

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**SLOVENSKA ŽIVILSKOPREDELOVALNA INDUSTRIJA V LUČI  
PRISTOPA K EVROPSKI UNIJI**

Ljubljana, marec 2002

TADEJA USENIK

## **IZJAVA**

Študentka Tadeja Usenik izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. Zarjana Fabjančiča in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis: \_\_\_\_\_

## KAZALO

<b>1.</b>	<b>UVOD .....</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>ŽIVILSKOPREDELOVALNA INDUSTRIJA .....</b>	<b>3</b>
<b>3.</b>	<b>ZNAČILNOSTI ŽIVILSKOPREDELOVALNE INDUSTRIJE V EVROPSKI UNIJI.....</b>	<b>5</b>
3.1.	PONUDBA IN POVPRASEVANJE.....	5
3.1.1.	Zunanja trgovina.....	7
3.1.2.	Industrijske strukture .....	8
<b>4.</b>	<b>ZNAČILNOSTI ŽIVILSKOPREDELOVALNE INDUSTRIJE V SLOVENIJI.....</b>	<b>13</b>
4.1.	PONUDBA IN POVPRASEVANJE.....	13
4.1.1.	Tržna struktura panoge .....	16
4.1.2.	Zunanja trgovina.....	18
4.1.4.	Povpraševanje na slovenskem trgu.....	21
4.2.	KAZALNIKI USPEŠNOSTI POSLOVANJA .....	23
4.2.1.	Prihodki od prodaje in produktivnost .....	24
4.2.2.	Dodana vrednost.....	25
4.2.3.	Neto dobiček/izguba .....	26
4.2.4.	Donosnost prodaje – ROS in donosnost sredstev – ROA.....	27
<b>5.</b>	<b>PRILAGAJANJE SLOVENSKE ŽIVILSKOPREDELOVALNE INDUSTRIJE EVROPSKI UNIJI .....</b>	<b>29</b>
5.1.	SWOT ANALIZA ŽIVILSKOPREDELOVALNE INDUSTRIJE SLOVENIJE... ..	29
5.2.	OPREDELITEV NEKATERIH PROBLEMATIČNIH PODROČIJ ŽIVILSKOPREDELOVALNE INDUSTRIJE OB VKLJUČEVANJU V EU .....	30
5.2.1.	Neučinkovita industrijska struktura in tehnološko zaostajanje.....	30
5.2.2.	Vpliv neučinkovitega kmetijstva na živilsko panogo.....	31
5.2.3.	Naraščajoči pritiski trgovine .....	32
5.2.4.	Nizka izvozna usmerjenost .....	33
5.2.5.	Nezadostna trženjska usmerjenost.....	33
5.3.	STRATEGIJE ŽIVILSKIH PODJETIJ OB VKLJUČEVANJU V EU .....	34
<b>6.</b>	<b>PREDELAVA MLEKA IN MLEČNI IZDELKI V ŽIVILSKOPREDELOVALNI INDUSTRIJI SLOVENIJE .....</b>	<b>37</b>
6.1.	PONUDBA IN POVPRASEVANJE PO POSAMEZNIH MLEČNIH PROIZVODIH .....	39
<b>7.</b>	<b>SKLEP .....</b>	<b>43</b>
	<b>LITERATURA.....</b>	<b>45</b>
	<b>VIRI .....</b>	<b>46</b>
	<b>PRILOGA</b>	

# 1. UVOD

Slovensko gospodarstvo je eno najnaprednejših gospodarstev na prehodu. Od njegove tranzicije, ki se počasi zaključuje, mineva enajst let. Sedaj prihaja obdobje resnih priprav za nastop na enotnem trgu Evropske unije. Tranzicijo so zaznamovali razpad jugoslovanskega trga, oblikovanje nove ekonomske in politične ureditve ter lastninsko preoblikovanje gospodarstva, prevzem sodobnih podjetniških pristopov in odpiranje novih trgov; že ob njenem začetku je bil razvoj Slovenije usmerjen v članstvo v Evropski uniji, ki postaja cilj in sinonim za korenite spremembe v delovanju države in podjetij.

Živilskopredelovalna industrija doživlja dinamične spremembe, tehnološki razvoj dosega vedno nove razsežnosti, industrija pa se vse bolj koncentrira in globalizira. Zahteve potrošnikov se spreminjajo in so vedno bolj orientirane k hranljivim in okolju prijaznim izdelkom. Zelo hitro narašča povpraševanje po hitro in enostavno pripravljeni hrani, zato morajo uspešna podjetja prisluhniti potrošnikom in prilagajati svojo ponudbo njihovim zahtevam ter spreminjati distribucijske poti in strategije pri pospeševanju prodaje ter oglaševanju.

Dosedanja širitev Evropske unije je pokazala, da kmetijstvo in živilskopredelovalna industrija zaradi različnosti struktur in politike v državah kandidatkah za vstop na skupni trg in zaradi visoke stopnje urejenosti tega področja v Evropski uniji med približevanjem zahtevata posebno pozornost. Čedalje bližje je dan, ko bo Slovenija postala polnopravna članica Evropske unije s štiristo milijonskim trgom, in ob vstopu v Evropsko unijo lahko prav slovenska živilskopredelovalna industrija pričakuje največje pretrese zaradi povezanosti s kmetijskim zaledjem, ki ga je država v zadnjih desetletjih lepo varovala pred konkurenčnim okoljem.

