

Robert Mandaković, Bruno Novina

ISSN 0350-350X
GOMABN 54, 3, 187-200
Stručni rad

TRENDOVI POTROŠNJE, ZAHTJEVI ZA KVALITETOM KAO I PARADOKSI NA VRLO MALOM TRŽIŠTU MAZIVA KAO ŠTO SU HRVATSKA I SUSJEDNE ZEMLJE

Sažetak

Potrošnja maziva i baznih ulja na različitim tržištima i regijama svijeta nije podjednako raspoređena. Trendovi zahtjeva za kvalitetom maziva i baznih ulja na vrlo malim tržištima kao što su Hrvatska i zemlje u okruženju razlikuju se od tržišta do tržišta, a potražnja za mazivima je također neujednačena te manje ovisi o zahtjevima za kvalitetom i važećim specifikacijama, a više o gospodarskoj situaciji na navedenim malim tržištima. U zadnjih desetak godina sinergijski učinak kontinuiranog povećanja uvoza nove industrijske opreme i vozila, te važeći zahtjevi za kvalitetom maziva u Europi utjecali su na stalni pad potrošnje maziva u Hrvatskoj i susjednim zemljama. Ovaj rad obuhvaća kratak pregled ključnih čimbenika koji su utjecali na zahtjeve za kvalitetom i ostale trendove na tržištu maziva u Hrvatskoj. Posebno su razmotreni prisutni paradoksi na ovakvim malim tržištima kao što je hrvatsko te se pokušalo usporediti sadašnje i buduće trendove s onima od prije deset godina.

Ključne riječi: *potrošnja maziva, regionalna tržišta maziva, maziva za motore i motorna vozila, industrijska maziva, trendovi na tržištu maziva RH*

1. Uvod

U zadnjih nekoliko godina dogodile su se značajne promjene na tržištu Hrvatske i na susjednim tržištima. Unutar regije postoje velike razlike u pogledu intenziteta utjecaja svjetskih i europskih trendova na tržištu maziva, a trendovi razvoja kvalitete maziva kao i stanje voznog i industrijskog parka razlikuju se od tržišta do tržišta. Od trenutka kad je Republika Hrvatska ušla u Europsku uniju, 1. srpnja 2013. godine kao 28. punopravna članica, mnogo toga se promijenilo u gospodarstvu Hrvatske pa tako i u djelatnosti maziva. Međutim, Hrvatska je gospodarskom smislu i dalje jako povezana sa susjednim zemljama u užoj regiji¹. Osim dobrog geografskog položaja i prometne povezanosti Hrvatska spada u razvijenije zemlje uže regije¹.

Početakom 2014. broj stanovnika je bio nešto malo preko 4,26 milijuna stanovnika što je oko 17,8 % od ukupnog broja stanovnika uže regije¹.

¹ Pod užom regijom se smatraju zemlje nastale raspadom bivše SFRJ (Slovenija, Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Srbija, Kosovo, Crna Gora i Makedonija), a u širem smislu tu su još Mađarska, Bugarska i Albanija.

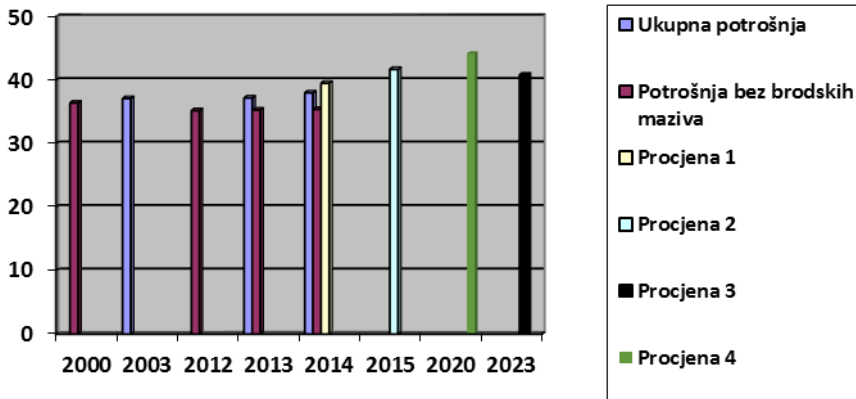
2. Usporedba potrošnje i procjena potrošnje maziva u Hrvatskoj i regiji za razdoblje od 2004. do 2024.

Većina promatrača svjetskog tržišta maziva je u zadnjih desetak godina davala različite procjene rasta maziva za razdoblje od 2012. pa čak do 2025. Procjene su se razlikovale u odnosu na klasifikaciju maziva, tj. na tipove maziva ili srodnih proizvoda koji su se razmatrali u dubljoj analizi. Na primjer, neke analize i procjene nisu računale potrošnju maziva za brodove. Drugi analitičari su pak različito svrstavali trafo i/ili procesna ulja. Također, poseban su slučaj maziva i srodni proizvodi za vozila. Zajedničko je svim procjenama već nekoliko godina, od najviše razine 2007. (40 milijuna t/god.) i oporavka 2010. (37 milijuna t/god.), da se prognozira stalan rast od 2,4 do 2,6 % ukupne potražnje za mazivima u svijetu. To se u zadnje dvije-tri godine pokazalo kao vrlo optimistična i nerealna procjena. Tek sad, od 2015. godine, počinju nešto opreznije procjene na razini 0,5 do 1,4 %^{1-4,11/}.

