

STANJE I PERSPEKTIVE IZVOZA VINA IZ JUGOSLAVIJE

THE STATE AND PERSPECTIVES OF YUGOSLAV WINE EXPORTS

A. Kolega, V. Milat

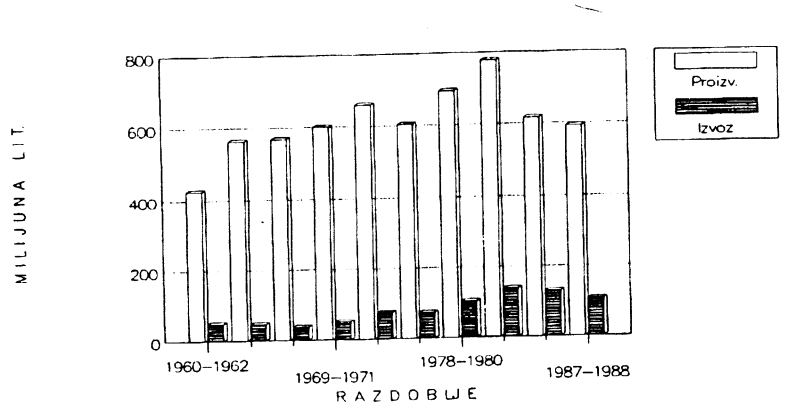
UVOD I CILJ ISTRAŽIVANJA

Rastući izvoz vina iz Jugoslavije trebao bi biti pokretač razvoja vinogradarsko - vinarske proizvodnje. Struktura izvoza vina i odredišta, ne daju međutim optimistički zaključak u pogledu daljnjeg razvoja vinogradarstva i vinarstva u Jugoslaviji. Sve veći raskorak između domaće proizvodnje i ponude te inozemne potražnje vina nuka nas na poduzimanje organizacijsko-ekonomskih mjera, kako bismo izmijenili našu ponudu i približili je struk turi potrošnje na svjetskom tržištu. Premda smo dvanaesti proizvođač vina u svijetu, te peti izvoznik vina, s izvozom od preko dvadeset posto od ukupne proizvodnje vina (cca 1,0 - 1,3 milijuna hektolitara ili godišnja vrijednost od 30 - 50 milijuna USD), izvozom vina ne možemo biti zadovoljni, jer u strukturi izvezenog vina, te petnaestak posto otpada na vina u bocama. Cilj izvoza trebao bi biti 50% izvoza flaširanog i 50% otvorenog vina.

Ovaj članak ima za cilj istražiti osnovne tendencije izvoza jugoslavenskih vina, odrediti izvoznju strategiju naših vina, te ukazati na specifičnosti potrošnje i mogućnosti koje postoje u preorijentaciji jugoslavenskog izvoza vina.

Graf1.

Proizvodnja i izvoz vina iz Jugoslavije
Production and Export of Wine from Yugoslavia 07/9



