

## Hírlevél - 2016/2



**Szilasi János** - GÉMOSZ Marketing Bizottság, a februári Hírlevél szerkesztője

\*\*\*



**Sikerek, várakozások - köszöntő**  
szerző: **Gablini Gábor**, a GÉMOSZ elnöke

**Tisztelt Márkakereskedő Kolléga!**

Talán nem csak a februári tavasz mondatja velem így utólagosan, hogy a 2015-ös esztendő a szakma számára több jót hozott, mint rosszat, hanem ha szigorúan a tényekhez ragaszkodom, azok is alátámasztják ezt. A piacról röviden: az újautó értékesítés növekedett, de nagyon sokan számoltak be arról, hogy a márkaszervizek teljesítménye és az alkatrész értékesítés növekedése is jobb volt, mint az újautó kereskedelem fejlődése. Ez mindenképpen jó hír, még ha nem is rejtjük véka alá, hogy a 93 ezres darabszám, messze nem tükrözi a valóságot. Megoszlanak a vélemények, de meghatározó szereplők kijelentéséből is visszaigazolódni látszik, hogy hála a nyugat-európai piacok 2015-ös szárnyalásának, a magyarországi regisztrációval a statisztikákba bekerült, de akár hat hónapig is pihentetett járművek kiszállítása, nagyot nőtt az előző évekhez képest. Örömhír, hogy az egyéni vásárlások, azaz a nem jogi személyek által vásárolt új gépkocsik száma továbbra is nő, bár mennyisége a kívánatosnak még a negyedét sem éri el, tehát van tere a fejlődésnek! Hogy miért is ilyen nehézkes az előrelépés? Nyugodt szívvel kijelenthetjük, hogy a korábban soha nem látott mértékű, döntően adószámmal nem rendelkező nepperek által behozott használtautók értékesítése, nagyon rombolja a piacunkat. Érthetetlen, hogy bár a szakma minden lobbiszervezete ezen dolgozik, nem tudunk eredményt elérni, nem sikerült megértetni a politikusokkal, hogy a legtöbb esetben akár többszázezer kilométerrel visszatekert, illetve a közel 100 ezer, 12-14 évnél idősebb behozott jármű nemcsak a természeti, hanem a gazdasági környezetünknek is komoly károkat okoz.

Büszkén mondhatom, hogy a márkakereskedők bizalmát élvezve, a GÉMOSZ elnöksége komoly sikereket ért el a 2015-ös esztendőben. Ezek közül néhányat felsorolva, siker, hogy a szakképzés korábbi koncepcióját sikerült nemcsak megváltoztatni, hanem a bekövetkezett kormánydöntésnek köszönhetően, a struktúra átalakítása is hamarosan befejeződik. Így 2016 szeptemberétől már újra nem zsákutca az alapképzés, hanem egészen a felsőfokú intézményekig átjárható. Ezzel valós, reális jövőképet adunk azoknak a fiataloknak, akik az életstratégiájukban, vagy a jövőképükben, közép- vagy hosszútávon a vezetői pozíciót, illetve az ehhez sokszor szükséges felsőfokú tanulmányokat is megcélazzák. Több évtizedes problémánk is megoldódik, mert januártól a járművek hatósági megvizsgálásakor, az NKH által üzemeltetett központok, csak az egyedi feladatokat látják el. Így a piaci szereplők, a márkaszervizek is, éves szinten több mint 200 ezer többlet vizsgát végezhetnek el. Ugyanígy eredményként vesszük számításba, hogy a Nemzeti Közlekedési Hatóság honlapján közzétette a magyarországi, autójavítással foglalkozó vállalkozások, térképpel is kiegészített listáját, ezzel megadva a lehetőséget a szolgáltatásokat igénybevevő tulajdonosoknak, hogy elkerülhessék az illegális szereplők igénybevételeit. Végül, de nem utolsósorban jó hír, hogy a szakmai összefogás az Uniqa ügyben is eredményre vezetett. Bár sokan nem hitték, hiszen az elmúlt évtizedekben erre túl sok precedens nem volt, de elértük, hogy a fent nevezett biztosító a kártérítéseknél folytatott jogellenes és tisztességtelen magatartásától visszalépett, és 2016. januártól nem végez a javító által kiszámlázott alkatrész áraknál,

