



HORTIMAG

Publikacija Instituta za hortikulturu (UNIBL)

<https://inhortbl.org/>

STRUČNI ČLANAK

Globalni trendovi u proizvodnji, potrošnji i trgovini jabukama: prilike i izazovi za proizvođače

prof. dr Miljan Cvetković





Globalni trendovi u proizvodnji, potrošnji i trgovini jabukama: prilike i izazovi za proizvođače

prof. dr Miljan Cvetković

Globalni trendovi u proizvodnji, potrošnji i trgovini jabukama jasno ukazuju na to da se pred profesionalnim voćarima istovremeno otvaraju nove prilike i javlja čitav niz izazova. Jabuka, kao jedna od najrasprostranjenijih voćnih vrsta na svetu, nalazi se u središtu promena koje obuhvataju čitav lanac vrednosti – od klimatskih uslova i ekoloških zahteva, preko tehnološkog napretka i ekonomskih faktora, do rastućih očekivanja potrošača. Savremeno tržište jabuka postalo je složeno okruženje u kojem se agronomska znanja moraju usklađivati sa ekonomskim trendovima, logističkim ograničenjima i jasnom marketinškom strategijom.

Na globalnom nivou potražnja za jabukom je stabilna, ali su cenovne oscilacije sve izraženije, što je posledica vremenskih nepogoda i promenljive ponude u ključnim proizvodnim regionima. Iako se jabuka gaji širom sveta, proizvodnja je koncentrisana u nekoliko dominantnih oblasti. Kina, sa više od 44 miliona tona godišnje, učestvuje sa oko 57% svetske proizvodnje čime oblikuje globalne tokove ponude i potražnje. Evropa ostaje drugi najvažniji proizvođač, sa oko 13% učešća, oslonjena na bogat sortiment i visoke standarde kontrole kvaliteta. Američka proizvodnja, iako manja u apsolutnim brojkama (oko 6% globalnog udela), ima snažan uticaj zahvaljujući stabilnoj



Slika 1-2. Proizvodnja jabuke u Indiji poslednjih godina prolazi kroz ubrzanu modernizaciju, uz intenzivno podizanje zasada sa savremenim sortama i uvođenjem novih tehnologija gajenja. Stara pojedinačna stabla jabuke u regiji Himachal Pradesh, koja se pokrivaju zaštitnom mrežom (levo) menjaju intenzivni, potpuno opremljeni zasadi (desno).

tehnologiji, jasnoj sortnoj specijalizaciji i snažnoj orijentaciji ka premium segmentima tržišta. Turska, poslednjih godina, pokazuje ubrzan rast i sve aktivniji izvozni nastup, čime postaje jedan od značajnijih faktora na međunarodnoj sceni. Indija, koja i dalje uvozi velike količine jabuka, ubrzano podiže nove zasade i istovremeno postaje jedno od najdinamičnijih tržišta u pogledu rasta potrošnje.

U Bosni i Hercegovini jabuka zauzima drugo mesto po obimu proizvodnje, odmah iza šljive. Prema zavničnim podacima proizvodnja se kreće u rasponu od 190 do 210 hiljada tona godišnje (period 2022-2024, Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, jul 2025), iako stanje na terenu



ukazuje na značajno manju proizvodnju (70 do 110 hiljad tona). Vremenski uslovi u fenofazi cvetanja i zemetanja plodova najčešći su uzrok ovih variranja. Najintenzivnija proizvodnja jabuke skoncentrisana je u potkozarskoj regiji, sa Gradiškom kao administrativnim i proizvodnim centrom. Razlike među proizvođačima najviše se uočavaju u stepenu primene savremenih tehnologija: zasadi sa protivgradnim i protivmraznim sistemima, adekvatnim navodnjavanjem i boljom organizacijom tremana plodova nakon berbe postižu stabilnije i više prinose. Većina plodova i dalje se plasira na domaće tržište, iako postoje primeri uspešnog izvoza na tržišta sa strogim zahtevima. I u lokalnim



Slika 3-4. U Republici Srpskoj postoji određen broj veoma kvalitetnih proizvođača jabuke koji dosljedno primenjuju savremene agro-tehničke i pomotehničke mere. Zahvaljujući visokom stepenu stručnosti i primeni naprednih tehnologija, ovi proizvođači ostvaruju vrhunski kvalitet plodova i konkurentne rezultate na tržištu.

proizvodnim uslovima, promene i dešavanja na globalnom tržištu bitno utiču na konkurentnost domaćih proizvođača, formiranje otkupnih cena i planiranje novih investicija.

