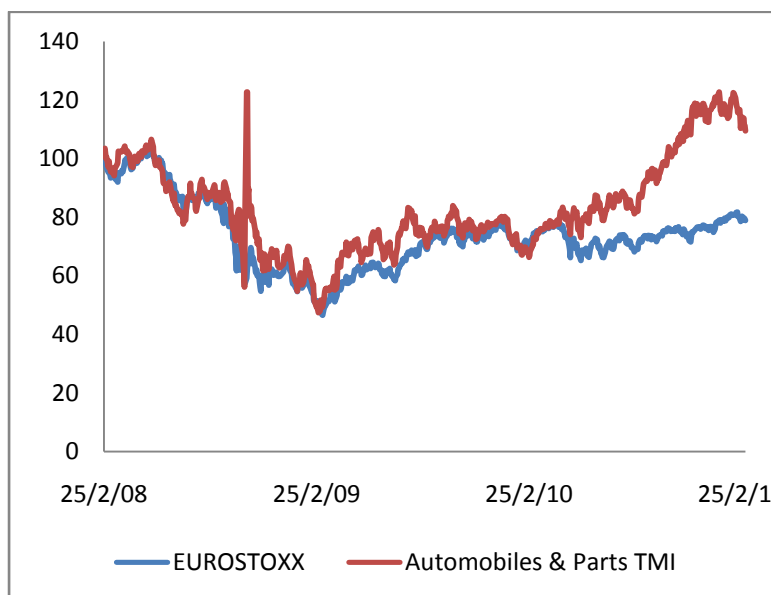


**STUDENT INVESTITOR**  
**TIM ZA ANALIZU INDUSTRIJE:**  
**ANALIZA SUPERSEKTORA**  
**AUTOMOBILI I DIJELOVI**

Supersektor automobili i dijelovi je zrela industrija koja se sastoji od velikih igrača. Svako poduzeće unutar ovog sektora proizvođač je brojnih poznatih marki automobila, segmentiranih s obzirom na cijenu i kvalitetu za određeno ciljano tržište.

Sektor je doživio iznenađujuće veliki rast od početka 4. mjeseca 2010. godine pa sve do kraja te godine, uzrokovano velikim rastom potražnje u Kini. Međutim, rast cijena dionica industrije nije bio dovoljno potkrijepljen fundamentalnom snagom industrije te je krajem 2010. godine započeo horizontalni trend i mogući obrat.

Zaključak analize je da je industrija prekomjerno rasla, te da će ubrzo doći do korekcije cijena. Fundamentalna snaga ovog sektora je upitna u ovim vremenima krize te svaka reakcija na povećanje potražnje u Kini je već odavno zakašnjela. Zbog toga ne savjetujemo ulazak u ovaj supersektor.



**SADRŽAJ:**

- 1. KLASIFIKACIJA INDUSTRIJE**
- 2. PREFORMANSE INDUSTRIJE**
- 3. UTJECAJI NA INDUSTRIJU**
- 4. PORTER 5 SILA**

**OSNOVNO O INDEKSU**

Simbol	BATE
<b>Ukupna kapitalizacija</b>	131840,522 MEUR
<b>Posljednja vrijednost</b>	340.93
<b>Tjedna promjena</b>	-3.62%
<b>52-tjedna promjena</b>	50.59%
<b>Godišnja promjena</b>	-2.46%

*Analitičari:*  
**Luka Sremić**  
**Petar Ninić**  
**Daniel Šulentić**

## 1. KLASIFIKACIJA INDUSTRIJE:

Sektor automobilska industrija i njezini dijelovi [3300] čini supersektor consumer goods [3000].

Prema ICB-u, ovaj sektor bavi se slijedećim poslovima:

- Prodajom automobila
- Prodajom rezervnih dijelova
- Prodajom automobilskih guma

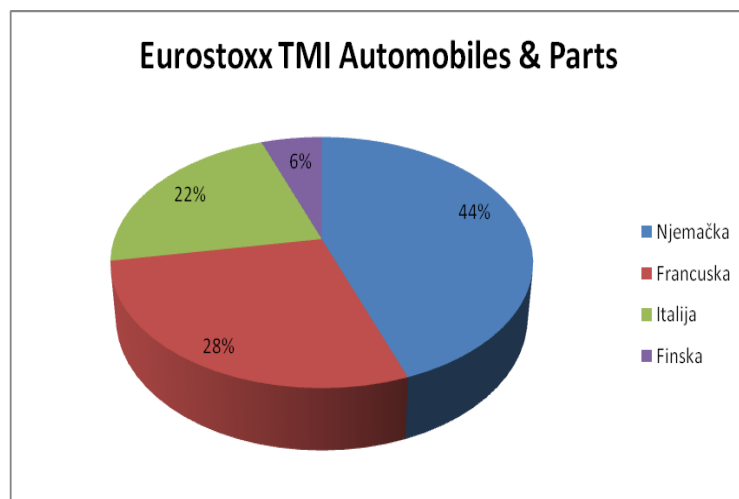
Pod supersektorom automobilska industrija spadaju podsektori [3353], [3355] i [3357].

