RAZVOJ I RAZMJEŠTAJ AUTOMOBILSKE INDUSTRIJE U SVIJETU I U REPUBLICI HRVATSKOJ

Odrljin, Barbara

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:903021

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

RAZVOJ I RAZMJEŠTAJ AUTOMOBILSKE INDUSTRIJE U SVIJETU I U REPUBLICI HRVATSKOJ

Mentor:

izv.prof.dr.sc. Silvia Golem

Student:

Barbara Odrljin

Split, rujan, 2020.

SADRŽAJ

1. UVOD 1

1.1. Definicija problema 1

1.2. Cilj rada 1

1.3. Metode rada 1

1.4. Struktura rada 2

2. TEORIJSKE ODREDNICE INDUSTRIJE I PROSTORNOG RAZMJEŠTAJA 3

2.1. Industrija kao temelj današnje civilizacije 3

2.2. Industrijska politika u okviru ekonomske politike 4

2.3. Načela razmještaja u prostoru 6

3. AUTOMOBILSKA INDUSTRIJA 9

3.1. Povijest automobilske industrije 10

3.2. Razvoj automobilske industrije u Hrvatskoj 19

3.3. Značajke tržišta automobila 24

4. ZAKLJUČAK 28

LITERATURA 29

SAŽETAK 30

SUMMARY 30

1. UVOD

1.1. Definicija problema

Različiti lokacijski faktori te različite determinante uvelike utječu na razvoj industrije pa tako i automobilske industrije. Automobilska industrija je jedna od najvažnijih industrijskih grana. Veže sa sebe mnoge industrije poput industrije čelika, gume, stakla itd. te sudjeluje u unapređenju njihova razvoja. Ekonomska razvijenost zemalja određuje razmještaj poduzeća vezanih za auto industriju. U ovom radu prikazat će se razvoj automobilske industrije kroz povijest u svijetu i u Hrvatskoj te tijek poslovanja pripadajućih poduzeća. Kronološki će se prikazati kako je došlo do jednog od važnijih izuma za čovječanstvo te njegov utjecaj na gospodarstvo. Imati ćemo uvid kako se ekonomija gospodarstava pratila sa napredovanjem razvoja automobila.

1.2. Cilj rada

Cilj ovog završnog rada je prepoznati kako funkcionira proizvodnja u jednoj od najvažnijih industrija na svijetu, kako se kretala kroz povijest te kako razni lokacijski čimbenici utječu na poslovanje ove industrije. Prvi cilj je dati uvid u razvoj automobilske industrije u svijetu kroz godine ta kako su različite krize utjecale na napredak automobila poput naftne krize i Velike Depresije. U drugom cilju je naglasak na Republici Hrvatskoj i povijesnom razvoju nekih tvrtki koje više ni ne posluju, no zato su zastupljene tvornice autodijelova.

1.3. Metode rada

Rad je napisan koristeći knjige, znanstvene i stručne članke te internetske izvore pomoću opisnih i komparativnih metoda. Rad je potkrijepljen raščlambom pojmova vezanih za industrijsku politiku i lokacijski razmještaj kao i opisom procesa i tijeka događanja vezanih za automobilsku industriju.

1.4. Struktura rada

Rad se sastoji od četiri poglavlja, baziranih na uvodu, razradi i zaključku. U uvodnom dijelu navedene su kratke napomene onoga što će se obrađivati u radu. Nakon uvoda slijede osnovni pojmovi vezani za industriju, prostornu ekonomiju i lokacijske faktore s obzirom na odabranu temu, točnije teorijske odrednice industrije i prostornog razmještaja. Nadalje imamo povijesni razvitak automobilske industrije zajedno sa kompletnim razmještajem i poslovanjem pojedinih kompanija, kako u svijetu, tako i u Republici Hrvatskoj. Za kraj imamo zaključak obrađene teme.

2. TEORIJSKE ODREDNICE INDUSTRIJE I PROSTORNOG RAZMJEŠTAJA

2.1. Industrija kao temelj današnje civilizacije

Krajem 18.stoljeća počinje intenzivan razvoj industrije koja se razvila iz manufakture na trgovačkom kapitalu. Zahvaljujući povećanju industrijske proizvodnje, bruto domaći proizvod, počinje ubrzano rasti. Industrijska proizvodnja nema ograničenja i smatra se temeljem današnje civilizacije. Tako je teško pronaći zemlju koja je postala razvijena, a da prethodno nije razvila industriju. No, da bi zadržala svoj status mora ulagati velike napore kako bi održala industriju konkurentnom na svjetskom tržištu.

Industrija čini glavnu polugu rasta gotovo svake ekonomije, a njezin razvoj gledamo kroz tradicionalnu teoriju koja se sastoji od:

- rasta akumulacije znanja i fizičkog kapitala
- pomaka rada i kapitala prema sektorima gdje se najučinkovitije koriste
- diversifikacija ekonomske strukture
- diversifikacija na način da se ostvaruju komparativne i konkurentske prednosti

Što je veća otvorenost nacionalne ekonomije to su veći izazovi razvitku. Mobilnost proizvodnje smatramo obilježjem globalne konkurentnosti te potrebe za stalnim strateškim repozicioniranjem. Kako bi omogućili rast konkurentnosti industrije potrebno je provesti strukturne prilagodbe te mjerama ekonomske politike povećati proizvodnost rada. Prostor za to vidi se u ključnim elementima povećanja razine dodane vrijednosti industrije, a to su mjere povećanja razine ljudskog kapitala i istraživačko-razvojne djelatnosti. Također neki od pristupa za unapređenje konkurentnosti su mjere utjecaja na ključne čimbenike proizvodnosti, a to su: tržišne reforme kojima se stimulira investiranje, razina konkurencije, sposobnost usvajanja inovacija povećanim ulaganjima u razvojna istraživanja i u ljudski kapital, uvođenje veće fleksibilnosti na tržištu rada, unapređivanje kapaciteta prihvaćanja novih tehnologija kao informatičkih.

2.2. Industrijska politika u okviru ekonomske politike

Možemo reći da industrijska država vodi industrijsku politiku od svog nastanka. Ciljem politike se uvijek smatralo podizanje produktivnosti, profitabilnosti i međunarodne konkurentnosti nacionalnih industrija, a sve to kroz izgradnju optimalne industrijske strukture.

Pojam industrijske politike podrazumijeva strategiju koju je oblikovala i pokrenula država, a obuhvaća mehanizme kojima se donose odluke vezane za alokaciju resursa u ekonomiji, unutar i između ekonomskih sektora. Provođenje industrijske politike je od značajne važnosti jer se radi o dugoročnom procesu cjelokupne ekonomske politike nekog gospodarstva što znači da su industrijski ciljevi usmjereni na ostvarivanje ekonomskih ciljeva gospodarstva. S obzirom na ekonomske razvojne ciljeve, industrijska politika bi trebala pridonijeti općem ekonomskom rastu, poboljšanju platne bilance, punoj zaposlenosti, financijskoj stabilnosti I poboljšanju životnih uvjeta. Provođenje tih ciljeva smatra se veoma složenim zadatkom pa je potrebno uključivanje velikog broja institucija i organizacija u primjeni adekvatnih mjera i instrumenata. Bitna stavka je da instrumenti i procedure nisu previše kompliciranI kako bi poduzećima bilo lako koristiti se njima i kako im ne bi iziskivalo neočekivane i velike troškove. Važno je obratiti pozornost da bi industrijska politika trebala biti koordinirana na razini cijele nacionalne ekonomije te da je to dugoročan proces.

U okviru ekonomske teorije, industrijska politika pripada mikroekonomiji, a unutar mikroekonomije pripada području ekonomike industrije. Ekonomiku industrije možemo definirati kao primjenu mikroekonomske teorije u analizi tržišta, industrija i poduzeća.

