

## Už automobilių rinkos skaidrumą kovojanti asociacija pasipildė pirmaisiais nariais

Automobilių rinkos skaidrumas vis dar kelia didelį galvos skausmą ne tik pavieniams vairuotojams, bet ir skirtingų šalių ekonomikoms. Nesąžiningi transporto priemonių pardavėjai iškreipia konkurencinę aplinką, o apgauti pirkėjai nebenori kartoti naudoto automobilio pirkimo patirties.

Lietuvoje įsteigta tarptautinė „Association of Automotive Intelligence“ asociacija vienija narius, kurie siekia įnešti daugiau skaidrumo į naudotų automobilių rinkas. Pasak asociacijos prezidento Mato Buzelio, prie iniciatyvos jau prisijungė pirmieji nariai.

„Džiaugiamės, kad asociacija sulaukė susidomėjimo tarp visiškai skirtingų, tačiau glaudžiai su automobilių rinka susijusių verslų bei įmonių“, – teigia M. Buzelis. „Mūsų tikslas – vystyti dialogą su atsakingomis institucijomis tarptautiniu mastu bei paaiškinti, kodėl turėtų būti keliami griežtesni skaidrumo standartai.“

### **Siūlo atvirai diskutuoti dėl jautrios informacijos**

Prie „Association of Automotive Intelligence“ prisijungė valstybės įmonė „Regitra“, skelbimų portalas „Autogidas“, automobilių prekybos bendrovė „Autojuta“ bei transporto priemonių istorijos patikros platforma „carVertical“.

Valstybės įmonės „Regitra“ direktoriaus pavaduotojas Saulius Šuminas pastebi, kad reikalinga diskusija, kurioje būtų aptarti viešojo intereso arba pirkėjų apsaugos klausimai.

Anot jo, Europos Sąjungos rinkoje tiek transporto priemonių, tiek jų detalių, tiek atstatomojo remonto darbų kainos yra panašios, todėl pirkėjams konkurencinga kaina dažnai siūloma klastojant ridą ar slepiant defektus.

„Daugeliu atveju, galėtume labiau pasitikėti pardavėju ir geriau užtikrinti pirkėjo teises, jei tik būtų kontroliuojama atstatomų transporto priemonių po eismo įvykių veikla. Tačiau tai neįmanoma be skaidresnės rinkos. Svarbu ne tik užtikrinti kontrolę, bet ir sudaryti galimybę pirkėjams gauti duomenis apie transporto priemonės techninę būklę, buvusius eismo įvykius, ridą ir kitus susijusius dalykus. Tačiau čia kyla klausimas – kiek ir kokių duomenų gali būti atviri ir prieinami, ir kada tai tampa jautria informacija, susijusia su asmens duomenų apsauga?“ – svarsto „Regitra“ atstovas.

Panašią poziciją turi ir transporto priemonių istorijos patikros platformai „carVertical“ vadovaujantis Rokas Medonis. Jis teigia, automobilių rinkos skaidrumo esminė problema yra suvaržytas duomenų judėjimas.

„Automobilių kėbulo numerio paskirtis yra identifikuoti unikalius automobilius, tačiau dėl

## Už automobilių rinkos skaidrumą kovojanti asociacija pasipildė pirmaisiais nariais

sunkiai suprantamų priežasčių duomenys, pasiekiami su VIN (kėbulo) numeriu, yra priskiriami prie jautrių duomenų. Rinkos skaidrumą riboja tik duomenų pasiekiamumo problema. Atviresni duomenys sukurtų aplinką, kurioje klastoti parduodamo automobilio ridos duomenis arba maskuoti defektus būtų pernelyg rizikinga“, – teigia R. Medonis.

### **Automobilių verslas nori sąžiningos konkurencijos**

Ne paslaptis, kad rinkoje skaidrumo problemos erzina ne vieną sąžiningai dirbantį verslą. Kol vieni stengiasi ir investuoja į savo reputaciją bei parduodamų automobilių kokybę, kiti savo pelno maržas didina bandydami nuslėpti transporto priemonės vertę mažinančius faktus.

Prie „Association of Automotive Intelligence“ narių prisijungusį skelbimų portalą „Autogidas“ valdančios įmonės „Vertikali medija“ direktorius Evaldas Narbuntovičius tvirtina, kad vis dar pasitaiko atveju, kai pardavėjas pateikia ne visą informaciją apie parduodamą automobilį.

„Automobilis pagal savo vertę dažnai yra antras pirkinys po nekilnojamojo turto, o didelė dalis transporto priemonių vis dar parduodama nuslepiant dalį tiesos nuo pirkėjų. Tai meta šešėlį ant visų automobilių pardavėjų įvaizdžio, nes nuo jų nukentėję pirkėjai blogą patirtį tapatina su transporto priemonės įsigijimu bendrai. Turėtų būti sudaryta tokia aplinka, kad pirkėjams nė nekiltų mintys apie galimą nekokybiško automobilio įsigijimą,“ – teigia E. Narbuntovičius.

### **Automobilių pirkėjai moka ir už ramybę**

Tuo tarpu automobilių prekybos „Autojuta“ Vilniaus filialo vadovas Justas Grendelis tvirtina išvelgiantis pozityvų pokytį pirkėjų elgesyje. Anot jo, šių dienų pirkėjai už ramybę noriai sumoka daugiau – jie renkasi kokybiškesnę, tačiau brangesnę automobilį vietoje neapibrėžtumo bei dažnų apsilankymų servisuose.

„Prieš dešimt metų buvo sunku konkuruoti su juodąja rinka, tačiau dabar didesnė klientų dalis renkasi automobilį su aiškia bei švaria istorija. Tokio automobilio pirkimo kaina gali būti didesnė net trečdaliu, tačiau klientai vertina tokius sandorius, po kurių nereikia nerimauti dėl nenumatytų apsilankymų automobilių servisuose. Pirkėjai dažniau renkasi sąžiningumą, o po geros patirties ir vėl sugrįžta“, – akcentuoja automobilių prekyboje 15 metų dirbantis J. Grendelis.

Naudotų automobilių prekybos skaidrumą pagerinti siekiančios asociacijos „Association of

Už automobilių rinkos skaidrumą kovojanti asociacija pasipildė  
pirmaisiais nariais

Automotive Intelligence“ prezidentas M. Buzelis tvirtina, kad sukčiavimas kol kas yra neatsiejama daugelio valstybių automobilių rinkos dalis. Tačiau argumentuota pozicija gali padėti pakeisti padėtį ir suteikti geresnę pirkėjų apsaugą.

