

J. MILJKOVIĆ, S. PUHALEC, K. BRZICA

## JUGOSLAVENSKO TRŽIŠTE LJEŠNJAKA S OSVRTOM NA OSOBNU POTROŠNJU

### UVOD

Potrošnja lješnjaka u Jugoslaviji nije do sada posvećivana dužna pažnja. Potrebe za ovim proizvodom uglavnom su podmirivane iz uvoza. Manji dio lješnjaka proizvodio se u Jugoslaviji. U uslovima slobodnog uvoza lješnjaka je bilo dovoljno na tržištu što je omogućilo ekspanziju prerađivačkih kapaciteta u konditorskoj industriji a usporedno je rasla potrošnja lješnjaka na tržištu osobne potrošnje.

Cilj rada je da probudi izvjesna razmišljanja svih aktera koji sudjeluju u ponudi i tražnji lješnjaka kako bi se stabilizirala ponuda ovog proizvoda na domaćem tržištu.

Posebna pažnja je posvećena tržištu osobne potrošnje pošto ovaj tržišni segment troši veću količinu lješnjaka i utječe na ukupne potrebe za ovim proizvodom.

Pri analizi je vršeno anketiranje prometnih organizacija iz B i H, Hrvatske i Vojvodine. Posmatrano je 12 gradova, odnosno oko 8% stanovnika Jugoslavije.

Na osnovu dobivenih podataka izvršena je projekcija potrebnih količina pakiranog lješnjaka za tržište osobne potrošnje. Data je projekcija ukupnih jugoslavenskih potreba za ovim proizvodom do 1990. godine.

U radu su korišteni sekundarni i tercijalni izvori podataka.

### 1. TRŽIŠTE LJEŠNJAKA U JUGOSLAVIJI

#### 1. 1. Odnos ponude i tražnje za lješnjakom na jugoslavenskom tržištu

Jugoslavensko tržište troši znatne količine lješnjaka. Potrošnja lješnjaka je bazirana na uvoznom lješnjaku, pa se ne može govoriti o "normalnom" tržištu lješnjaka. Naime, lješnjaka na tržištu nema dovoljno da bi se moglo govoriti o djelovanju tržišnih zakonitosti.

Lješnjak se većim dijelom troši u proizvodnoj potrošnji. U uslovima slobodnog uvoza do 1980. godine, proizvođači iz Jugoslavije su razvijali i osvajali proizvodnju određenih proizvoda na uvoznom lješnjaku. Tako je konditorska industrija u Jugoslaviji osvojila proizvodnju krem proizvoda, bombona i brašnenih konditorskih proizvoda. Paralelno, tržištu je nuđen pakiran lješnjak od 100 i 200 gr što je uticalo na povećanje tražnje za ovim proizvodom.

Pošto nema normalne ponude lješnjaka (tražnja veća od ponude) ne može se govoriti ni o normalnom nivou cijena ovog proizvoda. Administriranje u oblasti cijena (zamrzavanje cijena) imalo je utjecaja na pad uvoza lješnjaka. Naime, u uslovima čestih devalvacija dinara uvoz lješnjaka je postajao sve skuplji što je uz niže razine cijena u zemlji uticalo na smanjenje uvoza.

Jovo Miljković, dipl. oec., AIPK RO "LEVITA", Bos. Gradiška  
Slobodan Puhalec, dipl. ing., AIPK RO "LEVITA", Bos. Gradiška  
Karlo Brzica, dipl. ing., INA-Petrokemija, Kutina

Da bi se stekla jasnija slika o uvozu lješnjaka u Jugoslaviju iznose se statistički podaci o uvozu (2). Podaci su dati o uvozu lješnjaka u jezgru i u ljusci):

G o d i n a	Uvezena količina u t	
	lješnjak jezgro	lješnjak u ljusci
1977.	2.775	6.887
1978.	2.220	5.550
1979.	4.708	11.770
1980.	3.002	7.505
1981.	2.009	5.022

### 1. 2. Karakteristike tržišta osobne potrošnje

U Jugoslaviji postoji desetak proizvodnih organizacija koje se bave pakiranjem lješnjaka za tržište osobne potrošnje. Ni jedna od organizacija, trenutno, nema stalnu ponudu lješnjaka na tržištu. Lješnjak se tržištu nudi upakiran u celofan polietilen kesice od 100 gr. Plasman lješnjaka odvija se bez većih problema. To je na tržištu poznat proizvod i nema potrebe ulagati u ekonomsku propagandu niti stvarati ime proizvodu da bi se poboljšao plasman. Na plasman utječe godišnje doba (sezona) a, druge varijable na njega ne mogu znatnije utjecati.

