si a celor juridice ,prin diminuarea activitatilor si scaderea creditarii.

Din 1990 si pana in prezent, in Romania piata auto a avut o evolutie spectaculoasa. Cu inceputuri timide in anii 1990 , din 1996 a inceput o crestere treptata a importurilor tuturor brandurilor mari din Europa,America,Japonia,Corea de Sud. A inceput concurenta pe toate modelele si clasele tipurilor de autoturisme.

In primii 2 ani dupa 1990, s-au importat masini cu capacitati mai mari care sa nu concureze cu Dacia, Apoi , pe masura ce cererea a crescut au intrat si cele de clasa medie si mica, care au concurat cu Dacia : Renault ,Ford,Fiat, WW,Skoda si altele.

Dupa 2004 au venit si cele de lux : Maserati,Ferari,Hummer,Acura,Infinity,Jaguar,etc. Astazi,sunt pe piata ,cu mici exceptii,toate brandurile auto din lume. Evident ,ca marcile germane : Mercedes,Audi,BMW,WW,Opel, au fost si raman favorite prin "faima " pe care o detineau .Dar , a venit momentul DACIA si incet,incet de la Solenta la Logan a cucerit segmente importante din piata in primul rand datorita pretului de achizitie si a dimensiunii medie-mica in ce privesc motorizarea si spatial interior.

Celelalte marci nu au stat mai prejos si au venit cu mare tam-tam :Renault,Fiat,Ford, Citroen,Peugeot,Hyundai ,Kia,Daewoo,dar si Chrysler,Chevrolet,Citroen,Peugeot,Toyota,Honda,Mazda Suzuki,Nissan,etc

Piata auto a fost si este sectionata in doua mari segmente : noi si second -hand..Ultimele au detinut la inceput suprematia,treptat cele noi vin din urma,pe masura maturizarii dar si a cresterii veniturilor potentialilor clienti.

De asemenea, la formarea si dezvoltarea pietei, a contribuit si legislatia care, desi a fost mai tot timpul modificata cu efecte pozitive sau negative pe anumite perioade de timp a continuat sa se dezvolte. Lipsa de autostrazi si parcaje in marile orase au constituit o "frana"si in dezvoltarea si diversificarea pietei auto din Romania.

Cresterea arieratelor , scaderea creditarii pentru cumparare de auto;
 Amanarea achizitionarii - lipsa disponibilitati
 Neincredere in viitorul apropiat;
 Orientare catre :preturi mai mici ,modele 7000 - 15000
 Orientare catre second-hand;
 Cresterea de TVA , impozitare la inarticulate,
 Cresterea impozite functie de grad de poluare si capacitate cilindrica;
 Dublarea impozitului pentru autoturisme cu motoare mai mari de 2000 cmc;

O alta caracteristica importanta a pietei auto ,nu numai la noi ,a fost data de “globalizarea productiei” care dupa anul 2001 a devenit mai pregnantă.

Dorinta producatorilor de a creste volumul vanzarilor si a profiturilor, de a cucerii noi pietele de desfacere ,a condus la fuziunea si concentrarea grupurilor mari producatoare a marilor cu alti producatori,cum ar fi : Renault-Nissan;Chrysler-Mercedes,Ford-Mazda-Volvo

General Motors - Opel - Chevrolet-Daewoo-Saab-Isuzu,WW-Seat,sunt doar citeva exemple.

Tendinta se mentine si in prezent.

Pietele au fost divizate : America de Nord , Europa, Asia-Oceania, incecindu-se Instalarea de noi fabrici de productie sau asamblare in aceste pietele ,cu consecinte Importante asupra pretului de vanzare.Au aparut fabrici specializate de motoare, Cutii de viteze,si toate componentele ce concura la produsul finit :autoturismul pe fiecare continent ale aceluasi mare producator.

Competitia a devenit din ce in ce mai apriga.

Si la noi Renault a mutat tehnologie pentru producerea unor modele noi : Logan , Sandero,Duster care au putut fi exportate masiv in primul rind datorita pretului scazut in comparatie cu modele similare

Fabrica Ford, de la Craiova va completa productia auto din Romania cu modele noi cerute de pietele : interna si externa.

Exista in prezent si fabrici mai mici de componente auto care concura la realizarea produsului finit dar si a pieselor de schimb in tarile recent intrate In UE.

Nu in ultimul rind ,producatorii au avut in vedere scaderea gradului de poluare tendinta ce devine din ce in ce mai necesara,cu efecte pozitive asuora mediului inconjurator.

Pentru anul 2009 clasamentul privind vanzarile de autoturisme a fost :

Toyota, urmata de GM si Volkswagen . Hyundai trece pe 4 depasind Ford.

Piata auto mondiala a suferit modificari substantiale in prima jumatate a anului 2009, in ceea ce priveste volumele comercializate. Insa, la varf, clasamentul celor mai mari producatori auto nu s-a schimbat.

Toyota, GM si Volkswagen continua sa ocupe podiumul lumii auto. Cea mai notabila surpriza a venit de la Hyundai, care a preluat locul 4 in lume in detrimentul celor de la Ford. Americanii au negociat chiar bine criza, reusind sa limiteze pierderile, dar reducerea productiei a dus Hyundai pe locul 4 in lume.

Ford este urmat in topul zece al celor mai mari producatori auto din lume de PSA Peugeot Citroen, Honda, Nissan, Suzuki si Renault. Rezultatul Hyundai este si mai spectaculos decat locul pe care il ocupa in clasament. Grupul coreean a fost singurul jucator din top 10 care nu a inregistrat scaderi ale vanzarilor. Lider la aceasta categorie este Ford, care a vandut cu 30% mai putin decat in 2008.

Toyota, care a vandut 3.564.105 unitati a devansat GM (3.552.722) dar a inregistrat o scadere de 26% a unitatilor comercializate fata de anul precedent. GM, Honda si Nissan au inregistrat la randul lor vanzari cu peste 20% mai mici fata de anul trecut.

In Romania 2010 , a continuat o usoara scadere inceputa in 2009,astfel :

În primele trei luni, s-au înregistrat scăderi ale numărului de înmatriculări noi la toate categoriile de vehicule pentru transportul pasagerilor, comparativ cu aceeași perioadă a anului precedent. Cea mai semnificativă scădere s-a înregistrat la categoria autoturisme, numărul înmatricularilor fiind cu 57,7 la sută mai mic față de trimestrul I 2009.

Semestrul 2 al anului 2010 , se anunța nu prea promitator,având în vedere măsurile Legislative luate de guvern (marire TVA 24 % , influența scaderii monedei naționale, Crestere impozite anuale pentru mașini cu peste 2.000 cmc,etc)

Deja bugetele se construiesc pe o scadere a vanzarilor de 10-12 %,pana la sfarsitul anului.

De la începutul lunii iunie 2010, se va introduce o reglementare potrivit căreia în perioada de garanție clientul va putea apela și la alte servicii-uri ,agreate de RAR , nu numai la cele aparținând reprezentatelor diferitelor mărci din piață. condiție în care garanția rămâne valabilă .



Andrei Benzal