Zaradi zunanjetrgovinske zaščite in majhnosti slovenskega trga se na domačem trgu večina dejavnosti slovenske živilskopredelovalne industrije še ne sooča z izrazitimi pritiski tuje konkurence, zato precejšen delež podjetij ni še dokončno preobrazil proizvodnih zmogljivosti in racionaliziral proizvodnje. S približevanjem Slovenije Evropski uniji in postopnim zmanjševanjem zunanjetrgovinske zaščite ter z vstopom, ko bo slovenski trg del skupnega trga Evropske unije, se bodo konkurenčne razmere zaostrole in po vstopu določale ekonomsko okolje. Resnosti in zahtevnosti približevanja Slovenije Evropski uniji so se v številnih podjetjih začeli šele sedaj resno zavedati. Tista podjetja v živilskopredelovalni industriji, ki so zamudila priprave, bodo težko kos pritiskom spremenjenega poslovnega okolja na velikem trgu Evropske unije.

Osnovni element enotnega trga je carinska unija, ki ukinja vse carinske ukrepe med članicami in jamči enotno zunanjetrgovinsko politiko držav članic Evropske unije nasproti državam zunaj te unije. Po vstopu ne bo več carinskih ovir pri trgovanju Slovenije in članic Evropske

unije, poenoteni pa bodo tudi standardi in tehnični normativi industrijske proizvodnje. Precejšnje spremembe, povezane z vstopom, prinaša prevzem zahtev pravnega reda Evropske unije pri zagotavljanju prostega pretoka blaga. Te so na področju agroživilstva med najobsežnejšimi; področje zajema temeljno pravo prostega pretoka blaga, ukrepe skupne kmetijske politike, politiko varovanja zdravja potrošnikov, preprečevanje širjenja bolezni živali in rastlin ter varovanje okolja.

Slovenija bo po vključitvi v gospodarsko in monetarno unijo enotnega trga postala del velikega ekonomskega sistema, ki ga upravljajo s skupnimi pravili in skupno politiko delovanja, ki vpliva na svetovne gospodarske tokove. Učinkovitejši pravni sistem in večja pravna disciplina, zniževanje inflacije in obrestnih mer bodo gospodarstvu koristili. Tudi uvedba skupne evropske valute, evra, prinaša zniževanje stroškov in večjo preglednost poslovanja.

V prvem delu diplomskega dela bom predstavila stanje živilskopredelovalne industrije v Evropski uniji, in v drugem delu pa še stanje v Sloveniji. Nato želim prikazati tudi najbolj problematična področja slovenske živilskopredelovalne industrije, s katerimi se srečuje Slovenija pred vstopom na skupni trg Evropske unije, in oblike strategij živilskih podjetij za uspešen nastop in poslovanje v Evropski uniji. Zadnji del pa vsebuje analizo slovenskega trga mleka in mlečnih izdelkov.

## 2. ŽIVILSKOPREDELOVALNA INDUSTRIJA

Živilskopredelovalna industrija je ena najpomembnejših gospodarskih dejavnosti tako v EU kot v Sloveniji in se uvršča med najstarejše industrijske veje. Rezultat proizvodnje živilskopredelovalne industrije so živilski proizvodi za končno porabo ali polproizvodi, ki so namenjeni za nadaljnjo predelavo ali v industriji (Panorama of European Business 1999, 2000). Pod živilskopredelovalno industrijo razumemo predelavo rastlinskih, živalskih in mineralnih snovi zaradi zadovoljevanja prehranskih potreb ljudi (Zadel, 1997, str. 4).

Vse do leta 1995 se je v Sloveniji uporabljala Enotna klasifikacija dejavnosti (EKD), po kateri so živilskopredelovalno industrijo sestavljale tri panoge: proizvodnja živilskih proizvodov (oznaka 0130), proizvodnja pijač (0131) in proizvodnja krmil (0132). Vse panoge, razen panoga proizvodnje krmil, so se delile še naprej v skupine.

S prehodom slovenskega gospodarstva v tržno gospodarstvo ter z njegovim vse večjim vključevanjem v mednarodno menjavo je nastala potreba po zagotovitvi mednarodno primerljivih podatkov, zato je Vlada RS leta 1994 sprejela Uredbo o uvedbi in uporabi Standardne klasifikacije dejavnosti (Uradni list RS, št. 34/94); tako je Standardna klasifikacija dejavnosti (SKD) nadomestila EKD.

Po SKD uvrščamo živilskopredelovalno industrijo v področje D - predelovalne dejavnosti, v podpodročje DA – proizvodnja hrane, pijač, krmil in tobačnih izdelkov, v oddelek 15 – proizvodnja hrane, pijač ter v posamezne skupine:

- DA/15 proizvodnja hrane in pijač,
- DA/15.1 proizvodnja, predelava in konzerviranje mesa in mesnih izdelkov,
- DA/15.2 predelava in konzerviranje rib in ribjih izdelkov,
- DA/15.3 predelava in konzerviranje sadja in vrtnin,
- DA/15.4 proizvodnja rastlinskih in živalskih olj in maščob,
- DA/15.5 predelava mleka in proizvodnja mlečnih izdelkov,
- DA/15.6 mlinarstvo, proizvodnja škroba in škrobnih izdelkov,
- DA/15.7 proizvodnja krmil za prehrano živali,
- DA/15.8 proizvodnja drugih živil,
- DA/15.9 proizvodnja pijač,
- DA/16 proizvodnja tobačnih izdelkov.

Živilskopredelovalna industrija je najtesneje povezana s kmetijstvom, saj je v svojem inputu odvisna od kmetijske proizvodnje, v samem procesu pa se razlikuje od nje. V živilskopredelovalni industriji je obrat kapitala hiter in nekajkrat hitrejši kot v kmetijstvu. Sama hitrost obrata kapitala je različna od proizvoda do proizvoda, in sicer je za večino

svežih proizvodov (meso, mleko, jogurti) hitrost obrata kapitala 15 do 30 dni, pri poltrajnih in trajnih izdelkih pa od 60 do 300 dni.

