



NAUČNI I STRUČNI RADOVI

Dr Krešimir Pažur
Institut za slatkovodno ribarstvo — Zagreb

Domaće tržište u slatkovodnom ribarstvu

I EKONOMSKI POLOŽAJ RIBARSKIH ORGANIZACIJA

Jugoslavenska poslijeratna privredna kretanja pokazuju veliku dinamičnost, naročito u investicionom pogledu. Tako je bilo godina kad se je u Jugoslaviji investiralo i do 35% od nacionalnog dohotka. U mirnodopskoj svjetskoj ekonomici nisu poznate tako visoke stope odvajanja od nacionalnog dohotka u investicije.

U slatkovodnom ribarstvu do 1962. godine investicije u nove ribnjačarske površine bile su neznatne. Najrječitije o tome govori podatak da su te iste godine ribnjačarske površine bile manje nego godine 1939. kad je bilo 13 ribnjačarstava većih od 50 ha, sa ukupnom površinom od 7749 ha. Nešto više ulagano je u modernizaciju ribnjačarstva, što je dovelo uz primjenu novih naučnih metoda u praksi, do znatnog porasta produktivnosti rada — gotovo 3 puta većeg od predratnog.

Ozbiljnija investiranja u proširenje kapaciteta počinju poslije 1962. godine, a naročito poslije 1964. Podaci o tom proširenju su sljedeći:

Godina	ha	1961. — 1969. god. index 1961 = 100
1961.	7.200	100
1962.	7.470	104
1963.	8.375	115
1964.	8.859	123
1965.	10.961	152
1966.	12.028	167
1967.	13.660	190
1968.	16.128	224
1969.	18.534	257

Izvor: Za 1961 — 1967 Statistički bilten — Stočarstvo i ribarstvo,

Za 1968. i 1969. procjena.

Vidimo, da je u proteklih 9 godina površina šaranskih ribnjaka više nego udvostručena, čime se je donekle nadoknadilo ono što je propušteno u periodu

1) Dok je u periodu 1947 — 1961 rasla proizvodnja po jedinici površine, kasniji porast proizvodnje moramo zahvaliti prvenstveno povećanju ribnjačarskih površina. Sa stanovišta produktivnosti rada prvi period je ekonomski interesantniji, što se vidi i po tome da ribnjačarstva nisu imala gotovo nikakvih finansijskih teškoća. Prve se finansijske teškoće javljaju u vezi s forsiranom izgradnjom, premda one ni izdaleka nisu jednake sa teškoćama u drugim granama.

1947 — 1961. Naravno izgradnjom novih ribnjaka narasla je i proizvodnja ribe, no ne kao u ranijem periodu — sa tako visokom stopom produktivnosti po jedinici površine.

Obzirom da prema procjeni predvidivo povećanje šaranskih ribnjaka može ići na oko 45.000 ha kod današnjeg nivoa tehnologije, odnosa cijena u poljoprivredi i drugih uzroka (ing. J. Bauer: »Ribnjačarstvo Jugoslavije«, referat za Kongres o vodama, Beograd, 1969.) smatramo da je do sada izgrađeno otprilike polovica raspoloživih šaranskih ribnjaka. Preostaje, dakle da se izgradi još jednom tolika površina. Nemoguće je dati bilo kakovu prognozu o rokovima u kojima bi se izgradile preostale površine, jer to ovisi o velikom broju raznih faktora koje danas nije moguće sagledati.

Poznato je, da svaku investicionu aktivnost treba pratiti i potreba za odgovarajućom robom. Proizvodnja robe bez određenog tržišta koje će tu robu potrošiti nebi imala nikakvog smisla i bilo bi prosto rasipanje novaca. U ekonomskoj politici jedne zemlje, doduše, uvijek je korisno da postoje izvjesne rezerve u proizvodnim kapacitetima premda je to dvosjekli mač sa stanovišta poduzeća koje ulaže sredstva u izgradnju tih kapaciteta a na njih plaća anuitete i kamate kao da su kapaciteti u punom pogonu. Za svaku privrednu organizaciju je, dakle, od vitalnog interesa da svoje kapacitete iskorištava u čim većem postotku, jer će time jedinica proizvoda biti manje finansijski opterećena. U slatkovodnom ribarstvu je danas situacija takva da proizvodni kapaciteti nisu u potpunosti iskorišteni, nego su gledajući kroz višegodišnji prosjek — na nivou od oko dvije trećine. Ako analiziramo uzroke takve situacije, naći ćemo ih prvenstveno u ograničenom plasmanu ribe na tržištu.

Poznata je činjenica, da su proizvodnja i potrošnja ekonomske kategorije koje su međusobno u uskoj vezi. Jedna može stimulirati razvitak druge, ali isto tako i usporavati. U koliko je proizvodnja mala a potreba za njom veća, to će pozitivno djelovati na razvitak proizvodnje. U obratnom slučaju izgrađeni kapaciteti se neće u potpunosti iskorištavati, pa naravno ni izgrađivati novi. Naravno da će deficit u proizvodnji također djelovati pozitivno na nivo i stabilnost cijena. Međutim, u nas baš nije uvijek tako. U jugoslavenskoj investicionoj politici stalno je pri-

sutna tendencija da se investira čak i u evidentnim slučajevima kad postoje znatni neiskorišteni kapaciteti, premda bi bilo ekonomski logično da se ta sredstva najprije aktiviraju za povećanje produktivnosti rada (intenzifikacija proizvodnje), stvaranjem većeg dohotka, veće efikasnosti uloženi sredstava, rentabilnosti, ekonomičnosti, itd.

I slatkovodno ribarstvo nije potpuno imuno od te bolesti. Dokaza, da nam ribnjaci nisu u potpunosti iskorišteni ima već više. Dovoljno je reći da je već godine 1961. bila poznata tehnologija uzgoja šarana kojom se je mogla postići proizvodnja od gotovo 2000 kg/ha, kod čega je sigurno da bi proizvodnja od 1500 kg/ha bila potpuno rentabilna. Pa ipak su vrlo rijetka ribnjačarstva koja u pojedinim godinama postižu tu prosječnu proizvodnju. Jugoslavenski prosjek je još uvijek znatno niži, premda bi se bez nekih znatnih teškoća moglo proizvoditi znatno više. Prema podacima Poslovnog udruženja privrednih organizacija slatkovodnog ribarstva »Kornatexport« i ankete autora prosječna produktivnost na šaranskim ribnjacima po jedinici eksploatacione površine (1 ha) bila je poslije 1961. godine sljedeća:

Godina	Proizvodnja kg/ha	index 1961. = 100
1961.	987	100
1962.	935	95
1963.	950	96
1964.	964	98
1965.	1000	101
1966.	1190	120
1967.	1143	116
1968.	973	99

Ne računajući proizvodnu godinu 1968. koja je bila ekstremna po lošim uvjetima za privređivanje u ribarstvu, podaci o prosječnoj produktivnosti, koji se odnose na cca 90% jugoslavenskih ribnjačarstava dokazuju naprijed iznešenu tvrdnju o nepotpunom korištenju ribnjačarskih kapaciteta. Mišljenja smo, da osnovni uzrok leži prvenstveno u usklađenosti proizvodnih mogućnosti sa prodajnim kapacitetima. Treba, međutim, reći da ta pojava doduše nije izolirana u jugoslavenskoj privredi, gdje postoje čitave grane sa daleko većim izgrađenim kapacitetima od realnih tržišnih mogućnosti.