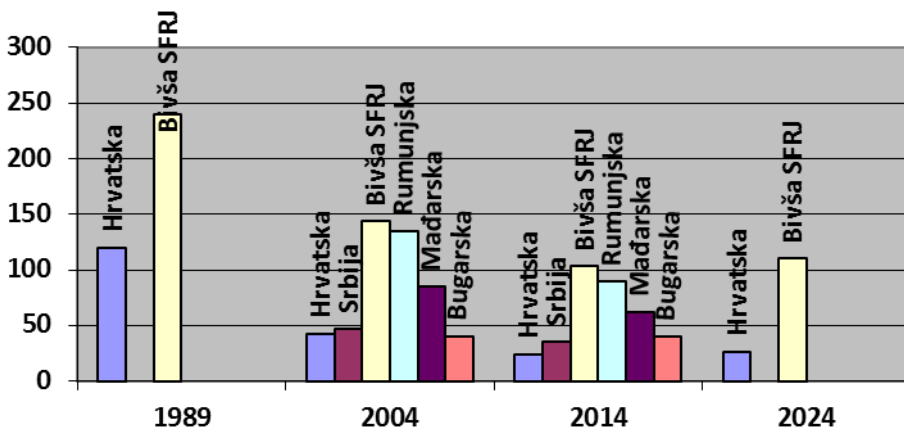
Na slici 1 uspoređeni su realni podaci potrošnje maziva u svijetu i procjene u razdoblju od 2003. do 2023.^{1-8,11/}, te se uočava sljedeće: Ukupna potrošnja od 37,1 milijuna t/god. od 2003. bez obzira na vrh potražnje 2007. i najveći pad potražnje 2009. i 2010. povećala se do 2014. na 38 milijuna t/god. što predstavlja prosječni godišnji rast od 0,8 %. Međutim, ako gledamo potrošnju maziva i srodnih proizvoda bez brodskih maziva onda se uočava da je u razdoblju od 2012. do 2014. nešto manji prosječni godišnji rast od 0,5 %^{13/}. Danas paradoksalno i donekle smiješno izgledaju procjene rasta (procjena 1 - slika 1)^{11/} od 1,4 % napravljene početkom 2009. ili čak 2,7 % (procjena 2 - slika 1)^{13/}, a donekle previše optimistično i nerealno djeluju procjene da će 2020. potražnja za mazivima prijeći 44 milijuna tona (procjena 4)^{3/}. Ako uzmemo realni rast zadnjih nekoliko godina i ako se on zadrži, onda tek 2023. godine možemo očekivati da ukupna potražnja za mazivima u svijetu dostigne i nešto malo prijeđe 40 milijuna t/god. Što se tiče Europe većina analitičara se slaže da će od 2015. pa do 2021. biti isti trend rasta, tj. 0,5 % godišnje^{12/}.

U Europi je od 2000. do 2014. zabilježen pad potrošnje od 8 milijuna t/god. te je sad potražnja došla na 19 milijuna t/god. što predstavlja pad od gotovo 30 %. Kao i u Europi, u Hrvatskoj, ali i u ožjoj regiji, došlo je do velikog pada potrošnje u zadnjih dvadeset i više godina. Na slici 2 prikazana je promjena potrošnje u Hrvatskoj u zadnjih tridesetak godina te je napravljena i usporedba s relativno većim tržištima u regiji za razdoblje 2004. do 2014. Dana je i procjena potrošnje za Hrvatsku do 2024. s prosječnim rastom od 0,3 do 0,5 % godišnje.

Slika 1: Procjene potrošnje maziva u svijetu, 2000.-2023.



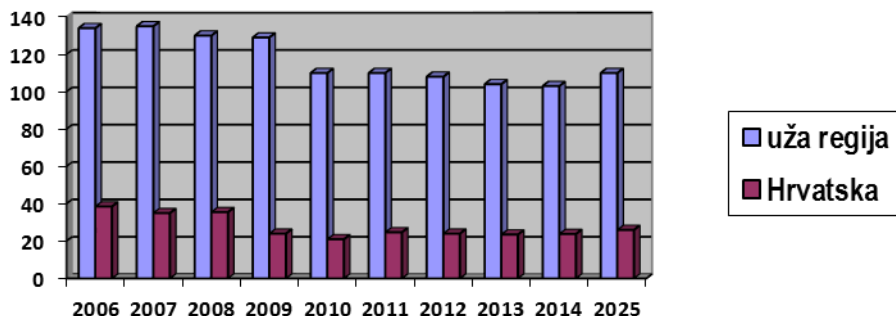
Slika 2: Usporedba i procjena potrošnje maziva u regiji, 1989.-2024.



Uočava se da je u užoj regiji pad potrošnje maziva od 2004. do 2014. bio oko 28,5 do 30 %, dok je u Hrvatskoj bio najveći u regiji, čak 44 % (vidi sliku 3). Uzroci su različiti; od loše gospodarske situacije, recesije, zaustavljanja ili prestanka funkcioniranja industrije sa zastarjelom tehnologijom većinom u državnom vlasništvu te, naravno, korištenja strojeva i vozila nove generacije i tehnologije ^{/5-9/}. Slični trendovi pada potrošnje uz manja odstupanja za razdoblje 2004. do 2014. uočeni su i za ostale zemlje u široj regiji (Mađarska i Rumunjska) dok je prema raspoloživim podacima u Bugarskoj potrošnja na istoj razini, ali to tržište nije predmet ove analize. Na slici 3 uočava se da je pad potrošnje u Hrvatskoj bio najizraženiji 2009. i 2010. godine te da do danas potrošnja stagnira.