Globalno tržište poslednjih godina karakteriše stabilna potražnja, ali i česte cenovne oscilacije. Mraz u Poljskoj, toplotni talasi u Francuskoj i Španiji, zatim smanjena proizvodnja u Italiji tokom 2025. godine, stvorili su izraziti pritisak na ponudu i doveli do rasta cena na međunarodnim berzama. Ovakva situacija povećava neizvesnost

među proizvođačima, ali istovremeno omogućava ostvarivanje povoljnijih prodajnih rezultata u godinama manjeg obima proizvodnje.

Savremeni potrošači postaju sve zahtevniji kada je reč o kvalitetu, zdravstvenoj bezbednosti i načinu proizvodnje hrane. Rastuća potražnja za plodovima sa niskim ostacima pesticida, iz integralne i organske (biološke) proizvodnje, kao i za sortama sa funkcionalnim svojstvima, vidljivo menja tržišnu strukturu.

Premijum i klupske sorte poput Honeycrisp, Pink Lady, Queen i Bloss sve su traženije i postižu više cene, naročito na azijskom tržištu, gde raste popularnost luksuznih pakovanja poput „gift box“ (poklon kutija) formata.

Na globalnom tržištu dominiraju veliki izvoznici kao što su Poljska, Italija, Čile i Južna Afrika, dok



zemlje poput Turske stižu prednost zahvaljujući povoljnom geografskom položaju i nižim logističkim troškovima ka tržištima Bliskog istoka i Azije. Azijsko-pacifička regija i dalje je najveće svetsko tržište jabuke, dok Južna Amerika beleži najbrži rast potrošnje i izvoza. Ipak, održavanje konkurentnosti zahteva stalna ulaganja u rashladni



Slika 5-6. Organska i održiva proizvodnja jabuke dobija sve veći značaj jer potrošači traže plodove proizvedene bez sintetičkih pesticida, sa naglaskom na očuvanje zdravlja i životne sredine. Kupci sve više vrednuju transparentnost, lokalno poreklo i nutritivne prednosti organskih jabuka, zbog čega ovaj segment tržišta beleži stabilan rast iz godine u godinu.



Slika 7-8. Premijum i klupske sorte jabuke, odlikuju se izuzetnim senzornim osobinama i strogo kontrolisanim sistemom proizvodnje koji garantuje stabilan kvalitet.

lanac, standardizaciju proizvodnje i optimizaciju skladišno-transportnih sistema. Bez kvalitetne infrastrukture za tretman plodova nakon berbe, teško je obezbediti konzistentan kvalitet ploda pri izvozu na udaljena tržišta.

Imajući u vidu navedeno, proizvođači jabuke u BiH treba da imaju na umu osnovne pokretače savremenog tržišta jabuke, kako bi spremno dočekali neminovne promene i sigurniji izlazak na referentnija i ekskluzivnija tržišta.

1. Razumevanje potrošačkih sklonosti. Potrošači sve više očekuju vizuelno atraktivne plodove ujednačene veličine i obojenosti, bez vidljivih oštećenja. Ukus i tekstura ostaju osnovni

kriterijumi za ponovnu kupovinu. Rastuća svest o održivoj proizvodnji i zdravstvenoj bezbednosti favorizuje jabuke sa smanjenom upotrebom pesticida, organske jabuke i proizvode sa ekološkim sertifikatima.

2. Zahtevi tržišta i segmentacija. Izvozno orjentisana tržišta, pre svega Evropska unija i zemlje Bliskog istoka, zahtevaju striktno poštovanje MRL (Maximum residue level - maksimalna dozvoljena količina) ostataka, punu sledljivost proizvodnje i primenu kontrolisanih tehnologija uzgoja. Tržište se jasno diferencira na premijum segment proizvodnje sa višim profitnim maržama i masovni segment

proizvodnje sa izraženim cenovnim pritiskom. Pozitivan primer u BiH je sorta Story, koja u domaćim marketinškim lancima ostvaruje višu prodajnu cenu i stabilan plasman.