Konstatacija da se znatno veće količine ribe od proizvedenih ne bi mogle prodati zbog premalih tržišnih kapaciteta, međutim ne znači da su u Jugoslaviji i objektivne potrebe za mesom ribe tako niske. Naprotiv, potrošnja ribe u Jugoslaviji je na vrlo niskom stupnju — kreće se perioda 1955 — 1966. na nivou od svega 1,3 — 1,7 kg per capita, od čega otpada na slatkovodnu ribu 0,5 — 0,8 kg. Potrebe za ribljim mesom, kao visokovrijednom bjelančevinastom namirnicom su objektivno vrlo velike. No one se zbog nedovoljno razvijene trgovačke mreže, specijalizirane za promet ribom, u sadanjem momentu ne mogu realizirati. Nedovoljna razvijenost kapaciteta za plasman ribe jedno je od uskih grla koje koči puniji razvoj slatkovodnog ribarstva.²

Potrebno je, dakle, čim prije uskladiti disproporcije između proizvodnih i prodajnih kapaciteta u ribarstvu. To je moguće tek nakon poduzimanja znatnih napora jer slatkovodno ribarstvo u cjelini gledajući je danas (kao manje-više i cijela jugoslavenska privreda) u nepovoljnijoj ekonomskoj situaciji nego ranije. Ono je počelo sa investicionom aktivnošću, za razliku od nekih drugih favoriziranih grana, u pe-

riodu kad su finansijski uvjeti postali znatno teži nego u doba investiranja iz administrativnog perioda.

Navodimo nekoliko faktora koji su otežali te uvjete:

— stepen inflacije u periodu 1964. — 1968. bio je znatno usporen, što je dovelo do toga da su se krediti znatno teže otplaćivali nego u ranijem periodu kad su skokovi cijena imali sve karakteristike tzv. galopirajuće inflacije;

— ribnjačarstva su ušla u nove investicije sa malim akumuliranim vlastitim sredstvima, tek toliko da se osigura vlastito učešće, bez ozbiljnog rezervnog fonda, pa rezultati samo jedne slabe godine (1968.) mogu izazvati ekonomske potrebe i dovesti privrednu organizaciju, pa i čitavu granu na donju granicu solventnosti;

— nije dostignut nivo proizvodnje predviđen u investicionim elaboratima pa su niži i svi ostali ekonomski efekti, dok su anuiteti, naravno, ostali isti bez obzira na nivo proizvodnje;

— povećana proizvodnja ribe zbog izgradnje novih ribnjaka primorala je ribnjačarstva da počnu ulagati u vlastitu trgovačku mrežu, jer trgovina nije pokazala nikakvog interesa da sama izgradi takvu mrežu. Pojavili su se i troškovi ekonomske propagande kojih ranije nije bilo;

— prilikom integracionih zahvata (što je također zahvatilo i slatkovodno ribarstvo) znatno su povećani upravni troškovi na ribnjacima, apsolutno i relativno, unatoč toga što bi po ekonomskoj logici trebali biti smanjeni. Integracioni zahvati sa poljoprivrednim organizacijama uopće nisu bili najstrenije rješenje za ona ribnjačarstva gdje su provedeni, jer su ekonomski momenti došli u drugi plan;

— cijena ribe u maloprodaji pokazuje manji trend porasta od kretanja troškova proizvodnje što također smanjuje akumulativnu sposobnost ribnjačarstva;

— bankovni krediti za izgradnju ribnjaka dobivaju se danas, doduše, znatno lakše nego ranije, ali su zbog navedenih razloga otežani uvjeti otplate. Osim ekstremnih slučajeva kamatna stopa iznosi 1 — 2% na period od 15 do 30 godina. Visoka je kamatna stopa za opremu a također i za povremena obrtna sredstva.

Svi iznešeni razlozi (postoje vjerojatno i još neki) prouzrokovali su da je period visoke akumulativnosti jugoslavenskog šaranskog ribnjačarstva prošao i da nailazi period kad će se na ribnjacima morati voditi računa o svakom pojedinom elementu koji djeluje na formiranje cijene koštanja. Prelomna godina, smatra se da je bila 1968. kada su se prvi puta počeli javljati ribnjaci koji su u svojim bilansama iskazivali gubitke ili poslovali na granici rentabilnosti. Do tada je to bio samo izuzetan slučaj uvjetovan faktorom čiji je uzrok bio izvan ekonomike i tehnologije na ribnjačarstvu.

Treba, doduše, uzeti u obzir da je u 1968. godini hidrološka situacija bila jedna od najnepovoljnijih u posljednjih 20 godina. Neka ribnjačarstva, kod kojih je problem vode jedan od limitirajućih faktora u proizvodnji (usko grlo), nisu mogla u optimalno vrijeme — pa čak ni cijele godine — napuniti sve površine sa vodom. Naravno da je ta situacija imala znatni utjecaj na sve ostale proizvodne i finansijske rezultate, što je uz ranije navedene faktore samo još pogoršalo situaciju. Srećom, takva se hidrološka situacija prema iskustvu i podacima hidrometeorološke službe javlja svega jednom u 20-tak godina, ali ju je ipak trebalo dočekati barem sa obilato napunjenim rezervnim fondovima.

II STANJE NA TRŽISTU RIBOM

a) Tendencije u potrošnji

Danas se u svijetu ulovi više riba (uračunavajući i meso kitova) nego što se proizvede mesa toplokrvnih životinja. Do nedavno nije bilo tako jer ulov ribe

²) O stanju naše prehrane animalnim artiklima vidi pobliže članak autora: »Mogućnost prehrane slatkovodnom ribom u Jugoslaviji i vrijednost ribe kao živežne namirnice — Referat sa II Jugoslavenskog kongresa o prehrani, Ribarstvo Jugoslavije broj 4/1969.

bilježi znatno brži porast, nego proizvodnja mesa toplokrvnih životinja. Ulov ribe je naročito porastao nakon II svjetskog rata kad se svake godine ulovi po nekoliko milijuna tona ribe više od prethodne. Ovakvo nagla ekspanzija u ulovu i potrošnji ribe uzrokovana je u prvom redu njenom prihvatljivom cijenom, što proizlazi iz činjenice da za ulov ribe nije potrebna po ljoprivredna površina (osim u ribnjacima što je u svjetskim razmjerima zanemarujuće) zbog proizvodnje repromaterijala kao kod stoke. Zbog toga riba može cijenom uspješno konkurirati mesu, uz već poznate prehrambeno-medicinske kvalitete ribe u čemu nema nikakve razlike u odnosu na meso toplokrvnih životinja.

SVJETSKI ULOV RIBE

1938.	1948.	1955.	1956.	1957.	1958.	1959.	1960.
21,0	19,6	28,9	30,4	31,5	33,2	36,7	40,0

IZVOR: FAO, C 69/2, PART I, august 1969, str. 77.

U razdoblju 1948 — 1968. ulov ribe i drugih vode-
nih životinja narastao je za 227% sa daljnom tenden-
cijom takvog porasta. Ulov riba se godišnje povećava
u prosjeku za preko 2 milijuna tona, što po zem-
ljinom stanovniku iznaša oko 0,75 kg!! Naravno da
ovakovo povećanje ulova prati i odgovarajuće pove-
ćanje potrošnje ribe, doduše ne sve za direktnu pre-
hranu ljudi jer se oko 25% prerađuje u riblje bra-
šno, ali je van svake sumnje da je i potrošnja ribe
per capita enormno porasla. Naglo povećanje ulova
bilo je moguće jer ga je pratilo i odgovarajuće po-
većanje svih pratećih kapaciteta kao što su rashladni
uređaji, transportna sredstva, prerada, a naravno i
proširenje tržišta, ekonomska propaganda, marke-
ting itd., jer bez svega toga ne bi bilo ni moguće
utrošiti tolike nove količine ribe koje su se u tako
kratkom roku pojavile na tržištu. Vidimo dakle, da
problem forsiranog proširenja kapaciteta za promet
ribom nije neka naša specifičnost, nego da je taj
problem u proteklih 20 — 25 godina upravo bio rje-
šavan u svjetskim razmjerima i to na posve zadovo-
ljavajući i jedino mogući način: masovnom izgrad-
njom trgovina sa kompletnim uređajima za hlađenje,
jakom ekonomskom propagandom i naučnom obra-
dom tržišta, širokim asortimanom ribe sa cijenom
prihvatljivom za najširi krug potrošača.

