

Hrvatsko tržište jabuka

Sažetak

Prema ekspertnim procjenama proizvodnja jabuka godišnje u RH iznosi oko 40 000 tona. Stabilnost domaće proizvodnje ograničena je rizicima vremenskih nepogoda. To se prije svega odnosi na tuču, mraz, velike količine oborina, te djelomično i sušu. U domaćoj proizvodnji najzastupljenija sorta je Idared, zatim slijede Jonagold, klonovi i Zlatni Delišeš. Od domaćih ponuđača najzastupljenije su jabuke iz Zagrebačke županije koja proizvodi polovicu hrvatske proizvodnje (oko 200 000 tona) te iz Međimurja i Slavonije.

Dio potreba domaćeg tržišta za jabukom namiruje se iz uvoza. Ukupan uvoz jabuka u 2006. godini bio je 21 tisuću tona i zadnje tri godine zadržava se na približno istoj razini. Najveća količina jabuka iz uvoza dolazi u razdoblju od 21. veljače do 14. rujna kada je ponuda jabuka iz domaće proizvodnje smanjena.

Kvaliteta jabuka na hrvatskom tržištu najčešće se ocjenjuje kao osrednja. Gledajući prema sortama najviše se prodaje Idared, zatim slijede Zlatni Delišeš i Jonagold, te potom Granny Smith, Gloster te ostale jesenske sorte. Ljetne sorte jabuka (Gala i Elstar) prodaju se u manjim količinama. Procjenjuje se da neće doći do većih promjena u preferenciji sorata jabuka na domaćem tržištu. Međutim, ipak se procjenjuje lagani pad potražnje za Idaredom i Glosterom te rast potražnje za Jonagoldom, Granny Smithom i Breburnom.

Potrošnja jabuke u Hrvatskoj iznosi oko 15 kilograma po stanovniku godišnje od čega oko 80% opada na tržišnu potrošnju. Prodaja jabuka je oko 52 tisuća tona godišnje odnosno oko 370 milijuna kuna godišnje. Jabuka se najviše troši u jesenskim (listopad - prosinac) i proljetnim mjesecima (ožujak - svibanj). Na potrošnju najviše utječe zamjenjivost s bananom i narančom te drugim sezonskim voćem. Prema stručnom mišljenju samo manji postotak kupaca na domaćem tržištu poznaje sorte jabuka. Prema ekspertnim mišljenjima, kupci rangiraju obilježja jabuka slijedećim redoslijedom: kvaliteta, cijena, podrijetlo, ambalaža i izlaganje, marka i način proizvodnje.

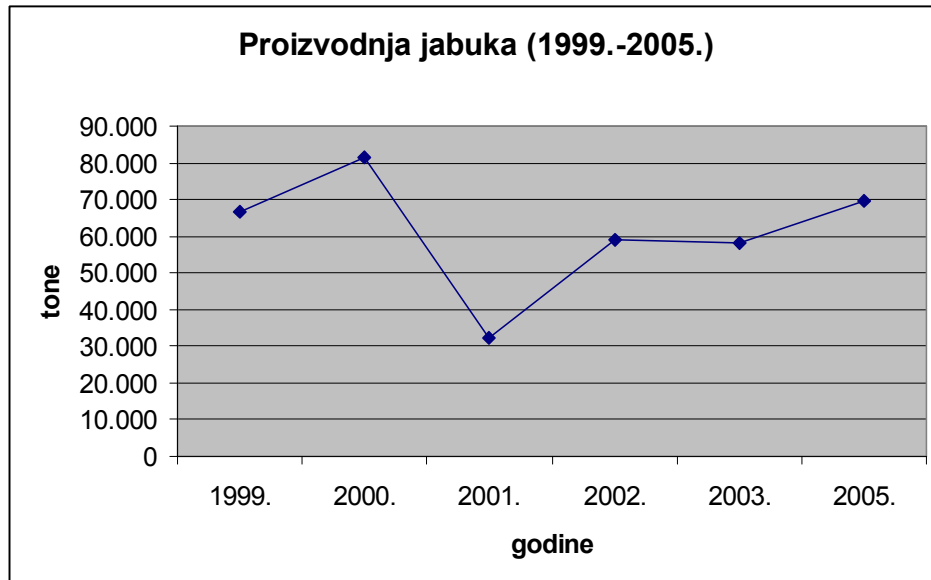
Proizvodnja i prodaja

Prema ekspertnim procjenama proizvodnja jabuka godišnje u RH iznosi oko 40 000 tona. Stabilnost domaće proizvodnje ograničena je rizicima vremenskih nepogoda. To se prije svega odnosi na tuču, mraz, velike količine oborina, te djelomično i sušu. U domaćoj proizvodnji najzastupljenija sorta je Idared (cca. 65 %), slijedi Jonagold i klonovi (svaki po cca 15 %) i Zlatni Delišeš (cca. 10 %). Preostalih cca. 10 % sortimenta je: Gala, Elstar, Granny Smith, Melrose, Gloster i dr.

Od domaćih ponuđača najzastupljenije su jabuke iz Zagrebačke županije koja proizvodi polovicu hrvatske proizvodnje (oko 200 000 tona) te iz Međimurja i Slavonije. Navedene

regije imaju i najveći potencijal za opsluživanje zagrebačkog tržišta, ali su si i međusobna konkurencija.

Graf 2. Proizvodnja jabuka u RH (1999.-2005.)