Najveća tražnja za pakiranim lješnjakom je u Primorju, mada i veći tržišni centri (Zagreb, Beograd) gdje je viši standard i gdje postoje stvorene navike za potrošnju lješnjaka, troše dosta ovog proizvoda.

Zadnjih godina tražnja za pakiranim lješnjakom na tržištu osobne potrošnje nešto je umjerenija radi naglog rasta maloprodajnih cijena lješnjaka (MPC). Rast cijena lješnjaka je bio mnogo veći od rasta normalnih osobnih dohoda što se može vidjeti iz slijedeće tabele:

*Kretanje nominalnog ličnog dohotka i MPC lješnjaka (1)*

G o d i n a	Čist LD po radniku	MPC lješnjaka	I n d e x čistog LD	(1977=100) MPC lješnjaka
1977.	4.198	80,50	100	100
1978.	5.075	130,00	120	161,49
1979.	6.113	180,90	145,60	223,60
1980.	7.368	320,30	175,51	397,51
1981.	9.864	450,00	234,96	559,00
1982.	12.542	530,00	298,76	658,38

Maloprodajne cijene pakiranog lješnjaka u posmatranom periodu rasle su po stopi 45,78% a nominalan osobni dohodak po stopi 24,47%. Ova kretanja se nastavljaju i dalje u ovom pravcu te se može očekivati neznatan rast tražnje lješnjaka na tržištu osobne potrošnje u idućem periodu.

Pri analizi plasmana lješnjaka na tržištu osobne potrošnje bilo je nemoguće doći do podataka o plasmanu i potrošnji ovog proizvoda. Statistika prati promet i potrošnju badema, lješnjaka i oraha zajedno, što se može vidjeti iz slijedeće tabele (1):

Godina	Potrošnja u t
1976.	2.539
1977.	2.950
1978.	3.510
1979.	3.006
1980.	3.191
1981.	3.100

Promet ovih proizvoda u posmatranom periodu rastao je po stopi 4,07% godišnje. Promet navedenih proizvoda ni iz daleka ne zadovoljava ukupnu potrošnju ovih proizvoda u Jugoslaviji. Veći dio proizvoda se nabavlja preko pijace i vlastite proizvodnje (orah).

Prma statističkim podacima godišnja potrošnja lješnjaka, badema i oraha u četvoročlanom domaćinstvu je oko 1,8 kg, odnosno ukupna potrošnja ovog proizvoda kreće se oko 10.000 t. U potrošnji ovih proizvoda najviše je zastupljen orah a znatno manje badem i lješnjak. Kroz maloprodajnu mrežu plasira se uglavnom sav lješnjak i badem kao i manja količina oraha.

## 2. UTVRĐIVANJE POTREBNIH KOLIČINA LJEŠNJAKA ZA TRŽIŠTE JUGOSLAVIJE

### 2.1. Utvrđivanje potrebnih parametara

Da bi se došlo do potrošnje lješnjaka u Jugoslaviji, odnosno do potrebne količine lješnjaka u 1984. godini izvršena je anketa prometnih organizacija iz B i H, Hrvatske i Vojvodine. Potrebne količine lješnjaka za tržište proizvodne potrošnje (konditorska industrija) dobivene su iz podataka autora Zorić M. i dr "Projekcija potreba lješnjaka i badema u našoj zemlji za Konditorsku industriju do 2000 godine".

Slučajnim uzorkom izabrani su tržišni centri i telefonskom anketom izvršeno anketiranje o potrebnim količinama lješnjaka za 1984. godinu.