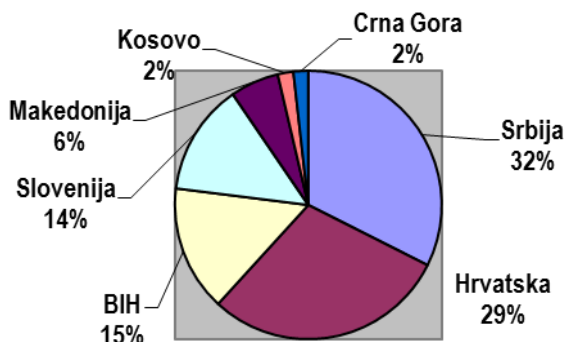
Sličan trend uočava se i u ostalim zemljama u regiji s napomenom da je u nekim zemljama počeo tek 2010. i da nije bio toliko velik (npr. u Kosovu, Crnoj Gori i Makedoniji).

Slika 3: Procjena potrošnje maziva za Hrvatsku i zemlje u okruženju¹, 2006. - 2025.

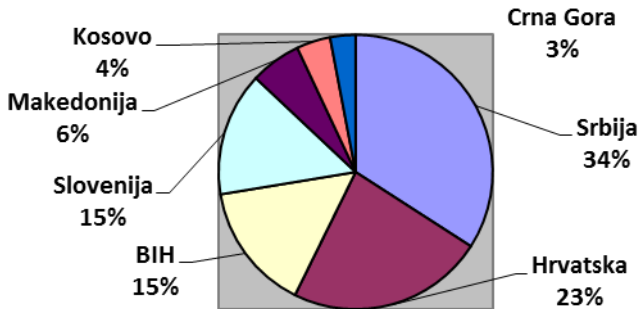


Procjenjuje se da će potražnja za mazivima u Hrvatskoj 2025. godine dostići 26 tisuća tona na osnovi procjena od najviše 0,5 % godišnjeg stalnog rasta i očekivanih manjih, ali ipak pozitivnih pomaka u gospodarstvu, npr. rast BDP-a od +1,6 % za 2016. i dalje). Uža regija¹ će s 103 tisuće tona u 2014. dostići 110 tisuća tona do 2025. Ukupna potrošnja u užoj regiji za 2004. iznosila je 145 tisuća tona što se vidi na slici 4. Usporedba udjela potrošnje zemalja u užoj regiji za razdoblje 2004. do 2014. (slike 4 i 5) pokazuje da je do značajnijih promjena došlo najviše na razmjerno većim tržištima Srbije i Hrvatske koje su doživjele najveći količinski pad potrošnje, ali udjeli potrošnje se nisu znatno promijenili. To se vidi i na slici 6 gdje je uspoređena razlika u potrošnji maziva u kg po glavi stanovnika za razdoblje od 2004. do 2014.

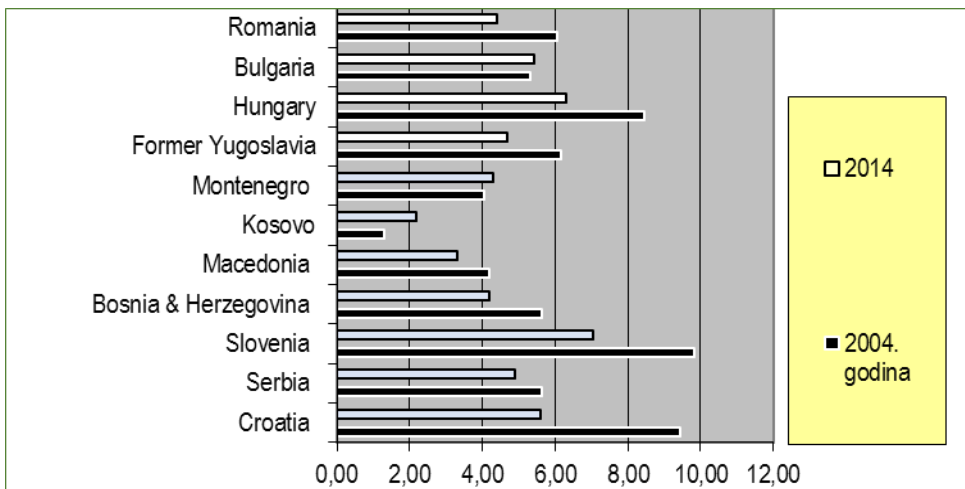
Slika 4: Udio potrošnje po tržištima u užoj regiji, 2004, ukupno 145 tisuća t



Slika 5: Udio potrošnje po tržištima u užoj regiji, 2014, ukupno 103 000 t



Slika 6: Usporedba potrošnje maziva u regiji, 2004.-2014.



3. Ključni čimbenici, trendovi i paradoksi na tržištu Hrvatske, do 2014.

3.1 Trendovi u djelatnosti maziva u svijetu ^{13/}

Zadnjih nekoliko godina udio maziva i srodnih proizvoda za industriju se nije znatno mijenjao i u 2014. je bio 47 % od ukupne potražnje za mazivima. Prema istom izvoru^{13/} procesna ulja drže 15 %, hidrauličke tekućine 9 %, a ostala maziva ulja za industriju pokrivaju 7 % ukupne potrošnje. Motorna ulja za stacionarne motore u industriji čine 7 %, tekućine za obradu metala drže 6 %, a mazive masti za vozila i industriju kao i obično pokrivaju 3 % ukupne potrošnje. Postoje dva osnovna razloga za navedenu promjenu udjela tj. povećanja zahtjeva za industrijskim mazivima:

- a) Stalni razvoj nove tehnologije vozila, motora i komponenti vozila koji su direktno vezani na stroge zahtjeve za zaštitom okoliša.
- b) Gospodarski trendovi u zemljama BRIC-a², Europskoj uniji i SAD-u i još nekim razvijenim zemljama (Japan, Kanada, itd.)