Podjela industrijske ekonomije na 2 grane:

- Industrijska organizacija
- Industrijska dinamika

Industrijska organizacija se bavi strukturom industrije u određenom trenutku.

Industrijska dinamika se bavi razvitkom industrija u tijeku vremena. Zadaća industrijske dinaminke su strukturne promjene, dok se analizira dinamika ponude, faktori tehnoloških promjena, faktori koji pridonose tehnološkom progresu te promjena međusobne ovisnosti poduzeća u vremenu.

Industrijska politika se preklapa sa mnogim drugim politikama na različite načine. Ona uključuje državno oblikovane mjere kako bi se ostvarili ciljevi određenih grana.

Na sljedećoj slici primjećujemo kako bi svaka promjena bilo koje ekonomske politike više ili manje utjecala na promjene industrijske politike.



Slika 1: Industrijska politika kao dio preklapajućih područja ekonomske politike

Izvor: Obadić, A.(2001): Industrijska politika kao dio ekonomske politike. Ekonomski pregled.str.650

Do izražaja dolazi mišljenje kako je ekonomska politika zapravo industrijska politika, jer sve odluke koje Vlada donosi na razini ekonomske politike, utječu na stanje u industriji. Možemo to vidjeti na primjeru mijenjanja poreza, kamatnih stopa ili carina.

Industrijska politika u okviru ekonomske politike može imati pozitivan i negativan pristup. Pozitivan se odnosi na poticanje novih industrija, proizvoda i procesa, dok se negativan pristup odnosi na zapuštanje zastarjelih resursa i tehnologija iz pojedinih proizvodnji.

2.3. Načela razmještaja u prostoru

Prostorna ekonomija danas predstavlja samostalnu ekonomsku znanost. Njezin interes i istraživanja se protežu na mnoga područja i objekte, gdje je prostor faktor ekonomičnosti. Osnovni putokaz općeg prostornog privrednog razvoja je razmještaj proizvodnih snaga te se obavlja uz osnovna načela:

1. Prostorni razmještaj treba pridonijeti osiguranju maksimalnih efekata u zadovoljenju društvenih potreba. Osnovno načelo prostornog razmještaja može se promatrati sa strane stanovništva bilo koje regionalne cjeline. Također, potrebe prostornog razmještaja i lokacija moraju biti usklađene s društvenim potrebama i elementima koji utječu na optimalnost ukupnog rezultata.
2. Potreba interregionalnog prostornog usklađenja pridonosi maksimalnom ostvarenju ekonomskih efekata te se temelji na prednostima interregionalne podjele rada.
3. Ekonomsko načelo, koje počiva na ekonomsko-političkim koncepcijama slobode i potrebama međunarodne razmjene, je uklapanje u međunarodnu podjelu rada. Razmještaj proizvodnih snaga u velikoj mjeri pomaže aktivatizaciji vanjskotrgovinskih odnosa.
4. Političko-socijalna načela djeluju na uklanjanje posljedica stihijskog razvoja i povijesnog nasljeđa, a neka od njih su: pomoć nerazvijenim krajevima, potrebe ravnomjernijeg prostornog razvoja itd.

Za prostorni razmještaj proizvodnih jedinica odlučan je razmještaj proizvodnih faktora, pogotovo sirovina i potrošnje. Na temelju toga se uočavaju zakonitosti prostorne orijentacije smještaja i razmještaja.

Prostorna ekonomija ima dva osnovna područja svoga sadržaja. Prvo se odnosi na mikroprostornu istraživačku aktivnost. Za cilj ima utvrditi optimalne lokacije smještaja u manjim i većim prostornim obuhvatima. Drugo se odnosi na makroprostornu istraživačku aktivnost i makroekonomsku domenu, a cilj je utvrditi optimalni razmještaj te međuodnos i organizaciju u prostoru.

Nadalje, imamo podjelu sadržaja prostorne ekonomije na dvije vrste modela:

a) Lokacijski modeli – bave se istraživanjem teorija i metoda za utvrđivanje optimalnih individualnih smještaja, kao i skupnih smještaja dviju ili više objekata, jedinica ili djelatnosti koji imaju iste prostorno relevantne ciljeve i lokacijske zahtjeve mikrolokacijskog obilježja
b) Prostorni modeli – ovo je mlađe područje prostorne ekonomije koje se još uvijek nalazi u ekspanziji, a odnosi se na istraživanje optimalnih razmještaja u prostoru određenih jedinica ili aktivnosti, uključivo razmještaj proizvodnih snaga te organizacije ukupnih sadržaja u jednom definiranom prostornom obuhvatu ili regiji

Lokacijski faktori su faktori koji imaju različit utjecaj na kvalitetu i optimalitet lokacijskih modela. Razlikujemo ih kako bismo utvrdili smještajne razlike u pojedinim lokacijama ili slučajevima. Dijelimo ih na: prirodne (reljef, konfiguracija zemljišta, demografski faktori, prirodna bogatstva, sirovine itd.), povijesne (tradicija, radna vještina, postojeći fiksni fondovi itd.), tehničko-ekonomske (osiguranje energijom, opskrba vodom, potrebni teren, radna snaga, tržište i prostorna struktura plasmana roba i usluga itd.), ekonomsko-političke i socijalne (načelo ravnomjernog razvoja, uklanjanje suprotnosti grad-selo, uklanjanje razlika u razvijenosti itd.) te ostale smještajne faktore (ekološki zahtjevu u ograničenja, izvanekonomski faktori).

Jedan od specifičnih oblika prostornog razmještaja privrednih i neprivrednih aktivnosti su osovine razvoja. Javljaju se kao jedinstvena prostorna cjelina na višem stupnju privredne razvijenosti. Razvojne osovine predstavljaju vezani sistem nositelja razvoja za određeno gravitacijsko područje. Takve osovine svojim djelovanjem uobličuju specifičnu regionalnu cjelinu. Oblik razvojnih

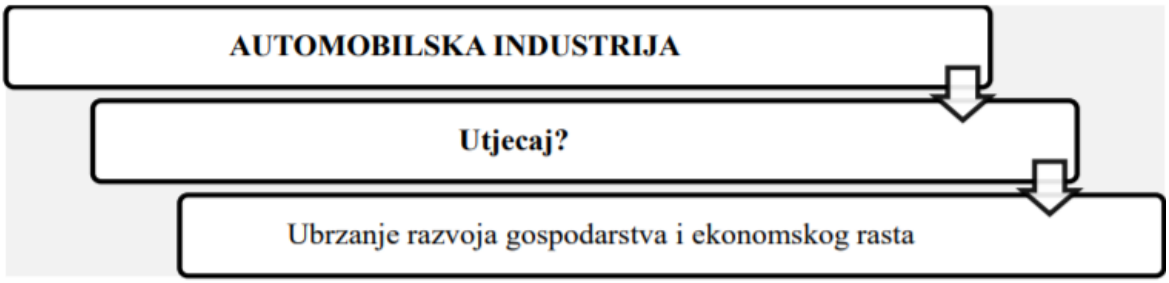
osovina prilagođen je toku konfiguracije zemljišta koja omogućuje razvoj infrastrukturne osnove. Osovine razvoja imaju dvostruko razvojno djelovanje:

- Razvojne prednosti i lokacijske prikladnosti u području osovine razvitka mogu imati kao posljedicu na ostalo regionalno područje, osiromašenje gravitirajućeg područja.
- S druge strane, mogu biti važni pokretači razvitka privrede u svom širem području. Pokretač aktiviranja privrednih resursa u gravitacijskom području je aktivna planska politika. Također je i značajan generator regionalnog razmještaja sekundarnih aktivnosti.