U nas, nažalost, revoluciju u tehnologiji uzgoja
šarana ne prati i odgovarajuće proširenje tržišnih ka-
paciteta. Otud kod proizvođača svake godine nervoza
zbog straha od mogućnosti neprodanih količina riba.
Dogovori o cijeni se ne poštuju, trgovci (ne svi) dik-
tiraju cijenu proizvođačima, sklapaju se separadni
(tajni) aranžmani i sl., ukratko na tržištu vlada čes-
to anaroidna situacija, što samo povećava nervozu
kod proizvođača, koji i snosi glavni rizik.

Do takvog stanja na tržištu dolazi zbog nedovolj-
nih kapaciteta trgovačke mreže za promet ribom.
Prošla su vremena kad su ribnjačarstva proizvela sve
ga nekoliko hiljada tona ribe godišnje od čega je o-
ko 1800 tona bilo izvezeno na vanjsko tržište kratko
vrijeme nakon završetka proizvodne kampanje, a os-
tatak se je bez teškoća prodao na domaćem tržištu.
To vrijeme danas pripada prošlosti. Riba se i u nas
proizvodi u znatno većim količinama koje postojeća
trgovačka mreža nije u stanju prodati za nekoliko
mjeseci a ni postojeće tržište apsorbirati, dok su u
isto vrijeme izvezene količine pale ispod 1000 tona i
nema nekih indikacija o jačem povećanju izvoznih
količina. Za ribnjačarstva se postavlja imperativni za-
datak proširenja prodajnih mogućnosti na domaćem
tržištu šta je moguće postići jedino na dva načina:
stvaranjem novih prodavaonica na još neobrađenom
ili nedovoljno obrađenom tržištu, i prodajom ribe
kroz veći dio godine. Naravno da uz otvaranje novih

Nema, dakle, nikakvog razloga da i u našoj zemlji
riba ne postane ozbiljan konkurent mesu i tako dje-
luje na poboljšanje naše prehrambene strukture, sa-
mo je treba proizvesti u dovoljnim količinama, stvo-
riti uvjete za njenu nesmetanu prodaju i postepeno
priviknuti potrošače na nju. Sve to, naravno, treba
provesti sinhronizirano tako da je svaki od ta tri
faktora međusobno usklađen, npr. da ne povećavamo
proizvodnju i prodajne mogućnosti a potrošači su
još potpuno nenaviknuti na ribu i sl.

Problem će nam biti jasniji ako se upoznamo sa
kretanjem ulova ribe u svijetu:

													milijuna tona							
1961.	1962.	1963.	1964.	1965.	1966.	1967.	1968.						1961.	1962.	1963.	1964.	1965.	1966.	1967.	1968.
43,4	47,0	48,3	52,7	53,5	57,3	60,5	64,0						43,4	47,0	48,3	52,7	53,5	57,3	60,5	64,0

ROMA.

prodavaonica treba uslijediti i odgovarajuća obrada
tržišta putem propagande. Drugih realnih mogućno-
sti nema.

Postoji još hipotetska mogućnost da se prodaja
nekih artikla poveća snižavanjem cijena, no tu su u
slatkovodnom ribarstvu (obzirom na jugoslavensku
praksu kroz 20 godina) mogućnosti vrlo ograničene i
njima treba eventualno pribjegavati samo u krajnjoj
nuždi. Praksa je, naime, pokazala da su za proizvođa-
če ribe efekti od poduzimanja takve mjere bili go-
tovo nikakovi. I današnja cijena ribe nije previsoka
(8 — 9 din za kg šarana 1969. godine) i može se pot-
puno uklopiti u nivo cijena animalnih proizvoda, čak
postoje mišljenja da je cijena ribe relativno i apso-
lutno u nas niža od cijene mesa toplokrvnih životinja.

Da vidimo kakvo je organizaciono stanje mreže
za prodaju ribe u Jugoslaviji. Postoje tri glavne gru-
pacije ribnjačarstva koje se uz proizvodnju bave i
prodajom ribe, uz trgovačku mrežu jednog velikog
ribarskog proizvođača-samostalnog ribnjačarstva. To
su slijedeće organizacije:

Jugoslavenski ribarski kombinat, Beograd
Ribarstvo, Osijek
Agrokombinat, Zagreb i
Ečka, Lukino Selo.

Manji dio ribe prodaje i svaka ribarska organiza-
cija direktno sa ribnjaka, dio putem tzv. ambulante
(pokretne) prodaje a nešto i preko redovite trgovač-
ke mreže. Premda se ne može zanemariti ta prodaja,
ipak treba konstatirati da se glavna realizacija vrši
preko trgovačke mreže navedenih grupacija.

Osvrnut ćemo se na način tzv. ambulante pro-
daje. Premda ne postoje podaci o visini tog načina
prodaje, taj je način vrlo perspektivan, jer se njime
omogućuje dotur ribe u manja mjesta, pa i ona ag-
rarne strukture, gdje nije moguće poslati vagonsku
pošiljku. Prednost pokretnih prodavaonica očituje se
i u činjenici što je to jedini način da se riba uvede
kao stalan prehrambeni artikl u gotovo sva mjesta,
pa i ona sa malim brojem stanovnika, koja se nalaze
u gravitirajućoj zoni ribnjaka. To je možda, jedini
perspektivni način da riba postane stalan prehram-
beni artikl vrlo širokog kruga potrošača.

Prema podacima koje je autor uspio sakupiti da-
našnje brojno stanje trgovačke mreže za promet ri-
bom kreće se oko 188 prodavaonica. U jednom dijelu
tih prodavaonica se sa slatkovodnom prodaje i mor-
ska riba radi popunjenja asortimana i boljeg iskoriš-
tenja samih objekata. Postoji jačanje tendencije za-
jedničke prodaje jedne i druge vrste riba što ocje-
njujemo kao pozitivno. U odnosu na godinu 1963. kad
je u zemlji bilo svega oko 100 prodavaonica (vidi rad
autora: »Ekonomika slatkovodnog ribarstva Jugosla-
vije« str. 86) za period od 6 godina ostvaren je zna-

tan napor u povećanju prodajne mreže. Povećanjem od 88% uspjelo se je donekle uskladiti nesrazmjernost između naglog povećanja proizvodnih i prodajnih kapaciteta, premda ne u potpunosti. Današnji kapaciteti prodajne mreže u izvjesnom su zaostatku za realnim proizvodnim kapacitetima što se vidi i po stagnaciji produktivnosti na ribnjačarskim površinama, odnosno njenom kretanju ispod one produktivnosti koju je — obzirom na stanje ribarske nauke, tehnologije i prirodnih uvjeta — realno moguće postići.

b) Problematika asortimana ribe

U strukturi naše slatkovodne ribarske proizvodnje šaran zauzima dominantnu ulogu. Od godine 1959. on u ukupnom ulovu zauzima preko 50%, danas već oko 60%. Statistički podaci o tome su slijedeći:

Godina	Ukupno tona	od toga šarana tona	% šarana
1948.	7.984	3.369	42
1950.	6.444	2.790	43
1955.	8.988	3.912	44,5
1958.	10.728	5.249	49
1959.	10.533	5.330	51
1960.	9.562	5.540	58
1961.	12.812	7.612	59,5
1962.	11.938	7.027	59
1963.	12.878	7.456	58
1964.	13.023	7.932	61
1965.	15.803	8.462	53,5
1966.	18.494	10.800	58
1967.	17.861	10.113	56,5
1968.	15.007	9.186	61

Izvor: Statistički bilten »Stočarstvo i ribarstvo«, izdanje Savezni zavod za statistiku.