²BRIC = Brazil Rusija, Kina i Indija

3.2 Utjecaj trendova u djelatnosti maziva u Europi na hrvatsko tržište

Europski pa i svjetski trendovi koji su utjecali na tržište maziva u Hrvatskoj nisu uvijek imali pozitivan učinak. Uglavnom postoje i negativni i pozitivni učinci na djelatnost maziva u Hrvatskoj:

- a) Hrvatska u potpunosti provodi u praksi vrlo stroge zakone i smjernice EU o zaštiti okoliša s ciljem smanjenja potrošnje vode, toplinske energije, smanjenja emisija ispušnih plinova te podržava nabavu i korištenje vozila koja štede gorivo ili koriste alternativna goriva iz obnovljivih izvora. U djelatnosti maziva smjernice REACH-a su najutjecajnije. Međutim, nedostatak u ovom dijelu je da državne institucije ne stimuliraju niti reguliraju primjenu brzo biorazgradljivih maziva i općenito maziva koja manje ugrožavaju okoliš i zdravlje čovjeka. Izuzetak je trend rasta potražnje za vrhunskim mazivima za izvozno orijentiranu prehrambenu industriju.

Jedan od većih problema je postojeći prilično stari vozni park s prosječnom starošću od 12 godina^{10,11/} kao i usporeni trend zamjene starog voznog parka s novim i općenito veliki pad prodaje novih vozila. Treba spomenuti da počevši od sredine 2014. država subvencionira nabavu električnih i hibridnih vozila ovisno o tipu i veličini od 4.000 do 10.000 eura po jednom vozilu. Ovi trendovi dosta utječu na pad prodaje maziva za vozila.

- b) U Hrvatskoj postoji uhodani sustav zbrinjavanja otpadnih i rabljenih maziva i srodnih proizvoda. Mazivo koji se uveze ili proizvede u Hrvatskoj je praćeno dokumentacijom i državi se plaća tzv. EKO taksa u vrijednosti 1 kn/l. Temeljem toga Republika Hrvatska stimulira samostalne organizacije koje se profesionalno bave sakupljanjem, odvozom, manipulacijom i zbrinjavanjem. Konačno i jedino tehnološko rješenje je spaljivanje u nekoliko cementara u Hrvatskoj.
- c) U zadnjih nekoliko godina uočljiv je pomak, uz veliku podršku državnih organa, u korištenju obnovljivih izvora energije, štednji toplinske energije i sl. Izgrađen je veliki broj vjetroturbina, gradski prijevoz (autobusi) i taksi vozila većinom koriste plin kao goriva, a sve više se (gradski autobusi) koriste i goriva koja imaju komponente biljnog porijekla (biogoriva). Međutim, primjena maziva koja štede energiju (energy saving lubricants) i njihova učinkovitost je još nepoznanica ne samo za državne agencije i ustanove nego, nažalost, i za krajnjeg korisnika - industriju. Problem leži u nedovoljnoj informiranosti i neznanju vlasničkih i upravljačkih struktura, ali, nažalost, i u nedovoljnom znanju i statusu inženjera u proizvodnji ili održavanju. Pozitivno je ipak što se takva maziva mogu lako nabaviti na tržištu.

- d) Danas je tržište maziva u Hrvatskoj gotovo idealno za krajnjeg korisnika, prisutna je velika ponuda brojnih proizvoda, veliki broj dobavljača maziva, stalan je pritisak na snižavanje cijena finalnih proizvoda, ali s druge strane, zbog loše gospodarske situacije krajnji korisnici slabo koriste navedene pogodnosti, jer jedino što žele dobiti je najniža cijena za određeni proizvod. Ovlašteni distributeri maziva inozemnih proizvođača imaju velike probleme jer čak i krajnji korisnik može nabaviti maziva s nižom cijenom, nego što je na tržištu Hrvatske, bilo gdje u Europi.
- e) Može se konstatirati da je u Hrvatskoj iznimno paradoksalna situacija. S jedne strane, imamo katastrofičnu situaciju u većem dijelu industrije, zbog devastacije tijekom tranzicije i promjene vlasničke strukture, naglog pada i zaustavljanja industrijske proizvodnje temeljene na zastarjeloj tehnologiji. Investicije u novu tehnologiju i proizvodnju su još na niskoj razini, prisutan je stari vozni park, posebno kod osobnih vozila, i, na kraju, tu su i svi ostali negativni učinci loše gospodarske situacije i velike nezaposlenosti.
- f) S druge strane dobavljači maziva nude široku paletu vrhunskih maziva, a cijene maziva već dugo stagniraju. U praksi je zapravo na djelu tip prodaje „fire sale“ ili rasprodaja maziva. Djelatnost maziva je ne bez razloga već dugo u Hrvatskoj niskoprofitabilna djelatnost. Tako na kraju ovlašteni distributeri osim zajamčene isporuke maziva po narudžbi nemaju nikakvu drugu pogodnost pa se postavlja pitanje kakva je njihova daljnja sudbina. Veliki svjetski proizvođači se ne obaziru na tu činjenicu jer smatraju da potencijalnih distributera ima uvijek dovoljno. Tržište je premalo da bi se više ulagalo u marku i tržište. Zaboravljaju pri tom da je za bilo koji stalni rast prodaje potreban određeni kontinuitet upornog rada jedne za tržište prepoznatljivije trgovačke kuće ili ekipe prodavača. U takvoj situaciji sve je više prisutan tip prodaja tzv. „DIY sale“ (do-it-yourself) gdje su kupci prepušteni sami sebi te odlučuju o cijeni, količini i kvaliteti, a pri tome se drže uhodanih kanala prodaje i nisu previše skloni novim markama maziva bez obzira na dobro reklamirane i prezentirane prednosti viših kvaliteta, te novim prodavačima ili distributerima.