Izvor: DZS

Uvoz jabuka

Dio potreba domaćeg tržišta za jabukom namiruje se iz uvoza. Ukupan uvoz jabuka u 2006. godini bio je 21 tisuću tona i zadnje tri godine zadržava se na približno istoj razini. Prosječna uvozna cijena jabuke bila je 1,11 kn/kg što je gotovo polovica cijene koju su dobivali domaći proizvođači. Oko 90 % uvezene jabuke uvozi se iz Poljske, Slovenije, Italije i Austrije. Najveća količina jabuka iz uvoza dolazi u razdoblju od 21. veljače do 14. rujna kada je ponuda jabuka iz domaće proizvodnje smanjena. Razlog tomu je ograničena mogućnost čuvanja (skladištenja) te sortiranja i pakiranja. Upravo u ovom razdoblju na domaće tržište dolaze uvozne jabuke koje su ispravno čuvane i pripremljene za tržište.

Prednosti jabuka iz uvoza je u boljoj kvaliteti (izgled, boja, svježina), pakiranju (sortiranje, kalibraža, ambalaža) i pouzdanosti ponude (lakša nabavka, manje kala, lakše čuvanje). Prednosti domaće jabuke su domaće podrijetlo i blizina tržišta. Pretpostavka za veću zastupljenosti domaće jabuke na hrvatskom tržištu je poboljšanje upravo onih svojstava, kod kojih uvozne jabuke imaju prednost. To se prvenstveno odnosi na kvalitetu, sortiranje i pakiranje.

U nadolazećim godinama očekuje se postupno smanjivanje carinske zaštite domaće proizvodnje sukladno daljnjoj liberalizaciji svjetske trgovine (WTO). S druge pak strane članstvom u EU ukidaju se sve carinske pristojbe za zemlje članice EU-a. Istovremeno Hrvatska nastoji povećati proizvodnju jabuku potičući sadnju novih nasada. Da je danas Hrvatska članica zajedničkog EU tržište proizvođačka cijena jabuka bila bi niža 20 – 30%.

Potrošnja i potražnja

Potrošnja jabuke u Hrvatskoj iznosi oko 15 kilograma po stanovniku godišnje od čega oko 80% opada na tržišnu potrošnju. Prodaja jabuka je oko 52 tisuća tona godišnje odnosno oko 370 milijuna kuna godišnje.

Jabuka se najviše troši u jesenskim (listopad - prosinac) i proljetnim mjesecima (ožujak - svibanj). Na potrošnju najviše utječe zamjenjivost s bananom i narančom. Na potrošnju jabuke utječe i drugo sezonsko voće (breskva, kruška, mandarina, jagoda, trešnja i dr.).

Prema stručnom mišljenju samo manji postotak kupaca na domaćem tržištu poznaje sorte jabuka. Većina kupaca sklona je kupovini domaćih jabuka ukoliko zadovoljavaju kvalitetom. Manji dio kupaca 10 - 20 % preferira jabuke označene markom, ali za njih su spremni platiti nešto višu cijenu samo ukoliko je marka vezana uz kvalitetu. Prema ekspertnim mišljenjima, kupci rangiraju obilježja jabuka slijedećim redoslijedom: kvaliteta, cijena, podrijetlo, ambalaža i izlaganje, marka i način proizvodnje.

Kvaliteta jabuka na hrvatskom tržištu najčešće se ocjenjuje kao osrednja. Gledajući prema sortama najviše se prodaje Idared, zatim slijede Zlatni Delišes i Jonagold, te potom Granny Smith, Gloster te ostale jesenske sorte. Ljetne sorte jabuka (Gala i Elstar) prodaju se u manjim količinama. Procjenjuje se da neće doći do većih promjena u preferenciji sorata jabuka na domaćem tržištu. Međutim, ipak se procjenjuje lagani pad potražnje za Idaredom i Glosterom te rast potražnje za Jonagoldom, Granny Smithom i Breburnom.

Struktura branše

Najvažniji igrači na domaćem veleprodajnom tržištu jabuka je Konzum, zatim Fragaria, Vrni, Gomolava i PZ Zagrebački voćnjaci.

U maloprodaji još do prije dvije do tri godine najvažniji prodajni put bile su tržnice na malo. Međutim procjenjuje se da su trgovački lanci preuzeli vodstvo na ovom dijelu tržišta i već danas imaju udjel između 35 i 40% ili između 18 i 21 tisuće tona godišnje. U trgovačkim lancima se nudi desetak standardnih sorti jabuka. Ipak, ponuda nije ujednačena te se razlikuje kvalitetom jabuke, cijenom, načinom izlaganja te asortimanom. Cijene jabuka u trgovinama slijede prosjek cijena ostalih proizvoda tako da u pravilu "skuplje" trgovine drže i veću cijenu jabuka. U trgovinama s višim cijenama se u pravilu

prodaje jabuka dobre kvalitete. U trgovinama s nižim cijenama jabuke kvaliteta je u prosjeku nešto slabija.

Na tržnicama jabuku nude proizvođači jabuka te trgovci. Kvaliteta i asortiman jabuke su raznoliki. Najveći dio ponude bazira se na jabuci iz vlastite proizvodnje te na jabuci koja dolazi sa zelene tržnice. Cijene jabuka na tržnicama su nešto više od prosjeka cijena jabuka u trgovinama. Posebice se to odnosi na jabuke koje prodaju trgovci. Međutim ove jabuke su u većini slučajeva bolje kvalitete.

U voćarnama se nudi jabuka koja je uglavnom vrlo dobre kvalitete. Voćarne u pravilu imaju širi asortiman. Cijene su u prosjeku za 20-30% više od cijena u trgovačkim lancima.