

Ogólna charakterystyka rynku samochodów osobowych w Polsce

Transport samochodowy jest we współczesnym świecie sferą działalności gospodarczej zapewniającą sprawne funkcjonowanie systemów logistycznych przedsiębiorstw, sektorów, regionów i całych państw [J. Burnewicz, Sektor samochodowy Unii Europejskiej, Wydawnictwa Komunikacji i Łączności, Warszawa 2005, s. 7.].

Polski rynek samochodowy od dłuższego czasu przeżywa załamanie, które nasiliło się szczególnie w ostatnich miesiącach. Przyczyn tego kryzysu doszukiwać się należy w rosnących: stopach procentowych, cenach benzyny, kosztach ubezpieczeń i wreszcie w wyższych stawkach akcyzy, ze wzrostem których pojawiły pierwsze widoczne sygnały załamania rynkowego. Najbardziej niekorzystne konsekwencje zaistniałej sytuacji ponoszą krajowi producenci. Spada bowiem sprzedaż produktów krajowych, a rośnie import samochodów, któremu sprzyja obniżenie ceł i silna pozycja złotego w stosunku do euro. Poważnym i niepokojącym zjawiskiem jest rosnący import samochodów używanych, które zdecydowanie obniżają ogólną jakość i niezawodność samochodów eksploatowanych na polskich drogach.

Rok 2001 nie rokuje pozytywnych przesłanek. W wielu krajach Europy, w przypadku podobnego załamania rynkowego, podejmowano działania wspierające przemysł samochodowy – stanowiący niejako lokomotywę gospodarki -poprzez obniżenie podatków i liczne zachęty. Wsparcia potrzebuje także polski przemysł samochodowy. Niezwykle istotne byłoby poddanie pod rozagę możliwości zmiany zasad naliczania podatku akcyzowego i wprowadzenie odpowiednich rozporządzeń regulujących import samochodów używanych, przy jednoczesnym zakazie sprowadzania do Polski samochodów o niskiej jakości i zarazem wysokiej szkodliwości dla środowiska. Korzystne byłoby także, a

właściwe przede wszystkim, ogólne uzdrowienie polskiej gospodarki, między innymi poprzez odpowiednie zrównoważenie bardzo wysokiej dziś.

Powojenna produkcja samochodów w Polsce rozpoczęła się w 1951 r. produkcją samochodu marki Warszawa, później Syrena w obecnej FS0 w Warszawie. Tam też w 1965 r. zaczęto produkować Fiata 125, a w 1978 samochód marki Polonez, który z pewnymi modyfikacjami wytwarzany jest aż do dziś. Produkcja samochodów w Polsce w latach 1970 – 1980 była nierozdzielnie związana z koncernem Fiata, który podpisał umowę licencyjną na produkcję Fiata 126, oraz umowę z fabryką FS0. W 1992 Fiat przejął większość fabryki FSM w Bielsku-Białej. Do roku 1989 przemysł samochodowy jak i inne gałęzie funkcjonował w warunkach centralnie sterowanej gospodarki planowej działając w oderwaniu od realiów rynkowych nie licząc się z kosztami i jakością. Dostępne były jedynie samochody produkowane w Polsce oraz importowane w ramach długookresowych umów z innymi państwami byłego bloku wschodniego. Import samochodów zachodnich był kontrolowany przez Motoryzacyjną Centralę Handlu Zagranicznego „Polmot” oraz przez Pewex.

Transformacja ustrojowa spowodowała liberalizację rynku samochodowego. Odstąpiono od monopolu handlu zagranicznego oraz instrumentów bezpośredniej kontroli importu, co oznaczało otwarcie polskiego rynku. Wywarło to bardzo negatywny wpływ na naszych producentów samochodów. Załamał się eksport z powodu drastycznego spadku popytu na nasze samochody na rynkach byłego bloku wschodniego oraz sprzedaż tych samochodów w Polsce z powodu wzrostu importu z krajów zachodnich. Zetknięcie się polskiej produkcji mocno przestarzałej z konkurencją zagraniczną oferującą nowoczesne, wysokiej jakości, ekonomiczne oraz konkurencyjne cenowo samochody spowodowało niezwykle ciężką sytuację FS0 i FSM doprowadzając je na próg bankructwa. Chcąc ratować polski przemysł oraz zachęcić inwestorów zagranicznych do inwestowania w ten przemysł rząd zdecydował się wprowadzić różne rozwiązania

chroniące polski rynek. Były to:

- zakaz rejestrowania samochodów z silnikiem dwusuwowym wprowadzony w 1992 r. zakaz importu samochodów ciężarowych, autobusów i samochodów specjalistycznych starszych niż 3 lata wprowadzony od 1994 r.
- zakaz importu samochodów osobowych starszych niż 10 lat wprowadzony w 1994 r.
- wprowadzenie minimalnych stawek celnych na samochody importowane oraz ograniczenia dotyczące zwolnień celnych na komponenty dla montowni produkujących mniej niż 1000 samochodów osobowych rocznie.