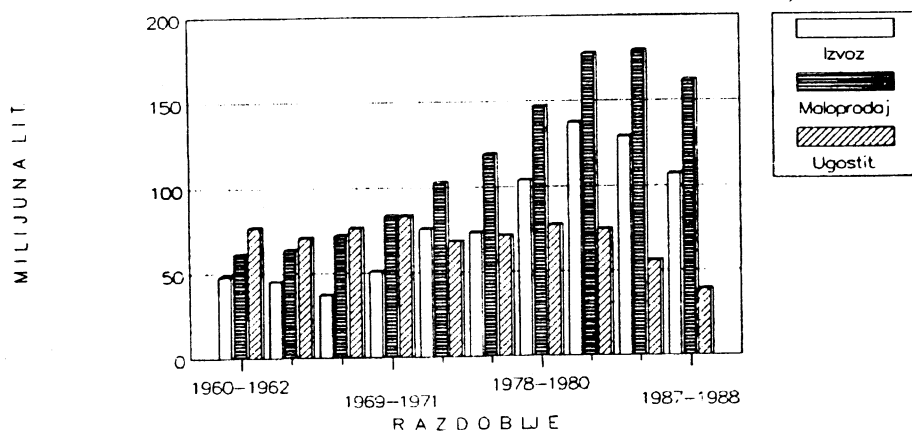
KRETANJE I TENDENCIJE U IZVOZU VINA

Jugoslavija danas ima oko 228.000 ha vinograda, što je stavlja na deseto mjesto među vinogradarskim zemljama svijeta. Površine pod vinogradima se smanjuju, posebice onih u obiteljskom gospodarstvu na tzv. "pravim vinogradarskim područjima". Proizvodnja vina, međutim, raste. U razdoblju 1970.-1979. u odnosu na prethodno desetogodište proizvodnja vina porasla je za 14 posto. Proizvodnja vina godine 1989. od 484 milijuna litara (ispod prosječna rodnost) veća je za 14 posto od trogodišnjeg prosjeka 1960 - 1962. godine. Na domaćem tržištu promet vina u ugostiteljstvu opada do zabrinjavajućih veličina, dok raste promet vina u trgovini na malo. Također naglo opada i potrošnja vina po stanovniku, dok raste potrošnja piva i nekih drugih pića.

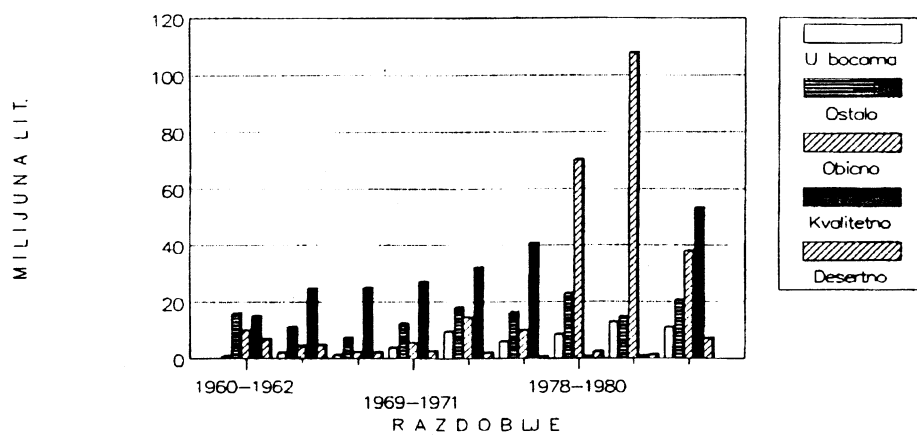
Izvoz vina za analizirano vremensko razdoblje 1960. - 1989. udvostručio se i iznosi oko milijun hektolitara, što čini oko 19 % ukupne proizvodnje vina. Izvoz vina za to razdoblje rastao je godišnje po stopi od preko 6 posto. Najveći dio naših vina i dalje se izvozi u otvorenom stanju. Svega nešto oko 15 % količina izvezenog vina je u bocama, što predstavlja oko 25 posto vrijednosti izvoza vina. Zaostajanje izvoza vina u bocama ukazuje na slabo prilagodavanje jugoslavenske ponude kvalitetnog vina na inozemnom tržištu. Očito je, da moramo izmijeniti strukturu izvoza vina u korist buteljiranih vina i time značajno povećati financijsku vrijednost izvoza. Najveći izvoz imali smo početkom ovog decenija i on se do danas zadržao na istoj razini. Struktura izvoza neznatno se izmijenila u korist buteljiranih vina. Naš najveći kupac vina su zemlje EEZ-e, a one su jedno i najveći - od 3 svjetski proizvođač, izvoznik i uvoznik vina. Slijedeće veliko tržište za - od 3 nas bile su zemlje SEV-a. Ovo tržište u dosadašnjem obliku više ne postoji. Slijede uvoznice zemlje EFTA i prekomorske zemlje. Za nas je najinteresantnije tržište EEZ-e ne samo zato što je najveći kupac, već i zato što želimo biti dio te Zajednice i što se ta Zajednica slobodno razvija. U tim zemljama nismo ravnomjer no prisutni. Najveći su uvoznici SR Njemačka, slijedi Velika Britanija, itd. Naš udio kreće se od 4,2 % u uvozu SR Njemačke do 0,001 % u uvozu Belgije. Međutim, pitanje je što će se dogoditi u ovoj djelatnosti, liberalizacijom uvoza godine 1992. Želimo li zadržati sadašnju poziciju u izvozu vina, morat ćemo kvalitetno mnogo toga mijenjati.