Postotak ulova šarana kroz posljednjih 10-tak godina uglavnom stagnira i pokazuje zanemarujuće oscilacije. Ostale vrste kvalitetnih riba koje se uzgajaju u ribnjacima zastupljene su u jugoslavenskom ulovu sa slijedećim prosječnim postocima:

štuka	2,7%
pastrva	1,8%
som	3,2%
smuđ	1,3%
linjak	3,4%

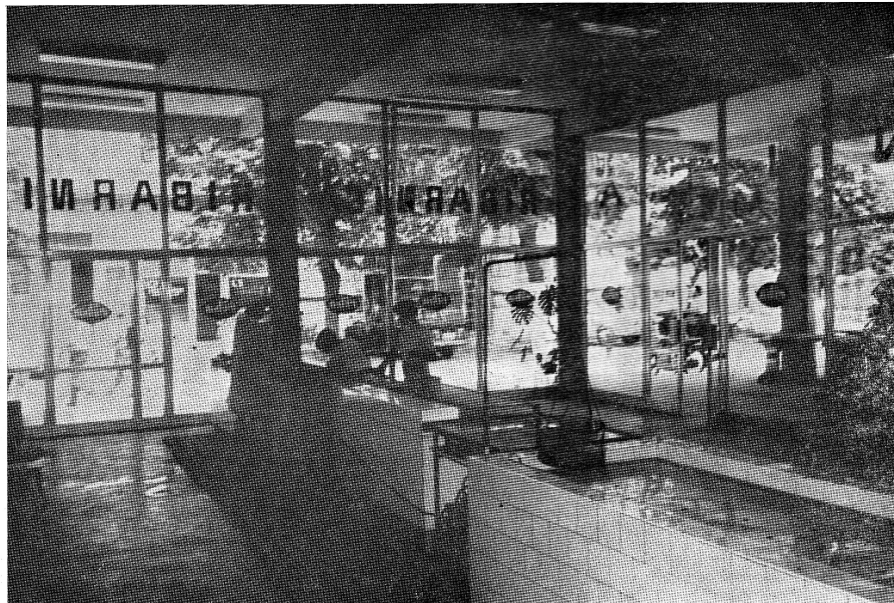
Izvor: Statistički bilten »Stočarstvo i ribarstvo«, 10-god. prosjek ulova 1953 — 1962.

Iz podataka je vidljivo, da je asortiman ribe koju su ribnjačarstva u stanju pružiti potrošaču u stvari siromašan. Postoji još oko 30% ribe koju u stvari ni ne vidi organizirano tržište a predstavlja veći dio ulova sa otvorenih voda (ukljeva, I i II miješana riba, ostala riba — prema statističkoj nomenklaturi).

Imperativno se, dakle, nameće potreba da se ribnjačarska proizvodnja orijentira i na uzgoj većih količina drugih vrsta ribe osim šarana. Ovdje se u prvom redu misli na razne vrste biljojednih riba, gdje su još malo poznate realne mogućnosti proizvodnje (a naravno i plasmata), zatim, intenzivan ili poluintenzivan uzgoj jegulje, pa sporednih vrsta riba u ribnjacima (predatori). Ovo sve važi za toplovodne ribnjake, jer uzgoj i plasman salmonida predstavlja odvojenu problematiku.

Rješenje problema proširenja asortimana ribe vidimo u izmijenjenoj tehnologiji uzgoja, što je jedan od važnih zadataka naučnih radnika i praktičara u narednom periodu.

Daljnji faktor koji djeluje na intenzitet prodaje ribe je njena komadna težina. Poznata je činjenica da se za vrijeme najveće potrošnje riba u Srbiji — danas još najinteresantnijem tržištu — prodaju riba veće komadne težine. To je, međutim, samo kratko



Novo otvorena ribarnica u Osijeku

Foto: N. Szego

razdoblje ali se u njemu realizira preko 2.500 tona ribe. U ostalo vrijeme jugoslavensko tržište traži šarana veličine oko 1 kg. Obzirom da je na većini ribnjačarstava uhodan dvogodišnji uzgoj, ribu komadne težine od 1 kg nije teško uzgojiti, ali ima problema sa uzgojem riba od oko i preko 2 kg za čiji je uzrast potrebno 3 sezone uzgoja, što zahtijeva veće troškove, koji uglavnom nisu kompenzirani nešto većom cijenom koju takva riba postiže na tržištu.

Premda se navike potrošača u sredinama kakva je naša dosta sporo mijenjaju, bilo bi potrebno potrošačima ukazati na činjenicu da manja riba ima u svojem sastavu manji postotak masti a već postotak bjelancevina. Stoga je manja riba sa prehrambenog stanovišta u pravilu vrednija, što danas nije zanemarujuća konstatacija, kad su u toku suštinske promjene u našoj prehrambenoj strukturi. I to ne samo zbog činjenice jer je uzgoj manje ribe rentabilniji od veće. Poznato je, naime, da se šaran u nekim zemljama troši u znatno manjoj komadnoj težini nego u nas: npr. u Izraelu dolazi na tržište šaran prosječne veličine 500 gr, u Indoneziji 100 gr.

c) Riba — sezonski artikl na tržištu

Uvjet za proširenje tržišta je i duljina prodajne sezone. Do pred 10-tak godina ribnjačarstva su cijelu svoju godišnju proizvodnju realizirala u nekoliko zimskih mjeseci. Naglim povećanjem ribnjačarskih površina a time i povećanom proizvodnjom, to vrijeme počinje polako pripadati prošlosti. Većina ribnjačarstava uvela je tzv. ljetni ribolov, koji doduše zahtijeva neke manje izmjene u tehnologiji, ali se riba može pojavljivati u toku cijele godine na tržištu. Ljetni ribolov je neaminovna tehnološka novina ukoliko se želi postići da ribnjačarska riba postane stalni artikl na tržištu i ukoliko se i nadalje namjerava povećavati ribnjačarsku proizvodnju. Da se time povećava realno iskorištavanje kapaciteta trgovačke mreže, smanjuju se troškovi trgovine i povećava njena ekonomičnost, produktivnost i rentabilnost nije potrebno naglašavati. Treba ipak konstatirati da su troškovi u vezi sa ljetnim ribolovom veći i realna cijena koštanja te ribe viša, no to predstavlja nužnost u borbi za osvajanje novih potrošača.

Problem ljetnog izlova i prodaje ribe je sve aktualniji za naša ribnjačarstva. Međutim on je tek u najnovije vrijeme dobio »pravo građanstva«, što se vidi na primjeru nekih ribnjačarstava iz SRH.