önkényes levonásokat. Ezúton is szeretném megköszönni mindazoknak, akik hittek a csodában, de azoknak is, akik ugyan szkeptikusok voltak, de adtak egy esélyt Szövetségünknek, támogatták, segítették a munkánkat. Külön szeretném kiemelni Dr. Ivanics Zitát, akinek a vezetésével a jogi bizottság meghatározó módon járult hozzá a sikerhez. Az érdekvédelmi munkánk további fejlődését segítheti, hogy a GÉMOSZ egy évvel ezelőtti kezdeményezése a lengyel kollégáinknál meghallgatásra került, és 2015 novemberében Lengyelországban arról döntöttünk, hogy a közép-európai régió autós szakmai érdekképviseleteinek javasoljuk, egy konzultációs tanács létrehozását. Ennek többek között az lenne a szerepe, hogy mint kispiaci szereplők, ne külön-külön, hanem bizonyos témákban, együtt lobbizzunk egyrészt a CECRA-n keresztül az Európai Bizottságnál, másrészt az autógyártóknál a működési feltételeink javítása érdekében. Jó alkalmat ad erre a napokban az Európai Bizottság által létrehozott GEAR 2030 projekt, ami az emissziós tesztciklusok mellett, a gyártók, a kereskedők és természetesen a fogyasztók érdekeit is figyelembe véve, a teljes iparág megújításáról fog határozni.

Tisztelt Kolléga!

Természetesen 2016-ban sem adjuk alább a lendületet, sőt, ha lehet, azt tovább szeretnénk erősíteni. 2015-ben a GÉMOSZ elnökségét érdemben fiatalítottuk, olyan tehetséges vezetők kerültek pozícióba, mint Szilasi János, Sipos Árpád, Sándor Attila, Petrányi Zoltán. A bennük meglévő szaktudás és tapasztalat, valamint nem kevés energia, már az ősz során tetten érhető volt.

Ami a 2016-os piacot illeti, a korábban említett folyamatok, egyik oldalról az extrém méretű használtautó behozatal, másik oldalról az egyéni vásárlók számának növekedése az újautó területen, nem mutatnak tiszta, világos képet. A magyar gazdaságban tapasztalható, tovább erősödő pozitív hatások reményében, ha nem is kétszámjegyű, de 6-8 %-os további növekedésre számítunk. Ennél erőteljesebb fejlődést várunk a márkaszervizek forgalmában, főleg azoknál, akik alapvetően újautó értékesítésben is a magyar piacra dolgoznak. Várhatóan a nagyszámban behozott használtautók egy része is megjelenik a hálózatoknál, ezért ezen a területen optimisták vagyunk. Tekintettel arra, hogy a márkaszervizek iránt fokozódik a kereslet, nagyon sok helyen lesz szükség a munkaerő létszámának bővítésére, annak a munkaerőnek, amelynek a szűkössége okán, az értéke rohamosan növekszik! Azt javaslom minden márkakereskedő kollégának, hogy a szokásos üzleti működési modelljét úgy alakítsa, hogy várhatóan az elkövetkezendő évben-években, további markáns béremelésekre lesz szükség, hogy vevőit ki tudja szolgálni. Ehhez pedig a bevételeket növelni, az engedményeket, az irracionális kedvezményeket csökkenteni, vagy számúzni kell! Hiszem, hogy amit ma megtehetünk, azt meg kell tenni, mert nem biztos, hogy holnap is lesz rá lehetőség.

Tisztelt Kolléga!