3. AUTOMOBILSKA INDUSTRIJA

Na evoluciju automobilske industrije utjecale su razne inovacije što se tiče komponenata vozila, goriva, društvene infrastrukture i proizvodne prakse, ali i promjene na tržištima, promjene u vezi s dobavljačima i poslovnim strukturama. Automobilska industrija predstavlja sve tvrtke i djelatnosti koje su uključene u proizvodnju motornih vozila, uključujući većinu komponenata, ali ne i gume, baterije i gorivo. To je industrija koja dizajnira, razvija, proizvodi i prodaje motorna vozila, a smatra se jednom od najvažnijih industrija u svijetu. Povezana je s mnogim industrijama kao što su industrija čelika, plastike, stakla, olova , kroma, gume, tekstila, elektroindustrije itd. Najveću sličnost ima sa industrijom čelika jer je oligopolistička, kapitalno intenzivna i zapošljava velik broj radne snage. Potrebno je naglasiti da su i automobilske kompanije dio najvećih i najsnažnijih kompanija na svijetu.

Važno je naglasiti kako je automobilska industrija strateška grana industrije te ključan faktor ubrzanja razvoja gospodarstva i ekonomskog rasta države. Ulaganjem u istraživanje i razvoj, utječe na razvoj novih tehnologija putem novih izuma i inovacija. Poticanjem svake grane znanosti, današnje motorno vozilo predstavlja spoj znanja i proizvoda mnogih znanstvenih djelatnosti.



Slika 2: Utjecaj automobilske industrije

Izvor: Leutar, N. (2018) Potražnja za automobilima na hrvatskom automobilskom tržištu; str.20.

Globalnu automobilsku industriju čine velike korporacije, koje su svoje aktivnosti organizirali na transnacionalno integriranim razinama. Pri tome se pažljivo angažiraju sa nacionalnim vladama, nekad suradnički, nekad konfliktno, kako bi poboljšali proizvodnju automobila na svom području. Tako se i rangiraju na konkurentskom tržištu.

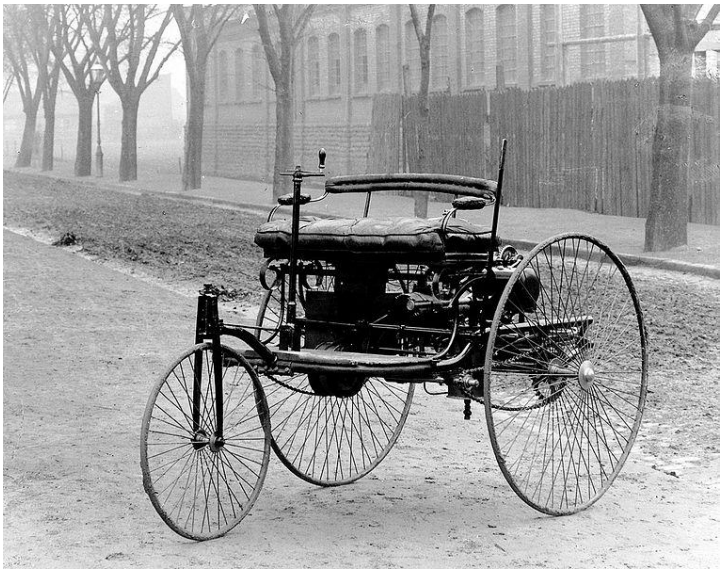
Automobilsku industriju možemo nazvati i „montažnom“ industrijom jer velik broj različitih komponenti dovodi u jedno. U središtu kruga proizvodnje automobila leži složen odnos između sastavljača vozila i dobavljača sastavnih dijelova koji čine između 50 i 70 posto cijene troškova prosječnog automobila.

Primarni cilj proizvođača je osvojiti što veći udio na svjetskom tržištu kroz brz odgovor na zahtjeve kupaca. Osnovne zadaće automobilskog tržišta su upravljanje nabavom, logistikom, distribucijom te prodajom rezervnih dijelova.

3.1. Povijest automobilske industrije

U ranim počecima proizvodnja automobila je više bila kućna radinost. Već 1600.-te godine neki povjesničari navode primjere vagona na jedra kao prvih vozila koja se pokreću bez životinja i ljudi. No, većina povjesničara smatra da je za izum automobila bio potreban razvoj motora.

Motor je razvijen kao rezultat otkrića novih medija za prijenos energije. U 1700.-tima to je bila para, a kasnije u 1800.-tima plin i benzin. Važnija povijest počinje 1876. godine u Njemačkoj kada je izumljen motor s benzinskim gorivom s unutarnjim izgaranjem. Prvi praktični automobil s benzinskim motorom stvorio je Karl Benz 1885.godine u Mannheimu u Njemačkoj. Dobio je patent za svoj automobil 1886.godine, a započeo prodaju 1888.godine nakon što je njegova supruga dokazala ispravnost automobila kada je odvozila rutu od 104 km. Dokazano je da je „kočija bez konja“ bila pogodna za svakodnevnu upotrebu. Automobil se zvao Motorwagen, imao je tri kotača, ali je kasnije s vremenom dobio i četvrti. Prodaja je slabo napredovala jer je automobil bio vrlo skup te je vrijeme od narudžbe do isporuke bilo predugo.



Slika 3: Prvi proizveden automobil u Njemačkoj

Izvor: https://povijest.hr/nadanasnjidan/prvi-pocetak-slavnog-mercedesa-benza-1844/

Između 1890.-e i 1900.-te ubrzao se razvoj automobila i učinio vozila lakšim za upotrebu zahvaljujući izumu volana i podnog gasa. Istodobno, u Americi se stvara plodno tlo za širenje automobila tako što su izdane prve vozačke dozvole, otvoreni benzinski servisi te uspostavljena prodaja automobila s kreditnim strukturama.

Najveći proizvođač kočija Studebaker počeo je proizvoditi električna vozila 1902. godine, a 1904. prelazi na motore na benzinski pogon. To je bio simbolični prijelaz sa konjskih zaprega na automobile. Za to vrijeme postojalo je još stotine malih proizvođača automobila. Kako im je bilo u cilju „osvajati“ kupce, stvorio se velik pritisak za stvaranjem novih značajki. Tako je došlo do mnogih impresivnih napredaka kao što su kočnice na sve kotače, mjenjači, električno paljenje itd.

Tih godina automobili gube izgled kočija i poprimaju izgled sličniji automobilu.

1908. godine Henry Ford stvara prvi automobil koji je pristupačan običnom građaninu – Ford Model T. 1908. se također osniva i konkurentski proizvođač automobila, General Motors. Tijekom 1910.-ih nastavlja se razvoj tehnologije i infrastrukture (ceste, prometni znakovi). Semafori su se počeli pojavljivati u SAD-u.

Henry Ford je 1913. izumio montažnu liniju te proizveo Model T preko linije. Montažna linija je možda najveći razvoj za automobilsku industriju jer se vrijeme sastavljanja uvelike smanjilo pa se tako potiče trend masovne proizvodnje koji je nastavljen sve do danas. Masovnom proizvodnjom se postigla i ekonomija razmjera. Za lakši postupak masovne proizvodnje, Ford je predstavio koncept zamjenjivih i standardnih dijelova. Usavršio je proizvodnju te tako postavio industrijske standarde pa preuzeo vodstvo u tržišnom udjelu. Tvrtka je čak imala vlastite rudnike ugljena i željeza koji su se koristili za priozvodnju te vlastiti transportni sustav.



Slika 4: Pokretna traka Henryja Forda koja je uvela revoluciju u industrijsku proizvodnju

Izvor: https://www.dw.com/hr/audi-izbacuje-pokretne-trake-iz-tvornice/a-36551030

Ključ Fordovog uspjeha je bio što je omogućio da automobil postane dostupan srednjoj klasi. Prosječan radnik je tada zarađivao 5$ dnevno, a cijena automobila je bila 300$. Svake godine je rastao broj ljudi koji su posjedovali automobil. 1920.godine svaki je trinaesti Amerikanac imao automobil, 1930. svaki peti, a 1980. svaki treći. Kao što je uobičajeno kod pojave nove tehnologije, autoindustrija je u ranim godinama doživjela kontroverze oko patenta. Najistaknutija je bila pravna borba između Forda i Udruge licenciranih proizvođača automobila. Kao rezultat formirao se prethodnik Saveza proizvođača automobila za nadzor nad sporazumom o unakrsnom licenciranju.

