



UDK: 631.164

KONKURENTSKO POZICIONIRANJE PROIZVOĐAČA ŠPARGLE NA EVROPSKOM TRŽIŠTU

Toma Krmpotić^{*}, Vesna Milanović-Golubović^{}**

^{}Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet - Subotica*

*^{**}Fakultet za poslovne studije i Poslovna škola Megatrend,
Megatrend univerzitet - Beograd*

Sadržaj: Cilj rada je da definiše konkurentsku poziciju proizvođača špargle na evropskom tržištu i strategije za održavanje konkurentске pozicije ili repositioniranje.

U radu je korišćen statistički, analitički i komparativni metod.

Na osnovu izvršene analize prednosti i slabosti evropskih i svetskih proizvođača špargle i mogućnosti i opasnosti sa tržišta bilo je moguće definisati njihovu konkurentsku poziciju i strategije za održavanje konkurentске pozicije ili repositioniranje.

Ključne reči: konkurenti, pozicioniranje, špargla, evropsko tržište.

1. UVOD

U Evropi postoje s jedne strane značajni potrošači špargle, a sa druge strane grupe stanovništva koje jedva da koriste šparglu. Takođe, u delu Evrope koji se nalazi zapadno od 15-tog stepena geografske dužine nalaze se najveće površine špargle, a u drugom delu Evrope, istočno od 15-tog stepena geografske dužine su oblasti sa beznačajnim površinama.

Međutim, i prema severu postoji granica proizvodnje koja je uslovljena klimatskim faktorima. Tako proizvodnja u Skandinavskim zemljama i Velikoj Britaniji ima samo mali značaj.

Na evropskom tržištu špargle značajno su pozicionirani francuski, španski, nemački, grčki i holandski proizvođači. U budućnosti, oni mogu očekivati konkurenciju iz drugih zemalja sveta. U vezi s tim, postaje jasno da je evropsko tržište špargle fragmentirano i da na njemu deluje mali broj velikih konkurenata koji su različito pozicionirani. Njihova pozicija u budućnosti može biti međusobno ugrožena i ugrožena od strane novih konkurenata koji će adekvatnije odgovoriti na zahteve evropskih potrošača špargle. Definisanje konkurentске pozicije evropskih proizvođača špargle i strategija koja bi pomogla njenom održavanju ili poboljšanju postaje izazov za marketinšku nauku.

2. CILJ I METOD RADA

Cilj rada je definisati konkurentsku poziciju proizvođača špargle na evropskom tržištu i identifikovati strategije koje bi im pomogle da svoju poziciju zadrže ili poboljšaju, odnosno da sopstveno tržišno učešće povećaju. U radu će se koristiti statistički, analitički i komparativni metod. Statističkim metodom će biti predstavljena kretanja površina za sadnju, proizvodnje, prodaje, izvoza, cena špargle proizvođača pojedinih zemalja kao izvoznica špargle na evropsko tržište. Statistički podaci će omogućiti definisanje ponude i predviđanje potencijala njihove ponude. Analitičkim metodom će se obezbediti uvid u poziciju pojedinih proizvođača na tržištu špargle. Komparativnim metodom će se definisati prednosti jednih u odnosu na druge i prostori i područja koja treba da jačaju da bi održali ili poboljšali konkurentsku poziciju.

3. PRIKAZ REZULTATA ISTRAŽIVANJA

3.1. Španija

Španija spada među najveće proizvođače špargle u okviru Evropske unije. Ciljno tržište špargle čine prerađivači odnosno konzervna industrija i u manjem obimu krajnji potrošači koji je kupuju za sopstvene potrebe ili potrebe članova svog domaćinstva. Špargla se prodaje na inostranom i domaćem tržištu. Na domaćem tržištu se naročito prodaje sveža špargla (oko 17.000 t).