Ponadto 16 grudnia 1991 r. Polska zawarła umowę z Unią Europejską na import samochodów w ramach tzw. kontyngentu bezcłowego obowiązującego do roku 2001 a także umowę dotyczącą stawek celnych na inne samochody z UE które z poziomu 35% w 1992 r. zmniejszą się do 0% w 2002.

Taka polityka rządu polskiego, prognozy dotyczące rozwoju gospodarczego oraz stopniowe zmniejszanie się ryzyka inwestowania w Polsce zachęciły inwestorów do inwestowania w nasz przemysł :

- w 1992 r. Fiat przejął kontrolę nad FSM,
- w listopadzie 1993 r. powstała spółka joint venture Volkswagen Poznań,
- w czerwcu 1995 r. podpisano umowę joint venture pomiędzy Koreańskim koncernem Daewoo a FS w Lublinie,
- inwestycje Sobiesława Zasady (reprezentanta Mercedes Benz) w listopadzie 1994 r. w Autosan i w 1995 w Jelczańskie Zakłady Samochodowe,
- w listopadzie 1995 r. podpisano umowę pomiędzy FS0 i Daewoo.

W 1997 r. nasz rynek wchłonał 478 tys. aut, czyli o 27,6% więcej niż w 1996 roku. Pod względem liczby sprzedanych samochodów zajęliśmy siódme miejsce w Europie- za Niemcami (

3,53 mln aut), Włochami (2,42 mln), Wielką Brytanią (2,17 mln), Francją (1,71 mln), Hiszpanią (1,1 mln) i Holandią (478,4 tys.). Natomiast 26,6-procentowy wzrost sytuował nas na – drugim miejscu – zaraz za Włochami, gdzie sprzedaż wzrosła o 30,2%. Trzecie miejsce należy do Szwedów (22,4%), a następne do Irlandczyków (18,65) i Greków (14,1 %). W stosunku do wzrostu sprzedaży aż o 41%, odnotowanego w 1996 r., nastąpiło więc osłabienie „siły rynku” aż o jedną trzecią.

I tak już nadwątloną pozycję nadal traciły samochody produkowane w Polsce. Ich udział w rynku aut osobowych się od 1996 r. aż o 11,6%. Tymczasem udział montowni składających samochody z części importowanych wzrósł o 12,7%. Minimalnie – tylko o 1,1%, zmalał udział aut sprowadzanych do Polski w całości [Rynek przed końcem roku, Auto Świat nr 13, 25.03.98].

Importerzy i producenci zgodnie twierdzą, że konkurencyjność rynku szybko wzrasta. Świadczą o tym zmiany cen samochodów. Wyrażone w walutach obcych często ulegały obniżeniu. Natomiast ceny podawane w złotych wzrastały tylko nieznacznie, a niekiedy nawet malały.

Najostrzejsza walka o rynek trwa w segmencie C – samochodów niższej klasy średniej. Dominuje tu Daewoo, które wraz z FSO i gigantyczną siecią stacji serwisowych „kupiło” ponad 70% tego fragmentu rynku, czyli przeszło 25% całego rynku aut osobowych. Czołową pozycję w segmencie C zapewniają Koreańczykom Polonezy, choć , choć ich sprzedaż zmniejszyła się w ubiegłym roku aż o 15%. Główną przyczyną spadku jest konkurencja Nexii i Lanosów. Koreańczycy nie próbują ratować Poloneza kosztem Lanosa, którzy – wspólnie z Nubirą i Legazą – ma zająć Europę.

Najważniejszym konkurentem Daewoo w segmencie C jest Fiat, który na montaż Nexii odpowiedział natychmiastowym rozpoczęciem montażu modeli Bravo i Brava. W 1997 r. zajęły one 6,5% tego segmentu, czyli niemal dwukrotnie więcej niż rok wcześniej. Ważnym orężem Fiata jest także Siena, która w 1997 roku

opanowała 5% segmentu C. Rok 1997 zakończył się w segmencie C dominacją Poloneza, Nexii i Lanosa, do których należało łączne 44% tego fragmentu rynku. Z trzeciego miejsca na drugie – przy wzroście sprzedaży o 45% – awansował Opel Astra, a na trzecią koncern Fiata uzyskując, łącznie z Alfą Romeo 145, niemal dwunastoprocentowy udział w tym segmencie. O tym jak „trudny” jest segment C, świadczy spadek jego udziału w całym rynku aż o 2,43 procenta.