Proizvođači automobila se počinju spajati s drugim tvrtkama i širiti se na druga tržišta (npr. Benz i Daimler, Dodge i Chrysler, Ford i Lincoln). 1920.-ih General Motors prelazi Forda i poboljšava proces proizvodne linije uvodeći fleksibilnost u proizvodni sustav. Tako je usvojio novu strategiju za pružanje veće raznolikosti proizvoda. Razlog tome je što se Ford usredotočio na jedan model, a General Motors brzo prelazi s jednog modela na drugi.

Električni automobili su ostali u ograničenoj proizvodnji do 1920.-ih, a bili su iznimno popularni među ženama jer su bili laki za rukovanje. Jedan od dugovječnih proizvođača bio je Detroit Electric Car Company i djelovao je redovito do 1929.



Slika 4:Blatnjava cesta 1930. godine u SAD-u

Izvor: PUBLIC ROADS, From 1916 to 1939: The Federal-State Partnership At Work, raspoloživo na https://www.fhwa.dot.gov/publications/publicroads/96summer/p96su7.cfm

U SAD-u donošenjem zakona olakšavaju projekte izgradnje cesta i razvijaju nacionalni sustav cesta.

Na početku „Velike depresije“ proizvodnja automobila je bila na vrhuncu. Nakon sloma burze u SAD-u, 1929. godine, dolazi do velike gospodarske krize, no još uvijek automobilsku industriju čine male tvrtke. Do kraja „Velike depresije“ polovica tvrtki nije uspjela opstati ili su ih konkurenti preuzeli. Uočavala se razlika između Europe i SAD-a. U Europi su bili zastupljeniji manji i jeftiniji automobili, dok se u SAD-u preferiralo veća i luksuznija vozila. U SAD-u se pojavljuje „Velika

trojka“ (General Motors, Ford i Chrysler) kao strahovita snaga u autoindustriji te se 1930.-ih također razvija nekoliko novih marki vozila kao što su Ford Mercury, Lincoln Continental, Volkswagen).

Počinju se osnivati sindikati radnika u automobilskoj industriji uslijed velikih otpuštanja izazvanih depresijom i napetosti između proizvođača i radnika. Prvi sindikat (UAW) osnovan je 1935. i dalje će biti jedna od najjačih sila u 20.stoljeću u oblikovanju autoindustrije.

S Drugim svjetskim ratom dolazi novo razdoblje velikog gospodarskog rasta ove industrije i svijeta. Zaustavljena je proizvodnja automobila za građane i preusmjerena u vojne svrhe. Tvrtke su prozivodile vozila za vojsku, a takva proizvodnja je dovela do ponovnog uvođenja tehnologija poput farova i pogona na prednje kotače.

Po završetku Drugog svjetskog rata, ekonomije većine europskih i nekih azijskih pacifičkih zemalja, zahtijevale su nove poslovne i proizvodne strategije. Za primjer imamo Toyotu iz Japana koja je započela proizvodnju u pravo vrijeme. Većina prvih modela bila je slična predratnom dizajnu jer im je trebalo vremena da izrade nove dizajne i modele. Kasnije ovom strategijom „Just in time“ (JIT) uspjelo se poboljšati povrat ulaganja smanjenjem zaliha u procesu i smanjenjem knjigovodstvenih troškova.

Automobil je imao velik utjecaj na industrijsko društvo. Došlo je do transformacije gradskih tržišta radne snage pa su ljudi mogli odlaziti na udaljenija mjesta u potrazi za poslom. Dolazi i do smanjenja urbane gustoće naseljenosti jer je stanovništvo počelo naseljavati područja izvan grada. Jedan od velikih utjecaja automobila je bilo povećanje vladinih troškova koje je dovelo do ulaganja u izgradnju autocesta. Razvoj autocesta je započeo 1920.-ih, ali je zaista tek krenuo tijekom 1950.-ih. Takve moderne ceste osigurale su lakše snalaženje pučanstvu i sve je više stanovnika posjedovalo automobile. Većom upotrebom automobila povećala se i potrošnja nafte tj. benzina. Čak i danas u SAD-u 40% potrošnje energije ide na automobile.

Vozila su 50.-ih unaprijeđena mnogim inovacijama kao što su povećana sigurnost, prednji pojasevi, udobnost, oprema za grijanje, ventilacija, gorivo s višim stupnjem kompresije itd. Sve je to utjecalo na ponovni procvat autoindustrije, kao i strateška politika da se potiče osobni prijevoz, umjesto javnog.

1960.-ih slabije se ulagalo u dugoročne investicije pa dolazi do pada prodaje američkih automobila na svjetskom tržištu te američki proizvođači kreću dobivati veliku konkurenciju. 1960.-ih udio američke proizvodnje na tržištu je iznosio 72% svjetske proizvodnje, dok je 1980.-ih tek 30% iste proizvodnje. Tada najveći proizvođač postaje Japan sa markama Toyota, Nissan, Honda, Mazda, Subaru, Isuzu, Mitsubishi, a istodobno u Europi se razvijaju Volkswagen, Mercedes, BMW, Porche i Audi.

1970.-e obilježene su strogom ekološkom regulativom i naftnom krizom. U dva navrata je došlo do povećanja cijena nafte.



Slika 5: Nestašica goriva za vrijeme naftne krize 1973.

Izvor: https://autoportal.hr/vremeplov/povijest/najveca-naftna-kriza-u-povijesti-pocela-17-listopada-1973-cijena-nafte-porasla-70-posto/

To je dovelo do novog poboljšanja automobila kad se radi o potrošnji goriva i ispušnih plinova. Došlo je do izuma katalitičkih pretvarača pa su vozila počela štedjeti gorivo. Strani automobili, poput japanske Honde Civic počeli su se pojavljivati na američkom tržištu jer se povećavao interes

potrošača za automobilima koji štede gorivo zbog visokih cijena nafte i goriva. Također i vozila proizvedena u Aziji koja sui mala visoku potrošnju goriva, počinju povećavati svoj tržišni udio na razvijenim tržištima. U tom vremenu Ford i Chrysler žele zaštitu od američke vlade kako bi zaštitili svoje tržište od uvoza izvana. Jedno vrijeme je dosta proizvođača automobile radilo na poboljšanju učinkovitosti goriva, no ubrzo nakon što je gorivo opet postalo pristupačno preusmjerili su se na dizajn moćnih, udobnih vozila u koje može stati nekoliko putnika.

Također 1970.-ih računala "ulaze" u automobilsku industriju. Koriste se u automatskoj proizvodnji pa se tako omogućava proizvodnja više vozila s manje radnika.

Od 1980.-e sigurnost postaje prioritet za proizvođače i potrošače automobila. Uvedeni noviteti, poput zračnih jastuka, zatezača sigurnosnih pojaseva i protublokirnih kočnica, čine automobile sigurnijim nego ikad.

U ovom desetljeću pristupačna i ekonomična vozila nastavljaju širiti svoj udio na tržištu. Američka autoindustrija počinje gubiti tržišni udio zbog kvalitetnijih, pristupačnijih i štedljivijih japanskih proizvođača automobila. Proizvodnja automobile postaje globalizirana jer su proizvođači iz cijelog svijeta počeli sastavljati vozila. Tada lošije razvijene zemlje, ulaze na tržište, i dobivaju veliku ulogu u proizvodnji automobile. Razvijene zemlje tada gube svoj značaj jer slabije razvijene zemlje imaju zamjetno manju cijenu rada i proizvodnje kao Kina i Indija. Možemo reći kako je globalna proizvodnja revolucionirala automobilsku industriju. Proizvođači su dobili veći kapacitet za brzu infiltraciju na nova tržišta i niže troškove. Počinju se stvarati velike međunarodne korporacije, a automobili se sada proizvode po cijelom svijetu.

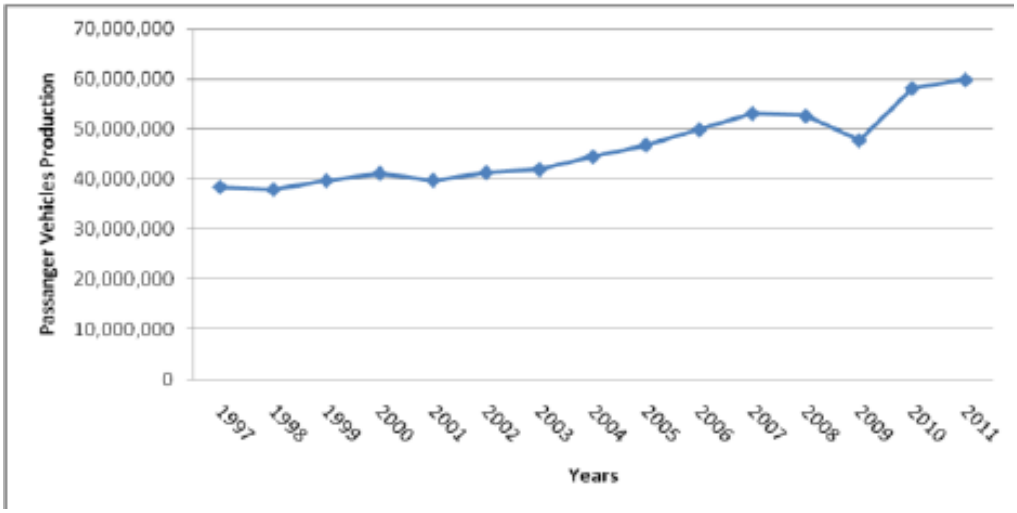
80.-ih godina proizvođači počinju stvarati više modela koristeći istu osnovnu platformu. Taj se trend zadržao sve do danas. Bez obzira na interes potrošača, proizvođači su prisiljeni koristiti istu platformu u proizvodnji vozila. To znači da veličina karoserije treba biti jednaka, dok ih drugačijim čine elektronika, boja, tkanina, računalni dodaci te iz tog razloga nose različite cijene.

Utjecaj globalizacije nastavljen je i tijekom 1990.-ih. Dogodila su se mnoga udruživanja velikih multinacionalnih proizvođača automobile te su izgrađene velike inozemne montažne tvornice. Rezultat je bila veća raznovrsnost proizvoda na tržištu dostupnom potrošačima i povećanom konkurencijom među automobilskim igračima. Jugoistočna Azija i Latinska Amerika postaju nova specijalizirana tržišta s raznolikom bazom potrošača.

Tijekom ovog desetljeća postaju popularna velika i snažna terenska vozila. Potrošačima se svidjelo što mogu prevesti velik broj tereta i putnika. Cijene goriva su bile povijesno visoke, ali stabilne cijene plina od 1980.-ih omogućile su da se potrošači manje brinu zbog upotrebe resursa za takva veća vozila. No, kupci ionako nisu bili pretjerano zabrinuti za okoliš, ali vlade jesu. Države (npr. Kalifornija) su zahtijevale da automobili budu sigurniji za okoliš. S naglaskom na ekonomičnost goriva, mnoge su tvrtke počele proizvoditi vozila na alternativa goriva. Takva situacija dovodi do velikog tehnološkog napretka kao što su automobili koji rade na električne baterije. Krajem 1990.-ih proizvedeni su prvi hibridni automobili s električnim motorom i malim plinskim motorom. Opcije se kreću od hibrida poput Toyote Prius do priključnih vozila i automobila koji izgaraju prirodni plin ili biodizel.

Tijekom 1980.-ih, 1990.-ih i 2000.-ih, automobili počinju dobivati automatizirane značajke kao što su rezervne kamere, te se time uklanja dio nagađanja iz vožnje i olakšava samu vožnju.

Početak 21.stoljeća bio je buran za proizvođače automobila i lakih motornih vozila. Obilježen je rastom cijena nafte i Velikom gospodarskom krizom. Globalna ekonomska kriza započinje 2007.godine i dovodi do velikih financijskih problema za mnoge najveće svjetske proizvođače uzrokujući rast nezaposlenosti, pad raspoloživog dohotka i pad potražnje za automobilima. 2008.godine takav gospodarski pad potiče banke da pooštre zahtjeve za financiranjem. Veliki broj ljudi si više ne može priuštiti kupnju skupog vozila. Istodobno poskupljuje gorivo. Sklonost potrošača sa snažnih velikih vozila koji "proždiru" gorivo preusmjerena je na manje automobile koji štede gorivo. Vidimo kako rast cijene nafte utječe na kupovnu moć tržišta. General Motors 2009. čak podnosi zahtjev za bankrotom. Mnoge zemlje se još nisu izvukle iz te krize što se tiče autoindustrije. Kako je recesija odmicala, praktičnost i usredotočenost na učinkovitost goriva je ostala. Hibridi i kompaktori za ispijanje plina zavladali su cestom.

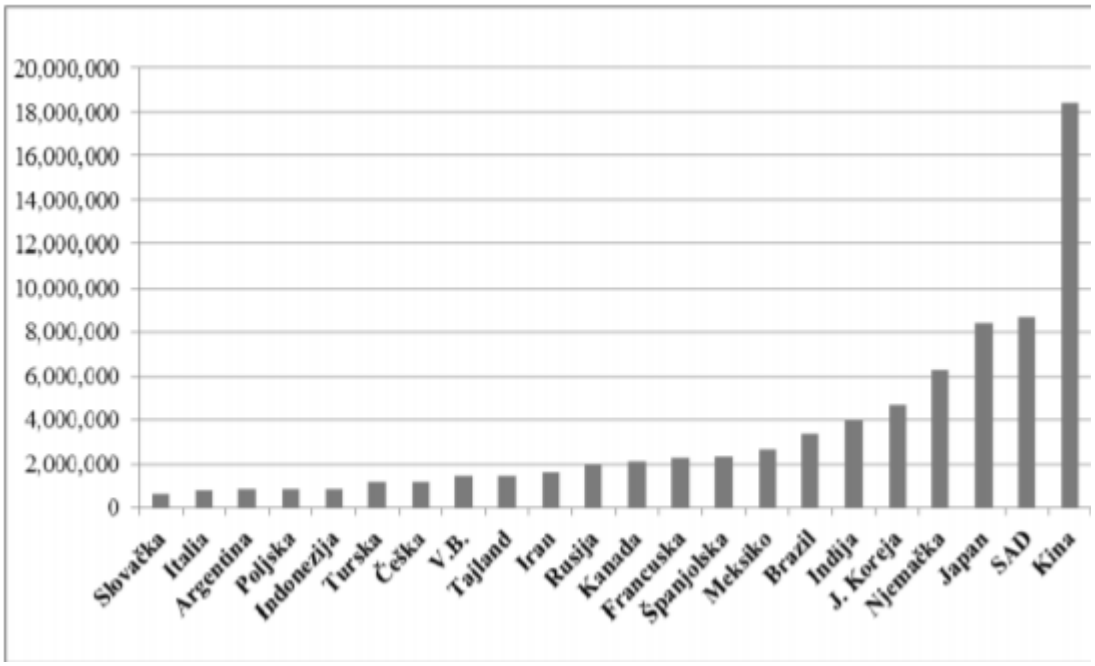


Slika 6: Svjetska proizvodnja motornih vozila od 1997. do 2011.

Izvor: https://www.researchgate.net/figure/World-Car-Production-1997-2011_fig1_267405293

2010.godine autoindustrija se oporavlja od gubitaka. Najbolja godina sve od 2007. bila je 2013. S novim radnim mjestima i više prodaje. Vozači sada imaju izbor najviše tipova vozila i dodatnih luksuznih prostora. Popularnost raste ekonomičnim i održivim automobilima, a pogotvo samostalnim vozilima i onim s internetskim uslugama.

U narednim godinama može se očekivati eksponencijalni rast na globalnom tržištu komponenata visokotehnoloških vozila.



Slika 7 : Države kao najveći proizvođači s obzirom na volumen prodaje u 2011.godini

Izvor: Bilas, Franc, Arbanas: Utjecaj aktualne ekonomske krize na stanje i perspektive razvoja Autoindustrije

3.2. Razvoj automobilske industrije u Hrvatskoj

U Hrvatskoj nikada nije zaživjela automobilska industrija. Iako nedostaju tvornice automobila, razvoj hrvatske automobilske industrije temelji se na dugoj tradiciji proizvodnje dijelova u sektorima metalne industrije, zavarivanja, proizvodnje plastike i inženjeringa. Također je ostvaren napredak u računalnoj podršci za proizvodnju automobila. Glavna odlika tvrtki koje proizvode auto dijelove je visoka kvaliteta njihovih proizvoda, te je to ujedno i glavna konkurentska prednost. Imaju tradiciju u visoko preciznoj proizvodnji sa nultom stopom tolerancije na kvarove. Više od tri četvrtine dodane vrijednosti u ovoj industriji ostvaruje se u proizvodnji dijelova za ugradnju, djelatnostima vezanim uz razvoj vozila i prateće djelatnosti.

Na hrvatskom tržištu imamo kompanije koje su se integrirale u sustav dobavljača rezervnih dijelova za velike svjetske proizvođače automobila, a to su PSA, Fiat, General Motors, BMW, Ford, Audi, Toyota, Renault, Volvo i sl. Čak 90% prihoda generira se izvozom.

Vraćanjem u povijest uočavamo kako je između i nakon svjetskih ratova nastalo mnogo automobilskih poduzeća i proizvodnih pogona. Najznačajniji su bili Tvornica motora Zagreb (TMZ) i Tvornica autobusa Zagreb (TAZ). Tvornica autobusa Zagreb osniva se 1948. godine te započinje s proizvodnjom pod imenom Autokaroserija Zagreb. 1980. godine zapošljavala je oko 1200 radnika, a godišnje bi proizvodila između 500 i 900 autobusa. Autobusi su se izvozili u Veliku Britaniju, Irsku, Dansku, Finsku, Čehoslovačku, Saudijsku Arabiju, Siriju, Zambiju, Egipat, Alžir i Narodnu Republiku Kinu. Tvornica prestaje s radom 2000.godine



Slika 7: Model autobusa TAZ Neretva

Izvor: http://galerie-autobusu.cz/Fotka~Avia~A21_TAZ_Neretva~2~1/

Đuro Đaković je strojarska grupacija iz Slavonskog Broda osnovana 1921., a bavi se proizvodnjom vagona, poljoprivrednih strojeva, tramvaja, specijalnih vozila, borbenih vozila, industrijskih pogona, mostova, auto-dijelova itd. Bila je prva tvornica koja je proizvodila vagone i vlakove na cijelom jugoistoku Europe te među prvima u svijetu sagradili most iz zavarenih konstrukcija 1939. Također prvi su na jugoistoku Europe proizveli elektromotorni vlak 1939 godine. Od vojnih vozila proizvodili su tenkove i borbena oklopna vozila na kotačima. Njezino poslovanje je prošireno i po Europi.

Postojala je i riječka tvornica pod imenom Torpedo. Poslovala je čak od 1853. godine, kao tvornica za lijevanje metala, pa sve do 1990. -ih. Sporedne tvornice i proizvodne hale nalazile su se u Đakovu i Jastrebarskom. Tijekom svog vijeka pripadala je i Italiji. Tajno je proizvodila torpeda, dok se kasnije preusmjerava na proizvodnju traktora. Za vrijeme Domovinskog rata bila je poznata po proizvodnji lakih oklopnih vozila.

2003. godine vlasnik tvrtke IPIM d.o.o. proizvodi prvi hrvatski komercijalni automobil na osnovi Kia Bonga. Automobil je bio dizajniran samo u promotivne svrhe. Njegova dužina je iznosila čak 4,5 metara, a prodavao se za 42 500 € što je bio jedan od razloga zašto se uglavnom izvozio u europske države.



Slika 8: Prvi hrvatski automobil proizvođača IPIM d.o.o.

Izvor: World's largest automobile encyclopedia , raspoloživo na https://www.allcarindex.com/production/croatia/ipim/

Godine 1992. osniva se zagrebačka tvrtka DOK-ING za proizvodnju vozila za razminiravanje, rudarska i vatrogasna vozila, a poznati su i po električnom gradskom konceptnom automobilu DOK-ING XD i Loox kojeg su proizveli 2012.godine. Godine 2015. proizvode dva električna autobusa za grad Koprivnicu. U narednim godinama počinju proizvoditi razna električna vozila, kao što su komunalna, autobuse, mopede i bicikle za inozemno tržište.



Slika 9: Električni automobil DOK-ING XD Izvor: 2010 DOK-ING XD, raspoloživo na https://www.topspeed.com/cars/others/2010-dok-ing-xd-ar136429.html

2013.godine tvrtka AZ CROBUS potpisuje desetogodišnji ugovor s Irakom u vrijednosti od 2,1 milijardu kuna. Prema tom ugovoru AZ CROBUS bi trebao isporučiti 2000 autobusa u narednih 5 godina. Svaki autobus je u vrijednost 145 000 €. Prvi autobus je isporučen iste godine.

Od 2009.godine u Svetoj Nedjelji djeluje tvrtka za proizvodnju električnih automobila, pod imenom Rimac Automobili. 2013.godine, njezin osnivač Mate Rimac, proizvodi Rimac Concept One, dvosjedni električni sportski automobil visokih performansi. Concept One je bio najbrže ubrzavajući model električnog automobila te se smatra prvim superautomobilom na struju na svijetu. Bio je prvi hrvatski automobil izveden u inozemstvo. 2016. godine prodano je svih 8 proizvedenih primjeraka. Godinu prije u Ženevi predstavljen je poboljšani Rimac Concept S.



Slika 10: Prvi autombil tvrtke Rimac Automobili -Rimac Concept One

Izvor: https://www.rimac-automobili.com/en/hypercars/concept_one/

Tvrtka također proizvodi motore i druge električne dijelove, za druge tvrtke, kao što je tekući hladni akumulator za švedski Koenigsegg za koji se smatra da je najmoćniji akumulator na svijetu. 2017. su proizvodili baterijske sustave za Aston Martin, a proizvode i gotova vozila za tvrtke poput Applus IDIADA. Tvrtka ima podružnicu pod nazivom Greyp Bikes koja proizvodi i izvozi električne bicikle visokih performansi. Greyp Bikes posjeduje trgovine u državama poput Ujedinjenog Kraljevstva, Švicarske, Luksemburga i Norveške.

Najveći domaći proizvođač autostakla, lipička tvornica Lipik Glas proizvodi vjetrobrane za Aston Martin, Alfa Romea, Bentley, Ferrari, London Electric Vehicle Company, McLaren and Spyke.

Nedavno je osnovano udruženje proizvođača auto-dijelova pod imenom AD Klaster. Usko surađuju sa Vladom RH i njezinim stručnim i znanstvenim institucijama. Udruga je neprofitna i zastupa interese svojih članova, te potiče edukacije na projektima koje sufinancira Europska unija. Tvrtke članice ovog klastera su AD Plastik, Končar-alati, Cimos i drugi, a proizvode za BMW, Mercedes i Peugeot. AD Klaster i Zajednica proizvođača dijelova i pribora za automobilsku industriju u Sektoru za industriju pri Hrvatskoj gospodarskoj komori zapošljavaju oko 6000 zaposlenika i ostvaruju prihod od preko pola milijardi eura.