Ena od značilnosti živilskopredelovalne industrije je, da se manj izdelkov trži na velike razdalje, kar pomeni omejitev za razvoj mednarodne menjave. Razlogi, da živilski izdelki niso prodani daleč od kraja izdelave, so predvsem v skladiščnih in transportnih stroških ter občutljivosti izdelkov (kot so pokvarljivost izdelkov, različni okusi in navade potrošnikov, carine, nacionalni predpisi). Vse to je tudi razlog, da je živilskopredelovalna industrija najbolj razvita v urbanih, industrializiranih področjih, ki imajo razvit sistem transportnih poti, in manj prisotna na kmetijskih področjih (But, 1997, str. 19-20).

V zadnjem času se na področju trženja hrane pojavljajo velike spremembe in s tem tudi novi izzivi in priložnosti. Sodobna živilska podjetja dopolnjujejo svoj tradicionalni proizvodni program glede na zahteve vse bolj izbirčnih potrošnikov. S pomočjo sodobne tehnologije predelave proizvajajo izdelke, ki se odlikujejo z ustreznostjo sestavin, zajamčeno kakovostjo, zdravstveno neoporečnostjo in praktično uporabo. K temu pripomorejo tudi sodobni postopki pakiranja, distribucije, prodaje in kontrole (Zadel, 1997, str. 6). Poleg tega pa proizvajalce skrbijo vse bolj strogi zakonski predpisi glede uvajanja novih standardov kvalitete, higiene živil, uporabe kemičnih sredstev in aditivov ter embalaže in njenih odpadkov.

Spremembe so vidne tudi na področju distribucije, kjer je včasih prevladoval proizvajalec živilskih izdelkov s svojo blagovno znamko, vendar zdaj izgublja svoj pomen. Krepijo se drobnoprodajne verige, ki izboljšujejo svoja znanja o potrošnikih z namenom, da bi jih čim bolj zadovoljile in tako okrepile vezi z njimi.

Za svetovno trgovino s hrano je pomembno, kako hitro narašča število prebivalcev z večjo kupno močjo. Tu lahko pričakujemo pomembne spremembe, zlasti na področju jugovzhodne Azije. V nekaterih delih prej nerazvitega sveta se je začel oblikovati srednji razred, ki spreminja prehranske navade in si lahko privošči večje nakupe raznovrstnih živil na trgu. Z večjo kupno močjo in nadaljnjo urbanizacijo se bo izrazito povečala poraba hrane, s prodorom mednarodnih trgovinskih verig pa se bodo pomembno spremenile prehranske navade prebivalstva na področju Azije. Uvoz hrane se bo v jugovzhodno Azijo pomembno povečal. Ti premiki v Aziji, deloma tudi v Južni Ameriki in vzhodni Evropi, bodo vplivali na globalni položaj svetovne trgovine s hrano in morda se res pričinja novo obdobje v svetovni trgovini s hrano (Cunder et al., 1997, str. 102-103).

### 3. ZNAČILNOSTI ŽIVILSKOPREDELOVALNE INDUSTRIJE V EVROPSKI UNIJI

#### 3.1. PONUDBA IN POVPRASEVANJE

V živilskopredelovalni industriji Evropske unije so prisotni naraščajoči konkurenčni pritiski, ki silijo proizvajalce k zniževanju stroškov, da bi ohranili tržni delež in sledili premikom v strukturi panoge. Povečana pogajalska moč glavnih distributerjev in širitev modernih maloprodajnih oblik povzroča še dodaten pritisk na dobičke proizvajalcev.

Distribucija živil EU je vse bolj nagnjena h koncentriranju in združevanju večjih trgovskih verig, ki obvladujejo trg; vendar pa je distribucijski sistem različno razvit v posameznih državah članic EU, in sicer je bolj razvit na severnem delu Evrope kot pa v njenem južnem delu. Uveljavljajo se različne oblike prodaje na drobno, ki pa se glede na razvoj nacionalnega distribucijskega sistema nahajajo v različnih fazah življenjskega cikla. Tako so hipermarketi (prodajni prostori s prodajno površino več kot 2 500 kvadratnih metrov) še vedno relativno redki v državah, kot sta Španija in Italija, medtem ko velja ravno nasprotno v Nemčiji, Veliki Britaniji in Franciji (Panorama of EU Industry 97, 1997).

Na strani povpraševanja potrošniki razkrivajo vedno bolj prefinjene potrebe, ki se nanašajo na prehransko vrednost izdelka, varčevanje časa pri pripravi hrane, informacije o izdelku, prednosti zdravo pridelane hrane ter pestrosti in udobnosti nakupa. Te potrebe se bodo v prihodnosti še stopnjevale, kar za podjetja pomeni izzive, ki vodijo v razvijanje novih tržnih niš, in na takšen način izriniti iz trga manjša podjetja.

Tabela 1: Glavni kazalniki živilskopredelovalne industrije v EU v letih 1985, 1990, 1995, 1998

		1985	1990	1995	1998
<b>Poraba</b>	( v mio EUR )	334 080	415 375	509 337	581 375
<b>Proizvodnja</b>	( v mio EUR )	337 572	420 458	521 081	591 579
<b>Izvoz</b>	( v mio EUR )	24 672	24 977	35 965	40 760
<b>Uvoz</b>	( v mio EUR )	21 180	19 894	24 220	32 243
<b>Trgovinska bilanca</b>	( v mio EUR )	3 492	5 083	11 745	8 517
<b>Zaposlenost</b>	( v 000 )	2 418	2 451	2 488	2 593