Jugoslavija uglavnom izvozi vino u otvorenom stanju, u bačvama i taj izvoz raste. **Izvoz vina u bačvama ili cisternama možemo podijeliti na izvoz stolnih vina, kvalitetnih vina, te desertnih i ostalih vina.** Najbrži rast izvoza pokazuje izvoz stolnih vina u bačvama, dok izvoz kvalitetnih vina, te desertnih i ostalih vina, stagnira ili pada. Izvoz vina u bačvama namijenjen je tržištima industrijskih vina (vina za kupažu). Ponuda u pogledu kvalitete zaostaje, jer izvoz vina slabije kvalitete u bačvama nadmašuje izvoz kvalitetnih vina u bačvama. Izvoz naših vina namijenjen je prvenstveno velikim kupcima, koji ta vina dorađuju i pripremaju za određena tržišta i krajnjeg potrošača. Podrijetlo vina, proizvođač, marka, sorta i tip vina, pa i zemlja proizvođač, gubi se u ovakvom proizvodu i u ovakvoj ponudi vina.

Graf 2 Struktura ukupnog prometa vina u Jugoslaviji za razdoblje
1960-1988.
Structure of the Wine Market in Yugoslavia from 1960 to 1988



Graf 3. Struktura izvoza vina iz Jugoslavije za razdoblje 1960-1986.
Structure of Yugoslav Wine Exports from 1960 to 1986.



Tablica 1
Table 1
Proizvodnja vina, te izvoz i promet vina u trgovini na malo i u ugostiteljstvu
Wine Production, Exports, Retail Sales and Consumption in Catering

u 000 lit.
in 000 Lit.

Vremensko razdoblje Period	Proizvodnja Production	%	Izvoz Exports	%	Trgovina na malo Retail Sales	%	Ugostiteljstvo Consumption in catering	%	Ukupno promet Total Market consumption	%
1960-1962.	425.333	100	47.879	11,3	60.941	14,3	76.195	17,9	185.015	43,5
1963-1965.	563.333	100	44.929	7,9	63.389	11,3	70.516	12,5	178.197	31,7
1966-1968.	566.666	100	36.998	6,5	71.874	12,7	76.131	13,4	185.003	32,6
1969-1971.	599.836	100	50.366	8,4	83.057	13,8	82.935	13,8	216.359	36,0
1972-1974.	659.133	100	75.143	11,4	102.738	15,6	67.688	10,3	245.569	37,3
1975-1977	603.170	100	72.853	12,1	118.961	19,7	70.885	11,8	262.699	43,6
1978-1980.	694.200	100	103.813	15,0	146.889	21,2	76.711	11,1	327.418	47,3
1981-1983.	778.010	100	137.276	17,6	177.462	22,8	74.093	9,5	388.831	49,9
1984-1986.	616.120	100	129.197	21,0	179.368	29,1	55.726	9,1	364.291	59,2
1987-1988	592.450	100	106.854	18,0	161.797	27,3	38.531	6,5	307.182	51,8
1960-1969.	534.540	100	74.280	13,8	66.443	12,4	72.959	13,5	213.682	37,9
1970-1979	614.618	100	74.409	18,1	112.819	18,3	73.856	12,0	361.084	42,4
1980-1985.	691.110	100	130.066	18,8	178.884	25,9	73.059	10,6	382.009	55,3
1985.	366.322	100	136.936	37,4	220.205	60,1	47.700	13,0	401.841	-
1986.	734.554	100	132.113	18,0	163.737	22,3	39.752	5,5	335.602	45,7
1987.	608.760	100	109.446	18,0	159.594	26,2	38.788	6,4	307.828	50,6
1988.	576.140	100	104.262	18,1	164.000	28,5	38.274	6,6	306.536	53,2
1989.	486.467	100	92.338	18,9	136.000	27,9	30.016	6,2	278.354	57,2