Značajniji nastup španskih proizvođača i izvoznika špargle na evropskom tržištu je zabeležen tek 2000. godine, da bi se od tada do danas višestruko povećao izvoz ovog proizvoda na evropsko tržište (tab. 1). U 2005. godini izvezeno je više od 12.000 t špargle u sve zemlje, od toga više od pola u Nemačku. Švajcarska je takođe značajno ciljno tržište španske špargle i tržište na kojem se španski izvoznici bore sa konkurentima iz Francuske. Kraj ovog razvoja se ne može sagledati i prati se sa pažnjom od strane konkurencije.

Tab. 1. Tržište špargle u Španiji

Podaci	Godine					
	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
površine za sadnju (ha)	17.261	18.997	18799	19.730	20.732	22050
proizvodnja (t)	55.900	54.672	69.100	67.700	73.900	72.200
izvoz sveže špargle (t)	1.376	1.883	5.257	7.425	11.056	12.500
od toga u Nemačku (t)	769	904	2.356	4.434	6.263	7.300
proizvodna cena (DM/t)	294	384	268	294	269	347

Međutim, španski izvoznici nailaze na mnoge prepreke na evropskom putu do velikih potrošačkih centara u Rurskoj oblasti. Računa se sa transportnim troškovima od 0,40 €/kg. Osim toga, proizvod je opterećen carinom od 13 procenata koja će, međutim, tokom sledećih godina biti redukovana i do 2008. godine najverovatnije ukinuta. Polazišna tačka za sačinjavanje kalkulacije cena za šparglu u Španiji je ponuda cene španske prerađivačke industrije. Ta cena mora prilikom izvoza da bude postignuta. Tako, na primer, za prvu klasu 2003. godine španska prerađivačka industrija je isplaćivala u Španiji 3 €/kg, a ako se obračuna priprema, pakovanje, transport i carina na veletržištu u Kelnu cena treba da dostigne nivo od 5,5 €/kg.

3.2. Grčka

Grčka leži istočno od 15-tog stepena severne geografske dužine i do pre izvesnog vremena proizvođači još nisu znali za proizvodnju špargle u većim količinama i na većim plantažama. Sredstvima Svetske banke pokrenuta je proizvodnja u Makedoniji i Severnoj Grčkoj. Ekspanzija se nastavlja, te se sada želi započeti sa proizvodnjom na Peloponezu jer tamo ubiranje počinje ranije.

Prva ozbiljnija proizvodnja započela je sa nemačkim sortama, koje nisu bile prilagođene klimatskim uslovima, a sada se prešlo na francuske i holandske sorte. Izvoz ne dostiže španske veličine pošto nedostaje kapital i spremnost na rizik da se pređe na proizvodnju do sada nepoznate biljne vrste (tab. 2).

Tab. 2. Tržište špargle u Grčkoj

P o d a c i	G o d i n e					
	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
zasađene površine (ha)	700	1.100	1.300	1.550	3.120	2040
proizvodnja (t)	2.500	4.000	3.600	3.405	5.000	6.000
izvoz sveže špargle (t)	1.308	2.325	2.740	3.257	4.259	5.000
od toga u Nemačku (t)	1.278	2.209	2.665	2.680	3.841	4.400

Grčka poljoprivredna proizvodnja je sitno struktuisana i ima slabo razvijenu tržišnu kulturu. Za južnonemačko tržište ona predstavlja veliku konkurenciju pošto se celokupni uvoz odvija preko Minhena, a odatle se raspoređuje u celoj Bavarskoj. Čini se da su Grci pre spremni da osvoje određeni deo tržišta preko cene nego preko kvaliteta.

3.3. Francuska

U Francuskoj se sadi skoro 20.000 ha špargle. Obim površina je godinama skoro nepromenjen (tab. 3).