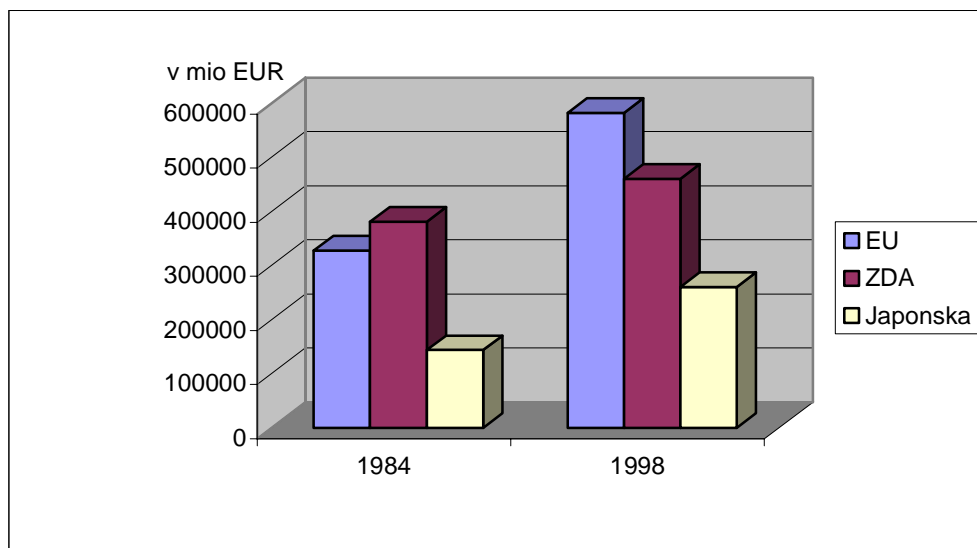
Vir: Panorama of EU Industry 97, 1997; Panorama of European Business 1999, 2000.

Statistika Eurostata predvideva, da je bila v letu 1998 vrednost proizvodnje živilskega sektorja za končno porabo ter kot surovin za nadaljnjo predelavo skoraj 600 milijard evrov, kar prispeva približno 15% k skupnemu ustvarjenemu prihodku celotne predelovalne



industrije. Mednarodne primerjave industrije odkrivajo, da je EU postala vodilna svetovna proizvajalka hrane, saj je vrednost proizvodnje hrane (600 milijard evrov) presegla vrednost proizvodnje hrane ZDA (460 milijard evrov) ter Japonske (260 milijard evrov).

Slika 1: Mednarodna primerjava živilskopredelovalne proizvodnje v letu 1984, 1998 v mio EUR



Vir: Panorama of EU Industry 95/96, 1995; Panorama of European Business 1999, 2000.

V večini skupin znotraj živilskopredelovalne industrije proizvodnja presega porabo (Panorama of EU Industry 97, 1997). Živilskopredelovalno industrijo EU smatramo za zrelo industrijo, zato je njena značilnost skromna povprečna letna stopnja rasti. Od začetka devetdesetih je poraba živil rasla s 2,7 % povprečno letno stopnjo. Stopnje rasti med posameznimi dejavnostmi živilskopredelovalne industrije so različne; najvišjo rast dosega predelava in konzerviranje sadja ter zelenjave (3 %).

Za zaposlenost v celotni predelovalni industriji EU je značilno, da se stalno zmanjšuje, vendar se število zaposlenih v sami živilski industriji zmanjšuje počasneje, saj je še vedno delovno intenzivne narave proizvodnje in tudi nizke, toda stabilne narave rasti. V živilskopredelovalni industriji EU je bilo leta 1995 zaposlenih 2,6 milijona delavcev. Med njimi prevladujejo predvsem moški (63%), v nekaterih državah kot so Španija, Irska in Luksemburg pa predstavljajo moški celo  $\frac{3}{4}$  vseh zaposlenih. Največji delež žensk v živilskih podjetjih je v Nemčiji in na Finskem (Panorama of European Business 1999, 2000).

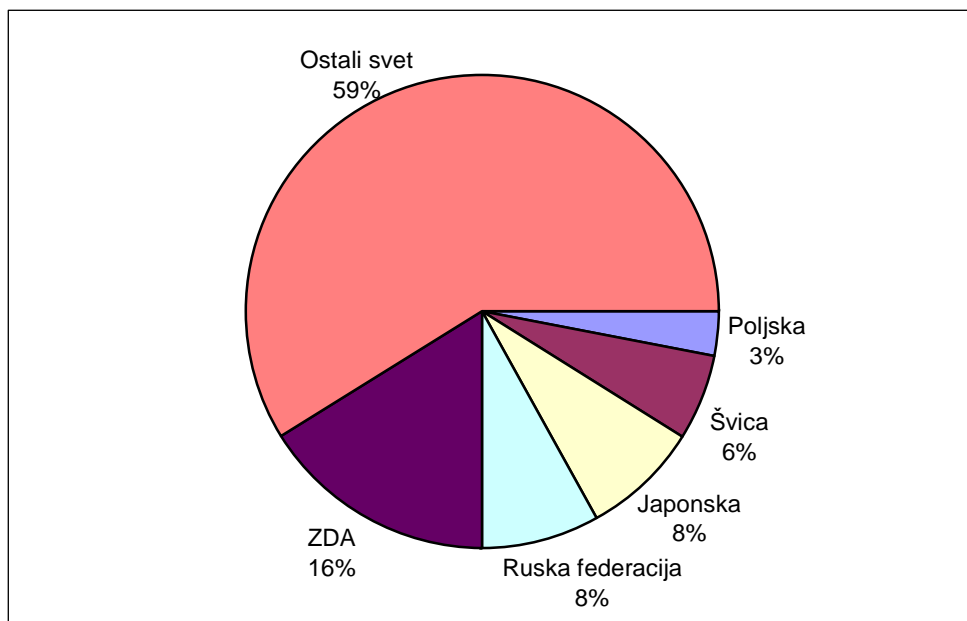
### 3.1.1. Zunanja trgovina

Evropska unija je največja proizvajalka hrane, prav tako pa tudi največji svetovni neto izvoznik živilskih izdelkov. Celoten izvoz živilskih izdelkov iz EU običajno presega celoten uvoz v države EU, v obdobju 1985-1995 je bila trgovinska bilanca vseskozi pozitivna. Pri tem pa so bili najbolj izvozno usmerjeni sektorji sladkorja, vina, mesa in piva (Panorama of EU Industry 97, 1997).