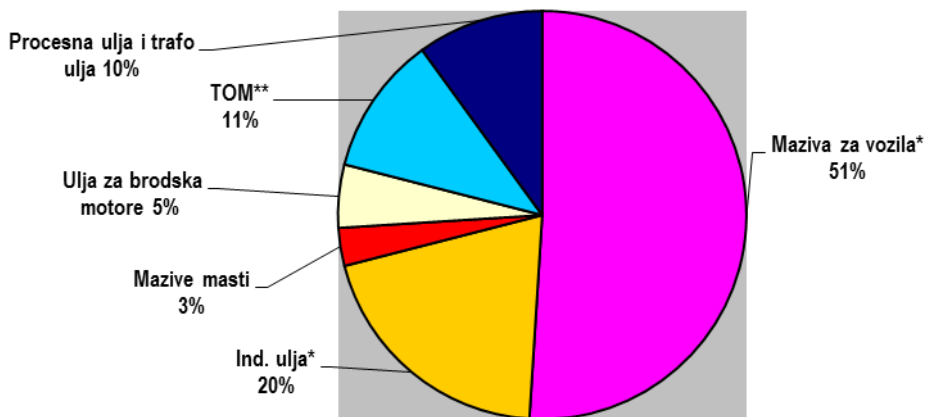
Unatoč brojnim pozitivnim učincima i smjernicama Republike Hrvatske, kod mnogih proizvodnih i drugih tvrtki uključujući i državne institucije i poduzeća, zahtjevi i smjernice za zaštitu okoliša i smanjenja troškova energije vrlo su nisko na popisu prioriteta u odnosu na zahtjeve za produktivnost i pouzdanost rada sustava i/ili strojeva. U takvim situacijama, inženjeri u proizvodnji i održavanju, nažalost, drže se provjerenog tribološkog načela koje je već 2002. obrazložio Jim Fitch: „*Cilj prakse podmazivanja je smanjiti trošenje uz najnižu moguću cijenu*“. Činjenica je da postoje određeni argumenti za ovakav konzervativan pristup, jer zahtjevi za štednjom energije i zahtjevi za smanjenjem trenja prilikom primjene maziva nisu uvijek u skladu. Također je činjenica da rasprave i stručna i primjenska istraživanja u tom smjeru i dalje traju^{3/}. Nije čudno, nakon svega navedenog, da Hrvatska i zemlje gdje su slični utjecaji kao navedeni koriste uglavnom maziva niže i srednje razine kvalitete (radnih svojstava), a to u praksi znači maziva s najnižom cijenom.

4. Tržište maziva u Hrvatskoj

4.1. Udjeli potrošnje po tipovima i procjene količina, 2004.-2014.

Na slikama 7 i 8 uspoređene su potrošnje maziva po tipovima u 2003. i 2014. godini. U prikazu potrošnje maziva za 2014. posebno su prikazana hidraulička ulja jer je teško odrediti koliki dio hidrauličkih ulja se može koristiti za cestovna i izvancestovna vozila i građevinsku mehanizaciju, a koliko za klasičnu industriju. Međutim, procjenjuje se da je barem 35 % realiziranih količina hidrauličkih ulja mineralne osnove u 2014. korišteno za cestovna i izvancestovna vozila u prometu, poljoprivredi, šumarstvu, željeznici, građevinarstvu i na plovilima. Na slici 7 uočava se da je kao i u ostalim zemljama u regiji najveći udio potrošnje u dijelu maziva i srodnih proizvoda za vozila 51 %. Međutim, ako bi po današnjim mjerilima pokušali grubo podijeliti potrošnju maziva prema primjeni na industriju i transport (uključujući i vozila u poljoprivredi, željeznici, šumarstvu i građevinarstvu) onda bi odnos bio 60:40 u korist transporta.

Slika 7: Procjena potrošnje po tipovima maziva u Hrvatskoj 2003.
Ukupna količina 43.000 t



Legenda za slike 7 i 8:

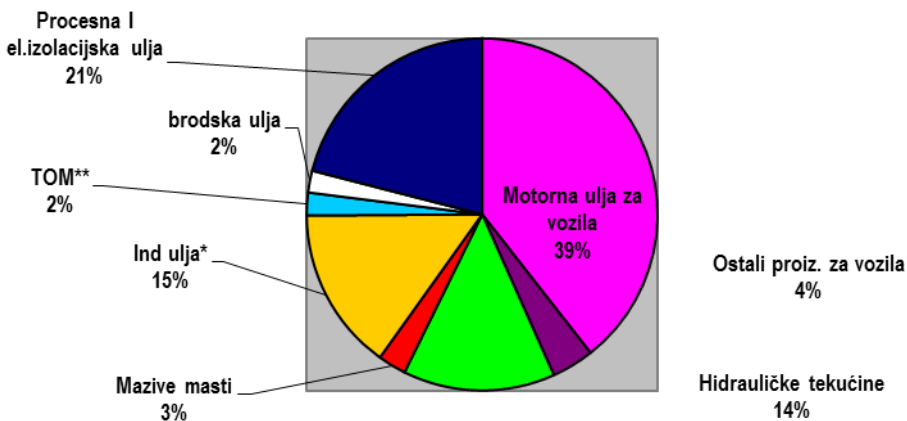
* Uključeni su i srodni proizvodi koji nisu maziva, ali se primjenjuju na istim trošilima (npr. antifriz ili ulja za prijenos topline)

** TOM = Tekućine za obradu metala + sredstva za privremenu zaštitu od korozije

Međutim, u 2014. imamo nešto drugačiju situaciju što se vidi na slici 8. Treba napomenuti da se navedene količine ulja za brodske motore na obje slike (za 2004. i 2014.) odnose samo na registriranu potrošnju na brodovima i plovilima srednje i duge obalne plovidbe registriranim u Republici Hrvatskoj. U ostalim zemljama u uжоj regiji takva ulja se uopće ne koriste osim zanemarivih količina u Crnoj Gori.

