

Kolejne wzrosty w branży motoryzacyjnej

data aktualizacji: 2019.04.18



Dystrybutorzy części samochodowych z pewnym optymizmem patrzą na ten rok. Ponad połowa z nich spodziewa się w 2019 r. wzrostu przychodów o ok. 5-10 procent, a co trzeci szacuje, że będzie to jeszcze więcej. Jedną z przyczyn tego trendu jest utrzymująca się od lat ekspansja zagraniczna polskich firm.

Motoryzacja to aktualnie jedna z najbardziej produktywnych gałęzi polskiej gospodarki odpowiedzialna za 8 proc. naszego PKB. Producenci części zatrudniają w Polsce 147 tys. osób, co stanowi ponad 80 proc. miejsc pracy w przemyśle motoryzacyjnym. Wartość produkcji części i akcesoriów motoryzacyjnych w Polsce w 2018 r. wyniosła 89,3 mld zł, czyli o 5,8 proc. więcej niż w roku 2017.

Biorąc pod uwagę m.in. wspomniane wzrosty, większość przedsiębiorców zajmujących się produkcją części miniony rok uznało za udany i dający podstawy do optymizmu. Jak wynika z raportu Stowarzyszenia Dystrybutorów i Producentów Części Motoryzacyjnych (SDCM) i firmy doradczej Frost&Sullivan.

Na kondycję przemysłu zajmującego się produkcją części bardzo dobrze wpływa eksport części i akcesoriów motoryzacyjnych, który zwiększył się w ub. roku do 50 mld zł. Jednocześnie segment ten stanowi 60 proc. całego sektora motoryzacyjnego, plasując Polskę na 10. miejscu pod względem wielkości eksportu części na świecie. Prognozy ekspertów mówią o tym, że sektor automotive pozostanie w kolejnych latach liderem polskiego eksportu.

Powody do zadowolenia mają także dystrybutorzy części. Trudno się temu dziwić ponieważ aż 85 proc. z nich odnotowało w 2018 r. wzrost przychodów, a co 6 z nich oszacował go na poziomie przekraczającym 20%. Pozytywne nastroje częściowo zbudowane są na trwającym od lat stabilnym wzroście sprzedaży, odnotowywanym przez dystrybutorów zarówno w segmencie osobowym jak i

ciężarowym. W 2010 r. wartość sprzedaży wyniosła odpowiednio 6,3 mld zł i 1,5 mld zł, w 2015 było to już 9,2 mld zł i 2,3 mld zł, a w 2018 (wg szacunków SDCM) 12,5 mld zł oraz 3 mld zł.

Po latach bardzo szybkiego wzrostu, dynamika sprzedaży części motoryzacyjnych jest nadal wysoka i w 2018 r. wyniosła 11 proc. w segmencie osobowym oraz 9 proc. w segmencie ciężarowym - mówi Alfred Franke, Prezes Stowarzyszenia Dystrybutorów i Producentów Części Motoryzacyjnych.

Wiele analiz wskazuje, że na przestrzeni kilku lat dynamika w branży motoryzacyjnej powinna być stabilna a nawet rosnąca. Biorąc pod uwagę potencjał i stały rozwój rynku, niemal wszystkie firmy zajmujące się dystrybucją części spodziewają się w 2019 roku wzrostu przychodów w porównaniu z 2018 r. Ponad połowa przedsiębiorców (55 proc.) szacuje ten wzrost na poziomie 5-10 proc., a co trzeci (35 proc.) na poziomie 10 - 20 proc. Najwięksi optymiści stanowią 5 proc. respondentów i spodziewają się wzrostu przychodów o ponad 20 proc. Należy jednak zaznaczyć, że pojawiają się także głosy mniej optymistyczne, upatrujące w zawirowaniach polityczno-gospodarczych przyszłych problemów branży.

Rozwój branży napędzany jest m.in. przez rosnący popyt na samochody. W 2018 r. Polacy kupili ponad 530 tysięcy nowych samochodów, a zatem był to kolejny rok sukcesywnego wzrostu poziomu sprzedaży. W minionym roku sprzedaż samochodów osobowych w Polsce wzrosła o 9,4 proc. W segmencie aut dostawczych zanotowano natomiast wzrost na poziomie około 13 proc.

Wyniki polskich firm napędza także e-commerce, bo sprzedaż internetowa okazuje się dobrym sposobem dotarcia do warsztatów poszukujących części samochodowych. Z opublikowanego w ubiegłym roku raportu SDCM oraz agencji Frost & Sullivan wynika, że 65 proc. firm widzi duży potencjał w segmencie sprzedaży elektronicznej B2B (do warsztatów) i aktywnie angażuje się w rozwój kanałów sprzedaży e-commerce. Co trzecia firma natomiast dostrzega potencjał, ale jeszcze nie angażuje się w rozwój tego rodzaju dystrybucji.

Do największych wyzwań na 2019 rok w branży dystrybutorów i producentów części samochodowych w Polsce należą unijne regulacje dotyczące redukcji emisji CO₂ i widmo twardego Brexitu. Musimy użyć całej swojej wiedzy i doświadczenia, żeby ochronić rynek przed zagrożeniem oraz podtrzymać pozytywne trendy na rynku i wykorzystać nowe możliwości jakie obecnie oferuje - dodaje Alfred Franke.

Źródło: