

adeco

KORPORATIVNI MAGAZIN KOMPANIJE ADECO

INFO

www.adeco.rs
www.frizantin.com

Broj 20

BESPLATAN PRIMERAK

Oktobar 2025.



Reč stručnjaka

**LAKA KOMERCIJALNA
VOZILA I OBNOVLJIVI
IZVORI ENERGIJE**

Aktuelno

**KAKO TEKU PLANOVI
SA ELEKTRIČNIM
VOZILIMA?**

Trendovi

**DA LI ĆE KINA POSTATI
LIDER U SVETSKOJ
AUTO INDUSTRIJI?**

Saveti

**KAKO PREPOZNATI
LAŽNO MOTORNO
ULJE?**

Predstavljamo

FRAJ KOMERC

adeco

MOTORNA ULJA

SNAGA

U SVAKOJ KAPI



EELQMS

EUROPEAN ENGINE
LUBRICANTS QUALITY
MANAGEMENT SYSTEM



Proizvodnja, veleprodaja i maloprodaja: ADECO doo,
Temerinski put 109, Novi Sad, Tel. 021 678 00 80, E-mail: prodaja@adeco.rs

ADECO® **WEBSHOP**
www.adeco.rs



IMPRESUM:

Korporativni magazin kompanije ADECO doo
– Novi Sad

Urednik izdanja:

Nikola Gvozdenović
Direktor

Stručni saradnici:

dipl. ing. saobr. Miloš Gvozdenović
Direktor prodaje, marketinga i logistike
E-mail: milos@adeco.rs

dipl. ing. tehn. Milana Đuričić
Tehnički direktor
E-mail: milana@adeco.rs

Radovan Vlajković
Menadžer marketinga i razvoja
E-mail: radovan.vlajkovic@adeco.rs

Fotografije:

Adeco arhiva, Pixabay, Bigstock i Freepik

Grafičko oblikovanje i pre-press:

Jovan Nestorović,
ROSJE NESTORSON STUDIO
Ružica Nestorović PR - Novi Sad

Štampa: DIGINET, Zrenjanin

Tiraž: 500 primeraka.

List izlazi dva puta godišnje, proleće/jesen.

[ADECO doo](#)

Temerinski put 109
21127 Novi Sad
Tel. 021/678-00-80
E-mail: office@adeco.rs

Poštovani čitaoci,

Ovim dvadesetim izdanjem, obeležavamo mali jubilej našeg korporativnog magazina. Nije jednostavno da svako od 20 izdanja bude podjednako zanimljivo, ali se trudimo da svako izdanje bude posebno i da vam donese nešto novo i interesantno.

Živimo i radimo, u verovatno, jednom od najsloženijih perioda kako u društveno-političkom tako i u ekonomskom smislu u poslednjih nekoliko decenija. U takvim uslovima zaista nije jednostavno funkcionisati. Ipak i pored toga, za sada uspevamo da održimo našu poziciju na domaćem, ali i na inostranim tržištima. Novi proizvodi i stalni razvoj u svim segmentima poslovanja za Adeco ostaju prioritet.

Upravo takav je i sadržaj ovog izdanja magazina, u kome donosimo zanimljive tekstove o globalnim trendovima u auto industriji, a naravno kroz rubriku Vesti možete na najbolji način da se upoznate sa našim aktivnostima u proteklom periodu.

Biće nam veliko zadovoljstvo, ukoliko smo bar malo uspeali u našoj nameri da se, na zanimljiv i stručan način, upoznate sa nekim temama o kojima do sada niste toliko znali.

Radovan Vlajković

Menadžer marketinga i razvoja, ADECO

Sadržaj

01	VESTI
03	REČ STRUČNJAKA - LAKA KOMERCIJALNA VOZILA I OBNOVLJIVI IZVORI ENERGIJE
05	AKTUELNO - KAKO TEKU PLANOVI SA ELEKTRIČNIM VOZILIMA?
07	TRENDOVI - DA LI ĆE KINA POSTATI LIDER U SVETSKOJ AUTO INDUSTRIJI?
09	SAVETI - KAKO PREPOZNATI LAŽNO MOTORNO ULJE?
11	PREDSTAVLJAMO - FRAJ KOMERC

Prezentacija [Adeco proizvoda](#) u saradnji sa Savezom za regenerativnu poljoprivredu

U okviru EU projekta "SoilValues" je u Somboru, Savez za regenerativnu poljoprivredu (Reg Agri Srbija) organizovao druženje za sve poljoprivrednike zainteresovane za regenerativnu poljoprivredu i uvođenje novih, održivih poljoprivrednih praksi sa ciljem da se poljoprivrednicima predstave iskustva kalkulacije troškova onih koji su već prošli ili prolaze kroz isti proces. Kompanija Adeco je imala priliku da se predstavi na ovom skupu, a posebno je istaknuta saradnja koju [kompanija Adeco ima sa kompanijom Majejica Servis, u prvom punjenju maziva u traktor Majejica Fotrak MK 604C](#). Prisutnima je ovu saradnju detaljnije predstavio Radivoj Josimović - komercijalista za teren Bačke u kompaniji Adeco.



Adeco na B2B sastancima u okviru sajma „Autopromotec 2025“ u Bolonji

U organizaciji Privredne komore Srbije, a posredstvom EEN mreže Srbije, u organizaciji EEN mreže Italije, u okviru Međunarodnog sajma automoto opreme i proizvoda „Autopromotec 2025“ koji je održan od 21. do 24. maja u Bolonji, kompanija Adeco je učestvovala na B2B



sastancima. Kompaniju Adeco na ovom događaju predstavljaju Miloš Gvozdrenović - direktor prodaje, marketinga i logistike i Novak Eraković - export menadžer.

Adeco na obeležavanju 120 godina rada fabrike Majejica- Servis

Fabrika [Majejica-Servis](#) iz Bačke Planke, obeležila je 120 godina rada i povodom obeležavanja ovaj velikog jubileja organizovan je sajam na kome su učestvovali partneri ove kompanije. Na ovom događaju je i Adeco predstavio svoj [proizvodni program](#) velikom broju posetilaca koji su prisustvovali ovom događaju.

Kompanija Adeco ima odličnu saradnju sa fabrikom Majejica-Servis. Adeco maziva su zvanična maziva za traktor MAJEVICA FOTRAK MK 604C. Adeco maziva se koriste u prvoj ugradnji i zvanično su preporučena maziva za ovaj traktor.



26. Međunarodni sajam privrede u Mostaru

Razvojna agencija Srbije i Privredna komora Srbije organizovale su nastup srpskih privrednika u okviru nacionalnog štanda Srbije na 26. Međunarodnom sajmu privrede "Mostarski sajam" koji se održao u Mostaru, od 8. do 12. aprila 2025. godine.



Na zajedničkom štandu nastupila je i kompanija Adeco. „Mostarski sajam“ bio je odlična prilika da Adeco predstavi neke svoje [nove proizvode](#) kao i da uspostavi nove mnogobrojne poslovne kontakte.

Baterija-TAB Hrvatska na bjelovarskom sajmu sa Adeco proizvodima

U Gudovcu je od 27.-30. marta održan „26. prolećni međunarodni bjelovarski sajam“ na kome je nastupila kompanija [Baterija-TAB Hrvatska](#) koja je dugogodišnji distributer kompanije Adeco u Hrvatskoj.

Ovaj sajam poljoprivredne mehanizacije bio je odlična prilika da se predstavi širok [asortiman Adeco proizvoda](#). Kao jedan od vidova podrške našem distributeru, bila je i poseta Novaka Erakovića, export menadžera u kompaniji Adeco.



Lubricant Expo Europe 2025

U nemačkom gradu Dizeldorf, od 16.-18. septembra održan je [Lubricant Expo Europe](#) – najveća i najznačajnija evropska konferencija u oblasti maziva.

Kompanija Adeco je i ove godine imala svoje predstavnike, Miloš Gvozdrenović – direktor prodaje, marketinga i logistike i Milana Đuričić – tehnički direktor.

Ovogodišnja konferencija okupila je preko 4.000 posetilaca iz 80 zemalja i preko 250 izlagača. Pored izlagačkog dela, veoma su bile zanimljive i prezentacije stručnjaka iz najpoznatijih svetskih kompanija iz industrije maziva.



Malo je sličnih događaja koji na jednom mestu predstavljaju novitete u tehnologijama maziva, uključujući gotova maziva, aditive, procesnu opremu i mašine, praćenje stanja, sisteme za automatizaciju, testiranje i analizu, tehnologije podataka, opremu za proizvodnju maziva, sisteme za primenu kod krajnjih korisnika i još mnogo toga.

Sajam teretnih vozila i Dan srpskih prevoznika

Od 10.-11. septembra na Beogradskom sajmu, održana je manifestacija Sajam teretnih vozila i Dan srpskih prevoznika na kome je učestvovala i kompanija Adeco. Kompanija Adeco je u sajamskom delu programa nastupila na zajedničkom štandu sa kompanijom [GreenChem](#) gde je predstavljen kompletan asortiman Adeco maziva sa posebnim osvrtom na maziva za teretni program. Ovogodišnja manifestacija bila je odlična prilika za susrete sa partnerima, ali i za nove kontakte. Takođe, veliki broj posetilaca iskazao je veliko interesovanje za Adeco proizvodima što predstavlja još jednu potvrdu prepoznatljivosti Adeco brenda na tržištu.



Fraj Komerc i Adeco na manifestaciji „Auto moto berza“

Na ovogodišnjem sajmu „Auto moto berza“, koji je održan na Novosadskom sajmu od 5.-7. septembra, Adeco je na štandu svog distributera [Fraj Komerc](#) predstavio svoj proizvodni asortiman, sa posebnim akcentom na grupu maziva koja su namenjena teretnim vozilima. Na ovom događaju posetioci su imali priliku da vide i da se upoznaju sa bogatom ponudom automobila i opreme, druže se sa ljubiteljima motociklizma i teretnih vozila kao i da uživaju u mnoštvu aktivnosti koje su spremili izlagači. U tom smislu manifestacija je bila odlična prilika za promociju [Adeco maziva](#) među posetiocima ove manifestacije.





LAKA KOMERCIJALNA VOZILA I OBNOVLJIVI IZVORI ENERGIJE

Sektor lakih komercijalnih vozila igra vitalnu ulogu u evropskom transportu, sa više od 30 miliona kombija na putevima samo u EU. Koriste se za isporuke, trgovinu i usluge, uključujući prevoz robe, opreme i ljudi, kompanije i organizacije svih oblika i veličina oslanjaju se na laka komercijalna vozila. Ipak, uprkos ovoj zavisnosti, usvajanje održivih rešenja za maziva i gorivo i prelazak na obnovljive izvore energije je sporo.

Da li ste znali da ogromna većina (90,7%) ovih vozila ima dizel pogon, dok je samo 0,8% električno? Kako svet teži ka zelenijim rešenjima, razumevanje dinamike tržišta lakih komercijalnih vozila u Velikoj Britaniji i Evropi je neophodno za kreiranje efikasnih budućih ekoloških i ekonomskih politika.

Uprkos rastu električnih vozila (EV) kojima upravljaju potrošači, tržišni udeo električnih lakih komercijalnih vozila ne raste tako brzo kako su se nadale i vlade i aktivisti za zaštitu životne sredine. U stvari, smanjuje se u nekim oblastima, što ukazuje na jaz između ambicija politike i

tržišne realnosti. Faktori poput visokih cena, straha od dometa i logističkih briga vezanih za infrastrukturu za punjenje, nažalost doprinose ovom trendu. Za kreatore politike, ovo pokreće pitanja o efikasnosti trenutnih podsticaja i potreba za alternativnim ili komplementarnim rešenjima.

Nažalost, prelazak na električna laka komercijalna vozila biće spor, ali rešenja koja optimizuju njihovu efikasnost su spremna za upotrebu već sada. Težnja ka tome da postojeće vozne parkove učine održivijim premostila bi vezu između fosilnih goriva i obnovljivih izvora energije, omogućavajući napredak u budućnosti. Optimizacijom potrošnje goriva, pametnim rešenjima za rutiranje i korišćenjem naprednih tehnologija maziva kako bi se održala maksimalna efikasnost goriva tokom celog životnog veka vozila, sprečavajući propadanje usled habanja, operateri lakih komercijalnih vozila mogu postići održivi put tranzicije. U međuvremenu, infrastruktura potrebna za veće usvajanje biogoriva i električnih vozila može da nastavi da se razvija.

Identifikacija optimalnog alternativnog goriva

Laka komercijalna vozila su ključni deo transporta već nekoliko decenija i to sada podstiče preko potrebnu diskusiju o tome kako ovaj kritični sektor može postati održiviji, kako sada tako i u budućnosti. Za menadžere vozničkih parkova, koji traže održivija rešenja, i kreatore politike zadužene za postavljanje zelenije agende, budućnost tržišta lakih komercijalnih vozila će verovatno uključivati kombinaciju tehnologija i strategija.

Postoje kontinuirana ulaganja u energiju sa niskim sadržajem ugljenika, a biogoriva se dugo reklamiraju kao odgovarajuća i održiva zamena za ograničena fosilna goriva. Dobijena iz organskih materijala, kao što su biljke, alge ili životinjske masti i otpad, biogoriva su obnovljivi izvori energije koji smanjuju emisije.

Međutim, iako su prednosti biogoriva i energije sa niskim sadržajem ugljenika svima vidljive, a neke opcije smanjuju emisije i do 86%, one dolaze po visokoj ceni. Neka biogoriva trenutno koštaju najmanje dvostruko više od dizela, a trenutni obim proizvodnje nije dovoljan da zadovolji potražnju na tržištu. Na primer, potrebno je više etanola nego benzina da bi se proizvela ista količina energije. U industriji gde su marže profita često male, ovi visoki troškovi verovatno čine biogoriva manje atraktivnom opcijom za mnoga preduzeća.

Aktuelna rešenja

Iako će prelazak na električna i biogoriva vozila potrajati, postoje rešenja koja će poboljšati održivost lakih komercijalnih vozila već sada. Nekada je postojalo biogorivo čija je cena bila slična dizelu. Hidrotretirano biljno ulje se proizvodi dodavanjem vodonika biljnim uljima, životinjskim mastima ili korišćenom ulju za kuvanje. Ovaj proces razgrađuje postojeće molekule i ponovo ih gradi, stvarajući konzistentan lanac ugljenika. Hidrotretirano biljno gorivo nudi smanjenje neto emisije gasova staklene bašte i do 91% štedeći do 2,26 kg ugljenika po sagorelom litru.

Međutim, hidrotretirano biljno gorivo je postalo skupo. Nažalost, uprkos tome što je pogodno za sve dizel motore, cena ovog goriva je porasla na 2 evra + PDV po litru. Zbog toga je manje atraktivna alternativa fosilnim gorivima.

Možda su atraktivnije alternative za sadašnjost rešenja koja produžavaju vek trajanja lakih komercijalnih vozila. S obzirom na neizbežno povećanje oslanjanja na laka komercijalna vozila, imperativ je da vozila koja pokreću dizel i benzin održe svoju inherentnu efikasnost potrošnje goriva i da se zamenjuju što je ređe moguće. Jedan obećavajući i dokazan put leži u razvoju specijalizovanih visokoefikasnih maziva, koristeći tehnologiju bakarnog filma. Ova maziva su dizajnirana da minimiziraju trenje i habanje, smanje potrošnju energije i produže vek trajanja komponenti vozila. Ovo ne samo da smanjuje operativne, popravke i održavanje, već i minimizira neplanirane zastoje.

Kontinuirana održivost za zeleniju budućnost

Putovanje ka održivijoj budućnosti za evropski sektor lakih komercijalnih vozila zahteva i hitnu akciju i dugoročnu viziju. Iako je široko rasprostranjeno usvajanje električnih i vozila na biogorivo još uvek u toku, pragmatična rešenja koja poboljšavaju efikasnost postojećih vozničkih parkova spremna su za primenu već danas. Prihvatanjem alternativna poput hidrolizovanih maziva i visokoefikasnih maziva, menadžeri vozničkih parkova i kreatori politike mogu premostiti jaz između sadašnjosti i zelenije budućnosti, smanjujući emisije i produžavajući vek trajanja vozila i njihovih komponenti.

Pronalaženje puta ka tome da evropska laka komercijalna vozila budu održivija može biti izazovno, ali je takođe puno mogućnosti. Investicije u napredne tehnologije goriva i razvoj infrastrukture mogu to učiniti stvarnošću. Ova tranzicija ne samo da će podržati industriju u ispunjavanju ekoloških ciljeva, već će i ojačati njenu ekonomsku održivost.

adeco

**MAZIVE MASTI
U NOVOM
PAKOVANJU**

**VIŠENAMENSKE
LITIJUMOVE MAZIVE MASTI
U PAKOVANJU OD 400g**

L2 L2EP2

VIŠENAMENNA LITIJUMOVA MAZIVA MAST
MULTIPURPOSE LITHIUM GREASE

neto 400g

Proizvodnja, veleprodaja i maloprodaja: ADECO doo,
Temerinski put 109, Novi Sad, Tel. 021 678 00 80, E-mail: prodaja@adeco.rs

ADECO® WEBSHOP **KUPI ONLINE**
www.adeco.rs



KAKO TEKU PLANOVI SA ELEKTRIČNIM VOZILIMA?

Teško je zamisliti način na koji će svet dostići svoje neto nulte klimatske ciljeve, osim ako ljudi ne odustanu od automobila na benzin i dizel, imajući u vidu činjenicu da drumski saobraćaj čini oko 15% emisija gasova staklene bašte.

Vlade su godinama unazad nudile velikodušne subvencije kako bi podstakle vozače da pređu na električna vozila (EV). Kako su cene padale i tehnologija se poboljšavala, tako su automobili sa nultom emisijom postajali sve popularniji.

Sve više, proizvođači automobila počeli su da obnavljaju fabrike i nude širi izbor električnih vozila da bi zadovoljili potražnju, a cene ovakvih vozila približavale su se cenama automobila koji koriste fosilna goriva. Sve to stvaralo je utisak da bi era motora sa unutrašnjim sagorevanjem mogla da se završi ranije nego što se očekivalo.

Međutim, tržište električnih vozila postaje sve nestabilnije. Vlade mnogih zemalja počele su da smanjuju finansijske podsticaje za kupce električnih vozila, što je uticalo na usporavanje rasta prodaje. Automobilska industrija sve više preispituje svoje investicione planove koji su bili zasnovani na brzom prelasku na električnu energiju.

Potražnja u Evropi i Severnoj Americi je smanjena, iako Kina nastavlja da beleži rast. Kina je bila glavni pokretač, sa 59 odsto globalne prodaje, ne računajući komercijalna

vozila. Prelazak na električna vozila u Evropi i SAD je još od prošle godine praktično krenuo unazad, jer su automobili koji koriste fosilna goriva imali veći udeo u ukupnoj prodaji.

Tržišni udeo automobila na baterije u Evropi je počeo da se smanjuje. U Nemačkoj, kao najvećem tržištu na Starom kontinentu, prodaja električnih vozila je u drastičnom padu. Neki proizvođači automobila u Evropi sada upozoravaju da bi mogli dobiti kazne vredne milijarde evra ako ne budu mogli da ispune ambiciozne klimatske ciljeve EU, zbog pada prodaje EV.

Kada je nastupio prvi talas električnih vozila, proizvođači su vozačima ponudili jedinstvenu priliku da budu među prvim korisnicima ovakvih vozila, ali vozači koje je trebalo kasnije privoleti bili su svesniji troškova.

Uz to, pojavio se i problem broja tj. dostupnosti stanica za punjenje na putevima. To je posebno izraženo u SAD, gde su lokacije za punjenje električnih vozila grupisane u gradovima i duž istočne i zapadne obale.

Jedan od najvećih uzroka pada prodaje u Evropi je ukidanje vladinih subvencija. Bez njih, električna vozila ostaju preskupa u poređenju sa klasičnim automobilima. Takođe, potpuno električna vozila su u proseku za 30% skuplja u Evropi i za 27% u SAD.

Neki od proizvođača, kao što su GM, Ford, Mercedes-Benz, Volvo i Toyota, korigovali su svoje planove u vezi sa električnim vozilima. To je učinio čak i Tesla, proizvođač koji je učinio mnogo da električna vozila postanu popularna među vozačima i više ne ističe svoj cilj o 20 miliona isporučenih električnih vozila godišnje do 2030. Volkswagen takođe smanjuje svoju proizvodnju.

Kineski proizvođači stekli su prednost u EV tehnologiji i prestižu evropske brendove u Kini, najvećem svetskom tržištu električnih vozila. Osim toga, uprkos tarifama, uspeali su da se probiju na tržište Evrope, gde su donedavno bili slabo prisutni.

Ovim usporavanjem nisu pogođeni samo proizvođači automobila, već i dobavljači odnosno proizvođači baterija. Evropski proizvođač baterija, Northvolt AB, gubi 20 odsto svoje radne snage širom sveta i pauzirao je planove za širenje upravo zbog usporavanja potražnje.

Pritisak koji postoji na globalnom nivou kako bi se unapredila elektrifikacija drumskog transporta dove je do

sukoba između evropskih i američkih proizvođača sa konkurencijom iz Kine.

Prednost Kine u pogledu cena je upadljiva i odnosi se pre svega na cenu baterija koja je u Kini znatno povoljnija u odnosu na Evropu i SAD. Zanimljivo je da kineski proizvođači već predstavljaju novu generaciju baterija od natrijuma, kojeg ima u većim zalihama od litijuma i manje je sklon zapaljivanju.

Vlade nekih zemalja, uznemirene zbog aktuelnog pada potražnje za električnim vozilima, sada vagaju da li da vrte svoje finansijske podsticaje za kupce. Pritom, sav posao koji su proizvođači automobila obavili kako bi rekonfigurali svoje fabrike za proizvodnju EV - znači da su sve bliže ponudi šireg izbora pristupačnijih modela kako bi privukli neodlučne kupce.

Neki optimistični scenariji idu u prilog rasta tržišta električnih automobila u Evropi. Da li će tako i biti, ostaje nam da vidimo.



FRIZANTIN[®]

tečnost za hladnjake



www.frizantin.com

Proizvodnja, veleprodaja i maloprodaja: ADECO doo,
Temerinski put 109, Novi Sad, Tel. 021 678 00 80,
E-mail: prodaja@adeco.rs

ADECO[®] WEBSHOP
www.adeco.rs



DA LI ĆE KINA POSTATI LIDER U SVETSKOJ AUTO INDUSTRIJI?

Kapacitet kineskih električnih vozila uskoro će odgovarati ukupnoj kineskoj domaćoj potražnji automobila, a ukupni kineski proizvodni kapaciteti već su preko polovine ukupne globalne potražnje za automobilima.

Kina ima, prema Njujork tajmsu, kapacitet za proizvodnju preko 40 miliona godišnje automobila sa motorom sa unutrašnjim sagorevanjem.

Goldman Sachs smatra da bi Kina trebala da ima kapacitet da proizvede nešto blizu 25 miliona električnih vozila do kraja 2025. godine, pošto se proizvodnja trenutno povećava za blizu 4 miliona automobila.

Prema navodima „Njujork tajmsa“, Kina sada ima neverovatne kapacitete za snabdevanje preko polovine globalnog tržišta automobila, što je obično oko 90 miliona automobila godišnje.

Kinesko tržište iznosi oko 25 miliona automobila, i ne raste – tako da rastuća domaća prodaja električnih vozila progresivno oslobađa kapacitete za izvoz motora sa unutrašnjim sagorevanjem. Domaća potražnja za tradicionalnim automobilima će verovatno biti znatno ispod 10 miliona automobila sledeće godine, obzirom na ogroman pomak ka električnim vozilima koji je sada u toku u Kini.

Drugačije rečeno, Kina trenutno ima kapacitet da proizvede dva puta više od sopstvene domaće potražnje i brzo

povećava taj kapacitet zahvaljujući brzom ekspanziji svog sektora električnih vozila. Stoga ima skoro neograničen potencijal za izvoz.

Ovo stvara pretpostavke za potencijalnu revoluciju u globalnoj proizvodnji.

Kina je od izvoza od milion automobila godišnje u 2020. prešla na izvoz od 6 miliona automobila godišnje 2024. godine.

Trenutno ništa osim politike, ne sprečava izvoz još 6 miliona ili čak 12 miliona automobila. Kina ima kapacitet da proizvede toliko dodatnih automobila, a njena brodogradilišta grade kapacitete za njihov globalni izvoz.

Istorijski gledano, tržište automobila je uglavnom bilo regionalno. Većina automobila prodatih u Kini proizvedena je u Kini, većina automobila koji se prodaju u Evropi proizvodi se u Evropi, većina automobila koji se prodaju u Severnoj Americi proizvodi se u Severnoj Americi, itd. SAD jesu uvezle nekoliko miliona automobila iz Azije, a Kina je uvezla oko milion luksuznih automobila iz Evrope, ali to su bili pre izuzeci nego pravilo.

To bi se moglo promeniti, bez velikih ograničenja na uvoz kineskih automobila (kao što je carina od 100 odsto koju SAD sada naplaćuju na električna vozila uvezena iz Kine).

Globalno tržište sa ogromnim viškom kapaciteta u kineskom sektoru motora sa unutrašnjim sagorevanjem

(ICE), ogromnim proširenjem kapaciteta u kineskom sektoru električnih vozila, neograničenim kreditima od kineskih državnih banaka, i kineskim juanom koji je slabiji u odnosu na dolar nego što je bio još 2008. zalaže se da globalna proizvodnja automobila postane više nalik globalnoj proizvodnji elektronike, sa koncentracijom globalne proizvodnje u jednom regionu ili bolje rečeno u jednoj zemlji.

Prekomerni kapaciteti u kineskom automobilskom sektoru, u stvari i nisu toliko novi.

Kineskim tradicionalnim automobilskim sektorom dominirala su zajednička preduzeća formirana od strane velikih stranih firmi i njihovih (obično u državnom vlasništvu) kineskih partnera. Kineska potražnja za automobilima je uzela maha nakon globalne finansijske krize, a globalne firme su odgovorile masovnim širenjem svojih kineskih proizvodnih kapaciteta – pošto je samo nemačko tržište bilo zainteresovano za plaćanje carine od 25 odsto i snabdevanje kineskog tržišta iz inostranstva.

„Wall Street Journal“ je objavio da je kinesko tržište bilo previše snabdeveno: „Kina sada ima dovoljno fabrika da napravi 43 miliona automobila, ali će ove godine proizvesti manje od 29 miliona, prema konsultantskoj kući PwC. Dok se i strani i domaći proizvođači automobila nalaze pod pritiskom, usporavanje je najviše pogodilo one koji pogrešno čitaju tržište. Sada se ovi proizvođači automobila suočavaju sa bolnom dilemom: napustiti te velike investicije ili investirati još više da preokrenu umiruće fabrike u neizvesno vreme na ključnom tržištu.“

Još 2019. godine, Njujork tajms je izveštavao da je jedna od Fordovih kineskih fabrika radila sa samo jednom petinom kapaciteta.

Ta prekomerna ekspanzija u tradicionalnom automobilskom sektoru bila je podstaknuta zajedničkim poduhvatima sa stranim firmama koje su precenjivale budući rast potražnje u trenutku kada je kineska država bila usred usaglašenih napora da izgradi svoju „autohtonu“ industriju električnih vozila i baterija.

Strani posmatrači u početku nisu bili impresionirani ovim naporima, ali Kina sada proizvodi većinu svetskih električnih vozila i skoro polovinu svih Tesla automobila.

Kineska industrija električnih vozila poput EV industrije u SAD-u i Evropi u početku je dobila značajnu podršku države. Kineski proizvođači električnih vozila su imali koristi od subvencija koje su izgradile kinesku industriju baterija kao i pristup najjeftinijem čeliku na svetu.

EV kompanije su imale koristi od jeftinog državnog finansiranja i injekcije kapitala iz bezbroj državnih fondova i zajmova državnih banaka.

Štaviše, Kina je bila prilično eksplicitno protekcionistička u primeni svojih „potrošačkih“ subvencija za električna vozila.

Samo električna vozila koja su se nalazila na državnim listama kvalifikovanih vozila su imala pravo na subvenciju, a subvencija je davana samo za automobile koji su napravljeni u Kini. Njujork tajms je o ovome pisao još 2019. godine: „Jedna od glavnih zabrinutosti je kinesko insistiranje da električni automobili imaju baterije koje se proizvode u Kini, a ne iz uvoza. Lokalne subvencije za električna vozila, koje iznose čak 9.000 dolara po automobilu, dostupne su samo za automobile sa baterijama koji su proizvedeni u Kini. Subvencije su pomogle da Kina postane daleko najveće svetsko tržište za električne automobile, pa su proizvođači automobila požurili da prebace svoje mreže dobavljača u Kinu.“

Državna podrška nije ni na koji način nestala kako je kineska EV industrija uzela maha.

Kompanija Tesla je dobila veoma izdašan paket podsticaja uključujući izuzetno povoljan zakup, finansiranje od državnih banaka po povoljnim kamatnim stopama i posebnu poresku stopu od 15 procenata – za otvaranje prodajnog salona u Šangaju. Slična je situacija i sa ostalim kompanijama u Kini.

Najuspešniji domaći proizvođači električnih vozila u Kini, postaju globalni, bez sumnje uz značajnu direktnu i indirektnu državnu podršku.

Istorija podrške Kine njenom sektoru električnih vozila je važna jer druge zemlje razmatraju kako da zaštite svoje sektore od kineske konkurencije. Nema sumnje da se kineska EV industrija razvila uz velike direktne i indirektno subvencije.

Ono što je još upečatljivije je da su investicije koje su izgradile kineske EV kapacitete došle na tržište koje je već bilo zasićeno kapacitetima moderne proizvodnje automobila. Ta vrsta ulaganja se ne bi dogodila bez državnih smernica i podrške koja je bila namenjena i razvoju domaće kineske industrije i podršci zelenoj tranziciji koja bi smanjila kinesku zavisnost od uvoza fosilne energije. To je bio rezultat politike koju je vodila centralna vlada i koju su finansijski podržavali svi nivoi vlasti.

Uspeh Kine u izvozu električnih vozila takođe je bio i rezultat uspostavljanja kineskog lanca snabdevanja umešto oslanjanja na uvezene delove.

Tesla dobija 90 odsto delova za svoju fabriku u Šangaju iz Kine i izvozi oko četvrtine svoje proizvodnje, ako ne i više.

VW zamenjuje kineske delove za uvezene nemačke delove kad god je to moguće i verovatno želi da zameni kineske delove u svojoj nemačkoj i globalnoj proizvodnji.

Ako svetske kompanije mogu da se takmiče sa kineskim firmama samo korišćenjem kineskih baterija i kineskih delova, to će uništiti veći deo automobilske industrije Evrope i Severne Amerike.

Ipak, kada se sve činjenice uzmu u obzir, teško je ne biti impresioniran tempom transformacije Kine u globalnog izvoznika automobila.



KAKO PREPOZNATI LAŽNO MOTORNO ULJE?

Teško je identifikovati da li se radi o originalnom motor-
nom ulju ili o falsifikatu. Falsifikatori se veoma trude da
njihovi proizvodi izgledaju što uverljivije.

Ovo su elementi koji pomažu da se identifikuje pravo mo-
torno ulje, jer se falsifikatori fokusiraju na izgled i zane-
maruju svojstva.

Izgled ulja

Originalno motorno ulje je uvek providno i bez nečistoća.
Proizvodnja motornog ulja uključuje različite procese za
prečišćavanje proizvoda od bilo koje nečistoće. Prisustvo
nečistoća ili prljavštine može ukazivati na to da imate
lažni proizvod.

Boja motornog ulja

Boja motornog ulja može se razlikovati od proizvoda do
proizvoda. Međutim, falsifikatori obično pokušavaju da
naprave kopije skupih visokokvalitetnih proizvoda kako
bi maksimizirali svoj profit. Vrhunska motorna ulja često
imaju svetlo žućkastu ili medenu boju. Sa druge strane,
lažno motorno ulje obično bude tamnije boje zbog kori-
šćenja baznih ulja nižeg kvaliteta.

Miris

Motorna ulja obično nemaju jedinstven miris. Proizvod
koji ima zagušljiv miris može biti falsifikat.

Viskozitet

Lažno motorno ulje je uglavnom gušće od originalnog.
Falsifikatori pokušavaju da koriste gušća bazna ulja kako
bi njihove kopije izgledale slično. Ljudi koji koriste odre-
đenu vrstu maziva duže vreme su sposobniji da vide da li
postoji razlika u konzistenciji.

Kako izbeći kupovinu lažnog motornog ulja?

Motorno ulje je kao štit koji štiti motor. Ugrožavanje kva-
liteta motornog ulja nikada ne završava dobrim rezultati-
ma. Da biste osigurali da imate visokokvalitetno motorno
ulje za svoj automobil, trebalo bi da:

Proverite prodavca od koga kupujete ulje

Internet prodavnice omogućavaju skoro svakome da pro-
daje svoje proizvode na njihovim platformama. Izbega-
vajte kupovinu motornog ulja od nepoverljivih prodavaca.

Pokušajte da kupujete od proverenih prodavaca u poznatim prodavnicama i izbegavajte sumnjive prodavnice čak i ako je cena primamljiva. Takođe možete direktno kontaktirati i proizvođača.

Proverite bocu kada menjate ulje

Na mestu gde vršite zamenu ulja, proverite bocu kako bi ste bili što sigurniji u proizvod koji koristite.

Kupujte u renomiranim prodavnicama auto delova i auto servisima

Pouzdan prodavac brine o svojoj reputaciji i teško bi svoju reputaciju ugrozio zbog dodatne zarade.

Zašto je lažno motorno ulje jeftinije?

Glavni atribut je sposobnost promene nivoa viskoziteta na različitim temperaturama. Kada se ulje podvrgne toplotnim promenama, menja se njegov viskozitet. Viskozitet se povećava kada se ulje zagreva i opada kako se hladi. Da bi se obezbedila funkcija motornog ulja u motoru, proizvođači dodaju aditive u ulje.

Sastav ulja obično ima 75% do 95% baznog ulja i 5% do 25% aditiva. Procenat dodatih aditiva zavisi od vrste i kvaliteta baznog ulja. Visokokvalitetna bazna ulja zahtevaju manje aditiva i obrnuto.

Aditivi su najskuplji sastojak. Falsifikatori menjaju sastav i koriste manje aditiva ili ih dodaju u nižim koncentracijama. Rezultat je proizvod koji ima slične vizuelne atribute i različita svojstva.

Efekti lažnog motornog ulja

Korišćenje lažnog motornog ulja loše utiče na motor. Falsifikatori mogu koristiti bilo koje bazno ulje i dodati pogrešnu koncentraciju aditiva. Ne postoji kontrola kva-

liteta proizvodnje, nema garancije da proizvod ispunjava međunarodne standarde.

Nije jednostavno objasniti kako lažno motorno ulje može uticati na automobil. Navešćemo samo neke od posledica korišćenja lažnog motornog ulja.

Povećano habanje delova motora

Lažno motorno ulje nižeg viskoziteta nema sposobnost efikasnog podmazivanja delova motora. Brzina kretanja delova motora bez odgovarajućeg podmazivanja može povećati stopu habanja. Vremenom, ovo može izazvati ozbiljna oštećenja motora, što na kraju rezultira kvarom motora.

Smanjenje performansi automobila

Motorno ulje višeg nivoa viskoziteta može poremetiti protok ulja u motoru uzrokujući nedovoljno podmazivanje. Nedostatak podmazivanja motora povećava otpor i potrošnja goriva raste.

Pregrevanje motora

Jedna od važnih uloga motornog ulja je da apsorbuje toplotu iz motora i da ohladi motor. Sposobnost apsorbovanja i prenosa toplote duboko je povezana sa sastavom ulja. Korišćenje motornog ulja kod automobila koji nema sposobnost da apsorbuje toplotu može dovesti do pregrevanja motora.

Zaključak

Vodite računa o kvalitetu motornog ulja koje koristite. Obratite pažnju na boju motornog ulja, viskozitet, miris, aditive, pakovanje i cenu, a kako biste što efikasnije prepoznali lažno motorno ulje. Korišćenje originalnog motornog ulja obezbeđuje optimalne performanse i dugovečnost vašeg vozila.



MOTORNNA ULJA ZA TERETNA VOZILA



Odobreno od:
• Daimler Truck
• Volvo

ADECO® WEBSHOP
www.adeco.rs





FRAJ KOMERC

[Fraj komerc](#) iz Sombora je pouzdan distributer motornih ulja i maziva renomiranih proizvođača. Specijalizovani smo za prodaju Shell i Adeco ulja i maziva koja se koriste u poljoprivredi, transportu, auto-industriji i industrijskim postrojenjima.

Naša misija

Naša misija je da klijentima – bilo da su u pitanju privredni subjekti ili fizička lica – obezbedimo visokokvalitetne proizvode, stručnu podršku i brzu, profesionalnu uslugu. Posebnu pažnju posvećujemo savetovanju kupaca pri izboru najadekvatnijih ulja i maziva, čime doprinosimo dužem veku i pouzdanijem radu mašina i vozila.

Šta nudimo

- Širok asortiman Shell i [Adeco ulja i maziva](#);
- Prodaja na veliko i malo;
- Stručno savetovanje i tehnička podrška;
- Brza i pouzdana isporuka.

Naše prednosti

Zahvaljujući kombinaciji stručnosti, pouzdanosti i odgovornog pristupa, Fraj komerc se pozicionirao kao stabilan partner na tržištu. Naš cilj je dugoročna saradnja i zadovoljstvo klijenata kroz stalno unapređivanje ponude i usluge.



[FRAJ KOMERC](#)

Školska 3, 25000 Sombor
Republika Srbija
Tel: 066 484 120

adeco

MAZIVA



ZVANIČNA MAZIVA ZA TRAKTOR MAJEVICA FOTRAK MK 604C

ADECO maziva koriste se u prvoj ugradnji i zvanično su preporučena maziva za traktor MAJEVICA FOTRAK MK 604C



adeco

SPREJEVI

VRHUNSKOG KVALITETA ZA RAZLIČITE NAMENE

• **MULTI GREASE** • **A/C CLEANER** • **CHAIN LUBRY** • **SILICONAX**

VIŠENAMENSKA LITIJUMOVA
MAST U SPREJU

ZA ČIŠĆENJE AUTO I KUĆNIH
KLIMA UREĐAJA

ZA PODMAZIVANJE LANACA
I OSTALIH METALNIH DELOVA

SILIKONSKI SPREJ

• **EXPRESS START** • **EXPRESS REMOVER** • **BRAKE CLEANER**

ZA LAK START MOTORA

OTPUŠTA I PODMAZUJE

ČISTAČ KOČIONIH SISTEMA



Proizvodnja, veleprodaja i maloprodaja: ADECO doo,
Temerinski put 109, Novi Sad, Tel. 021 678 00 80, E-mail: prodaja@adeco.rs

ADECO® **WEBSHOP**
www.adeco.rs