Ezekkel a gondolatokkal kívánok jó egészséget, további üzleti sikereket és eredményes 2016-os esztendőt.

\*\*\*



**Értékesítés az AUTO PORT 24 portálon**

szerző: Horváth Zsófia - operatív vezető, Carussel Group

Az autoport24.hu portál létrehozásának egyik legfontosabb célja az volt, hogy egy olyan piacot hozzon létre, ami kifejezetten a hivatalos márkakereskedők érdekeit szolgálja. A portál megteremti a lehetőségét annak, hogy a márkakereskedők a saját autókészletüket ne a használtautó kereskedők autói között, hanem kizárólag hasonló színvonalú autók mellett hirdessék, és így elkerüljék a méltatlan összehasonlítást.

Hogy még egy kicsit hangsúlyozzuk ezt a fenti gondolatot, a használtautó kereskedőknek kifejezetten az az érdeke, hogy a saját készletüket a márkakereskedők készletével közösen hirdessék, ugyanis általában ők lesznek a nyertesei a - félrevezető és alaptalan - összehasonlíthatóságnak. Amíg a márkakereskedők nem szerveződnek össze és nem teszik elérhetővé nagy mennyiségben a saját minőségi készletüket, addig ez a kialakult gyakorlat a használtautó kereskedők érdekeit szolgálja, minden nap őket erősíti. A márkakereskedők pedig egyenként, közös stratégia nélkül küzdhetnek a használtautó kereskedők által vezérelt rendszerrel, esélytelenül.

A vásárlók ma már egyértelműen az interneten keresik a jövőbeni autójukat, de nem elvárható tőlük, hogy az egyes márkakereskedők honlapjait egyesével böngésszék végig, így a potenciális vevők általában a nagyobb készleteket összegyűjtő portálokon kötnék ki.

Az AUTOPORT24 rendszer készen áll arra, hogy a márkakereskedői összefogás színterévé váljon, azzal a lehetőséggel, hogy a magyar piacon az internetes keresőkben a második pozícióba kerüljön. Ennek eléréséhez már csak 2-3 ezer autó feltöltésére van szükség.

Néhány ezer autó összegyűjtésével az AUTOPORT24 portál tehát hamar tényezővé válhat a piacon, szinte azonnal képes lesz betölteni a célját, lehetővé teszi ugyanis, hogy a potenciális vásárlók részére eljuttassa a márkakereskedők összefoglaló kínálatát. Itt pedig már a márkakereskedőké a terep, magasabb árús és kedvezőbb értékesítési feltételek lehetőségével.

Az AUTOPORT24 létrejöttének másik kiemelkedő feladata: egy olyan autóadatbázis létrehozása, mely az adatok rögzítését követően a márkakereskedő által használt összes online platformot képes ellátni a szükséges adatokkal, és az egyszeri adatbevitel és a szükséges frissítések által folyamatosan naprakész készletinformációkkal szolgál.

A portál rövid bemutatása:

A portál már a nyitóoldalon bemutatja a legfrissebb kínálatot, ahol listázva, képekkel ellátva sorakoznak a legutoljára feltöltött autók.

The screenshot shows the AUTO PORT 24 website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo 'AUTO PORT 24' and the text 'Minősített kereskedők. Minősített autók.' To the right, there are links for 'Bejelentkezés' and 'Segítség', and a note about the star rating system. Below the navigation bar, there is a search bar and a 'Részletes keresés' link. The main content area is titled 'Új, bemutató és használtautó kereső - 457' and includes a pagination control showing page 1 of 10. On the left side, there is a 'Keresés szűkítése' (Filter search) section with dropdown menus for 'Márka (pl.: Opel)', 'Modell (pl.: Astra)', 'Ár (-ig)', 'Gyártási év (-tól)', 'Üzemanyag', and 'Sebességváltó'. Below the filters are buttons for '457 találat mutatása' and 'Törlés és új keresés'. The main listing area shows three car entries: 'Lexus RX 450 h' (2011.01, 280 000 km, 6 990 000 Ft), 'Hyundai Santa Fe 2.0 D 4WD' (2013.01, 87 217 km, 6 399 900 Ft), and 'Toyota Yaris 1.33 Active' (2015.05, 13 835 km, 3 290 000 Ft). Each entry includes a car image, a star rating, and a 'Kapcsolatfelvétel a márkakereskedővel' button. The bottom of the page has a 'Részletes keresés' link and social media sharing icons for Google+, Facebook, Email, and Print.