Automobilska industrija 2019. godine činila je 9,5% udjela u ukupnom izvozu Hrvatske. Oko 90% prihoda automobilske industrije ostvaruje se izvozom. Danas auto-industrija u Hrvatskoj zapošljava oko 10 000 ljudi u preko 130 tvrtki.

Prednosti ulaska autoindustrije u Hrvatsku su:

- kvalitetno obrazovana radna snaga
- izvrsna infrastruktura
- blizina tržišta i pogona za proizvodnju automobila zemalja s područja zapadne i srednje Europe

Glavni nedostatci:

- slabo zakonodavstvo
- nedostatak transparentnosti
- nezdrava porezna klima
- izostanak nacionalne strategije
- paradoks o cijeni radne snage

Tržište automobila u RH ovisi o raznim varijablama i faktorima, a neki od njih su cijene naftnih derivata i mikroekonomske varijable. Prodaja automobila u Hrvatskoj svakako raste.

3.3. Značajke tržišta automobila

Potražnja za automobilima uvijek je bila nestabilna. Varijable koje utječu na potražnju za automobilima su promjene u razinama osobnog dohotka, promjene ukusa potrošača i preferencija kroz vrijeme kao i dob, spol, prosječna potrošnja automobila, cijena rezervnih dijelova, cijena benzina i sl. Nestabilna i neuravnotežena priroda potražnje i potrošnje automobila, stvara velike probleme za proizvođače. Suočavaju se sa problemima viška kapaciteta pa to rezultira promjenama kako u proizvodnji, tako i u potrošnji.

Tijekom povijesti automobilske industrije država je uvijek igrala ključnu ulogu u dva pogleda:

- određivanje stupnja pristupa domaćem tržištu, gdje je i stranim društvima dopušteno osnivati proizvodne pogone
- uspostavljanje vrste potpore koju država pruža svojim domaćim tvrtkama i mjere u kojoj država „diskriminira“ protiv stranih poduzeća

Država je također u mnogočemu uključena putem zaštite okoliša i politike sigurnosti vozila. Ima duboke implikacije kod dizajna, tehnologije i materijala koji se upotrebljavaju u automobilima pa tako i u njihovom trošku. Zakonodavstvo za kontrolu emisija otrovnih plinova postaje sve strože, no to varira od zemlje do zemlje. Zakonodavstvo i određuje standarde kvalitete koje posebna oprema automobila mora zadovoljiti.

Temeljna pokretačka snaga koja stoji iza konsolidacije među proizvođačima automobilskih komponenti je sve veći pritisak koji se vrši od strane sastavljača automobila za bržu isporuku (just in time), za isporuku po nižim troškovima i kako bi se podigla kvaliteta komponenti. Takvi pritisci su manifestirani na dva načina. Jedan je pritisak na dobavljače da uzmu više od dizajna, istraživanja i rizika od razvoja komponenti i sustava. Drugi pritisak je na dobavljača da locira zemljopisno blizu montažnih pogona. Takvi pritisci rezultiraju masovnim padom broja tvrtki dobavljača. S vremenom se precizne uloge dobavljača mijenjaju. Sustav opskrbe postaje funkcionalnije segmentiran.

Pred proizvođače se također stavljaju određeni zahtjevi i kriteriji poput sprječavanja katastrofalnih posljedica po pitanju globalnog zatopljenja te pronalazak alternativnog izvora energija kako bi se u potpunosti zamijenila nafta.

Kada veze među proizvođačima zadovoljavaju potrebe i želje potencijalnih kupaca, tada imamo niže troškove, veću efikasnosti i brži i jednostavniji transfer.

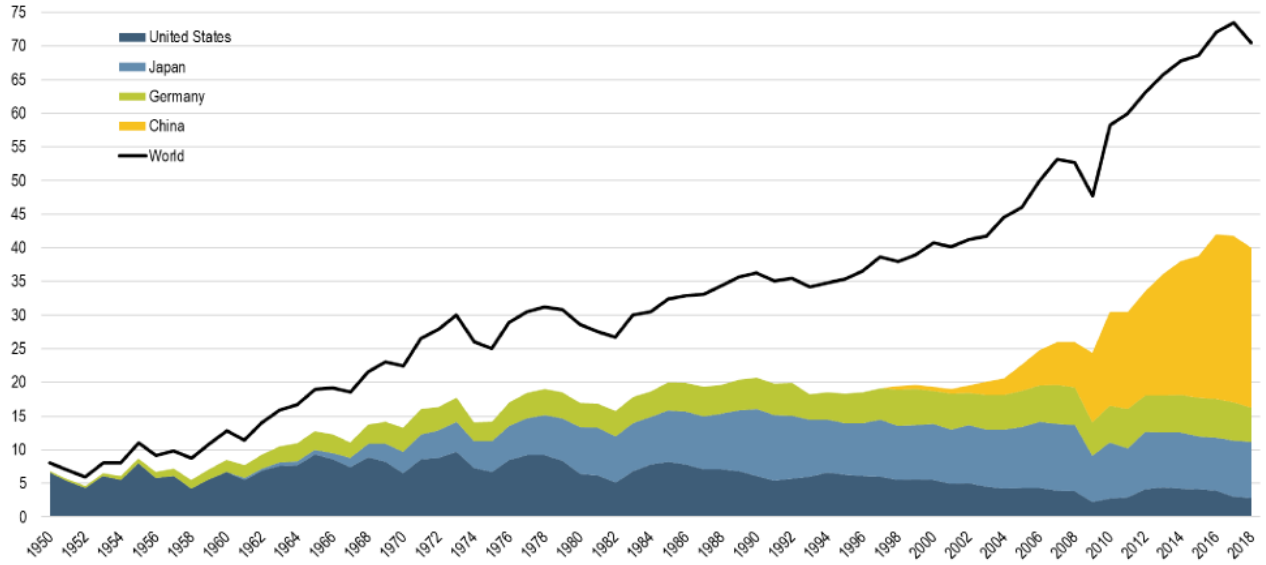
Značaj industrije leži u povezanosti s mnogim drugim proizvodnim industrijama i uslugama. Oko 8 milijuna ljudi je zaposleno izravno u proizvodnji automobila, no ako tome pridodamo broj ljudi koji su uključeni u prodaju i servisiranje vozila, dostižemo broj od 20 milijuna radnika.

Važna činjenica je da su automobili odgovorni za gotovo polovinu svjetske potrošnje nafte. Njihova proizvodnja koristi i gotovo polovicu svjetske proizvodnje gume, 25% stakla te 15% čelika svjetske proizvodnje.

Potrebno je spomenuti i negativne utjecaje automobila kao što su narušavanje kvalitete okoliša, prvenstveno zraka te velik broj prometnih nesreća.