Pod podsektorom [3353] spadaju proizvođači motocikala i osobnih vozila, kombiji i mali kamioni. Pod ovom klasifikacijom ne spadaju proizvođači velikih kamiona, koji su klasificirani pod Komercijalna vozila i Kamioni i proizvođači rekreacijskih vozila.

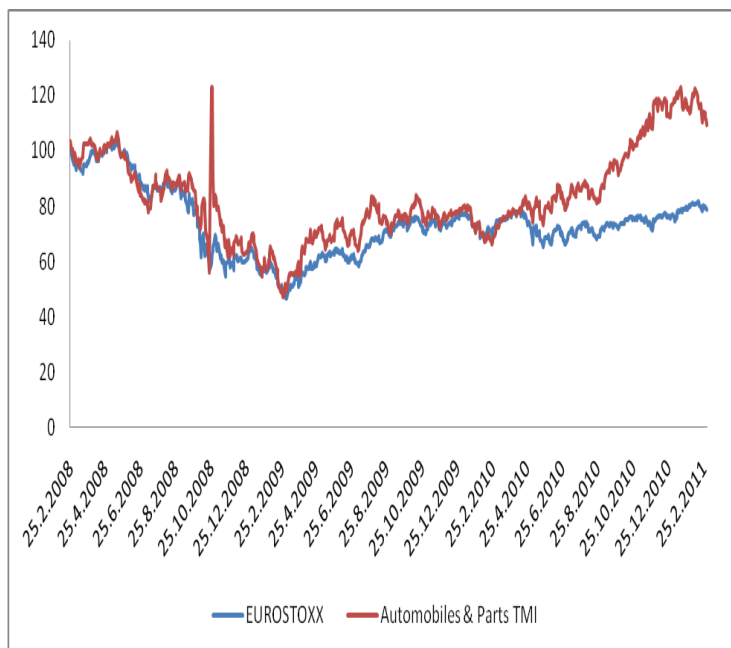
Pod sektorom [3355] spadaju proizvođači novih i rezervnih dijelova za motocikle i automobile, poput motora, baterija i karboratora. Sektor [3357] sastoji se od proizvođače guma za automobile, kamione i motocikle.

Sektor čini 18 poduzeća, većina sa sjedištem u Njemačkoj, Francuskoj i Italiji:

KOMPONENTE SEKTORA		
1	BMW	DE
2	BMW PREF	DE
3	CONTINENTAL	DE
4	DAIMLER	DE
5	FAURECIA	FR
6	FIAT	IT
7	FIAT PREF	IT
8	FIAT RNC	IT
9	MICHELIN	FR
10	NOKIAN RENKAAT	FI
11	PEUGEOT	FR
12	PIRELLI & C.	IT
13	PORSCHE PREF	DE
14	RENAULT	FR
15	RHEINMETALL	DE
16	VALEO	FR
17	VOLKSWAGEN	DE
18	VOLKSWAGEN PREF	DE



## 2. PREFORMANSE INDUSTRIJE



## OSNOVNO O INDEKSU

<b>Simbol</b>	BATE
<b>Ukupna kapitalizacija</b>	131840,522 MEUR
<b>Posljednja vrijednost</b>	340.93
<b>Tjedna promjena</b>	-3.62%
<b>52-tjedna promjena</b>	50.59%
<b>Godišnja promjena</b>	-2.46%

## PRINOSI INDEKSA

Razdoblje	EUROSTOXX	Automobiles & Parts TMI
<b>3 godine</b>	-17,10%	12,89%
<b>2 godine</b>	58,53%	111,71%
<b>1 godina</b>	7,88%	55,10%
<b>6 mjeseci</b>	9,53%	24,78%
<b>1 mjesec</b>	-1,31%	-4,19%

Eurostoxx TMI Automobiles & Parts indeks usko je pratio tržišni indeks od početka 2008. godine pa sve do 4. mjeseca 2010. godine. Tada je završio horizontalni trend tog indeksa te započeo brzo-rastući trend koji je znatno odvojio indeks industrije automobila od tržišnog indeksa.