A bal oldalon található gyorskereső segítségével a látogatók a legfontosabb paraméterek alapján böngészhetnek a kínálat autói között, a feltöltött autókhoz tartozó részletes bemutató oldalakon pedig minden információ az érdeklődők rendelkezésére áll. Kiemelten fontos, hogy lehetőség van azonnali kapcsolatfelvételre az autót feltöltő márkakereskedéssel. Az autókhoz feltöltött képek nagyíthatóak, ennek segítségével valós és hiteles képet adhatunk a készlet autóiról.

A valós és hiteles képet erősíti a portálon használt csillagos értékelés, melynek célja, hogy gyors áttekintést és összehasonlítást tegyen lehetővé. Az értékelés alapját több, korábban meghatározott paraméter értéke adja, ezeket a márkakereskedő az állapotfelmérés során határozza meg. Az értékelés - a felmérés eredményeinek feldolgozása által - egy algoritmus alapján készül. Az értékelés 1 csillagtól 5 csillagig terjed.

Ahhoz, hogy egy adott gépkocsiról minél több információ legyen elérhető, biztosítani kell, hogy ezek az információk a rendszerben rögzítésre kerüljenek. Ez lehetséges manuálisan a Felvitel/Szerkesztés oldalon, ahol egy rendezett és logikusan felépített felületen kell az adatokat rögzíteni.

Minősített kereskedők.  
Minősített autók.

Bejelentkezve mint: **Horváth Zsófia** [Kijelentkezés](#) [Segítség](#)

A csillagos értékelési rendszer ismertetése

Főoldal
Részletes keresés
Autóim
Felvitel / Szerkesztés
Beállítások
Profil

---

Általános adatok

További felszereltség

Kiegészítő információk

Állapot

Festékvastagság-mérési adatok (µ)

Mentés

### Általános adatok \*A csillaggal jelölt mezők kitöltése kötelező!

<b>Telephely*</b> <input type="text" value="Test"/>	<b>Jármű azonosító (Kereskedői)</b> <input type="text"/>	<b>AUTOPORT24 azonosító</b> IK81E282
<b>Értékesítő</b> <input type="text" value="Bármely"/>	<b>Kategória*</b> <input type="text" value="Bármely"/>	<b>Karosszéria*</b> <input type="text" value="Bármely"/>
<b>Márka*</b> <input type="text" value="Bármely"/>	<b>Modell (pl.: Astra)</b> <input type="text" value="Bármely"/>	<b>Előző tulajdonosok száma*</b> <input type="text" value="Bármely"/>
<b>Típus és kiemelt jellemzők (pl.: 1.4 Ecotec, KLÍMA, SZERVIZKÖNYV)</b> <input type="text"/>		
<b>Első forg. helyezés helye*</b> <input type="text" value="Bármely"/>	<b>Első forg. helyezés időpontja*</b> <input type="text" value="Bármely"/>	<b>Gyártási év*</b> <input type="text" value="Bármely"/>
<b>Km óra állás*</b> <input type="text"/> km	<b>Teljesítmény</b> <input type="text"/> kW	<b>Hengerűrtartalom</b> <input type="text"/> cm³
<b>Ár*</b> <input type="text"/> HUF	<b>EUR ár</b> <input type="text"/> EUR	<b>Üzemanyag*</b> <input type="text" value="Bármely"/>
<b>Karosszéria színe</b> <input type="text" value="Bármely"/>	<b>Sebességváltó</b> <input type="text" value="Bármely"/>	<input type="checkbox"/> Összkerék-hajtás
<b>Kárpit</b> <input type="text" value="Bármely"/>	<b>Szín gyári elnevezése</b> <input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Metál fényezés
<b>Ülések száma</b> <input type="text" value="Bármely"/>	<b>Kárpit színe</b> <input type="text" value="Bármely"/>	<b>Belső díszítőelemek</b> <input type="text" value="Bármely"/>
<b>Műszaki vizsga érvényessége</b> <input type="text" value="Bármely"/>	<b>Ajtók száma</b> <input type="text" value="Bármely"/>	<b>Következő szerviz időpontja</b> <input type="text" value="Bármely"/>
<b>Károsanyag kibocsátás</b> <input type="text" value="Bármely"/>	<b>Összes CO<sub>2</sub> kibocsátás</b> <input type="text"/> g/km	<b>Kombinált átlagfogyasztás</b> <input type="text"/> l/100km