Na osnovu dobivenih podataka pristupilo se utvrđivanju potrebnih količina pakiranog lješnjaka za tržište osobne potrošnje u 1984. godini. Pri analizi su korišteni podaci o potrebnoj količini lješnjaka anketiranih prometnih organizacija u 1984. godini i broju stanovnika navedenih gradova što se može vidjeti iz slijedeće tabele:

Iz obrađenog uzorka se može zaključiti slijedeće: Uzorkom je posmatrano 12 gradova, odnosno 1.775.695. stanovnika. Posmatrani (anketirani) gradovi za ovu godinu trebaju 65.400 kg lješnjaka, odnosno po članu domaćinstva 0,0368 kg. Množeći potrebnu količinu lješnjaka sa brojem stanovnika u Jugoslaviji došlo se do potrebne količine pakiranog lješnjaka za tržište osobne potrošnje. Prema navedenim parametrima tržište osobne potrošnje u 1984. godini treba 847 t lješnjaka.

Redni broj	Osnovna organizacija	Mjesto	Potrebna količina lješnjaka	Broj stanovnika
1.	"Veleprehrana"	Banja Luka	5.000	313.150
2.	"Veletrgovina"	Bos. Gradiška	1.200	58.095
3.	"Inpo"	Bugojno	1.200	39.969
4.	"Dubrovkinja"	Dubrovnik	1.500	66.130
5.	"Razvitak"	Metković	12.200	20.465
6.	T O B	Sl. Brod	4.500	106.400
7.	"Vojvodina"	S. Mitrovica	1.500	85.129
8.	"Prehrana"	Zrenjanin	2.500	139.300
9.	"Univerzal"	Bečej	1.300	30.000
10.	ZPP-Komerc	Zenica	3.000	132.773
11.	"Velpos"	Živinice	48.500	48.515
12.	"Nama" "Unikonzum" "Slavija" "Union" PPK	Zagreb	31.000	735.768
UKUPNO :			65.400	1.775.695

## 2. 2. Utvrđivanje potrebnih količina lješnjaka za tržište osobne potrošnje do 1990. god.

Potrebna količina lješnjaka za 1984. godinu poslužila je za utvrđivanje potreba u idućem periodu. Pri projekciji je uzeta stopa rasta potrošnje od 2,2 %, što je realno s obzirom na veliki disparitet između rasta OD MPC lješnjaka i kursa dinara. Polazeći od navedenih parametara dat je prijedlog potrebnih količina pakiranog lješnjaka za tržište osobne potrošnje do 1990. godine.:

Godina	Potrebne količine lješnjaka u t	
	lješnjak jezgra	lješnjak u ljusci
1984.	847	2.117
1985.	865	2.162
1986.	884	2.210
1987.	904	2.260
1988.	924	2.310
1989.	944	2.360
1990.	965	2.412

U idućih nekoliko godina neže biti na tržištu dovoljno lješnjaka mada se počinje sa ozbiljnijom domaćom proizvodnjom, te se može očekivati i znatno niži plasman i potrošnja pakiranog lješnjaka na tržištu osobne potrošnje od predviđene u projekciji.

## 2. 3. Ukupne jugoslavenske potrebe za lješnjakom do 1990. godine (projekcija)

U dosadašnjem izlaganju istaknuto je da ne postoji normalno tržište lješnjaka u Jugoslaviji. Ponuda lješnjaka od 1981. godine je nestabilna što utiče na potrošnju ovog proiz-

voda. Do 1980. godine Jugoslavija je uvozila potrebne količine lješnjaka što je utjecalo na razvoj proizvodnje zasnovane na ovom proizvodu kao i povećanje potrošnje lješnjaka kroz maloprodaju.

Da bi se bolje shvatila ova problematika posmatrano je kretanje uvoza lješnjaka za period 1971.–1980. godine. Podaci su poslužili za izradu trenda. Za trend je korišten pravac oblika:

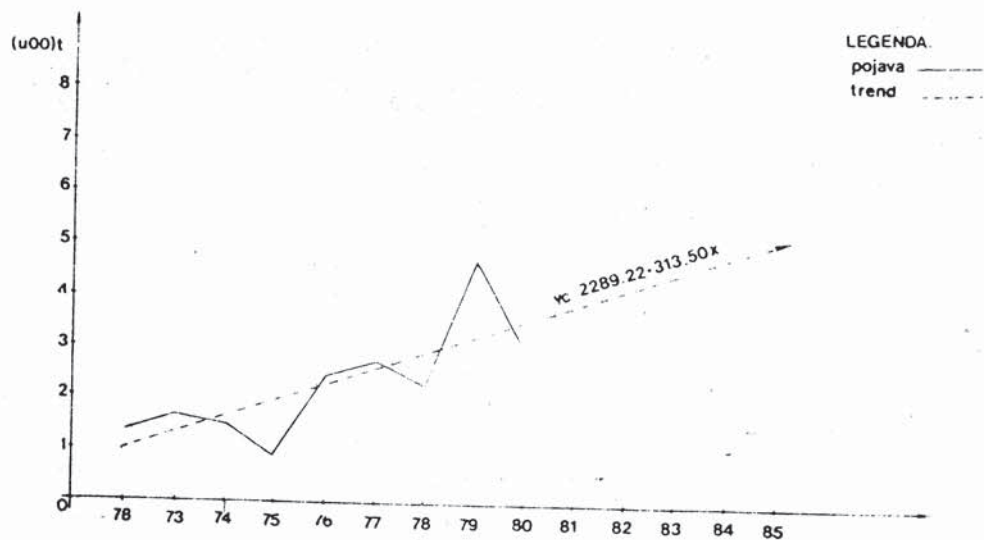
$$Y_c = 2.289,22 + 313,48x$$

x = vrijeme  
 $Y_c$  = 1976. godina  
 $Y_c$  = u tonama lješnjaka bez ljuske

Na osnovu navedenog pravca kretanja dobiveni su podaci o potrebnim količinama lješnjaka do 1985. godine, prema podacima iz uvoza:

Godina	Uvoz lješnjaka u jezgri u t	Trend ( $Y_c=2.289,22+313,48x$ )
1972.	1.395	1035
1973.	1.661.	1348
1974.	1.523	1662
1975.	915	1975
1976.	2.421	2289
1977.	2.756	2602
1978.	2.221	2916
1979.	4.709	3229
1980.	3.002	3543
1981.	—	3856
1982.	—	4170
1983.	—	4483
1984.	—	4797
1985.	—	5110

Projekcija uvoza lješnjaka je rađena do 1985., godine (grafikon), mada postoje podaci o uvozu lješnjaka do 1983. god. Stvarni uvoz lješnjaka u posmatranom periodu bio je znatno niži te je cilj projekcije da stvori jasniju sliku o količini lješnjaka koji bi se uvezio do 1985. godine da nije došlo do promjena u uvozno–izvoznoj politici zemlje.



Grafikon br. 1  
Grafički prikaz pojave i trenda

Najveći potrošač lješnjaka je konditorska industrija. Njezine potrebe u 1980. godini iznosile su 3.500 t lješnjaka. Prema projekciji potrebnih količina lješnjaka i badema za potrebe konditorske industrije Jugoslavije do 2000. godine (6), konditorskoj industriji u narednom periodu trebat će slijedeće količine lješnjaka (jezgra):

Godina	Potrebna količina u t
1985.	4.196
1986.	4.334
1987.	4.477
1988.	4.625
1989.	4.788
1990.	4.935

Dakle, plasman lješnjaka na tržištu osobne potrošnje ovisan je o tržišnim viškovima ovog proizvoda. S obzirom da je domaća proizvodnja neznatna i kreće se oko 300 t lješnjaka to je ukupna ponuda lješnjaka i pod uslovima "normalnog" uvoza nešto niža od stvarnih potreba.

Konditorska industrija troši preko 80 % od ukupne ponude lješnjaka. Sudjelovanje lješnjaka je relativno malo u strukturi konditorskih proizvoda, te se ova industrija može lakše uklapati u više nabavne cijene lješnjaka što nije slučaj sa pakerajima koji vrše pakiranje lješnjaka za tržište osobne potrošnje.

Interesantan je pregled potrebnih količina lješnjaka na tržištu Jugoslavije do 1990. godine, te u idućoj tabeli dajemo pregled potrebnih količina lješnjaka za navedeni period:

U tabeli su uneseni podaci i o potrebnim količinama lješnjaka u ljusci. Prikaz potrebnih količina lješnjaka u ljusci vršen je, iz razloga što proizvođači lješnjaka proizvode lješnjak u ljusci i tako ga evidentiraju.