Tab. 3. Tržište špargle u Francuskoj

P o d a c i	G o d i n e					
	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
zasađene površine (ha)	16.569	16.508	16.488	17.950	17.185	17.067
izraženo kroz jedinicu prinosa nije izraženo prinosom (ha)	2.784	2.855	2.874	2.622	2.117	-
proizvodnja (t)	43.500	48.900	51.100	53.800	57.900	58.000
izvoz sveže špargle (t)	15.406	15.349	15.846	13.453	16.347	-
od toga u Nemačku (t)	10.325	10.413	10.991	9.026	10.835	10.309
proizvodna cena DM/dt	566	644	496	503	490	-

Ako posmatramo period 1995-2001. godina, iz Francuske se kontinuirano izvozi i izvoz raste. Proizvodnja na jugu je bila usmerena na nemačko i švajcarsko tržište. Zbog toga se rast španske proizvodnje posmatrao i pratio sa posebnim interesovanjem. Tako je izvoz u Švajcarsku do sada iznosio 4.000 t, a udeo na tržištu je bio 86 procenata. Prodorom španske špargle ovaj udeo se smanjio na 72 procenta, a španski povećao sa 9 na 27 procenata u periodu 2001-2003. godina. Analitičari, koji prate tržište, predviđaju da će francuskoj proizvodnji biti teško da se suprotstavi španskoj proizvodnji i ekspanziji na ovo kao i na druga tržišta. Pretpostavlja se da će se površine za sadnju u Francuskoj smanjiti ali da će proizvodnja zbog postignutih efekata i uspeha ostati ista.

3.4. Holandija

Na jugoistoku Holandije u provinciji Limburg nalazi se nacionalna oblast za proizvodnju špargle. Tamo su od 1986. godine porasle površine za 20 procenata i dostigle oko 2.800 ha (tab. 4).

Tab. 4. Tržište špargle u Holandiji

Podaci	Godine					
	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
zasađene površine (ha)	2.582	2.688	2.819	2.783	2.841	2.735
proizvodnja (ha)	9.300	10.240	9.700	11.600	10.230	11.190
izvoz sveže špargle (t)	4.150	4.970	4.680	5.080	4.560	5.040
od toga u Nemačku (t)	3.910	4.420	3.920	4.440	4.140	4.490
cena (hfl/dt)*	673	764	694	586	764	743

*Cena po sistemu "Veiling" - (holandski javna prodaja), vrsta licitacije, kada se od utvrđene najviše cene, cena spušta u određenom vremenu (mereno satom ili štopericom i pritiskom na prekidač zaustavlja da bi se po pokazanoj ceni izvršila prodaja)

Ovo proširenje površina zavisi od prestrukturiranja poljoprivredne proizvodnje. Povećana proizvodnja mleka dovela je do stvaranja kontigenata i time do gubitaka prihoda. Proizvođači pokušavaju da kompenzuju to kroz prihvatanje proizvodnje špargle u svoj proizvodni program i smanjenje prihoda od proizvodnje mleka dopune prihodima iz proizvodnje špargle. Čak i oblasti koje nemaju veze sa poljoprivrednom proizvodnjom interesuju se za proizvodnju špargle. Proširenje do sada nije uspelo zbog nedostatka novih količina sadnog materijala jer je njegova proizvodnja ograničena. Prema statističkim procenama prinosi u Holandiji iznose 4 t/ha. Oni će u budućnosti uvođenjem čisto muških sorti biti povećani. Proizvodnja je 2005. godine postigla rekordnu visinu više od 11.000 t od čega se 40 procenata izvezlo u Nemačku.

3.5. Nemačka

U Nemačkoj postoje dve velike oblasti za proizvodnju špargle. Na severu, na glacijalnim površinama, severno od linije Braunšvajg, Hanover, Osnabrik, Minster i reka Elba, odnosno do Severnog mora i jedna na jugu, na zemljištima tipa eolskog peska, uz gornji tok reke Rajne. Manji centri se nalaze u pokrajini Rajna Vestfalija i u Bavarskoj i imaju pre svega lokalni karakter.