De lehetséges adatintegráció révén is, amikor egy külön, erre a célra kialakított adatimporttal emeljük át az adatokat egy olyan rendszerből, ahol ezen adatok egy része korábban már rögzítésre került.

Ezért is szorgalmazzuk, hogy további márkakereskedések csatlakozzanak az AUTOPORT24 rendszeréhez és kínálják eladásra minősített autóikat egy, a piacon egyedülálló portálon.

\*\*\*



**Gazdasági Mediáció (3. rész)**  
 Szerző: Lastofka Péter

Ha a felek megegyeztek abban, hogy mediátorhoz fordulnak, akkor ennek lépései a következők:

1. Kapcsolatfelvétel, megegyezés a folyamatban  
 A felek a választott mediátort írásban kérik fel. Amennyiben ez a felkérés elfogadásra került, következik az első mediációs megbeszélés, ahol a felek tájékoztatást kapnak és megállapodnak a mediáció alapelveiről és lefolyásáról.
2. Megszakítás nélküli idő  
 Mint a neve is mutatja, a felek egyenként, megszakítás nélkül elmondják, hogy látják a felmerült problémákat.
3. Eszmecsere  
 Ennek során a felek a kompromisszumot keresik. A mediátor kommunikációs technikákkal segít. Ha szükséges a felekkel négy szemközt is beszél, segítve őket a megoldás keresésében.

4. A megállapodás kidolgozása  
A kialakuló egyetértést (akár csak egy kérdésben is a vitások közül), a mediátor és a felek közösen megfogalmazzák először szóban
5. A megállapodás megszövegezése, leírása  
A mediátor a megbeszéléteket írásba foglalja és azt a felek aláírják
6. A mediáció lezárása  
A folyamat jogi és pénzügyi rendezése.

A mediátor a folyamat során mindvégig pártatlanul segít a feleknek. Szerepe a folyamat irányítása és kézbentartása. Kérdésekkel, az állítások újrafogalmazásával más megvilágításba helyezi a vitás kérdéseket.