Međutim, čini se da rast nije imao fundamentalnih osnova, te je krajem 2010. godine rast stao jednako naglo kao što je i počeo, te postoji mogućnost da se radi o obratu trenda, te da će se indeks ponovno približiti tržišnom indeksu.

### 3. UTJECAJI NA INDUSTRIJU

#### 3.1 Utjecaj okoliša na automobilsku industriju

Europska komisija predstavila je 7. veljače novu sveobuhvatnu strategiju smanjenja emisije ugljičnog dioksida novih automobila i teretnih vozila koji se prodaju u Europskoj uniji.

Cilj je do 2012. godine ostvariti redukciju CO<sub>2</sub> od 25% u odnosu na sadašnju razinu, tj. svesti emisiju na 120 gCO<sub>2</sub>/km. Cijeli projekt počiva na namjeri da predložene mjere budu od koristi za sve zainteresirane strane. Naime, efikasnije korištenje goriva će dovesti do značajnih ušteda kod vozača, a otvara se perspektiva automobilske industrije EU-a da svoj razvoj i konkurentnost u svjetskim razmjerima temelji upravo na razvijanju tehnologija efikasnije upotrebe energije, da na tom polju zauzme vodeće mjesto po inovacijama, umjesto da svoj razvoj temelji na staroj paradigmi veličine i snage automobila.

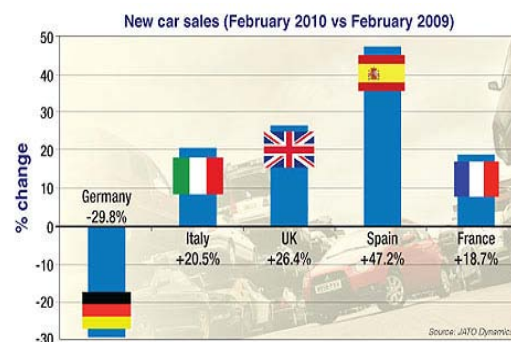
#### 3.2 Prodaja automobila u prvih 9 mjeseci 2010.

Izvoz je u rujnu bio ključni potporanj rasta njemačkog automobilskeg sektora .

VDA je objavio da je izvoz automobila porastao na godišnjoj razini za 5 posto, na 398.100 vozila. Time je u devetomjesečnom razdoblju zaključno s krajem rujna izvoz poskočio za 31 posto na 3,13 milijuna vozila. U udruženju očekuju da će do kraja godine porasti i prodaja na domaćem tržištu, koja je prethodnih 12 mjeseci bila teško pogođena ukidanjem vladinih subvencija za kupce novih automobila.

U prvih devet mjeseci ove godine broj registriranih novih vozila smanjio se u Europskoj uniji za 3,5% u usporedbi s istim razdobljem lani, na 9.021 milijuna, nakon što su istekli vladini poticaji za kupovinu novih, ekološki prihvatljivijih vozila. Njemačka je predvodila pad prodaje, uz smanjenje broja novih registriranih automobila za 28,7 posto u osmomjesečnom razdoblju zaključno s krajem kolovoza, priopćeno je iz ACEA-e.

Među ostalim ključnim tržištima Španjolska je zabilježila rast prodaje za 21,9% a Velika Britanija za 13,2 posto.



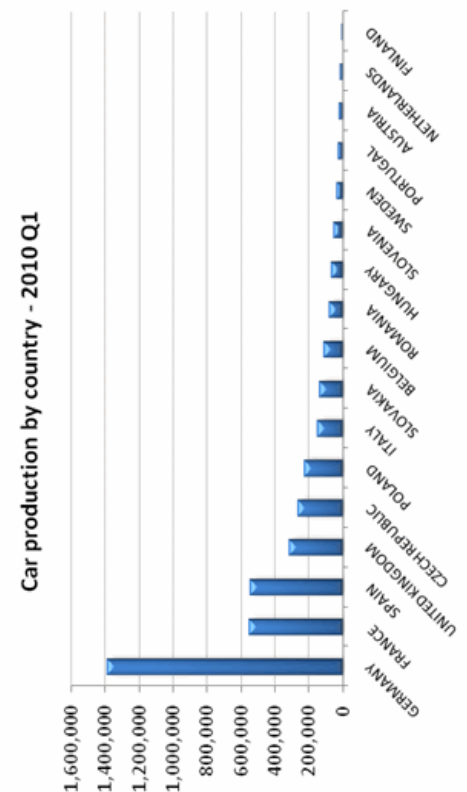
### 3.3. Proizvodnja automobila u 2009. godini

Ukupna proizvodnja vozila u Europi u 2009. je smanjena za 17,3 posto u odnosu na godinu ranije i za 23 posto u usporedbi s razinama u razdoblju prije krize u 2007., objavilo je Europsko udruženje proizvođača automobila (ACEA).