Od 1982. do 2000. godine postojalo je stalno smanjenje površina iako se prosečna cena iz godine u godinu povećavala. Od 2000. godine usledio je vidan preokret (tab. 5).

Tab. 5. Proizvodnja špargle u Nemačkoj

Podaci	Godine					
	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
zasađene površine izražene kroz jedinicu prinosa (ha)	3.357	3.750	3.929	4.120	4.281	4.604
nije izraženo prinosom (ha)	761	800	774	1.050	1.055	1.034
proizvodnja (t)	10.708	11.615	13.823	14.989	12.157	16.444
prihodi u mil. DM	47,1	43,1	46,2	45,4	37,5	44,9
prosečna dobit (DM/dt)	756	722	690	579	664	658

Od najniže proizvodnje na površini od 4.000 ha površina se povećala za šest godina na 5.600 ha. Glavni korisnik je severna Nemačka gde se nalaze još uvek dovoljno velike

površine i bolja struktura preduzeća. Proizvođači špargle moraju isključivo sami da je prodaju, pošto nema zadruga ili još nisu usmereni na prodaju špargle na tržištu. Značajnije zadruge se nalaze južnije, u Grishajmu kod Darmštata, Hajdelberga i u Bruksalu.

3.6. Ostale evropske zemlje

Italija, Mađarska i Srbija imaju zatvoreno domaće tržište i zbog toga analitičari ne obraćaju pažnju na njih. Prema podacima, površina u Italiji obuhvata 5000-6.000 ha.

Najčešće se nudi zelena špargla ili se radi o proizvodima sličnim zelenoj špargli, što znači špargla sa obojenim i belim delovima koja se na evropskom tržištu jedva može prodati, ali se u Italiji rado troši. Na Sardiniji se sadi špargla na većim površinama i namenjena je isključivo izvozu.

3.7. Proizvodnja špargle u svetu

I van Evrope špargla se proizvodi u mnogim zemljama pri čemu, grubo gledajući površine pod zelenom šparglom su duplo veće od površina za beljenu šparglu. Deo ubrane špargle se koristi kao svež, a deo se konzervira. Deo se duboko smrzcava, ali je to daleko manja količina od prethodne dve. Trend za potražnjom sveže špargle je vidan.

3.7.1. Severna i Južna Amerika

Zasadene površine sa kojih se ubira zelena špargla (zeleni izbojci špargle) približno iznose 44.000 ha, od čega je samo u SAD oko 40.000 ha. Glavne oblasti u SAD su u Kaliforniji, ali se znatne površine nalaze u Nju Džersiju, Njujorku, Arizoni i Mičigenu. U Kanadi je proizvodnja ograničena na južne delove provincije Britanska Kolumbija, Monitaba i Kvebek.

U Meksiku se poslednjih godina sadi špargla za izvoz i zimi šalje kao beljena špargla u Evropu. Gvatemala ima male površine pod šparglom.

U Južnoj Americi se u poslednje vreme sadi više špargle. Tako je površina već prekoračila 10.000 ha. Proizvodnja je usmerena na zimska tržišta severne zemljine hemisfere. Tako Čile izvozi zelenu šparglu od oktobra do decembra sa svojih površina od 3.400 ha najveći delom u SAD. Proizvodnja ide tako dobro da se očekuje dalje proširenje, pošto su uslovi za proizvodnju u ovoj zemlji jako povoljni. Glavna proizvodnja je u okolini grada Santjago (više od 700 ha) kao i južno od njega u okolini Concepciona (više od 1.800 ha).

Peru ima značajnu proizvodnju špargle. Rashlađujuće dejstvo Humboltove struje i pogodno tlo na visinskim površinama omogućavaju proizvodnju na 5.200 ha. Težišna tačka proizvodnje je u departmanu Libertad na 4.000 ha. Najveći deo sveže špargle odlazi u SAD, a konzervirane u Evropu (Danska, Holandija, Nemačka, Italija).