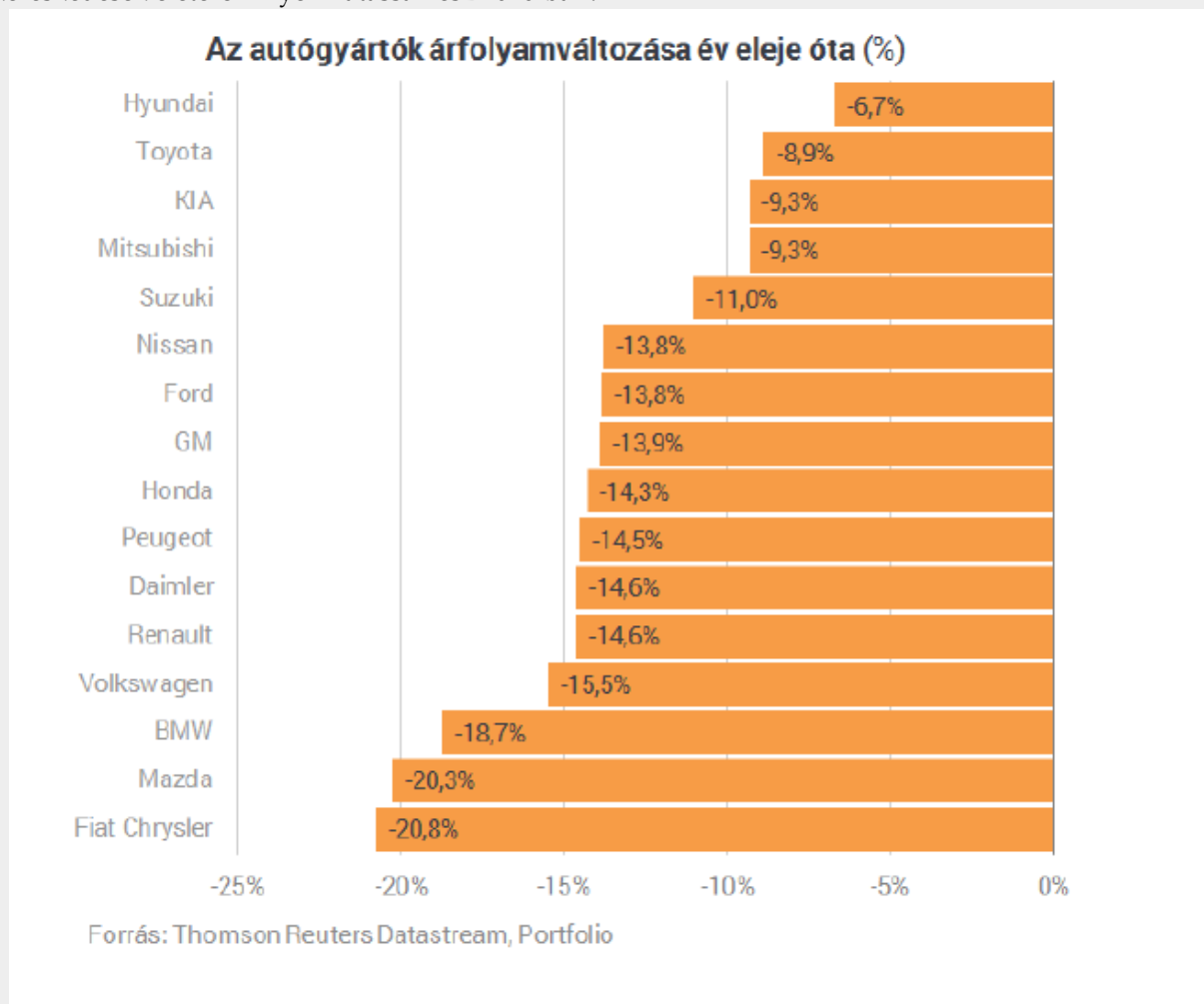
Bővebb információ található: [www.mediatorokamara.hu](http://www.mediatorokamara.hu)

\*\*\*



### Üveggömb 2016 - Autóipari és autókereskedelmi prognózis szerző: Szilasi János, elnökségi tag, GÉMOSZ

2015-ben a vezető autóipari cégek tőzsdei részvény árfolyamai jelentős érték csökkenést szenvedtek el. Ez meglepő, hiszen a nyersanyag árak alacsonyak, az autók iránti kereslet a statisztikák alapján összességében nőtt. Mi lehet ennek a hátterében? Esetleg egy iparág szintű problémára utal? Mit jelent ez számunkra, a márkakereskedések életére milyen hatással lesz 2016-ban?