Izvor: SZS
Source: SZS

Izvozne cijene stolnih vina u bačvama pokazuju da su to gotovo najniže cijene koje ostvarujemo, da su niže i od postignutih cijena na domaćem tržištu, te da naši inozemni kupci ostvaruju i najveći dio vrijednosti, odnosno najveći dio vrijednosti prometa naših vina u izvozu. Tendencija u izvozu kvalitetnijih vina u bačvama pokazuje stanovit porast, što i traži inozemno tržište. Nakon godine 1978. taj izvoz opet opada na račun porasta izvoza stolnih vina slabije kvalitete. Evidentno je da naša domaća proizvodnja vina za izvoz sve više naginje ka izvozu vina slabije kvalitete u bačvama, gdje se postižu najniže cijene i da ne poka zuje stvarni interes za izmjenu strukture izvoza vina.

Izvoz vina u bocama u vremenskom razdoblju od 1960-1989. godine rastao je po stopi od 5 - 6 posto.

Najnovije tendencije izvoza vina u bocama pokazuju na stanovitu preorijentaciju, međutim, u strukturi izvoza ta pozitivna kretanja zauzimaju dosta mali udio. Tek 15 % ukupnog izvoza otpada na izvoz vina u bocama. Izvozne cijene u bocama vina pokazuju također i to da svjetsko tržište upravo najslabije plaća naša vina u bocama. Ipak, te su cijene veće za 2 - 5 puta od cijena vina izvezena u bačvama.

Međutim, diferencirane kvalitete vina u bocama pokazuju da najveći dio našeg izvoza vina u bocama je također izvoz stolnih vina, a manji dio otpada na kvalitetna i vrhunska vina u bocama. Možemo ustvrditi da u analiziranom razdoblju nije postignuta potrebna preorijentacija izvoza ka izvozu kvalitetnih i visokok valitetnih vina u bocama. To je posljedica prvenstveno nepostojanja izvozne strategije jugoslavenog vinogradarstva i vinarstva o7 3 i nepostojanja izvoznog marketinga naših vina. Prema tome, proizvodnja je smanjila kvalitetu što pokazuje nepovoljna struktura izvoza vina. Masovni izvoz nekvalitetnih vina temelji se na industrijskoj proizvodnji grožđa, uglavnom iz naših novih krupnih plantaža i nepostojanja proizvodnje vina s tipično vinogradarskih područja, a koja bi bila temelj za kvalitetnu i visokokvalitetnu proizvodnju vina. Svjetski pak trendovi pokazuju da je to tržište zasićeno upravo proizvodnjom stolnih vina, a da je svjetski izvoz rastao u premetu kvalitetnih vina s određenih vinogorja i pod neblja i vina posebnih marki kao posebnih proizvoda, odnosno da je rastao promet vina vrhunske kvalitete. Naša se proizvodnja nije odredila prema svjetskim tendencijama u potražnji, a u strukturi ponude devedesetih godina, samo je preslikala strukturu ponude vina šezdesetih godina.

Tablica 2.
Izvoz vina iz Jugoslavije u otvorenom stanju
Table 2. Wine in bulk Exports from Yugoslavia

u 000 lit.
in 000 Lit.