Ljetna realizacija ribe u nekim ribnjačarstvima
1. VI — 30. IX

Godina	Našička Breznica		Grudnjak		Zdenčina	
	tona	% od god. realizac.	tona	% od god. realizac.	tona	% od god. realizac.
1961.	81	9,25	—	—	—	—
1962.	150	16,5	—	—	4,0	0,65
1963.	170	19,7	—	—	2,2	0,3
1964.	200	31,4	9,5	0,6	48,5	6,0
1965.	250	33,0	0,4	—	24,9	4,6
1966.	250	26,4	39,6	6,7	38,0	5,7
1967.	220	21,4	69,9	9,3	64,0	7,9
1968.	280	24,7	91,9	15,2	102,4	14,7
Ø 1964-68.	—	27,4	—	8,4	—	7,9

Premda ne raspoložemo s podacima za veći broj ribnjačarstava, tendencija razvoja ljetne realizacije je vidljiva. Dok je taj proces kod ribnjačarstva Našička Breznica već ozbiljnije tretiran od 1962. godine, ostala 2 promatrana ribnjaka tome su tek u najnovije vrijeme poklonili pažnju. Idealni jugoslavenski prosjek od 33% ljetne prodaje ribe (koliko iznaša period ljetnog lova) najvjerojatnije nije ni potrebno postići, ali oko 25% smatramo da bi se trebalo postići kroz nekoliko godina. Taj postotak bio bi dovoljan da se potrošači naviknu na slatkovodnu ribu kao artikl koji se stalno nalazi na tržištu. Vrlo je

vjerojatno da bi tržište i prihvatilo izvjesne korekture u cijeni zbog većih troškova kod ljetne prodaje ribe, što se može ustanoviti praktičnim pokusom.

d) Ekonomska propaganda kao faktor povećane potrošnje

Paralelno sa saturacijom jugoslavenskog tržišta pojedinom vrstom robe pojavljuju se sve češće i pojačane propagandne akcije za njenu veću potrošnju. Taj se fenomen može svesti u skup mjera poznatih pod imenom ekonomske propagande ili popularno reklame. Prema »Privrednom pregledu« ekonomska propaganda je svaka djelatnost koja vizuelnim, akustičnim i kombiniranim sredstvima informira potrošača ili kupca o određenim proizvodima ili uslugama i utječe na potrošače da slobodno izaberu i kupe te proizvode ili koriste usluge, kako bi se time povećala ili održala prodaja a poslovanje učinilo što uspješnijim.

Iz ovako široke definicije ekonomske propagande mi ćemo se zadržati na onim elementima koji su primjenljivi u trgovini ribom. Danas je ekonomska propaganda u svima i malo razvijenijim privredama faktor u strukturi troškova, u posljednje vrijeme čak i u sovjetskoj privredi. Kritika reklame kao kapitalističke izmišljotine je napuštena onog momenta kad se u SSSR-u počinje pojavljivati višak pojedinih roba široke potrošnje, makar i prividni. Kod početnog lansiranja nekih novih proizvoda, najprije proizvedenih u malim serijama, uočeno je da su ti proizvodi ostali nezapaženi u masi drugih, tradicionalnih proizvoda. Tek nakon popularizacije tih proizvoda i informiranja potrošača o njihovoj kvaliteti i funkcionalnosti svladana je »psihološka barijera« do potrošača.

I naša privredna praksa pokazuje iste tendencije. I u nas se prvih godina poslije rata smatralo da je ekonomska propaganda u planskoj privredi nepotrebna. Paralelno sa razvitkom privrede i osvajanjem novih proizvoda pokazala se je potreba da se potrošači upoznaju sa tim novim proizvodima i njihovim karakteristikama kao i činjenicom da se neki drugi artikli proizvode u dovoljnim količinama. Svježih primjera u našoj praksi ima dovoljno.

Sa slatkovodnom ribom je identična situacija. Povećanjem proizvodnje proširene su i mogućnosti snabdijevanja većeg broja potrošača. Za neke potrošače to znači samo veća i stabilnija mogućnost nabave, no za neke je slatkovodna riba potpuno novi artikl koji je do sada bio nepoznat. Nekoliko riječi o šaranu, štuki, somu, smudu i možda još nekoj ribi, koju smo čuli na satu biologije u školi, davno je ishlapilo iz naših glava i ukoliko se kasnije nismo sreli s tim ribama u praksi nećemo ih ni prepoznati, a kamoli znati njihove vrijednosti kao prehrambenog artikla.

Sva ta upoznavanja potencijalnog potrošača sa kvalitetom proizvoda, novim mogućnostima nabave, cijenom, načinom pripreme i sl., spada u domenu ekonomske propagande. Možemo slobodno tvrditi da svaka privreda koja se u realizaciji svoje proizvodnje ne služi tim modernim načinom obavješćavanja, nosi još uvijek karakteristike zaostalosti i primitivizma, bez obzira što su u tehnološkom dijelu privrede postignuti vrhunski rezultati. Svaku privrednu granu treba, naime, promatrati kao cjelinu od proizvodnje do potrošnje, kao jedinstveni lanac, zajedno sa svim karakteristikama slabih tačaka tog lanca. Nema, dakle, nikakve sumnje da ekonomsku propagandu treba uvesti kao stalnu kategoriju i u ribarsku privredu.

Dat ćemo neke osnovne principe koje treba striktno poštivati, kako bi troškovi ekonomske propagande bili čim manji a efekti čim veći.

Ekonomska propaganda mora se služiti istinitim i provjerenim činjenicama, naročito ukoliko se radi o jednom artiklu koji se nalazi dugotrajno na tržištu. Ovdje se problem ne postavlja samo sa moralnog stanovišta, nego se događa da konkurencija iznašanje neistine upotrijebi kao jaki protivargument. Taj je

fenomen naročito važan u uvjetima visoko razvijene privrede sa velikim količinama roba na tržištu, gdje vlada beskompromisna borba za svakog potrošača.

U Jugoslaviji već postoje privredni sektori gdje je takva situacija nastupila (npr. sredstva za pranje, frižideri, radioaparati, televizori i dr., tj. one grane privrede gdje je već uvedena velikoserijska proizvodnja na bazi automatizacije i elektronike). Danas se ekonomski propagandisti rado služe rezultatima naučno-istraživačkih institucija ili poznatih naučnih radnika. Takova propaganda dobiva karakter ozbiljnosti prema čemu potrošači nisu imuni.

U ekonomskoj propagandi veće potrošnje ribe mogu se upotrijebiti i slijedeći propagandni elementi:

- riba je danas jedan od glavnih izvora životinjskih bjelančevina na svijetu. Prema najnovijim podacima organa Ujedinjenih nacija za poljoprivredu i šumarstvo (FAO) u svijetu se godišnje ulovi ribe za 64 milijuna tona (1968), a mesa toplokrvnih životinja oko 62,5 milijuna tona. Potrošnja ribe, dakle, pripada budućnost obzirom na ogromna prostranstva još neiskorištenih morskih površina;

- riba je visokokvalitetni prehrambeni proizvod sa visokim postotkom bjelančevina, u prosjeku preko 20%. Bjelančevine ili proteini su osnovna supstanca žive materije, važna i nezamjenjiva komponenta u ishrani. Potrošnjom ribe od 2 puta tjedno tijelo je dovoljno snabdjeveno sa esencijalnim aminokiselinama;

- riba je lako probavljiv prehrambeni proizvod što je sa medicinskog stanovišta preporučljivo, naročito za osobe koje osjećaju teškoće u prehrani;

- mast ribe, konkretno našeg šarana sadrži visoki postotak nezasićenih masnih kiselina koja smanjuje kolesterol u krvi čime se sprečava arterioskleroza. Po svojoj medicinskoj vrijednosti mast ribe jednaka je biljnoj masti;

- riba je jeftinija od većine vrsta mesa. Jeftinoća dolazi do izražaja i u tome što riba traži kraći rok pripreme od drugih vrsta mesa;

- naša najvažnija slatkovodna riba, šaran, prodaje se u živom stanju, dakle nije moguće kupiti pokvarenu ribu;

- šaran se u nas troši u težini od prosječno 1 kg. Međutim, manji tj. mlađi šaran ima veći postotak bjelančevina a manji postotak masti od starijeg, pa je prema tome sa stanovišta prehrane preporučljiviji;

- nema nikakve razlike u kvaliteti mesa između šarana sa ljuskom i bez ljuske. To je samo rasna karakteristika. Ljuskavi šaran, ima, međutim više otpadaka (kala) i traži dulje čišćenje;

- itd...