Az elmúlt években az autógyártók a kínai piac korlátlan keresletében bíztak, ott komoly összegeket fektettek be gyártó kapacitásuk fejlesztésére. Ez a lufi sajnos kipukkadott, az ázsiai tőzsdék majdnem végig esésben voltak az év során. A pénzügyi adatok, melyek eddig napvilágot láttak, sem biztatóak, úgy tűnik az alacsony nyersanyag árak ellenére nem sikerül a gyáraknak növelni – pedig a beruházások és a forgalom növekedés miatt erre lehetett volna számítani. Szintén pozitív hatással kellene lennie az autóhasználatra és azon keresztül az értékesítésre az rendkívül alacsony kőolaj és üzemanyag áraknak.

Ami tény, hogy a csökkenő részvény árak az autógyárakat költségeik csökkentésére és az értékesítési volumen növelésére fogja kényszeríteni, és fantasztikus ötleteket fogunk látni, hallani arról, hogyan fogják a versenytársakat megelőzni, volumen és profit terveiket elérni. A költségeik között a marketing, a fejlesztési és a pénzügyi ráfordításaik jelentősek. Az elmúlt években a márkák kisebb, olcsóbb marketing kampányokat folytattak, ez várható 2016-ban is. Várható, hogy a márkakereskedőket ösztönzőkön keresztül próbálják magasabb marketing költségre bírni, ez nyilvánvalóan számunkra többlet kiadást fog okozni. A fejlesztési dömping ideje is lejár, nem csak technológiai korlátok és műszaki problémák miatt, hanem a márkák modell struktúrájának újra gondolása okán is. A legtöbb autógyártó értékesítési volumenének nagy részét 3-4-5 modell adja, ebből származik a márkakereskedések és a gyárak forgalmának nagy része. Azonban a márkakereskedések továbbra is ki kell állítsák, meg kell vásárolják a nagyon lassú forgási sebességű modelleket is. Ezeket aztán jelentős árkedvezménnyel tudjuk csak értékesíteni. Egy szalonban álló több száz millió forint értékű bemutató árukészlet fele nem forog, az a teljes kereskedés pénzügyi mutatóira rossz hatással van, költségeket is jelent, és a jövőbeli elérhető profitot is csökkenti.

A nemzetközi nyersanyag piacokon az acél ára alacsony, ennek az oka a világgazdaság alacsony energia ára és a túltermelés. Hosszútávon azonban ez nem tartható, az árak várhatóan elindulnak felfelé az idei évben. Ennek hatása szintén költségemelkedés.



Az autógyárak és kereskedő cégek sok pénzt forgatnak, nagy értékű árukészleteket tartanak. A nemzetközi pénzpiacra a kamatlábak alacsonyak, az elmúlt évtizedekben a legalacsonyabb kamatkörnyezetben működik a világgazdaság. Ez a nagyon kellemes helyzet várhatóan megváltozik, a FED (az USA jegybankja) folyamatosan lebegtetni a kamatemelést, mely hatással lesz a teljes kamatkörnyezetre - emelkedni fog.

Legfőbb Központi Bankok Áttekintése			
Central Banks	Jelenlegi Kamatláb	Következő Találkozó	Utolsó Változás
Ausztrál Központi Jegybank	2,000 %	3-1-2016 - 03:30	5-5-2015 - 04:30
Szövetségi Tartalék	0,500 %	3-16-2016 - 18:00	12-16-2015 - 19:00
Svájci Nemzeti Bank	-0,750 %	3-17-2016 - 08:30	1-15-2015 - 09:30
Európai Központi Bank	0,050 %	3-10-2016 - 12:45	9-4-2014 - 11:45
Japán Központi Bank	-0,100 %	3-15-2016 - 03:00	1-29-2016 - 03:00
Új-zélandi Nemzeti Jegybank	2,500 %	3-9-2016 - 20:00	12-9-2015 - 20:00

Ezzel a finanszírozási költségek emelkednek, és ezzel együtt a befektetői (részvény tulajdonosi) elvárt hozam is nőni fog. Ez a hatás Márkakereskedői szinten is megjelenik közvetlenül a termék árában a gyári finanszírozáson keresztül, és közvetve a saját finanszírozásainkon keresztül is hatással lesz ránk.