Argentina je sa oko 1.500 ha najmanji proizvođač špargle u Južnoj Americi. Najveći deo površina nalazi se u centralnoj Argentini. Proizvodnja se delimično šalje u Evropu kao beljena špargla.

3.7.2. Australija

Australija i Novi Zeland proizvode šparglu na oko 3.500, odnosno na 3.000 ha. Od toga se najveći deo izvozi u Japan i SAD. Svoje mogućnosti da proizvodi šparglu u različitim klimatskim rejonima tokom cele godine Australija još nije u potpunosti iskoristila. Centri se trenutno nalaze u Vikotiji i Novom Južnom Velsu.

U Novom Zelandu se špargla proizvodi pre svega na Severnom ostrvu pri čemu je proizvodnja koncentrisana oko aerodroma.

3.7.3. Azija

Celokupnu površinu za proizvodnju špagle u Aziji teško je oceniti pošto između ostalog veličina površina u Kini nije poznata.

Tajvan je tako za sada, sa približno 10.000 ha, zemlja sa najvećim poznatim površinama pod šparglom. Ipak, površine i proizvodnja zaostaju. Tamošnja špargla se većim delom konzervira, a delom se šalje sveža u Japan. Jeftina tajvanska špargla u konzervisanom stanju potisnula je posle II svetskog rata kalifornijsku sa svetskog tržišta (Tajvan je u jednom momentu izvezio više od 40.000 t u Nemačku).

U Kini se špargla sadi u oblasti Dalien oko jedne fabrike za konzerviranje, a takođe i u delovima oko Šangaja.

Nadalje, postoje površine zasađene šparglom u Maleziji (4.000 ha), na Tajlandu u brdskim predelima, u Indiji (Kašmir), Indoneziji i na Filipinima.

3.7.4. Afrika

Republika Južna Afrika je najveći proizvođač špagle u Africi (3.000 ha). Najveći deo se konzervira kao beljena špargla, a samo se mali deo izvozi svež. Najveći deo izvoza zauzima Evropa. Velike površine leže oko Johanesburga i kod Frigstona gde je proizvodnju organizovala jedna zadruga, a u Lesotu proizvodnju je organizovala jedna izvozna firma na relativno velikim površinama. Zadruga je podelila svoje površine na porodice koje obrađuju svaka po 0,5 ha.

Manje površine mogu se naći i u Zimbabveu, Zambiji, Keniji, Egiptu i u severno afričkim državama.

4. DISKUSIJA DOBIJENIH REZULTATA

Španija spada među najveće proizvođače špagle u okviru Evropske unije sa progresivnim rastom površina za sadnju i prinosa. Domaće tržište konzumira svežu špaglu, koja je ujedno i primarni izvozni cilj. Najznačajnija ino tržišta su Nemačka i Švajcarska, a zapažen konkurent Francuska. Španska špargla je visokog kvaliteta i visoke cene. Prednosti Španije su u povoljnoj klimi i pogodnom tlu, koji su atraktivni za uzgoj špagle i privlačenje ino investicija u proizvodnju za izvoz, raspoloživom slobodnom zemljištu koje ne bi trebalo u skorij budućnosti da ugrozi plodored, dobrim i kvalitetnim hibridima koji daju kvalitetne izbojke i visoke prinose, načinima za povećanje prinosa kao što je navodnjavanje. Slabosti Španije su nerazvijeni kanali prodaje špagle na domaćem i inotržištu, nedovoljna saradnja sa prerađivačima i izvoznicima koja se negativno odražava na izvozne cene španske špagle (povećava ih).