Poseban oblik ekonomske propagande je tzv. »Public relations«. Dok ekonomska propaganda stvara i krči put prodaji, public relations jača poslovni ugled radnih organizacija i tako doprinosi učvršćenju njihovog položaja na tržištu« (Privredni pregled broj 39/69). Naša privreda dobiva sve jače karakteristike tržne privrede, kontakti između pojedinih radnih organizacija, potrošača, banaka, društveno-političkih organizacija sve su jači i češći. Radnoj organizaciji koja vodi dugoročnu poslovnu politiku, nije stoga svejedno da li u javnosti vlada o njoj povoljno mišljenje ili ne. Ono se doduše stiče u prvom redu solidnim i dugoročnim radom, ali o tom radu treba i na odgovarajući način upoznati poslovne partnere pa i najširu javnost od koje očekujemo da s povjerenjem kupuje naše proizvode. Dr Fridrih Korte, jedan od poznatih teoretičara public relationsa, smatra da između javnosti i radnih organizacija treba uspostaviti tzv. most povjerenja, a to se postiže između ostalog stalnim i intenzivnim njegovanjem javnog mnijenja, korišćenjem govornog i pisanog publiciteta, javnim informiranjem i obavještavanjem javnosti o finansijskom stanju, investicionim programima, odnosima

prema poslovnim partnerima, o proizvodnim programima, politici cijena i sl. U nas se za popularizaciju navedenih podataka danas već koriste najmodernija sredstva informacija, od dnevne štampe pa sve do radija i TV. Nema sumnje da i slatkovodna ribarska privreda ne može ostati po strani u tim kretanjima, nego se čim prije mora u njih direktno uključiti.

e) Regionalna ekspanzija i tržišni kapaciteti

Slatkovodna riba se ne troši u svim krajevima jednoliko. Potrošnja je uvjetovana i tzv. regionalnim karakteristikama, što je uostalom prisutno i kod manje-više svih vrsta roba. U pravilu je najveća potrošnja ribe u regijama u kojima se najviše proizvodi riba ili se nekada proizvodila (lovlila), pa je današnja potrošnja stvar tradicije. No ima i odstupanja od tog pravila.

Politika proširenja trgovačke mreže za promet ribom nakon 1963. godine bila je usmjerena na ona područja u kojima se je i do tada vršila glavina prodaje ribe. Ukoliko se i nadalje namjerava vršiti tržna ekspanzija samo ili uglavnom na ta područja, mišljenja smo da bi takva orijentacija bila pogrešna. Ribu je potrebno približiti i onom potrošaču koji je do danas uopće nije trošio, jer samo tako možemo u potpunosti osigurati potpuno iskorišćenje današnjih i budućih proizvodnih kapaciteta. Postoje mišljenja da su područja tradicionalne potrošnje ribe (regija Osijeka, uz Dunav, uža Srbija) danas već dovoljno saturirana sa ribom, te da su daljnje mogućnosti ekspanzije na tom području ograničene, ukoliko se riba prodaje sezonski, kao uglavnom još danas.



Ribarnica Osijek — detalj

Foto: N. Szeg

Neravnomjerno trošenje slatkovodne ribe vidljivo je također i iz rasprostranjenosti prodajne mreže po republikama.

Prodavaonice slatkovodne ribe po republikama stanje VI 1969.

SR	Ribarski kombinat Beograd	Ostali	U K U P N O
BiH	7	7	14
Crna Gora	—	1	1
Hrvatska	13	24	37
Makedonija	—	16	16
Slovenija	—	4	4
Vojvodina	21	7	28
ostala Srbija	53	35	88
Srbija ukupno	74	42	116
SFRJ	94	94	188

Izvor: Program razvoja trgovine za period 1969-1973, Jug. ribarski kombinat, Beograd 1969.

Iz analize tabele vidimo da je najveći broj prodavaonica lociran na području SR Srbije, koja raspola-

že sa 62% od ukupne trgovačke mreže slatkovodnom ribom u zemlji, dok je kapacitet prodaje još veći. Posebno treba istaknuti da su to sve prodavaonice koje su u vlasništvo ribarskih organizacija, kao i činjenicu da svega jedna organizacija raspolaže sa 50% prodajnih kapaciteta.

Ima naravno i prodavaonica u vlasništvu redovite trgovačke mreže koje se bave prodajom ribe, no tih je znatno manje i nije ih bilo moguće statistički obuhvatiti. Te se prodavaonice bave znatno širim asortimanom artikala, prvenstveno zbog povećanja dohotka a i zbog činjenice što je snabdijevanje slatkovodnom ribom još uvijek neredovito. Interes opće trgovačke mreže za otvaranjem vlastitih prodavaonica riba je međutim vrlo rijedak. Čak i u Osijeku — gradu koji sa Novim Sadom ima najveću potrošnju slatkovodne ribe u Jugoslaviji — prilikom izgradnje »super-marketa« (XI 1969.) moralo je poduzeće »Ribarstvo Osijek« financirati izgradnju moderne prodavaonice ribe veličine 132 m² sa 280.000 dinara! Na temelju toga zaključujemo da će ribarske organizacije i nadalje morati same financirati izgradnju trgovačke mreže za promet ribom. Nema nikakvih indicija u suprotne tendencije.

Analizom tabele dolazimo nadalje do zaključka da se jedino područje SR Srbije može smatrati — za današnje prilike — relativno saturirano sa brojem prodavaonica, odnosno razvojem trgovačke mreže, dok se sve ostale republike mogu tretirati kao nerazvijene. Posebno to važi za područje SR Hrvatske i Slovenije, koje su privredno razvijene republike sa velikim brojem urbanog i industrijskog stanovništva a slabim razvojem trgovačke mreže. Za područje SR Hrvatske naročito je negativna činjenica što je to republika sa najvećom slatkovodnom ribarskom proizvodnjom (i uopće ribarskom), a slabo razvijenom mrežom. Kroz posljednjih 5 godina proizvodnja odnosno ulov slatkovodne ribe u Hrvatskoj iznaša 46,0%, dok sama ribnjačarska proizvodnja iznaša preko 60% od ukupne u Jugoslaviji. Osim tih činjenica treba uzeti u obzir da SR Hrvatska ima najpovoljnije prirodne uvjete za razvoj šaranskih ribnjaka, u toku je intenzivna izgradnja novih ribnjačarskih površina kao i da će se tendencija izgradnje ribnjaka zadržati i u buduću. Ukoliko buduću izgradnju neće pratiti i izgradnja kapaciteta za prodaju ribe dispo-

porcija između proizvodnih i prodajnih kapaciteta samo će se još povećati!

Posljedice slabe razvijenosti trgovačke mreže za prodaju ribe u Hrvatskoj mogu uskoro doći do jakog negativnog izražaja. Činjenica je da i druge republike također povećavaju svoju ribnjačarsku proizvodnju, među ostalima naravno i SR Srbija — republika najveće potrošnje slatkovodne ribe — pa će uskoro neka tržišta biti snabdjevena ribom iz najbližeg proizvodnog rajona. Smatramo da je potrebno upozoriti da je zadnji čas da ribnjačarstva iz SR Hrvatske počnu voditi računa da će za znatan dio njihove sadašnje i buduće proizvodnje u SR Srbiji biti zatvoreno tržište iz jednostavnog razloga što će ono biti podmireno ribom vlastite proizvodnje, i to kako iz novih ribnjaka, tako vjerojatno i iz nove Đerdapske akumulacije. Teško je prognozirati kad će nastupiti taj trenutak, no mišljenja smo da je godina 1975. krajnji rok kad ribnjačarstva iz SR Hrvatske moraju računati sa činjenicom da većinu proizvedene ribe treba da prodaju na vlastitom tržištu. Ovdje se ne radi ni o kakvoj diskriminaciji, nego će u potpunosti prevladati zakoni ekonomike i tržišta: riba je lako pokvarljiva roba koja se prodaje u živom stanju, kod prevoza ribe se u stvari prevažaju i ogromne količine vode, što stvara visoke transportne troškove i prednost će imati oni proizvođači čiji su prevoznj troškovi niži. Razumljivo je da će kod višeg razvojnog stepena proizvodnje sa tržišta udaljena ribnjačarstva biti isključena kao nedovoljno konkurentna. Proizvođači bliži tržištu imat će prednost iz ekonomskih razloga, ne računajući prednosti koje na tržištu imaju proizvođači lokalnih regija, što ne možemo zanemariti u današnjoj razvojnoj fazi našeg društva. Preostaje, dakle, relativno malo vremena za usklađivanje proizvodnih i tržišnih kapaciteta.

f) Cijena kao regulator potrošnje

Poznato je da su cijene jedan od vrlo važnih regulatora potrošnje. One su između ostalog ovisne o količini robe na tržištu kao i stepenu ponude i potražnje. U borbi za povećanje potrošnje slatkovodne ribe važan je odnos i kretanje cijena ribe sa najvažnijim vrstama mesa. Niža tabela prikazuje taj odnos i njegovu dinamiku.