Postoje službeni izvori^{12-16/} koji navode različite podatke o uvozu maziva u Hrvatsku, proizvodnji maziva u Hrvatskoj, izvozu maziva i matematičkom izračunu potrošnje i kapacitetu tržišta. Svima je zajedničko da nisu ujednačeni, nisu potpuni i točni i upitno je koje su sve proizvode zbrajali pod maziva i srodne proizvode kad se to gleda prema ISO 6743 klasifikaciji. U najmanju ruku se može konstatirati da su navedene brojke malo prevelike u odnosu na realnu potrošnju.

Slika 8: Procjena potrošnje po tipovima maziva u Hrvatskoj 2014.
Ukupna količina 23.800 t



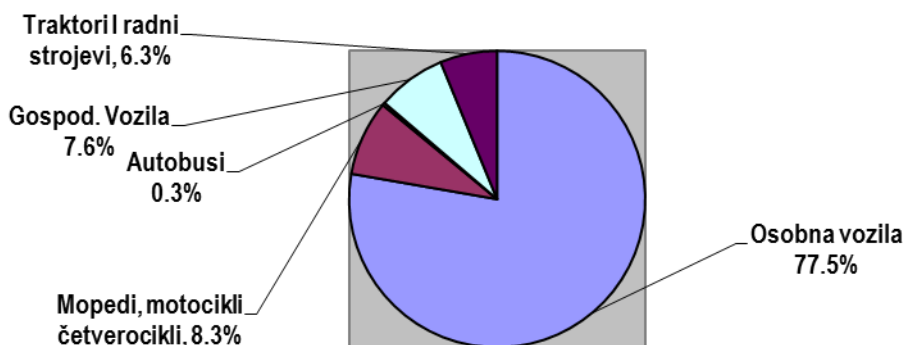
Pregledom svih podataka iz različitih izvora uključujući i dva registrirana domaća proizvođača mogu se procijeniti sljedeći podaci za 2014. godinu:

- U Hrvatskoj je proizvedeno oko 15.500 t maziva i srodnih proizvoda.
- Procjenjuje se da je uvezeno oko 22.700 t što zajedno čini oko 38.200 t. Istovremeno je izvezeno oko 10.500 t.
- Pri tom treba naglasiti da je konvencionalni izvoz, tj. klasična prodaja uz transport kopnenim transportom uglavnom u susjedne zemlje bila na razini oko 7.000 t. Domaći proizvođač INA MAZIVA iz Zagreba bili su najveći izvoznik s barem 55 % udjela. Ostale količine odnose se uglavnom na opskrbu mazivima velikih brodova duge plovidbe (long voyages-ocean liners) registriranih izvan Hrvatske.

Uočava se da je ukupni udio svih maziva i srodnih proizvoda koji se koriste u industriji oko 57 % (slika 8). Za usporedbu, svjetski prosjek je 47 %. Isto tako visok je udio procesnih i elektroizolacijskih ulja (21 %), a svjetski prosjek je 14 %. Pri tom se mora reći da znatan dio u ovoj grupi, tj. gotovo 80 % od navedene količine, otpada na elektroizolacijska ulja. To je specifično za Hrvatsku zbog jake izvozne industrije (električni transformatori), u ovom segmentu, u odnosu na ostale susjedne zemlje gdje se više koriste procesna ulja raznih tipova u gumarskoj industriji u odnosu na spomenuta trafo ulja.

Paradoksalno je da bi se na osnovi tog podatka i činjenice da je u 2004. odnos navedenih grupa bio gotovo podjednak, ali u obratnom smislu (43,3 % prema 56,7 %) mogao izvući krivi zaključak o stanju u gospodarstvu. Razlog ove promjene nije u rastu industrije nego primarno u padu broja registriranih novih vozila, usporevanju trenda zamjene starog voznog parka, pada u prometu gospodarskih vozila posebno u razvozu robe (ulaskom u EU) i općenito loše gospodarske situacije. Na slici 9 prikazano je stanje voznog parka u Hrvatskoj.

Slika 9: Registrirana vozila u Hrvatskoj, 2014.^{14/}



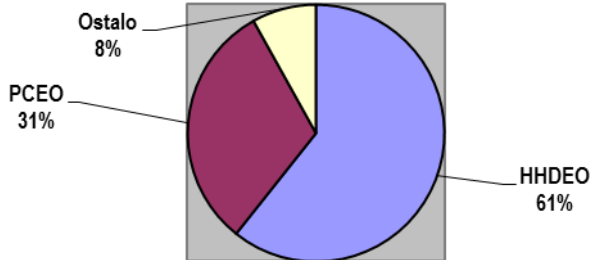
U odnosu na 2008. kad je bilo najviše registriranih vozila (2.021.936) u Hrvatskoj, u 2014. registrirano je samo 1.859.650 vozila. Od 2004. do sada zabilježen je pad broja vozila od 8,4 % što je povezano s padom kupovne moći pojedinaca i pravnih subjekata. Sukladno tome mijenjala se i prosječna starost vozila, pa je tako 2007. prosječna starost voznog parka bila 10 godina, 2013. je već bila 11 godina, da bi početkom 2015. narasla na 12 godina. Slična situacija je i u ostalim zemljama uže regije, a najgora je u Srbiji. Na primjer, u prva 4 mjeseca 2014. u Srbiji nije registrirano ni jedno novo vozilo proizvedeno 2012., 2013. ili 2014. godine.

