

Hírlevél - 2016/4



Szilasi János - GÉMOSZ Marketing Bizottság, az áprilisi Hírlevél szerkesztője

\*\*\*

**GÉMOSZ KÖZGYŰLÉS és GAZDASÁGPOLITIKAI FÓRUM 2016.**

***A GÉMOSZ soron következő tisztújító közgyűlésének  
és szakmai konferenciájának***

***időpontja:***

***2016. MÁJUS 19. CSÜTÖRTÖK,***

***helyszíne:***

***Holiday Inn Hotel és Konferenciaközpont (Budaörs)***

***A részvétel regisztrációhoz kötött, a meghívót és programtervezetet a  
későbbiekben küldjük meg.***

***Minden márkakereskedő kollégánkat szeretettel várjuk!***

\*\*\*



**Hogyan telt az első negyedév - európai és magyar új autó piac  
szerző: Szilasi János, elnökségi tag, GÉMOSZ**

2016 első negyedévében tovább nőtt az új autó forgalomba helyezéseken alapuló piac itthon, az első három hónapban 15%-al nőtt a személyautó és kishasznongépjármű piac. A növekedés elsősorban a magánvevők piacán megjelent többlet keresletnek köszönhető, de a cégek is többet vásároltak. A piaci trendek korábbi csapkodása, kiszámíthatatlansága megszűnni látszik, az importőrök bátran hirdetnek, próbálják a piaci növekedést követni, kihasználni.

A használtautó import - ahogy arról a sajtóban is olvasni lehetett - még jobban erősödik, nagyon nagy számban érkeznek idős autók. A GÉMOSZ és a Lízingszövetség április elején közös közleményt fogalmazott meg a nyolc évnél idősebb és EURO IV-es károsanyag kibocsátásnál rosszabb gépkocsik importjának lefékezésének érdekében. Nem lenne túlzás azt mondani, hogy az egyetlen ország vagyunk az

EU-ban, ahol az utakon lévő autók átlagéletkora és így a káros anyag kibocsátása – összesen, tehát hogy mennyi korom, nitrogén-oxid, széndioxid kerül a környezetbe folyamatosan és drasztikusan nő. Ez nem jó trend. A behozott autók több mint harmada 11 évnél idősebb.

Csupán az autózással kapcsolatos társadalmi felelősség vállalás érdekében is közös cél lehet ezeknek az autóknak az importját korlátozni.

Ha az európai piacra kitekintünk 31. hónapja növekedő autópiacon láthatunk, 2016 első negyedében egy-két országot ( Hollandia, Görögország) kivéve mindenhol növekedtek az eladások, a teljes gazdasági térségben 8,2%-al több személyautó került forgalomba. A magyarországi növekedés az élmezőnyben volt ezen időszakban. A szezonális persze nagy kérdés, az egyre hosszabb szállítási határidők miatt a forgalomba helyezési statisztikák egyre kevésbé mutatják a valós keresletet, vannak márkák és modellek ahol több hónap az eltérés az autó megrendelése és a leszállítása, forgalomba helyezése között. Így egyre inkább érdemes a piac tényleges állapotát a szerződés számok alapján megítélni.

A kontinensen és idehaza tapasztalt növekedés okaival kapcsolatosan egyet lehet érteni talán a szakértőkkel. A PWC álláspontja szerint az alacsony olaj árak és a kedvező kamatkörnyezetből fakadó finanszírozási lehetőségek segítik a növekedést szerte Európában. A finanszírozási feltételeknél idehaza is történtek változások, az MNB a jövedelemarányos törlesztőrészlet kiszámításánál kedvező irányba módosította hosszabb futamidőknél a szabályokat. Szintén kedvező lehet a várható további alapkamat csökkentés.

A gépjármű kereskedelmet elemző JP Morgan szakértők szerint fontos, hogy az elmúlt öt évben tapasztalt legnagyobb kedvezményekkel és ösztönzőkkel érik el az autógyárak és a kereskedők ezeket az eredményeket. Ez nem jó hír, hiszen alapvetően a jövedelmezőségét rontja az üzletágnak – legalábbis az új autó értékesítés területén, tehetjük hozzá. Ezt látszik megerősíteni, hogy egyre több márka jelzi a sajtó felé, nem elégedettek a világpiacon látható alapanyag árak csökkenésével ellentétes autóiipari beszállítói árpolitikával – magyarul, hiába csökken az ipari alapanyagok ára a világon, a nagy beszállítók emelik az áraikat, így az autógyártók mozgásterét jelentősen csökkentik a további promóciók területén.