Izvoz živilskih izdelkov EU se je v letih 1988 in 1998 praktično podvojil in dosegel vrednost 41 milijard evrov, medtem ko je v istem obdobju uvoz živil naraščal veliko počasneje kot izvoz. Leta 1997 je bil dosežen trgovinski presežek 12 milijard evrov, ki pa se je naslednje leto nekoliko zmanjšal, in sicer na 8,5 milijard evrov, toda znotraj EU lahko opazimo, da imajo nekatere države članice trgovinski primanjkljaj v industriji živil. Največji trgovinski primanjkljaj imajo Velika Britanija (7 milijard evrov), Nemčija (4 milijarde evrov) in Italija (3 milijarde evrov). Na drugi strani pa so nekatere članice EU velike izvoznice živil, in sicer Nizozemska, Francija ter Danska, ki dosegajo zunanjetrgovinske presežke med 4 in 9 milijardami evrov (Panorama of European Business 1999, 2000).

Za živilskopredelovalno industrijo EU so najpomembnejši naslednji izvozni trgi: ZDA, Ruska Federacija, Japonska, Švica in Poljska.

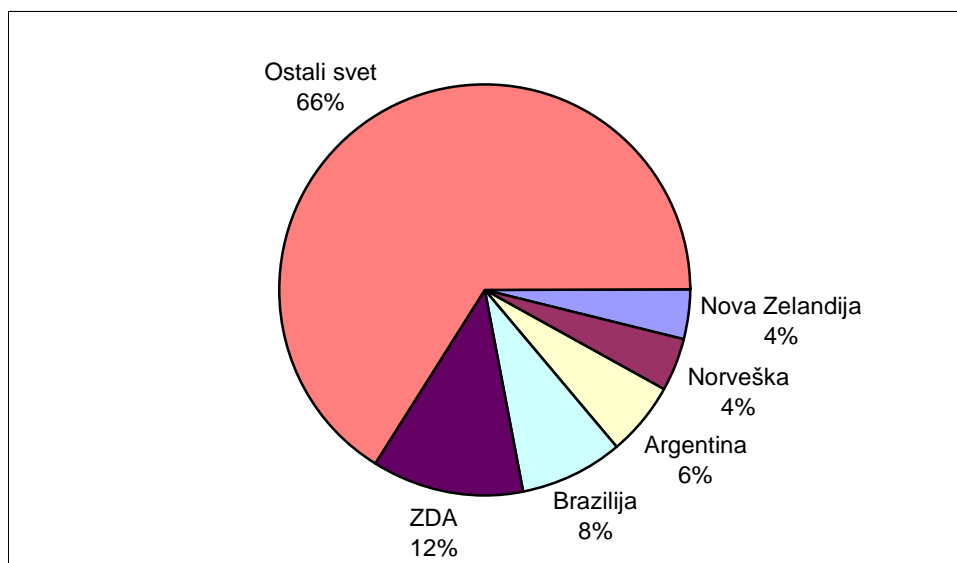
Slika 2: Izvoz živilskih proizvodov EU v letu 1998



Vir: Panorama of European Business 1999, 2000.

Prav tako predstavljajo ZDA Evropski uniji najpomembnejši uvozni trg živilskopredelovalne industrije, sledijo pa ji Brazilija, Argentina, Norveška in Nova Zelandija.

Slika 3: Uvoz živilskih proizvodov v EU leta 1998



Vir: Panorama of European Business 1999, 2000.

### 3.1.2. Industrijske strukture<sup>1</sup>

Živilskopredelovalna industrija EU je še vedno zelo razdrobljena. Zelo veliko je podjetij z manj kot 20 zaposlenimi (92,4 %), medtem ko velika podjetja z več kot 100 zaposlenimi prispevajo največ k skupnemu prometu panoge (69,4 %). Podjetij, ki imajo več kot 500 zaposlenih je malo, manj kot 1 %, vendar ta podjetja skupaj prispevajo kar 25 % vseh prihodkov v panogi (Panorama of EU Industry 97, 1997).

Tabela 2: Struktura podjetij živilskopredelovalne industrije EU po velikosti v letu 1992 v %

Št. zaposlenih	Št. podjetij	% št. podjetij	% zaposlenih	% prometa
Manj kot 20	256 063	92,4	30,1	14,7
20-99	16 545	6,0	18,1	15,8
Več ko 100	4 588	1,7	51,8	69,4

Vir: Panorama of EU Industry 97, 1997 .

<sup>1</sup> V industrijski strukturi so zajete tiste značilnosti neke industrijske dejavnosti, ki opredeljujejo porazdelitev tržne moči med gospodarskimi subjekti te dejavnosti. Najpogosteje preučujejo spremembe števila podjetij in zaposlenih. Pomemben kazalnik je velikostna porazdelitev podjetij in stopnja koncentracije (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 29).

V EU in tudi v razvitih gospodarstvih sveta so se izoblikovali naslednji jasno diferencirani velikostni razredi živilskopredelovalnih podjetij s specifičnimi značilnostmi poslovanja (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 29):

- multinacionalke s prihodki, merjenimi v milijardah evrov, ter proizvodnjo v večini dejavnosti živilske industrije;
- velika podjetja s prihodki v sto milijonih evrov, ki v pretežnosti oskrbujejo nacionalne trge;
- majhna podjetja, ki oskrbujejo le lokalne trge.

Velika podjetja prevladujejo ter ustvarjajo največ prihodka v skupinah mlečnopredelovalne industrije, proizvodnji piva in proizvodnji konditorskih izdelkov. Majhna podjetja ustvarijo največ prihodka v skupini mesnopredelovalne industrije, predelavi rib, predelavi žit in pekarstvu. Pri predelavi sadja in zelenjave ter mešanih izdelkov pa so se najbolj uveljavila srednja podjetja (Valant, 1999, str. 46).