4.2 Procjena potražnje maziva i srodnih proizvoda za vozila u Hrvatskoj, 2014.

Procjenjuje se da je u Hrvatskoj u 2014. ukupna potražnja za maziva ulja i srodne proizvode za vozila³ bila 11.300 t. Na slici 10 prezentiran je udio potrošnje ulja za vozila u 2014. godini, a na slici 11 prezentirana je potrošnja motornih ulja za osobna i gospodarska vozila prema udjelu SAE gradacija u 2014. godini.

Sa slike 11 se vidi da je, unatoč starom voznom parku kod osobnih vozila, udio konvencionalne gradacije (SAE 15W-40) manji nego prijašnjih godina te iznosi samo 43 % s očitom tendencijom pada. Isto tako, smanjio se i udio jednogradacijskih ulja kod gospodarskih vozila u odnosu na prijašnje razdoblje, jer se više koristi SAE 1W-40. Sličan trend je još samo u Sloveniji, dok se u ostalim zemljama regije još uvijek prilično koriste jednogradacijska ulja niže razine kvalitete, a najviše SAE 30.

Slika 10: Procjena potrošnje maziva za vozila u Hrvatskoj, 2014.



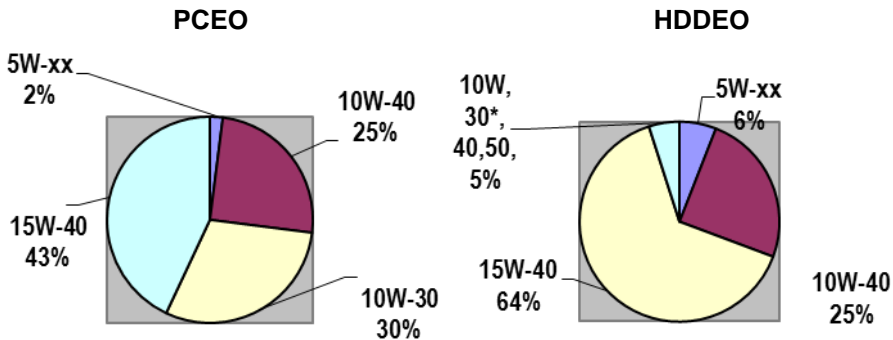
Legenda (za slike 10 i 11):

PCEO = motorna ulja za osobna vozila

HDDEO = motorna ulja za gospodarska vozila (teško opterećeni dizelovi motori)

Ostalo = hidrauličke tekućine, ATF, zupčanička ulja, mazive masti, traktorska ulja, ulja za izvanbrodske motre i sl.

Slika 11: Procjena potrošnje motornih ulja za osobna vozila i gospodarska vozila po SAE gradacijama u Hrvatskoj, 2014.



Napomena: gradacija SAE 30 predstavlja oko 70 % količina jednogradacijskih ulja

4.3. Procjena udjela marki maziva na najvećim tržištima u užoj regiji (Srbija i Hrvatska), 2014.

Za razliku od Srbije jedini veliki proizvođač (INA) drži naizgled respektabilnih 38 % tržišta dok ostali, uglavnom strane kompanije izvan regije, pokrivaju oko 60 % tržišta Hrvatske. U Srbiji je drugačija situacija, naime, upitno je koliko neke tvrtke prodaju proizvoda iz vlastite proizvodnje, a koliko uvozne proizvode koje samo prepakiraju. Dakle, ovdje se više radi o pokrivenosti tržišta pojedinom tvrtkom, a manje o udjelu njezine marke.

Ipak, slobodna procjena je da lokalne marke drže oko 50 % tržišta, marke iz susjednih zemalja oko 11 %, a velike inozemne kompanije najviše do 39 %. Uočava se da na oba tržišta više ne postoji pravi lider osim u pogledu količina. Tržište (krajnji kupci i trgovci) diktiraju cijenu i zahtjeve za kvalitetom.

Tablica 1: Udjeli marki maziva na tržištima Hrvatske i Srbije, 2014.

Hrvatska			Srbija		
poredak	marka / tvrtka	udio, %	poredak	Marka / tvrtka	udio, %
1	INA MAZIVA	> 38	1	FAM	~26,0
	Nynas	~ 21	2	NIS	14,5
3-4	BP/Castrol	~ 7	3	RNB	8,5
	Shell	~ 7	4	Viscol	8,5
5-8	Fuchs	17	5	Adeco	
	Total/Chevron		6	Ostali lokalni	
	Valvoline		7	Mol	
	ExxonMobil		8	Prista	
9	Ostali (~57)	~ 10	9	Raf. Modriča	8,5
			10	INA MAZIVA	
			11	Ostali (~52)	34

5. Procjena sadašnjih i budućih trendova i utjecajnih faktora za hrvatsko tržište

5.1 Sažetak trendova i utjecajnih faktora na hrvatskom tržištu maziva

Temeljem navedenog mogu se izdvojiti sljedeći utjecajni faktori i trendovi za hrvatsko tržište:

- Prodavači maziva nisu previše zainteresirani za uvođenje nove kvalitete na tržište (logistički problemi – troškovi!).
- Krajnji korisnik određuje cijenu koju je voljan platiti.
- Stalno je prisutan višak ponude.
- Postoji jasna razlika između marki maziva.
- Prisutna je jaka konkurencija - smanjena dobit za sve prodavače.
- Na tržištu postoji idealna situacija za kupca - savršena konkurencija.
- Nastavlja se nemilosrdna borba za tržište, svakog kupca i svaki "kilo" maziva.
- Rast novih kvaliteta maziva za prvo i servisno punjenje ovisi o rastu uvoza novih vozila i oprema.