Kretanje maloprodajnih cijena

God. šaran	Svježe meso											
	goveđe		teleće		svinjsko		ovčje		zakl. pile			
	din	index	din	index	din	index	din	index	din	index		
1961	3,29	100	4,09	100	5,11	100	4,57	100	3,34	100	5,36	100
1962	3,42	104	4,06	99	4,98	97	4,84	106	3,59	108	6,15	115
1963	3,79	115	4,84	119	6,03	118	5,66	124	4,08	122	6,75	126
1964	4,56	139	7,08	173	8,52	167	7,08	155	5,58	167	7,74	145
1965	6,38	194	10,15	248	12,51	244	9,11	200	7,68	230	9,48	177
1966	7,55	230	11,85	289	14,92	292	12,47	272	8,95	268	11,89	222
1967	7,93	241	11,76	287	15,16	296	14,49	317	9,51	285	11,38	212
1968	7,91	241	11,11	272	13,96	273	13,49	295	9,21	276	10,87	201
1969 IV—VI	8,02	244	11,11	272	14,11	276	14,88	325	9,26	278	11,15	204

Izvor: SGJ 1969. str. 270. Statistički bilten 589 (za 69.)

Analizom tabele dolazimo do zaključka da je prarad — u pogledu cijena — jedini ozbiljni konkurent šaranu. Skok, kao i početna cijena kod svih ostalih vrsta, veći je nego kod šarana. I u pogledu dinamike kretanja cijena šaran je u prednosti pred našim najvažnijim vrstama mesa.

Objektivno su ipak konkurenti šaranu razne vrste mesa toplokrvnih životinja. Po tradiciji se u Jugoslaviji troši uglavnom takvo meso dok potrošnja svih vrsta ribe ne iznaša ni 10% ukupne potrošnje mesa. Međutim, kod nas su česte tzv. mesne krize, kao što

je na pr. ona u II polugodištu 1969. Poznato je da postoje tzv. svinjski i goveđi ciklusi, pa se otprilike svakih 4 godina za svinje a 7 godina za goveda na tržištu pojavljuju znatno veće ili manje količine od prosječnih. Takvi ciklusi veće ili manje proizvodnje postoje sigurno i kod riba, ali nam još nije poznato u kojem se roku pojavljuju i koji su uzroci takvih ciklusa. Mesni ciklusi u svojim minimumima stvaraju znatne teškoće u opskrbi mesom i imaju znatnog utjecaja na porast cijena. To su periodi kada je momenat da se riba afirmira na tržištu kao artikl od značaja i kad se može tržište osvojiti, a što je važnije i zadržati. To je ujedno i period kad ribu kupuju i

potrošači koji se inače rijetko odlučuju na kupnju ribe. Tada sa dobrom organizacijom tržišta i prihvatljivom politikom cijena riba može postati stalna potrošnja artikla, tj. preći potrošaču u naviku. Upravo smo u donjoj špiči takvog ciklusa za svinje i goveda.

Daljnji konkurent ribljem mesu su brojlari. Njihova proizvodnja u svijetu a i u nas je u jakoj ekspanziji, a meso spada među najkvalitetnije. Brojlari se danas ubrajaju među najjeftinija hraniva animalnog porijekla zbog kratkog roka uzgoja, koji je moguće organizirati na industrijski način. Godišnji koeficijent obrta kreće se do 6, što je najviše u poljoprivredi, a tom visokom koeficijentu se jedino približava intenzivan uzgoj riže u nekim tropskim regijama.

Posebno je interesantan konkurentski odnos između morske i slatkovodne ribe zbog činjenice što su ta dva artikla vrlo slična kao i što se vrlo često pojavljuju zajedno na tržištu.

Danas je uvođenjem frigorifikacionih sistema enormno proširen tržišni krug potrošnje morske ribe. Praktički gotovo da nema mjesta na zemaljskoj kugli gdje se ne bi mogla dopremiti morska riba u stajnu sposobnom za potrošnju. Tržište morske ribe je danas, dakle, cijeli svijet čime se je ujedno i stimulirajuće djelovalo na sve veći ulov ribe u svjetskim razmjerima. Dok se je između dva rata morska riba trošila uglavnom u priobalnom području i Zagrebu, danas je ona stalno prisutan artikl na gotovo svim kontinentalnim tržištima gdje se prodaje i slatkovodna riba. Samim tim morska riba je ujedno postala i konkurent slatkovodnoj. Na njezinu konkurentsku sposobnost pozitivno djeluje nekoliko faktora: veći asortiman, pristupačna cijena, relativno kontinuirano snabdijevanje a i bolja propaganda za potrošnju. Svojevrsna kočnica većoj ponudi, a i potražnji morske ribe je ta što je Jugoslavija prisiljena stalno uvoziti veće količine morske ribe. Poznato je da su prvi "izletci" jugoslavenskih morskih ribara na tzv. atlanski ribolov završili velikim financijskim gubicima. Za sada je slatkovodna riba sa stanovišta jugoslavenske platne bilance u velikoj prednosti, jer za njenu proizvodnju gotovo uopće nisu potrebne devize dok morsku treba uvoziti. Međutim, tendencija uvoza morske ribe od 1965. godine, kad je bilo uvezeno 13.870 tona je u padu baš zbog nedostatka deviznih sredstava.³⁾

Komparirajući odnose između morske i slatkovodne ribe u Jugoslaviji, kao i tendenciju daljnjeg razvoja, mišljenja smo da za jedan duži period nema opasnosti od međusobne konkurencije, naravno na onim tržištima gdje se ta dva artikla zajednički pojavljuju. Smatramo da postoje daleko jače indikacije o međusobnom nadopunjavanju jednog i drugog artikla, nego razloga za konkurenciju. Unatoč toga što postoji znatan broj potrošača koji troše isključivo slatkovodnu ribu ili morsku ribu, smatramo da je paralelno pojavljivanje jedne i druge vrste ribe za većinu potrošača u stvari proširenje asortimana, problem o kojemu je već ranije govoreno. Potrošnja obje vrste riba je u nas još toliko niska da problem konkurencije (i to one nezdrave) objektivno ne bi trebalo postojati.

III RAZVOJNA POLITIKA

U prethodnim razmatranjima došli smo do dvije najvažnije konstatacije važne za sadanje stanje i buduću razvoj ove privredne grane:

³⁾ Morska riba je u svjetskim razmjerima apsolutno dominantan artikl pred slatkovodnom (88:12), no u jugoslavenskim mjerilima taj je odnos povoljan za slatkovodnu ribu (62,2:37,8 kroz posljednjih 5 godina), odnosno na svaki kilogram morske ribe u nas se ulovi (proizvede) 0,57 kg slatkovodne.

a) vlastita reproduktivna sposobnost ribnjačarskih organizacija znatno je smanjena posljednjih godina i

b) forsiranu izgradnju novih ribnjačarskih površina treba da prati i odgovarajuća izgradnja prodajnih kapaciteta.