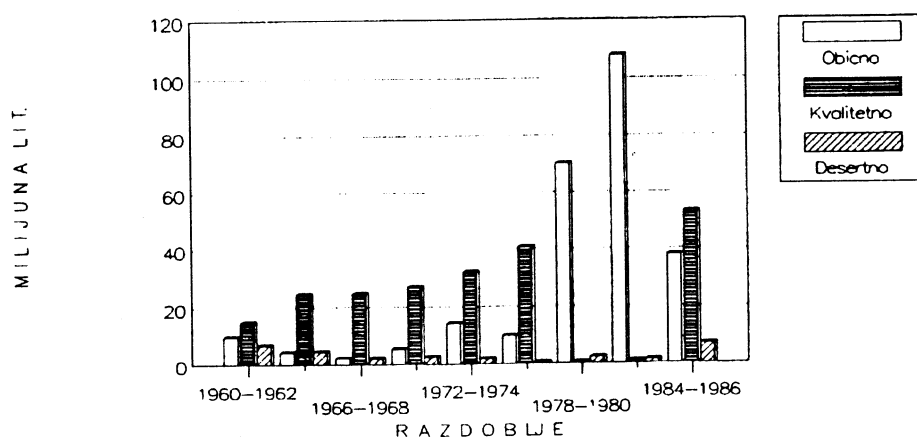
Godina Year	Ukupan izvoz Total exports	Izvoz vina u otvorenom stanju Wine exported in bulk	Izvoz vina u bocama Bottled Wine Exports	Izvoz ostalih vina Other Wine exports	Vrijednost izvezena vina u USD Value of exported Wine in US \$
1930.	12.400	-	-	-	-
1951.	30.426	-	-	-	-
1960-1962.	47.879	31.450	672	15.757	-
1963-1965.	44.929	32.242	1.896	10.791	-
1966-1968.	36.998	28.521	1.137	7.331	-
1969-1971.	50.366	34.697	3.676	11.993	-
1972-1974.	75.143	47.938	9.378	17.827	-
1975-1977.	72.853	50.992	5.836	16.025	-
1978-1980.	103.813	72.623	8.448	22.742	-
1981-1983.	137.276	104.773	12.772	14.781	-
1984-1986.	129.197	98.001	10.732	20.464	-
1987-1989.	117.520	-	-	-	-
1960-1969.	74.280	34.831	1.302	38.147	-
1970-1979.	74.409	50.672	6.521	17.216	-
1980-1989.	106.854	-	-	-	-
1985.	136.936	99.806	13.129	12.347	-
1986.	132.113	97.551	7.540	18.957	-
1987.	109.446	80.916	9.323	18.852	-
1988.	104.262	-	-	-	39.000.000
1989.	92.338	-	-	-	34.320.000

Izvori: Savezni zavod za statistiku

Source: Statistika spoljne trgovine SFR Jugoslavije

Napomena: Od 1988. godine izmijenjena je metodologija prikupljanja podataka kod izvoza vina, te se vode vermut i arom. vina zajedno, pjenušava vina, i kao najznačajnija kategorija vina od svježeg grožđa.

Graf.4 Struktura ukupnog izvoza vina u bačvama i cisternama od
1960-1986.
*Structure of Total Wine Exports in Barrels and Containers from
1960 to 1986.*



IZVOZNI MARKETING SUVREMENE PROIZVODNJE JUGOSLAVENSKOG VINARSTVA

Da bismo i dalje ostali na svjetskom tržištu vina, proizvodnja se mora hitno preorijentirati u smislu organiziranja takvog izvoznog marketinga, koji će se temeljiti na strategiji proizvoda, a ne na strategiji proizvodnje, kao do sada. Izvozna strategija počinje od proizvođača, koji se treba vezati za ciljno inozemno tržište. Ciljno tržište mora upoznati proizvođača, podneblje, vinogorje i karakteristike kvalitete našeg vina.

Dakle, cjelokupna izvozna strategija mora početi od kvalitete vina koju traži određeni potrošački segment, od krajnjeg potrošača inozemnog tržišta, mora pronaći najbolje prodajne kanale kojima će najbrže i izravno opskrbiti određenog potrošača, uz mogućnost stalne komunikacije proizvođača i potrošača.

Promocija naših vina treba se temeljiti na akcijama proizvođača u određenim medijima, koji najbolje komuniciraju s našim ciljnim tržištem. Promociju treba najizravnije povezati sa sudjelovanjem krajnjih potrošača određenog potrošačkog segmenta.

Veliki dio naše ponude vina mora se podrediti specifičnim potrošačkim segmentima inozemnog tržišta, našim iseljenicima. Motiv kupnje vina koji je jako izražen kod ljudi našeg podrijetla "vino koje su pili naši djedovi i bake", još je uvijek neistražena mogućnost u našem izvoznom marketingu vina.