Francuska je takođe jedan od najvećih proizvođača špagle u okviru Evropske unije sa tradicijom najvećeg izvoznika. Veći deo domaćeg tržišta konzumira ljubičastu i zelenu špaglu, Evropsko tržište konzumira belu špaglu. Njena najznačajnija ino tržišta su Nemačka i Švajcarska, a zapažen konkurent joj je Španija koja preuzima vođstvo na evropskom tržištu. Prednosti Francuske su u povoljnoj klimi i pogodnom tlu, dobrim i kvalitetnim hibridima koji daju kvalitetne izbojke, novim hibridima, proizvodnji pod folijama, različitim vrstama špagle, dugoj tradiciji izvoznika na evropskom tržištu. Slabosti Francuske su moguć nedostatak neobrađenog zemljišta za sadnju špagle. Čak

ni proširenje proizvodnje na jugozapadni deo zemlje ne može da nadoknađi stare neupotrebljive površine od plodoreda na postojećim lokacijama. Takvu slabost Španija nema.

Grčka spada među male proizvođače špagle u okviru Evropske unije, sa tek neznatnim rastom plantažnih površina u zadnje vreme i malim količinama špagle koja se nudi na inotrištima. Značajan je konkurent nemačkim proizvođačima na njihovom domaćem tržištu naročito u Bavarskoj, jer se njome popunjava nemačko tržište u aprilu mesecu kada je ono nezadovoljeno usled smanjenih isporuka španske i francuske špagle i nedovoljne ponude domaće špagle. Grčka špagla je nižih cena i nižeg kvaliteta. Slabosti Grčke su usitnjena proizvodnja i slabo razvijena tržišna kultura, nedostatak kvalitetnih naročito domaćih sorti, nedostatak svežeg kapitala koji bi podstakao intenzivniji rast proizvodnje i izvoza, i nedostatak preduzetničkog duha i inicijative usled nepostojanja značajnog menadžment i marketing iskustva u proizvodnji i izvozu specifičnih biljnih vrsta kao što je špagla.

Holandija je značajan proizvođač špagle u okviru Evropske unije sa rastom površina za sadnju i prinosa. Rast površina podstaknut je prestrukturiranjem poljoprivredne proizvodnje. Nemačka je njeno primarno izvozno tržište. Slabosti Holandije su nedostatak novih količina sadnog materijala, usled njegove ograničene proizvodnje, manji prinosi u odnosu na vodeće proizvođače.

Nemačka je značajan proizvođač špagle, ali je i najveći potrošač špagle u Evropi. Površine pod špaglom rastu, iako su u zadnjoj deceniji XX veka padale. Domaći potrošači su značajni konzumenti špagle, naročito deo severne Nemačke gde se nalaze još uvek dovoljno velike površine i bolja strukturalna preduzeća. Slabosti Nemačke su u slabo razvijenim kanalima prodaje špagle i nedovoljnoj saradnji sa distributerima i izvoznicima. Ostale evropske zemlje imaju za sada beznačajnu poziciju na evropskom tržištu. Među njima se nalazi i Srbija.

Proizvodnja špagle u svetu raste, naročito zelene. Koristi se kao sveža, konzervirana i zamrznuta, ali u manjim količinama. SAD dominiraju kao proizvođač špagle na američkom tržištu. Meksiko je poznat po izvozu beljene špagle u toku zime u Evropu. Gvatemala ima male površine pod špaglom. U Južnoj Americi proizvodnja špagle je usmerena na izvoz ka severu u hladnije predele severne zemljine hemisfere. Čile izvozi zelenu špaglu od oktobra do decembra u SAD. Peru, takođe, najveći deo sveže špagle izvozi u SAD, a konzervirane u Evropu. Argentina je najmanji proizvođač špagle u Južnoj Americi. Najveći deo beljene špagle izvozi u Evropu.