U 2009. ukupno je u Europi proizvedeno 15,2 milijuna automobila, kamiona i autobusa, priopćeno je iz toga udruženja. Proizvodnja putničkih vozila pala je za 13 posto u odnosu na 2008. i za 18 posto u odnosu na 2007., prije nego što je nastupila kriza. Ukupno je tako prošle godine proizvedeno 13,4 milijuna automobila, što je najniža razina od 1996.

Zahvaljujući brojnim paketima poticaja za automobilsku industriju, u vidu bonusa vlasnicima automobila kako bi stara vozila zamijenili novima, za okoliš prihvatljivijima, prodaja automobila lani je smanjena za tek 1,3 posto u usporedbi s 2008. U odnosu na 2007. manja je za 9,3 posto, pokazuju podaci toga udruženja.

Njemačka je i dalje daleko najveći proizvođač vozila u EU, s ukupnom proizvodnjom u 2009. od 5,2 milijuna, a unatoč padu za 13,8 posto. Nakon pada proizvodnje za 20,2 posto Francuska je pala na treće mjesto na ljestvici, dok je Španjolska, s padom proizvodnje od 14,6 posto i 2,2 milijuna proizvedenih vozila, zauzelo mjesto drugog najvećeg proizvođača vozila u EU u 2009.



### 3.4 Razvoj električnih automobila

Razvoj električnih automobila bila je središnja tema neslužbenoga ministarskog sastanka održanog početkom veljače u španjolskom gradu San Sebastianu. Projekt razvoja električnih vozila je dio šire perspektive nove industrijske politike koju EU treba provesti kad izađe iz recesije. Prema dokumentu prihvaćenom na sastanku, pri preustroju industrije mora se voditi računa o socijalnoj osjetljivosti.

## 4. PORTER 5 SILA

### 4.1. INDUSTRIJSKI SUPARNICI:

- Sva poduzeća su slične veličine i snage što pojačava međusobnu konkurenciju.
- Prosječni rast prodaje automobilske industrije u posljednjih pet godina iznosi -1,58%, a guma i dijelova 2%, što ne ostavlja dovoljno prostora za nagrađeni rast i pojačava konkurenciju.
- U pravilu, automobili nisu diferencirani proizvodi, što pojačava konkurenciju.
- Povećanje proizvodnih mogućnosti se događa u velikim skokovima, što rezultira viškovima koji se trebaju prodati te pridonosi postroženju konkurencije.
- Poteškoće izlaza su umjerene zbog postojanja specijalizirane proizvodne opreme, no taj efekt je sličan drugim industrijama. Nije veliki utjecaj na konkurentnost.
- Postojanje velike uvozne konkurencije velikih proizvođača izvan Europske unije zaoštrava odnose u industriji.

### ZAKLJUČAK:

*Zbog navedenih faktora koji utječu na industriju automobila i dijelova, postoji velika konkurencija unutar industrije koja smanjuje trenutno stanje prinosa industrije*

### 4.2.1 KUPCI AUTOMOBILSKE INDUSTRIJE

- Postoji veliki broj malih kupaca rasprostranjenih po čitavom svijetu, što smanjuje njihovu moć.
- Jedini supstituti automobilima su primitivna prijevozna sredstva (bicikl itd.) i javni prijevoz, koji s obzirom na mentalitet potrošača te dosadašnje životne navike nemaju veliki utjecaj na industriju. Ovo smanjuje moć kupaca.
- Postoje niski troškovi prebacivanja na supstitute. Ovo povećava moć kupaca, no zbog neefikasnih supstituta to povećanje moći je iznimno malo.
- Industrija automobila nije ključna u lancu vrijednosti kupaca jer u prosjeku ne čini značajni udio u ukupnim troškovima (u slučaju da se automobili koriste u poslovne svrhe). Ovo značajno povećava moć kupaca.

### ZAKLJUČAK:

*Umjerena snaga kupaca automobilske industrije smanjuje fleksibilnost industrije te negativno utječe na trenutne prinose u industriji.*



- Ne postoji uzlazna integracija (eventualno distributeri), no također niti silazna integracija kupaca, tako da je ovaj efekt zanemariv.
- Proizvodi koje industrija nudi kupcima su nediferencirani, odnosno nisu dovoljno diferencirani da kupac ne bi mogao birati između više različitih konkurenta. Ovo značajno pojačava moć kupaca.