G o d i n a	Lješnjak bez ljuske (jezgra)		U k u p n o	
	kond. ind.	osobna potrošnja	lješnjak jezgra	lješnjak u ljusci
1985.	4.196	865	5.061	12.652
1986.	4.334	884	5.218	13.045
1987.	4.477	904	5.381	13.452
1988.	4.625	924	5.549	13.872
1989.	4.778	944	5.722	14.305
1990.	4.935	965	5.900	14.750

Prema navedenoj projekciji jugoslavensko tržište će u 1990. godini trošiti cca 5900 t lješnjaka. Ova projekcija nije vodila računa o uvođenju novih proizvoda na bazi lješnjaka kao što je dražirani lješnjak, prženi lješnjak i sl. Bez obzira na pad realnog osobnog dohotka na tržištu postoji prostor za uvođenje novih proizvoda na bazi lješnjaka o čemu treba voditi računa pri kreiranju strategije razvoja prehrambene industrije za naredni period.

#### ZAKLJUČAK

Jugoslavija je postala značajan potrošač lješnjaka. Potrošnja lješnjaka uglavnom je bazirana na uvoznom lješnjaku. Uvoz lješnjaka rastao je do 1980. godine po stopi od 12,5%. Poslije 1980. godine dolazi do restrikcije uvoza, što je utjecalo na smanjenje proizvodnje proizvoda na bazi lješnjaka, odnosno do manje ponude lješnjaka na tržištu osobne potrošnje.

Zahvaljujući uvoznom lješnjaku razvijena je široka lepeza proizvoda za koje danas postoji interes na jugoslavenskom tržištu. Tržište je prihvatilo i pakirani lješnjak za široku potrošnju.

Cijena lješnjaka na svjetskom tržištu imala je umjeren rast, ali je dinarska (nabavna) cijena lješnjaka porasla zbog stalne promjene kursa dinara. Nabavna cijena lješnjaka će i dalje rasti što će utjecati na smanjenje uvoza ovog proizvoda.

Tržište pakiranog lješnjaka (osobna potrošnja) nije neznatčan potrošač ovog proizvoda. Od ukupnih potreba za lješnjakom ovo tržište može potrošiti cca 20% lješnjaka. Rast MPC lješnjaka utječe na tražnju za ovim proizvodom na tržištu osobne potrošnje i ona je nešto umjerenija. U narednom periodu potreba tržišta za pakiranim lješnjakom nešto će sporije rasti ali ipak treba u ukupnom bilansu lješnjaka voditi računa o ovom segmentu tržišta.

Postoji još niz proizvoda koji se mogu proizvoditi na bazi lješnjaka i nuditi tržištu. Novim proizvodima treba posvetiti više pažnje pri postavljanju strategije razvoja prehrambene industrije u narednom periodu.

Razvoj novih proizvoda kao i održavanje tekuće proizvodnje postojećih u idućem periodu moguće je ukoliko se pristupi ozbiljnijoj proizvodnji lješnjaka u Jugoslaviji.

Bez stabilne domaće ponude ovog proizvoda iluzorno je razvijati prerađivačke kapacitete u prehrambenoj industriji jer će isti oni biti, bez stabilnog razvoja, zavisni od nesigurne ponude lješnjaka iz uvoza.

## LITERATURA

1. Statistički godišnjak Jugoslavije za 1980, 1981. i 1982.
2. Statistika spoljne trgovine Jugoslavije za 1971–1980. godine.
3. **Bogdanović, dr M.:** Istraživanje tržišta i cena, NIP Književne novine, Beograd 1975. godine
4. **Bazela, dr A.:** Marketing istraživanja u praksi samoupravnog socijalističkog društva, Privredni pregled, Beograd 1981. godine.
5. **Brzica, K.:** Proizvodnja lješnjaka, Gospodarski list br. 20, Zagreb 1980. godine.
6. **Zorić, M. i dr.:** Projekcija potreba lješnjaka i badema u našoj zemlji za konditorsku industriju do 2000. godine, Zagreb 1984. godine.