Tablica 3
Izvoz vina iz Jugoslavije u otvorenom stanju
Wine in bulk Exports from Yugoslavia

Vremensko razdoblje Period	Ukupno vino u bačvama i cisternama 100 l Total Wine in barrels and containers 100 l	Obično vino u bačvama i cisternama 1000 l Table Wine in barrels and containers 1000 l	Kvalitetno vino u bačvama i cisternama Quality Wine in barrels and containers	Desertno vino u bačvama i cisternama Dessert Wine in barrels and containers
1960-1962.	314.506	9.775	14.849	6.825
1963-1965.	332.420	4.314	24.474	4.452
1966-1968	285.216	1.974	24.672	1.875
1969-1971.	346.976	5.421	26.867	2.408
1972-1974.	474.386	14.265.	32.001	1.671
1975-1977.	509.923	9.760	40.734	496
1978-1980.	726.233	70.099	392	2.132
1981-1983.	109.773	107.795	746	1.232
1984-1986.	98.001	37.877	53.159	6.964
1987-1989	(93.730)	(31.432)	(56.567)	(5.731)
1960-1969.	348.381	5.102	22.031	4.264
1970-1979.	506.726	21.925	27.165	1.554
1980-1989.	-	-	-	-
1985.	99.806	30.216	60.453	9.137
1986.	97.551	22.603	68.830	6.118
1987.	80.916	12.094	66.791	2.031
1988.	-	-	-	-
1989.	-	-	-	-

Izvor: Savezni zavod za statistiku
Source: Statistika spoljne trgovine SFR Jugoslavije
Napomena: Ista kao i prethodna

U izvoznom marketingu posebnu ulogu imaju asocijacije proizvođača grožđa i vina i državni organi. Prvo i osnovno je nadzor kvalitete proizvoda. Nadzor kvalitete organizira se kod samog proizvođača, na razini asocijacije proizvođača i na razini države. Asocijacije proizvođača mogu se stvarati za određenu marku i tip vina po vinogorjima ili rajonima ili kao udružene asocijacije izvoznog marketinga vina.

Državni organi sa svojom kontrolom i nadkontrolom moraju organizirati strogi nadzor kvalitete vina prema vlastitim propisima i prema propisima zemalja uvoznica. Na izvoznoj deklaraciji potrebna je potvrda kvalitete asocijacije proizvođača i potvrda kontrole i kvalitete državnih organa.

Osim nadzora i kontrole na razini asocijacija, potrebno je organizirati i službu za istraživanje inozemnih tržišta, te službu za propagandu i promociju naših vina u inozemstvu.

ZAKLJUČCI

1. Činjenica je da naša proizvodnja vina za izvoz, a više na ginje izvozu vina slabije kvalitete u bačvama i da ne pokazuje stvarni interes za izmjenu strukture izvoza vina.

2. U analizirano vremensko razdoblje nismo uspjeli preorijentirati jugoslavenski izvoz vina od izvoza vina u otvorenom stanju lošije kvalitete ka izvozu vina poznatih proizvođača određenih podneblja i vinogorja, vina u bocama za poznato tržište krajnjeg potrošača.

3. Perspektiva izvoza naših vina temeljit će se i na valjanoj organizaciji izvoznog marketinga vina, ciljem organiziranja takvog izvoznog marketinga, koji će se temeljiti na strategiji proizvoda, a ne na strategiji proizvodnje, kao do sada.

SUMMARY

The supply of Yugoslav Wines on the world market does not meet the demand trends. Export marketing has to be reorientated to wards product strategy and not to the production strategy.

Export strategy begins with the producer who has to comply with the goal export market demands. The goal market has to get acquainted with the producer, climate, grape producing area and the quality characteristics of our wine.

LITERATURA

A. Kolega, B. Štancel: Promjene na tržištu i neki problemi marketinga vina, Zbirka referata, Simpozija: Marketing poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, Novi Sad, 1981.

A. Kolega: Marketinška koncepcija poljoprivrednih proizvoda za tržište, Zagreb, 1976. Agronomski glasnik br. 1

Z. Kolar: Ispitivanje tendencije u proizvodnji i izvozu vina iz Jugoslavije, Magistarski rad, Zagreb 1986.

B. Štancl, V. Milat: Vina Jugoslavije, Mladost, Zagreb 1986.

Adresa autora - Author's address:

Prof. dr. Ante KOLEGA, Fakultet poljoprivrednih znanosti

Institut za ekonomiku i organizaciju

poljoprivrede - ZAGREB

Dr Vinko Milat

Poduzeće „Blato” Zagreb