Tajvan je zemlja sa najvećim poznatim površinama pod špaglom, koje zaostaju po proizvodnji i prinosu. Tajvan nudi većinom konzerviranu špaglu, dok svežu izvozi u Japan. Australija i Novi Zeland izvoze špaglu u Japan i SAD. Šanse Australije u proizvodnji špagle su u povoljnim klimatskim uslovima - različitim klimatskim rejonima što joj omogućava da tokom cele godine proizvodi špaglu. Republika Južna Afrika je najveći proizvođač špagle u Africi. Najveći deo se konzervira kao beljena špagla, a samo se mali deo izvozi svež. Najveći deo izvoza zauzima Evropa. Manje površine mogu se naći i u ostalim delovima Afrike. Pored ostalih opštih slabosti njena slabost su i nedovoljno razvijena distribucija.

5. ZAKLJUČAK

Špagla je sezonski poljoprivredni proizvod. Zbog toga je pod značajnim uticajem klime i raspoloživog i kvalitetnog zemljišta koji mogu biti koliko podsticajni, toliko i ograničavajući faktor.

Špargla je nov potrošni proizvod za većinu evropskih potrošača. Tržište špargle je u rastu i na njemu je nekoliko proizvođača. Najveći konkurenti su Francuska i Španija. Imati leadersku poziciju znači biti prvi i najbolji, odnosno primeniti takvu tehnologiju sadnje, uzgoja, ubiranja i isporuke koja će omogućiti izlazak na evropsko tržište u februaru mesecu.

Strategije za održavanje leaderske konkurentske pozicije Španije najpre u odnosu na najbližeg konkurenta Francusku, a potom i druge konkurente su korišćenje prednosti raspoloživog kvalitetnog zemljišta koje će od dobrih sorti ponuditi još kvalitetnije izbojke, ponuda različitih vrsta špargle koje joj nedostaju radi širenja asortimana, pronalaženje partnera za preradu-konzerviranje, zamrzavanje, distribuciju i isporuku kako bi se snizile cene i proširilo ciljno tržište. Genetska poboljšanja postojećih domaćih sorti, povećanje prinosa na postojećim površinama i povećanje površina razvojem novih lokacija preporuka je za Španiju.

Ostali proizvođači u svetu za sada imaju manji uticaj na evropsko tržište špargle. Nude konzerviranu šparglu ili su (Australija) u mogućnosti da proizvode šparglu tokom cele godine usled povoljnog klimatskog uticaja. Ne treba ostaviti po strani njihovu pojavu na tržištu, jer bi takva ponuda omogućila konzumiranje špargle tokom cele godine, sveže ili konzervirane. Za očekivati je da će konkurenti iz azijsko-pacifičkog i latino-američkog regiona, poznati u proizvodnji po niskim troškovima, u budućnosti ponuditi kvalitetne izbojke i šparglu po nižim cenama. Prema tome treba ih ozbiljno shvatiti u ulozi novih konkurenata na evropskom i svetskom tržištu špargle.

LITERATURA

- [1] Fehér B.: A háztáji új növénye: a spárga, Mezőgazdasági Kiadó, Budapest, 2003.
- [2] Hartmann H. D.: Spargel, Grundlagen für Anbau, Fachgebiet für Gemüsebau der Forschungsanstalt Geisenheim, Stuttgart, 2006.
- [3] <http://www.orst.ed/Dept?NWREC/asparagu.htm>

COMPETITIVE POSITIONING OF PRODUCERS OF ASPARAGUS ON EUROPEAN MARKET

Toma Krmpotić^{*}, Vesna Milanović-Golubović^{}**

^{}University of Novi Sad, Economical Faculty - Subotica*

*^{**}Megatrend University - Belgrade*

Abstract: The aim of the paper is to define competitive position of producers of asparagus on European market and strategies to keep to competitive position or repositioning.

The paper uses statistic method, analytic method, comparative method.

Based upon analysis of strengths and weaknesses of the biggest producers of asparagus on European market and world producers, and opportunities and threats from the market it has been possible to define competitive position of the producers of asparagus on the European market and strategies to keep to competitive position or repositioning.

Key words: competitors, positioning, asparagus, european market.