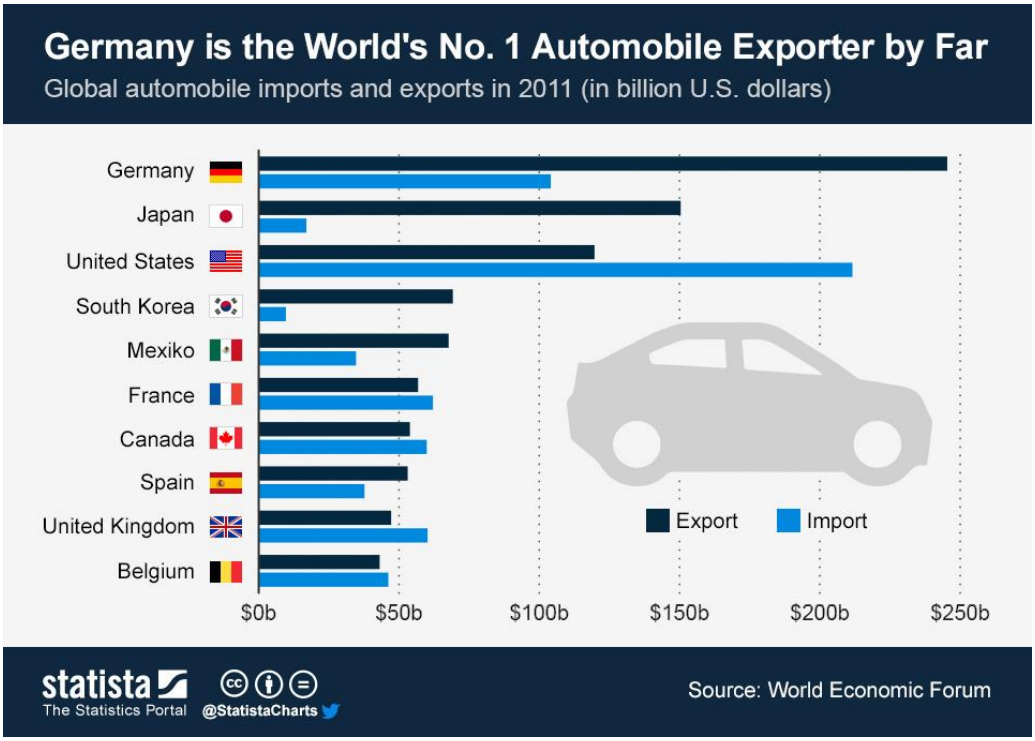
U današnje vrijeme proizvodnja i prodaja rastu, ali uz dva trenda: rast cijene nafte i veće zagađivanje okoliša.

S obzirom na lokaciju, tvrtku za neko mjesto veže: dostupnost kapitala i izvora prihoda, kreditni rejting neke tvrtke, kontakti s klijentima itd.



Slika 11: Volumen proizvodnje motornih vozila od 1950. do 2018.godine

Izvor: https://transportgeography.org/?page_id=1343



Slika 12: Svjetski uvoz i izvoz automobila 2011.godine

Izvor: https://www.statista.com/chart/1451/germany-is-the-worlds-no-one-automobile-exporter-by-far/

4. ZAKLJUČAK

Automobilsko tržište je jedno od najvećih i najvažnijih na svijetu , a automobilske kompanije spadaju u najmoćnije i najveće, sve to u odnosu na prihod i broj zaposlenih. Nijedan proizvod, izuzev računala, nije revolucionarno promijenio svijet kao što je automobil.

Vlasništvo automobila nudi neizmjernu osobnu slobodu putovanja na mjesta koja su inače nedostupna (uključujući posao, kupnju, rekreaciju). U današnjem svijetu vrsta automobila počela je biti značajka nečijeg životnog stila.

Kroz povijest automobilska industrija pokazala je izvanrednu sposobnost prilagodbe vremenima koja se mijenjaju. Proizvođači su dolazili i odlazili, ali se industrija usredotočila na stvaranje automobila koji zadovoljava potrebe potrošača.

Zamjetno je da će u budućnosti autoindustrija još više napredovati s obzirom na dosadašnju težnju za smanjenjem emisije ispušnih plinova te prelazak na alternativne izvore energije. Ekološka pitanja su trenutno najvažnija u toj industriji. Također i od velikog značaja je razvoj hibridnih i električnih automobila koja će se vjerojatno samo unapređivati jer tržište stalno raste, a tehnologija se razvija.

Velik utjecaj ova industrija ima na razvoj raznih gospodarskih grana, mnoge rade izravno ili neizravno za njezine potrebe. Takve su industrija čelika, motornih goriva, guma, stakla itd.

Već preko jednog stoljeća automobilska industrija je u masovnoj proizvodnji pa se danas to svelo na svega desetak velikih i snažnih korporacija koje imaju ogromnu burzovnu vrijednost.

U Republici Hrvatskoj automobilska industrija nije razvijena, no danas na području Hrvatske djeluje mnogo tvrtki koje su važne u proizvodnji autodijelova. Tendencija za razvoj ove djelatnosti je pozitivna.

Automobilsku industriju možemo nazvati paukovom mrežom kratkoročnih i dugoročnih tehničkih i marketinških saveza u kontinuiranom stanju toka. Važno je znati da je integralno povezana sa financijskim blagostanjem zemlje.

LITERATURA

1. Autoindustrija u Hrvatskoj, raspoloživo na http://advanta.hr/automobilska-industrija-u-svijetu-i-hrvatskoj/autoindustrija-u-hrvatskoj/
2. Automobilska industrija, raspoloživo na http://investcroatia.gov.hr/sektori/automobilska-industrija/
3. Encyclopedia Britannica (2018): Automotive industry, raspoloživo na https://www.britannica.com/technology/automotive-industry#ref65765
4. Global shift, „Wheels of change“: The automobile industry, Eleven
5. History of the Automobile Industry, raspoloživo na https://cars.lovetoknow.com/History_of_the_Automobile_Industry
6. History of Automotive Industry, raspoloživo na https://www.technofunc.com/index.php/domain-knowledge/automotive-industry/item/history-of-automotive-industry
7. Jurčić, Lj. (2011) : Kad instrumenti postanu ciljevi. Hrvatska industrijalizacija. Zagrebačka inicijativa: Perspektive. Vol.1
8. Krešić, I. (1981): Prostorna ekomija: Osnovne teorije lokacije, razmještaja i organizacije u prostoru. Informator. Zagreb
9. Lončar, J.(2011) Faktori lokacije industrije i poslovanja, PMF Zagreb
10. Navijalić, M., Završni rad, Fakultet strojarstva i brodogradnje Zagreb
11. Obadić, A. (2001): Industrijska politika kao dio ekonomske politike. Ekonomski pregled.
12. Teodorović, I. i Buturac, G. (2006): Perspektive i industrijske proizvodnje u Hrvatskoj i intraindustrijska razmjena. Ekonomski pregled.
13. Trends in the Automotive Industry, raspoloživo na https://cars.lovetoknow.com/Trends_in_the_Automotive_Industry

SAŽETAK

Jedan od najvažnijih izuma na svijetu je automobil. Tako i automobilska industrija spada u jednu od najvećih i najmoćnijih grana industrije. Ovaj rad uključuje sve, od stvaranja prvog automobila na tri kotača krajem 19. stoljeća, pa sve do 21. stoljeća, kada se pojavljuju hibridni i električni automobili. Štoviše, ovaj rad nam daje na uvid kako je na automobilsku industriju utjecala Velika Depresija, Drugi svjetski rat i naftna krizna, pa tako i Domovinski rat u Republici Hrvatskoj. Navode se zahtjevi koje su potrošači imali u određenom desetljeću te se otkriva kako se pojedinačne tvornice danas spajaju u velike i moćne međunarodne korporacije koje vladaju svjetskim tržištem.

Ključne riječi: *automobilska industrija, povijest industrije, ekonomska razvijenost, prostorni razmještaj, svjetsko tržište, tržište automobilima, proizvodnja i prodaja*

SUMMARY

One of the most important inventions in the world is the car. Thus, the automotive industry is one of the largest and most powerful branches of the industry. This paper includes everything, from the creation of the first three-wheeled car in the late 19th century, up until the 21st century, when hybrid and electric cars have appeared. Moreover, this paper explains how the automobile industry was affected by the Great Depression, the Second World War and the oil crisis, as well as the Homeland War in the Republic of Croatia. It states what kind of demands consumers had in a given decade and it also discloses how individual factories today merge into large and powerful international corporations that rule the world market.

Keywords: *automotive industry, history of industry, economic development, spatial distribution, world market, car market, production and sales*