Živilskopredelovalna industrija EU je najbolj razčlenjena v Italiji, Španiji in na Portugalskem, medtem ko je v severnih delih Evrope bolj koncentrirana. Razčlenjenost v južnih državah EU pogosto izhaja iz tradicije, kar lahko pomeni veliko nevarnost, saj velike skupine, posebej iz Velike Britanije, Francije in Nemčije, intenzivno zasedajo njihove trge (Panorama of EU Industry 97, 1997).

Izmed petnajstih največjih podjetij EU je 9 britanskih (brez upoštevanja britansko-nizozemskega podjetja Unilever), tako se lahko Velika Britanija ponaša z zelo razvito živilsko industrijo in zelo dobrim distribucijskim sistemom.

Tabela 3: Največja živilskopredelovalna podjetja v Evropi leta 1997

<b>Podjetje</b>	<b>Sedež podjetja</b>	<b>Proizvodna usmeritev</b>	<b>Vrednost prodaje ( v mio USD )</b>	<b>Št. zaposlenih ( v 000 )</b>
<i>Unilever</i>	V. Britanija /Nizozemska	olja, mleko	51 904	294,0
<i>Nestle</i>	Švica	mleko	43 770	209,8
<i>Gruppo Danone</i>	Francija	mleko	15 235	56,4
<i>Grand Metropolitan</i>	V. Britanija	brezalk. pijače	13 873	87,2
<i>Eridiana/Beghin-Say</i>	Francija	olja	10 646	25,0
<i>Cadbury Schweppes</i>	V. Britanija	brezalk. pijače, čokolada	8 056	25,8
<i>Guinness</i>	V. Britanija	alkoholne pijače	7 065	23,3

Vir: Erjavec, Kuhar, 2000, str. 30.

V zadnjih letih postaja vse bolj pomembno povezovanje med podjetji v živilskopredelovalni industriji EU. V letu 1995 je prišlo do številnih prevzemov in združitvev. Najbolj aktivne v teh procesih so bile naslednje države članice EU Velika Britanija, Francija, sledijo pa jim Nemčija, Nizozemska in Španija. Tem procesom so bila najbolj podvržena podjetja, ki se ukvarjajo s predelavo mesa, predelavo mleka, industrijsko proizvodnjo peciv in proizvodnjo piva. Glavni ponudniki so bile multinacionalke kot so Danone, Nestle in Unilever (Panorama of EU Industry 97, 1997).

Ker so v živilskopredelovalni industriji EU prisotni ostri konkurenčni pritiski in naraščajoča koncentracija, je večja velikost podjetja ključni dejavnik pri ohranjanju ravnotežja na trgu, zato so rastoča podjetja poskušala doseči kritični obseg proizvodnje in si tako zagotoviti konkurenčne prednosti na trgu.

Veliki proizvajalci bodo še naprej rasli kot obramba za spopad s pogajalsko močjo največjih trgovcev na drobno, manjše blagovne znamke nacionalnih proizvajalcev bodo izpostavljene izrivanju s polic hipermarketov, povečal pa se bo tržni delež trgovinskih blagovnih znamk. Dostop na police trgovin postaja vse dražji (stroški postavitve blaga na želeno prodajno mesto, stroški promocije izdelkov), s tem pa se znižujejo dobički predelovalcev (Valant, 1999, str. 48).

Multinacionalne družbe in tržni vodje so se osredotočili na svoj portfolio proizvodov, ki imajo visoko kvaliteto. Ta podjetja veliko investirajo v R&R (raziskave in razvoj), zato stalno izboljšujejo svojo ponudbo in kakovost izdelkov in uvajajo na trg nove izdelke, ki ustvarjajo novo visoko dodano vrednost. Dobri odnosi z distributerji velikim družbam omogočajo lažji dostop do njihovih mrež in s tem večjega trga. Podjetja so se na povečano konkurenco odzvala z različnimi oblikami strategij rezanja stroškov in selitvijo proizvodnje v države s cenejšo delovno silo (Panorama of EU Industry 97, 1997).

V Evropi multinacionalke veliko investirajo v ZDA, Latinsko Ameriko ter Daljni vzhod, zmanjšale pa so se naložbe v manj razvite regije EU. V zadnjem desetletju so francoska, nemška, belgijska in italijanska podjetja začela investirati tudi v tranzicijske države srednje in vzhodne Evrope; tako lahko pričakujemo, da bodo po naslednji širitvi EU na vzhod multinacionalke še v večji meri vlagale v ta prostor, saj bodo želele izkoristiti dodatne trge ter lažji dostop do cenениh surovin in delovne sile (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 31).

Velika podjetja si prizadevajo izboljšati svojo javno podobo tudi s tem, da poskušajo javnost prepričati o svoji skrbi za ohranjanje naravnih virov, neškodljivosti okolju in skrbno ravnanje z odpadki.

### 3.1.3. Trendi v povpraševanju po hrani

Tradicionalni vzorci nakupa in potrošnje hrane in pijače so se v EU spremenili zaradi delovanja naraščajočega števila družbenih in ekonomskih dejavnikov, vendar kljub bolj homogenim življenjskim slogom ostajajo vzorci povpraševanja in porabe hrane odvisni tudi od posameznih kulturnih značilnosti narodov in njihove tradicije (Panorama of EU Industry 97, 1997).

Na povpraševanje po hrani vplivajo tri skupine dejavnikov (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 31):

- ekonomski dejavniki: cene proizvodov, cene nadomestnih in dopolnilnih proizvodov ter dohodek;
- demografski dejavniki: velikost populacije, struktura gospodinjstev, spol, starost ter izobrazba potrošnikov;
- dejavniki življenjskega sloga ter prehranjevalnih navad: okus, družbena vloga hrane in način prehranjevanja, lokacija prehranjevanja.