Ide tartozó - nem kimondottan európai - történet a TESLA MODEL 3 modell előrendelési állományának mérete (278 000 autóról szólnak a cikkek) a nagysága. Olyan autóról lévén szó, melyet még nem is gyártanak, különösen figyelemre méltó. Még akkor is ha megrendeléshez elegendő 1000 USD előleg, mely visszatérítendő / visszamondható, így különösebben nem jelent az esetleges szállítási probléma kockázatot a majd csak 2017-ben utakra kerülő autó a gyárnak. PR fogásnak kiemelkedő, hogy mutassa a modell iránti keresletet.

Az első negyedéves számokból nehéz egész évre következtetéseket levonni, különösen itthon. Merre fog változni a használtautó import? Lesz-e hatása az NHP hitelek várható megszűnésének? Hogyan befolyásolják az egyre nagyobb kedvezmények a működésünket? Nem okoznak-e a jelenlegi növekedő forgalomba helyezési számok nehezen teljesíthető importóri elvárásokat? Fenntarthatóak-e a növekvő eladások az év hátralévő részében?

\*\*\*



## Gazdasági Mediáció (4. rész)

Szerző: Lastofka Péter

Tovább vizsgálva a mediáció lehetőségét, óhatatlanul felmerül a költségek kérdése. Ebben az analízisben a Sáriné Simkó Ágnes: Mediáció c. könyvének vonatkozó fejezeteit foglalom össze.

Mint arról már írtam, a mediáció nem nyilvános eljárás, tehát a cégek jó híre nem sérül, ami minden költségnél többet érhet. Ugyancsak kiemelném, hogy a folyamatot mindkét fél mindvégig kézben tartja, nem egy külső bíró dönt, hanem a cégek érdekeit figyelembe vevő vezetők.

A költségelemzésnél részben a vonatkozó bírósági illetéktörvény, a szokásos ügyvédi és mediációs díjazást vettük figyelembe. Így kimutatható, hogy a perérték függvényében a bizonytalan kimenetelű és elhúzódó pereskedés költségeiből, hogyan fedezhető a mediátor díja.

Lássuk az effektív költségeket:

A követelés értéke/pertárgyérték	A bírósági eljárás illetéke 6%	Ügyvédi költség (3-5%)	Mediációs óraszám 25 eHUF/óra
500 000	30 000	25 000	2,20
1 000 000	60 000	50 000	4,40
2 000 000	120 000	100 000	8,80
5 000 000	300 000	250 000	22,00
10 000 000	600 000	500 000	44,00
25 000 000	1 500 000	950 000	98,00

A tapasztalatok szerint, általában 20-40 óra alatt sikerül megállapodni a mediáció révén. Ebben az is közrejátszik, hogy a mediációra 4 hónap áll rendelkezésre. Ez praktikusán azt jelenti, hogy 5 milliós perérték felett már „anyagilag” is valószínűleg jobb a mediáció, mint a pereskedés. Arról nem is beszélve, hogy a peres eljárás szinte biztos nem zárul le 4 hónap alatt.

Röviden összefoglalva, megállapítható, hogy bár idehaza még nem terjedt el a mediáció, de mindenképpen gyorsabb és költséghatékonyabb megoldásról beszélünk, mint a hagyományos pereskedés. Tekintettel, arra hogy a cégek számára előtérbe kerül a jó hírnév megőrzése és a vitás ügyek gyors és eredményes lezárása meggyőződésem, hogy a mediáció teret fog hódítani nem csak a családi viták, de az üzleti viták terén is.

Bővebb információ található: [www.mediatorokamara.hu](http://www.mediatorokamara.hu)

\*\*\*

Szeretnénk hírt adni a márkakereskedések, márkaszövetségek fontosabb eseményeiről az Autó Márkakereskedő és a hírlevelünk következő számában. Folyamatosan várjuk híreiket a [gemosz@gemosz.hu](mailto:gemosz@gemosz.hu) e-mail címre.

A GÉMOSZ titkárság elérhetősége:

E-mail: [gemosz@gemosz.hu](mailto:gemosz@gemosz.hu)

Telefon: 06-1-8772-150