#### 4.2.2. KUPCI INDUSTRIJE GUME I DIJELOVI

- Postoji desetak velikih igrača koji nabavljaju dijelove od ove industrije, što im daje veliku moć.
- Teško je govoriti o supstitutima gumama i dijelovima, zbog čega se moć kupaca smanjuje.
- Postoje troškovi zamjene proizvoda zbog specifičnosti određenih dijelova, no u pravilu svaki novi proizvod koji automobilska industrija razvija, lako može zamjeniti proizvode industrije guma i dijelova za druge.
- Industrija guma i dijelova je važna u lancu vrijednosti, ali ne čini i najveće troškove industrije automobila. Zbog toga je prisutno samo malo povećanje moći kupaca.
- Moguća je silazna integracija iz automobilske industrije na industriju dijelova i kotača, dok je suprotna integracija malo vjerojatna, zbog čega raste pregovaračka moć kupaca.
- Proizvodi su blago diferencirani. Utječe na smanjenje snage kupaca, ali vrlo malo.

#### ZAKLJUČAK:

*Industrija guma i dijelova je pod velikim pritiskom industrije automobila. Ovo smanjuje trenutne prinose industrije. Ujedino, obrnuto gledano, možemo promatrati ovaj odnos kao dobavljači automobilske industrije. U tom slučaju, povećavaju se trenutni prinosi automobilske industrije zbog manje snage dobavljača.*



### 4.3. DOBAVLJAČI INDUSTRIJE GUMA I DIJELOVA

- Postoji mnogo poduzeća unutar bazičnih materijala koji čine dobavljače ove industrije, što znatno smanjuje njihovu moć.
- Supstituti koji se koriste za izradu određenih dijelova je teže identificirati, ali ukoliko promatramo postojanje supstituta bazičnim materijalima, možemo reći da ne postoje, što povećava moć dobavljača.
- Materijali koji se koriste u izrad guma i dijelova čine veliki dio troškova u ukupnim troškovima industrije, što pojačava pregovaračku moć dobavljača.
- Silazna integracija je vrlo teška zbog nepovezanosti različitih materijala koji se koriste za proizvodnju. Ovo pojačava snagu dobavljača.
  - Materijali su nediferencirani, zbog čega je lagano birati između različitih dobavljača, što smanjuje moć dobavljača.

#### ZAKLJUČAK:

*Industrija guma i dijelova te industrija bazičnih materijala su u približno podjednakom odnosu. Zbog tog nema velikih utjecaja na profitabilnost industrije.*

### 4.4. NOVI KONKURENTI

- Opasnost od ulaska novih konkurenata je mala zbog postojanja snažnih ulaznih barijera i to:
  - Djelovanje ekonomije obujma i krivulje učenja (blaže prisutno kod poduzeća koja koriste strategiju kvalitativne diferencijacije).
  - Postoje razvijeni brendovi automobila (pogotovo kod poduzeća koja koriste kvalitativnu diferencijaciju).
  - Pristup distribucijskim kanalima nije jednostavan. Ovlašteni distributeri su uglavnom specijalizirani za jednu ili nekoliko marka.
  - Umjereni fiksni troškovi otežavaju preživljavanje novih poduzeća, kao i velika potrebna ulaganja u R&D.
- Državne regulative nemaju veliki utjecaj na ulazak novih konkurenata.
- Postojeća poduzeća mogu koristiti neke od defanzivnih strategija pri ulasku novih konkurenata.

#### ZAKLJUČAK:

*Mala opasnost od konkurenata ne ugrožava potencijalni budući prinos industrije.*



#### 4.5. SUPSTITUTI

- Budući supstituti su teški za zamisliti. Može se pretpostaviti da neće imati utjecaj niti na automobilsku industriju, niti na industriju njezinih dijelova

#### ZAKLJUČAK:

*Nepostojanje opasnosti od supstituta ne ugrožava potencijalne buduće prinose industrije.*

#### ZAKLJUČAK PORTEROVE ANALIZE

Jaki utjecaji konkurencije unutar industrije te velika moć kupaca značajno utječu na smanjenje trenutnog prinosa industrije. Čak ni relativna nadmoć nad dobavljačima nije dovoljna da bi povećala prinose industrije. No iznimno mala opasnost od pridošlica te nepostojanje opasnosti od supstituta ne ugrožavaju zadržavanje budućih prinosa industrije na sličnoj razini.