Potrošniki na splošno na hrani porabijo zelo majhen delež svojega proračuna. Za proračun gospodinjstev v EU je značilno, da se kljub rastočim dohodkom delež potrošnikove porabe hrane in pijače stalno zmanjšuje. Po podatkih Eurostata so leta 1997 gospodinjstva v EU namenila 12 % izdatkov za živilske izdelke, kar je nižje v primerjavi z deležem leta 1980 (18%) in leta 1970 (21%). V državah z najvišjim življenjskim standardom, kot so Nemčija, Velika Britanija, Luksemburg, je bil delež izdatkov za živila okrog 10%, medtem ko so v manj razvitih državah, kot sta npr. Portugalska in Grčija, gospodinjstva v povprečju za hrano namenila več kot 25% svojih izdatkov (Panorama of European Business 1999, 2000). Kljub upadanju deleža izdatkov za hrano, se v premožnejših slojih absolutni izdatki za hrano povečujejo, saj s povečanjem dohodkov porabniki posegajo po bolj kakovostni in dražji hrani.

Sočasno z rastjo dohodkov gospodinjstev v EU nastajajo tudi izrazite demografske spremembe, ki pomembno vplivajo na prehranske navade. Med najpomembnejšimi so naslednje (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 32):

- zmanjševanje povprečne velikosti gospodinjstev, povečanje skupnega števila gospodinjstev ter gospodinjstev brez otrok;
- povečanje deleža zaposlenih žensk;
- višja stopnja izobraženosti prebivalstva in spremembe v strukturi delovne sile;
- povečanje povprečne starosti prebivalstva.

Povprečno gospodinjstvo v EU se je med letoma 1978 in 1990 zmanjšalo z 2,65 člana na 2,43. Zelo izrazito naraščajo gospodinjstva z eno osebo in z dvema zaposlenima osebama brez otrok. Zaposlene ženske imajo v vsakdanjiku vse manj časa za pripravo jedi, zato bolj povprašujejo po hitro pripravljeni hrani in težijo k prehranjevanju izven doma (restavracije-hitra prehrana). Višja stopnja izobraženosti prebivalcev je privedla do povečane skrbi

potrošnikov za zdravje in dobro počutje, kar kaže na zmanjšano uživanje živalskih maščob. Vse večje je povpraševanje po dietnih živilih, vegetarijanski in biološko pridelani hrani. Potrošniki izražajo željo tudi po tujih in eksotičnih izdelkih.

Vse te spremembe prehranskih navad ponujajo podjetjem v živilskopredelovalni industriji EU velike možnosti za uspešno poslovanje. Potrebni so poudarki na zahtevah po enostavnosti priprave ali uporabe izdelka, raznolikosti in pestrosti, koristnosti za zdravje, varstvu okolja in živali ter natančno segmentiranje trgov.

S spremembo življenjskega sloga potrošnik spreminja tudi način, mesto in čas nakupa hrane in pijače. Večina potrošnikov se odpravi po nakupih le enkrat tedensko v velike samopostrežne trgovine, tako da nič več ne kupujejo dnevno v manjših lokalnih trgovinah, kar se pozna v drastičnem zmanjšanju števila majhnih živilskih trgovin, vse bolj pomembni pa postajajo supermarketi. Na ta način potrošniki EU kupijo 96% pakiranih živil, 82% pijač, 78% sira, 53% svežega sadja, 42% svežega mesa in 30% kruha (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 34).

Poleg dejavnikov, ki vplivajo na značilnosti povpraševanja v daljšem obdobju, se lahko povpraševanje po hrani spremeni v kratkem obdobju, saj že ob najmanjšem sumu oporečnosti ali škodljivosti izdelka (pojav salmonel, uporaba cenenih substitutov) za zdravje lahko poraba živil občutno pade. S pojavom bolezni norih krav v Veliki Britaniji se je poraba govejega mesa močno zmanjšala v celotni EU in tudi zunaj njenega ozemlja. Tako lahko kratkoročni dejavniki povzročijo bistveno bolj neugodne posledice na poslovanje podjetij.

## 4. ZNAČILNOSTI ŽIVILSKOPREDELOVALNE INDUSTRIJE V SLOVENIJI

### 4.1. PONUDBA IN POVPRASEVANJE

V obdobju pred osamosvojitvijo je bila živilskopredelovalna industrija v Sloveniji usmerjena pretežno na nekdanji jugoslovanski trg, tako so bili glavni viri nabave in prodaje zunaj meja Slovenije. Razvoj živilskopredelovalne industrije je ustrezal predvsem socialnim ciljem, kot je ustvarjanje novih delovnih mest in preprečevanje odseljavanja prebivalstva s podeželja, zato so bila živilskopredelovalna podjetja predvsem v manjših krajih in vaseh.

Razpad nekdanje Jugoslavije je v slovenski živilskopredelovalni industriji povzročil drastičen padec proizvodnje, neizkoriščene zmogljivosti, veliko število majhnih, gospodarsko nedonosnih enot, izgubo trgov surovin in prodaje (Erjavec, Rednak, Volk, 2001, str. 70-71), zato so morala podjetja proizvodne strukture prilagoditi novim tržnim razmeram. Tista podjetja (proizvodnja perutninskega mesa, mlečnih izdelkov, juh in začimb, brezalkoholnih pijač ter konditorstva), ki so bila usmerjena predvsem na jugoslovanski trg in se po razpadu Jugoslavije niso uspela hitro preusmeriti na nove trge, so bila prisiljena zmanjšati proizvodnjo ali pa intenzivno povečati prodajo na domačem trgu (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 63). Vzrok za težje preusmerjanje je bila tudi nekonkurenčnost na cenovnem in kakovostnem področju, poleg tega pa gre večinoma za proizvode s katerimi je razviti svet že zasičen (Strategija razvoja slovenskega kmetijstva, 1993).