- Iako je još uvijek nepovoljna situacija u gospodarstvu, procjenjuje se lagani pozitivni rast gospodarstva od +1,2 % (2016.) (procjena iz EU).
- INA MAZIVA s najvećim udjelom na tržištu ne kontrolira tržište i nema leadersku poziciju.
- Veliki svjetski proizvođači i prodavači maziva nemaju veliki utjecaj na tržište.
- U odnosu na tržišni potencijal logistički troškovi su utjecajan faktor poslovanja.
- Učestala je (tipično svakih 2-3 godine) promjena ovlaštenih distributera.
- Stalan rast broja tvrtki registriranih za prodaju maziva - unatoč povećanju zatvaranja sličnih tvrtki (više od 200).

5.2 Procjene trendova za naredno razdoblje na hrvatskom tržištu, 2015.-2024/25.

- Potrošnja vrhunskih maziva neće prijeći 2 % ukupnih količina.
- Rast će broj marki i prodavača maziva.
- I dalje će biti pritisak tržišta na smanjenje ili zadržavanje postojećih cijena maziva.
- Prodavači i proizvođači maziva intenzivno će tražiti i stvarati nove kanale prodaje.
- Lokalne ovlaštene distributere marki maziva iz inozemstva očekuju teški problemi u poslovanju.
- Očekuje se blagi porast potražnje, najviše do 0,5 %/god do 2025. godine.
- Potrošnja maziva će prijeći 26.000 t, ali neće dostići 30.000 t.
- Pozitivne promjene će se više očitovati u rastu kvalitete maziva na tržištu, a manje u rastu količina.
- Unatoč sadašnjem "starom" voznom parku, stalno će rasti potrošnja sintetičkih maziva za vozila.
- Očekuje se i dalje stalni rast broja marki i prodavača maziva.
- I dalje će biti pritisak na snižavanje cijena maziva i smanjenje marži prodavača.

Literatura

1. Ageta Agashi, Kline Group: „Global Lubricants Industry 2010: Market Analysis and Assessment An Overview of Key Regions and Leading Suppliers“, UIEL 2011 Annual Congress, Dubrovnik, Croatia.
2. David Braun, Capstone: “Strategic Alliances, Joint Ventures &M&A – the Route to Success?”, European Base Oils & Lubricants Summit, Alicante, Spain, 2014.
3. Lube Report, Lubes & Greases, all editions, 2013-2015 (Apu Gosalia, Amy Claston iz tvrtke My Energy, Brian Crichton Consulting i Arthur D. Little's Kalkman, Kline & Co).
4. Apu Gosalia, Fuchs: „The EU(ropean) Base Oil CIS-LOR World Base Oils Conference in London, 2006.

5. Robert Mandaković, „Obilježja i trendovi u djelatnosti maziva s posebnim osvrtom na Hrvatsku i okolna tržišta (Trends and peculiarities of lubricant activity with special attention to Croatia and its surrounding markets)“, *Goriva i maziva*, Vol. 44, No. 6, 2005, str. 381-416.
6. Robert Mandaković, „Trendovi u djelatnosti baznih ulja i maziva i specifičnosti tržišta Hrvatske i regije“, *Goriva i maziva*, vol. 46, No. 6, 2007, str. 437-474.
7. Robert Mandaković, „Trendovi i paradoksi u djelatnosti maziva s posebnim osvrtom na srednju, istočnu i jugoistočnu Europu (Trends and paradoxes in the lubricant business with special focus on Central, Eastern and South-Eastern Europe, *Goriva i maziva*, vol. 49, 2010, str. 4-36.
8. Robert Mandaković, „Ključni utjecaji na tržište maziva Hrvatske i tržišta u okruženju (The key influences on the Croatian market of lubricants and markets in the region)“, *Goriva i maziva*, Vol. 50, No. 4, 2011, str. 293-316.
9. Robert Mandaković, „Ključni trendovi i utjecaji na razvoj kvalitete maziva i djelatnost maziva u svijetu“, *Goriva i maziva*, Vol. 52, No. 4, 2013, str. 281-295.
10. Centar za vozila Hrvatske
11. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske
12. Kline: “Competitive Intelligence for the Global Lubricants Industry, 2002.-2012.”
13. www.trading.economics.com i EUROSTAT
14. Državni Zavod za statistiku Republike Hrvatske
15. Agencija za zaštitu okoliša Republike Hrvatske
16. Carinska Uprava pri Ministarstvu financija Republike Hrvatske

Autori

Robert Mandaković
GOMA Zagreb, Hrvatska
E-adresa: robert.mandakovic@gmail.com

Bruno Novina
INA MAZIVA d.o.o., član INA grupe, Zagreb, Hrvatska
E-adresa: bruno.novina@ina.hr

Primljeno
1.9.2015.

Prihvaćeno
21.9.2015.