De mivel a gyáraknak a volumen növelés is cél - és egyszerre minden márka szeretné növelni az értékesített darabszámot, ezért az autók végfelhasználói árait nem lehet majd az erősödő és kívánatos verseny miatt emelni. Így nem lehet majd a kamat, és nyersanyag árak várható emelkedését ellensúlyozni.

Az ACEA, az Európai Autógyártók Szövetsége az idei évre 2%-os európai autópiaci növekedést vár, tehát a teljes piac nem lesz nagyobb, a verseny éles lesz. A magyarországi előrejelzések szerint is legfeljebb 4-5% növekedés várható, de

egyres márkák a tavalyi új autó piaccal számolnak csupán. A magyar GDP 2% körül fog növekedni 2016-ban, ami gyakorlatilag stagnálást jelent. Ugyanakkor a bérköltségeink a munkaerő ellátás problémái miatt emelkedni fognak az idén.

Az új otthoneremtési program az év első felében a magánszemélyek keresletét visszafogja majd, a céges vásárlások növekedésére nem számítanak az elemzők. Az elemzések szerint a kis flották - akik közvetlenül a márkakereskedésektől vásárolnak - aránya csökken az idén. A nagy flották beszerzését az importőrök várhatóan tovább központosítják.

Milyen lehetősége van tehát az autógyáraknak a profitszinteket növelni? Mint minden termelő és kereskedő vállalat, ők is a vevőiktől várhatnak többlet profitot. Ezek a vevők pedig mi vagyunk, márkakereskedők. Számunkra tehát az autók átadási árai - nettó árak, melyek a bónuszok, visszatérítések után értendők - emelkedni fognak, miközben a végfelhasználók felé érvényesíthető árat nem fogjuk tudni emelni, és a kamatköltségeink, bérköltségeink is emelkedni fognak.

Ebben a várható üzleti környezetben a márkakereskedők szolgáltatási árbevételeinek, profittartalmának növelése lehet a megoldás. A munkadíjbevételek jelentős növelése - beleértve az importőrök és a biztosítók felé is - elkerülhetetlen az idén. Szintén meg kell vizsgálni, hogy az alkatrészekből adott kedvezmény rendszer szolgálja-e a márkakereskedés jövedelmezőségét a jelenlegi mértékek mellett. Az értékesített szolgáltatások volumene behajtásokra vetítve a nemzetközi adatok alapján csökken. Stagnáló értékesítési darabszámok mellett nem lehet az eladott munkaórák számának növekedésére számítani.

A márkaszövetségeken és a GÉMOSZ-on keresztül folyamatos párbeszédre lesz szükség az importőrökkel annak érdekében, hogy a márkáink versenyképességét és a gyártók jövedelmezőségét úgy növeljük, hogy az ne a márkakereskedések jövedelmezőségének rovására menjen. Szintén érdekképviselői munkával szükséges lehet a jogalkotási folyamatokban szerepet vállalni, mely az adórendszer korszerűsítésére, a közterhek csökkentésére, és a szürke és fekete gazdasági szereplők tevékenységének ellehetetlenítésére irányul.

Összefoglalva a gyárak és importőrök pénzügyi és kereskedelem politikája a Márkakereskedések terheinek emelkedését okozza majd, melyre felelős munkáltatóként és adófizetőként az árreink növelése, üzletpolitikánk megváltoztatása lehet megoldás. A stagnáló piac és a várhatóan romló kamatkörnyezet közvetlenül is hatással van, lehet majd a 2016-os év üzleti eredményére. A várható helyzetben közösen, a folyamatokat elemezve és a partnereinkkel együttműködve számíthatunk 2016-ban sikerekre.

\*\*\*

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