3. Brendiranje i stvaranje dodatne vrednosti.

Razvoj regionalnih i nacionalnih brendova, investiranje u savremena pakovanja i isticanje nutritivnih i funkcionalnih svojstava značajno doprinose prepoznatljivosti proizvoda. Potrošači posebno cene jabuke sa naglašenim zdravstvenim koristima, poput antioksidativnog

delovanja ili minimalnih ostataka pesticida. Primer međunarodne inovacije je sorta Selstar – nastala od sorte Elstar obogaćene selenom, mikroelementom ključnim za imunitet. Ova jabuka predstavlja prirodnu alternativu suplementima i pogodna je za široku potrošnju tokom cele godine.

4. Diverzifikacija prodajnih kanala. Iako tradicionalne veletržnice ostaju važan segment prodaje, njihov profitni potencijal je ograničen. Porast prodaje kroz supermarkete,



Slika 9-10. "Mela Annurca" je tradicionalna italijanska sorta jabuke poreklom iz regiona Kampanija (slika levo). Ova sorta je zaštićena evropskom oznakom PGI – zaštićena geografska oznaka porekla. Zvaničan naziv, pod kojim je registrovana, glasi „Melannurca Campana“ IGP. PGI zaštita omogućava bolje i sigurnije pozicioniranje na tržištu Evropske Unije. Snack sorte jabuke, razvijene su kao mali, praktični plodovi koji se mogu konzumirati „u pokretu“, bez potrebe za sečenjem ili dodatnom pripremom (slika desno). Njihova kompaktna veličina, atraktivno pakovanje i dobar balans ukusa čine ih posebno popularnim među decom, urbanim potrošačima i tržištima koja traže zdravu užinu.

specijalizovane lance i onlajn platforme menja način na koji potrošači kupuju jabuke, dok modeli direktne prodaje – na imanju, pijacama ili kroz „pick-your-own“ (uberi sam) sisteme – omogućavaju proizvođačima bolje marže i jači odnos sa kupcima.

5. Jačanje izvozne konkurentnosti. Za uspešan nastup na međunarodnom tržištu neophodno je ispuniti standarde poput Global G.A.P., HACCP i ISO. Optimalan tretman plodova nakon berbe i efikasno upravljanje rashladnim lancem u transport, presudni su za očuvanje svežine i



Slika 11-12. Prodaja jabuke na tržnicama tradicionalno se oslanja na neposredan kontakt proizvođača i kupca, pri čemu se vrednuje svežina, lokalno poreklo i mogućnost direktne komunikacije o načinu proizvodnje. U supermarketima dominiraju standardizovani kvalitet, stroga klasifikacija i atraktivno pakovanje, što omogućava veći obim prodaje ali stvara izraženiji cenovni pritisak i veću konkurenciju.

kvaliteta plodova tokom transporta na udaljena tržišta, dok saradnja sa iskusnim izvoznicima, logističkim kompanijama i međunarodnim distributerima otvara prostor za ulazak u nove tržišne niše.

Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srpske poslednjih godina izdvaja značajna sredstva za podsticaje u voćarskoj proizvodnji. Ipak, stiče se utisak da su mere podsticaja pretežno usmerene na osnivanje i obnavljanje zasada (podela sadnog materijala), dok su sredstva za kapitalne investicije – poput sistema zaštite protiv grada i mraza, objekata i opreme za tretman plodova nakon berbe – i dalje nedovoljno (finansijski) atraktivna za voćare, te time i nedovoljno iskorišćena. U narednom periodu biće neophodno razviti modele koji će proizvođačima omogućiti da se aktivnije prilagođavaju globalnim trendovima i unaprede konkurentnost domaće proizvodnje.

Izvori fotografija:

naslovna - <https://pixabay.com> (autor: Fumiaki Hayashi)

članak - Slike 1-12 - prof. dr Miljan Cvetković

prof. dr Miljan Cvetković¹

¹Institut za hortikulturu, Poljoprivredni fakultet,
Univerzitet u Banjoj Luci

miljan.cvetkovic@agro.unibl.org



Urednik: prof. dr Miljan Cvetković
Tehnička priprema i dizajn: doc. dr Jelena Davidović Gidas

Izdavač: Institut za hortikulturu, Poljoprivredni fakultet,
Univerzitet u Banjoj Luci