Konstatacija pod b) već je nekoliko godina usko grlo u razvoju slatkovodne ribarske privrede i unatoč činjenici da je kroz posljednjih 7 godina izgrađeno oko 90 prodavaonica, izgradnja prodajnih kapaciteta ne prati tempo izgradnje novih ribnjaka.

Obzirom na procjenu da u Jugoslaviji postoje proizvodni resursi, koji omogućuju potencijalnu proizvodnju od oko 60 — 65.000 tona slatkovodne ribe u sadanjim tehnološkim uvjetima, broj prodavaonica ribe kod dosadašnjeg kapaciteta po prodavaonici kreće bi se između 500 — 600. Budući da u Jugoslaviji prema popisu stanovništva iz 1961. postoje 862 tzv. gradska naselja, proizlazi da danas u prosjeku ni svako četvrto gradsko naselje nema prodavaonicu slatkovodne ribe. Zbog činjenice da naselja pretežno agrarne strukture troše ribu povremeno, većina njih svega jednom-dva puta godišnje, a urbano-industrijska naselja imaju tendenciju da ribu troše kontinuirano, treba urbanim naseljima u budućoj investicionoj politici izgradnje novih tržišnih kapaciteta dati prednost. Urbano-industrijska mjesta su, dakle, perspektivnija kao potrošači ribljeg mesa.

U skladu s razvojnim tendencijama u slatkovodnom ribarstvu kroz idućih 5 godina, tj. do otprilike 1975. godine, smatramo da bi površ postojećih trebalo izgraditi još cca 150 — 200 stalnih prodavaonica ili sa tempom od cca 30 — 40 godišnje. Logično je da bi lokaciju većine tih novih prodavaonica trebalo usmjeriti prvenstveno na područje Hrvatske, Slovenije te dijela Bosne i Hercegovine, dakle u područja sa do sada rijetkom prodajnom mrežom. Naravno, da prije svakog investicionog zahvata treba ispitati optimalnost lokacije i poduzeti sve u propagandnom smislu, kako bi se na novoizgrađenom objektu čim prije mogla postizavati prodaja u količinama koje osiguravaju rentabilitet. Međutim, ne treba gajiti iluzije u brza rješenja: osvajanje novog tržišta je mukotrpan i složen posao, skopčan sa znatnim ulaganjima i rizikom, koji je to veći ukoliko su poduzete slabije mjere istraživanja tržišta odnosno utvrđivanja njegove apsorpcione sposobnosti. Ipak sa gledišta opće jugoslavenske potrošnje ribe kao i razvojnih tendencija u prehrambenom standardu u Jugoslaviji, nema bojazni da se proizvodnja od cca 60 — 65.000 tona slatkovodne ribe kod sadašnjih odnosa cijena ne bi mogla utrošiti u samoj zemlji. Nužno je na vrijeme sve poduzeti kako bi se tržište pripremilo na prihvat te količine.

U pogledu organizacione forme današnje i buduće trgovačke mreže može se reći da je ona dosta rascjepkana i nedovoljno međusobno koordinirana, unatoč brojnih pokušaja sređenja tog pitanja. Za neke regije (Srbija) ne postoji međuribnjačarski dogovor o lokaciji pojedinih prodavaonica ili je taj dogovor vrlo labilan, tako da već postoji nekoliko lokacija sa izrazito negativnim konkurentskim tendencijama. Takve slučajeve treba ubuduće svakako izbjegavati, pa gdje ne pomažu dogovori na bazi samoupravnih principa, pomoći će metode inače dobro poznate iz prošlog društvenog sistema. Mišljenja smo da se ne bi smjelo dozvoliti izgradnja paralelnih prodavaonica od kojih ni jedna ne može rentabilno poslovati zbog premalog kapaciteta lokalnog tržišta, dok s druge strane postoji velik broj lokaliteta — čitave regije — gdje se riba uopće ne pojavljuje na tržištu.

Obzirom na činjenicu da ribnjačarska privreda ne može objektivno računati prilikom izgradnje prodajne mreže na ozbiljnije financiranje, pa ni sufinanciranje od strane trgovačkih organizacija, razumljivo je

da će taj teret u potpunosti pasti na leđa ribarske privrede i trgovine. Prema sadanjem odnosu cijena izgradnje jednog prodajnog mjesta za ribu različite veličine, kreće se između 30 — 70.000 dinara, što treba ukalkulirati u troškove ribarske proizvodnje. Zbog ponovno naglašenih inflacionih tendencija u našoj ekonomici nismo u stanju predvidjeti kolika će biti potrebna sredstva za realizaciju programa od cca 150 — 200 prodavaonica kroz 5 godina.

Moramo napomenuti, da razvojnom politikom treba predvidjeti izgradnju modernijih prodajnih mjesta, obzirom na činjenicu, da se taj epitet ne bi mogao primijeniti na većinu dosadanih prodavaonica. U današnje vrijeme ne bi se smjelo izgrađivati kapacitete sa zastarjelom tehnologijom, već su potrebna moderna tehnička rješenja.

Ekonomska propaganda treba postati stalan pratilac svih akcija širenja tržišta kako bi se unaprijed spriječila proizvodnja za skladište, što bi destimuliralo intenzivnu proizvodnju. Visoka proizvodnja po

jedinici površine je ekonomska nužnost za cijelu granu, jer su sve kreditne obaveze tempirane na proizvodnju znatno iznad 1000 kg/ha.

Studija o domaćem tržištu slatkovodne ribe predstavlja pokušaj da se u borbi za osiguranje plasmana proizvodnje — danas po ocjeni eksperata OUN najvažnijem ekonomskom faktoru privrednog razvika Jugoslavije — pride na nekonvencionalan način, koji donekle odudara od do sada upotrebljivanih metoda u slatkovodnom ribarstvu. Dat je prikaz novih metoda osvajanja tržišta, koje je potrebno upotrebiti ukoliko se želi ići u korak sa dinamičnim razvitkom naše privrede, a i privrede uopće. Ovakav pristup je važan za sve privredne grane, a naročito za privredne grane manjeg značaja — a takvo je baš slatkovodno ribarstvo — za koje se relativno lako nađe supstitut (npr. morska riba, brojlari), a koje (grane) zbog svog manjeg značaja ne mogu u momentima teškog ekonomskog položaja računati na pomoć društvene zajednice.

LITERATURA

- Bauer Jerko, dipl. ing. građ.: »Ribarstvo Jugoslavije« referat sa Kongresa o vodama Jugoslavije, Beograd 1969.
- FAO, C 69/2 i 4 PART I, Roma, August 1969.
- Livojević ing. Zlatko: »Slatkovodno ribarstvo Izraela« Ribarstvo Jugoslavije br. 6/61.
- Osnove programa razvoja slatkovodnog ribarstva — izd. Poslovno udruženje privrednih organizacija slatkovodnog ribarstva »Kornat eksport-import«, Zagreb 1968.
- Pažur dr Krešimir: »Ekonomika slatkovodnog ribarstva Jugoslavije«, Zagreb, 1966.
- Pažur dr Krešimir: »Mogućnost prehrane slatkovodnom ribom u Jugoslaviji i vrijednost ribe kao

- živežne namirnice«, Ribarstvo Jugoslavije br. 4/69.
- Privredni leksikon, izd. Informator, Zagreb 1961.
- Privredni pregled — Informativni privredni dnevnik, Beograd
- Program razvoja trgovine za period 1969—1973. Jugoslavenkog ribarskog kombinata, Beograd 1969.
- Ribarstvo Jugoslavije — list stručnog udruženja za unapređenje slatkovodnog ribarstva Jugoslavije, Zagreb, god. 1960 — 1969.
- Statistički bilteni »Stočarstvo i ribarstvo«, izd. SZS, Beograd.
- Statistički godišnjaci Jugoslavije, izd. SZS, Beograd.