

Nepaisant sudėtingo praėjusio pavasario, sukėlusio daugybę iššūkių automobilių rinkai ir kitiems sektoriams, „Toyota“ pirmąjį šių metų pusmetį didino savo rinkos dalį Baltijos šalyse ir netgi pagerino praėjusių metų rekordą.

Praėjusių metų sausio-liepos mėnesiais „Toyota“ rinkos dalis Baltijos šalyse buvo beveik 18 proc., o šiemet pasiekė 20 proc. Didžiausias pokytis buvo Lietuvoje – čia ji išaugo beveik 4 proc., o Estijoje – 3 proc. Bendra rinkos dalis šiose šalyse dabar yra atitinkamai 22,5 ir 21 proc. Tuo pačiu metu „Toyota“ užėmė tvirtą lengvųjų asmeninių automobilių kategorijos lyderės poziciją Baltijos regione.

„Toyota Baltic“ Marketingo skyriaus vadovas Marekas Maide sakė, jog nepaisant mažesnio bendro pardavimo skaičiaus, rinkos dalies augimas atspindi klientų prioritetus.

„Nepaisant praėjusio pavasario įvykių, „Toyota“ hibridų ir SUV modelių populiarumas padėjo

ne tik išlaikyti rinkos pozicijas, bet netgi pagerinti rekordą. Dešimtmečiai investicijų į naujas hibridinių automobilių technologijas akivaizdžiai atsipirko. Baltijos šalių klientai jau suvokia automobilių su aplinkai draugiškesnėmis sistemomis privalumus, o tai atspindi pirkimo sprendimuose“, – teigė M. Maide.

Ekonominės recesijos akivaizdoje fiziniai automobilių rinkos klientai buvo pastebimai aktyvesni nei juridiniai. Šis pokytis pastebimas ir „Toyota“ – nepaisant to, kad mažiau įmonių

įsigijo jų automobilius, privačių klientų skaičius šiemet yra vos 1 proc. mažesnis nei pernai. Šiemet taip pat buvo ryškiai pastebima nepastovi rinka. Sėkmingą sausio mėnesį sekė staigus kritimas (iki 60 proc. didžiausių suvaržymų metu balandį) ir atitinkamai staigus kilimas, pavyzdžiui, liepos mėnesio pardavimo rezultatas tebuvo 12 proc. mažesnis nei praėjusiais metais.

„Tokia situacija yra gana reta. Kritimas įprastai yra greitas ir skausmingas, o atsigavimas – ilgas procesas. Tačiau praėjusio pavasario kritimą sekė greitas ir stiprus kilimas“, – pastebėjo

M. Maide.

Recesijos metu dažniausiai išauga pigesnių transporto priemonių paklausa, tačiau dabartiniai

pardavimo duomenys tokios tendencijos neatspindi. Klientai vis aktyviau dairosi į SUV ir hibridinius modelius, jei tik įmanoma, nori įsigyti automobilius su naujesne pavaros sistema. Vis daugiau renkasi hibridus

Praėjusiais metais 39 proc. „Toyota“ klientų įsigijo hibridinius automobilius, tačiau dabar šis skaičius išaugo iki 45 proc. „Corolla“ gama, kurioje yra du hibridiniai modeliai ir trys kėbulo tipai, labiausiai prisidėjo prie šio augimo.

„Toyota“ pabrėžia ne tik kokybę, bet ir didelę pasirinkimo gamą. Įvairūs automobiliai (nuo „Yaris“ iki erdvaus RAV4) turi hibridines pavaras. Papildomas svarus tokio pasirinkimo argumentas – visiems „Toyota“ automobiliams suteikiama 10 metų hibridinės baterijos garantija.