Aż o 2,7% zmniejszył się udział rynkowy aut najmniejszych (segment A). Zdecydował o tym niemal 20-procentowy spadek sprzedaży Fiatów Maluchów, a przyczynił się zaledwie 5-procentowy wzrost sprzedaży Cinquecento. W efekcie, Fiat Auto Poland utracił w roku 1996 aż 9% rynku w segmencie A.

Pozycje całego segmentu ratowały Daewoo Tico, które znalazły niemal czterokrotnie więcej nabywców niż rok wcześniej i poprawiły swój udział w rynku niemal o 6%. Tico – wcześniej trudno osiągalne, stało się dostępne i bardzo atrakcyjne cenowo po tym, jak pełną parą ruszył w Daewoo-FSO Motor montaż tych aut. Ten najmniejszy „Koreańczyk” osiągnął w 1997 r. największy bezwzględny wzrost sprzedaży – aż o 30,5 tys aut. Tymczasem Fiat przygotowuje się do ataku na segment A. Utraconą część rynku będzie próbował „odbić” przy pomocy Seicento – następcy CC.

Następny „atak” Daewoo szykował na rok 1998, kiedy w Polsce ma rozpocząć się produkcja nowego „malucha” znanego pod nazwą d’Arts. Spadek popularności „maluchów” i aut niższej klasy średniej równoważy większe zainteresowanie samochodami małymi sklasyfikowanymi w segmencie B oraz pojazdami klasy średniej z segmentu C/D. Podobnie jak w krajach Unii Europejskiej, wzrost popytu na auta małe wymusza głównie szybko narastający tłok na ulicach miast i coraz większe kłopoty z parkowaniem. Dzięki wciąż dużemu, choć malejącemu powodzeniu modeli Uno i Punto, pozycję wiodącą i 36% sprzedaży w segmencie B utrzymał 1997 roku Fiat. Dla Włochów oznacza to jednak utratę aż 10% tego segmentu.

Część rynku utraconą przez Fiata podzieliły między siebie auta nowszej konstrukcji – Citroen Saxo, Ford Ka i Volkswagen Polo, a także wehikuły o tradycyjnie dużej popularności – Skoda Felicia i Opel Corsa (prawie 13% segmentu B). Największy sukces odniosła Skoda Felicia, która awansowała z miejsca trzeciego w 1996 roku na pierwsze w ub. r., uzyskując 21-procentowy udział w segmencie „B”. Narastająca popularność Skód, VW i Fordów wynika głównie z tego, że są one montowane w Polsce, co prowadzi do obniżenia ich cen.

Największy wzrost sprzedaży w roku 1997 nastąpił w segmencie minivanów. Sprawcą był Renault Megane Scenic. Zdetronizował on Chryslera Voyagera, do którego w 1996 r. należało 72 % segmentu MPV, a w roku 1999 pozostało mu zaledwie 11%. Spośród niemal 3200 minivanów, które znalazły nabywców w 2000 roku prawie 2500, czyli 78% stanowiły Renault Scenic. Wielkiego powodzenia tego modelu na rynku należy upatrywać głównie w jego stosunkowo niskiej cenie. Inne minivany są ok. dwukrotnie droższe. Charakterystyczny dla przemian rynkowych mających miejsce w roku 2000 jest 90-procentowy wzrost sprzedaży samochodów marek japońskich. Podwojono przy tym import z Japonii. O ile w 1996 r. sprowadzone stamtąd nieco ponad 5 tys. aut, to w 2000 roku aż 10 tysięcy. Pozostałe 16 tysięcy „japończyków” wyprodukowano w Europie.

Szczególnie aktywny jest pod tym względem Nissan Poland, który odnotował 150-procentowy wzrost sprzedaży. Najsilniej wzrósł popyt na modele Almera (prawie o 300%), Primera (240%) i Micra (75%). Nie próżnowała także Honda Poland, dzięki czemu uzyskała 90-procentowy wzrost sprzedaży – głównie modeli Civic i Prelude.

W statystykach sprzedaży pojawiły się też nieobecne od paru lat Mazdy – głównie modele 121 i 323.

Wysoki potencjał wzrostu rynku polskiego dawał producentom samochodów wielką szansę na uzyskanie rekompensaty spadku sprzedaży w niektórych krajach europejskich (np. Francji,

Austrii, Belgii). Jednocześnie jednak musiały oni sprostać coraz ostrzejszej konkurencji na naszym rynku.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](#) - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.