Tabela 4: Povprečne letne stopnje rasti proizvodnje v živilski industriji po obdobjih in dejavnostih v %

	1971-1980	1981-1985	1985-1990	1991-1995
Proizvodnja živilskih proizvodov	6,3	2,6	-0,5	-4,1
Proizvodnja pijač	7,3	0,0	-0,5	-3,7
Proizvodnja krmil	7,5	1,7	1,7	-4,7

Vir: But, 1997, str. 22.

V prvih treh letih neodvisnosti Slovenije (1991-1993) se je pridelava hrane zmanjšala za skoraj četrtino, po letu 1994 pa je proizvodnja hrane zaradi večjega domačega povpraševanja in odpiranja novih izvoznih trgov začela naraščati. Kljub vsemu je bila celotna proizvodnja živilskopredelovalne industrije leta 1999 še vedno 16 % pod ravnjo iz leta 1989.



Tabela 5: Indeksi obsega industrijske proizvodnje v obdobju 1990-1998

	( prejšnje leto=100 )								
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Industrija skupaj	89,5	87,6	86,8	97,2	106,4	102,0	101,0	101,0	103,7
Predelovalne dejavnosti	89,6	89,1	86,6	97,6	106,7	103,8	100,9	100,2	103,9
Proizv. hrane, pijač, tobač.izd.	101,3	95,5	82,7	96,8	102,7	99,8	105,4	97,0	103,2

Vir: Erjavec, Kuhar, 2000, str. 61.

Slovenska živilskopredelovalna industrija in kmetijstvo imata v bruto domačem proizvodu (v nadaljevanju BDP) majhna in podobna deleža (glej tabelo 6), toda živilskopredelovalna industrija zaposluje polovico manj delavcev kot samo kmetijstvo; tako je živilskopredelovalna industrija v obdobju po osamosvojitvi Slovenije prispevala med 3,2 in 4% k BDP.

Tabela 6: Delež kmetijstva in živilskopredelovalne industrije v slovenskem gospodarstvu v obdobju 1990-1998

Leto	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Delež BDP (%)									
- kmetijstvo	5,0	5,2	5,2	4,5	4,0	3,9	3,9	3,7	3,6
- živilskopredelovalna industrija	3,8	4,0	3,5	3,3	3,3	3,2	3,4	3,4	3,4
Delež št. zaposlenih (%)									
- kmetijstvo	8,1	8,3	7,7	7,5	6,9	6,4	5,9	5,7	5,6
- živilskopredelovalna industrija	2,6	2,8	2,8	2,6	3,0	3,0	3,1	3,0	2,9

Vir: Erjavec, Rednak, Volk, 2001, str. 39.

Na začetku leta 1992 je bilo v Sloveniji približno 200 živilskopredelovalnih podjetij, kar je bilo glede na 2 milijona prebivalcev razmeroma veliko, kljub temu je število podjetij v času tranzicije predvsem zaradi prihoda novih podjetij na trg ter delitve nekdanjih družbenih podjetij precej naraslo, vendar je pa zaposlenost kljub temu na splošno upadala. Toda v živilskopredelovalnih dejavnostih ni prišlo do takih pritiskov na zmanjšanje proizvodnje in obsežnega odpuščanja delavcev kot v nekaterih drugih panogah gospodarstva (Erjavec, Rednak, Volk, 2001, str. 70).

Leta 1999 je bilo v dejavnostih proizvodnje hrane, pijač in tobačnih izdelkov registriranih 383 podjetij, kar je za več kot tri četrtine večje število podjetij kot leta 1992. Na začetku devetdesetih se je število podjetij izrazito povečalo v dejavnostih predelave mleka in mlečnih proizvodov ter dejavnosti proizvodnje kruha, peciva in slaščic. Po letu 1996 se je rast števila podjetij umirila, živilskopredelovalna industrija v Sloveniji je prešla v fazo vzpostavljanja stabilne industrijske strukture.

Najpomembnejši dejavnosti živilskopredelovalne industrije po številu podjetij in zaposlenih sta pekarstvo in predelava mesa (Kuhar, 2001, str. 8). Leta 1999 je bilo največ podjetij v proizvodnji kruha, svežega peciva in slaščic (119), sledijo proizvodnja in predelava mesa ter mesnih izdelkov (57) in proizvodnja pijač (43).

Tabela 7: Število podjetij in število zaposlenih v živilskopredelovalnih dejavnostih v Sloveniji v letu 1999

Dejavnost	Število podjetij	Število zaposlenih
D - Predelovalne dejavnosti	6 283	211 616
DA - Proizvodnja hrane, pijač,tob. izd.	383	19 724
15 Proizvodnja hrane, pijač in krmil	99,7%	98%
15.1 Proizvodnja, kon.mesa, mesnih izdelkov	15%	25%
15.2 Predelava in konzerviranje rib in izdelkov	2%	1%
15.3 Predelava in konzerviranje sadja in vrtnin	10%	10%
15.4 Proizvodnja rastlinskih in živalskih olj in maščob	2%	1%
15.5 Predelava mleka in proizvodnja mlečnih izdelkov	6%	9%
15.6 Mlinarstvo, proizvodnja škroba in izdelkov	4%	5%
15.7 Proizvodnja krmil za prehrano živali	2%	1%
15.8 Proizvodnja drugih živil	47%	31%
15.81 Proizvodnja kruha, sv. peciva in slaščic	31%	21%
15.83 Proizvodnja sladkorja	0,3%	2%
15.84 Proizvodnja kakava, čokolade, bombonov	2%	4%
15.86 Predelava čaja in kave	6%	4%
15.9 Proizvodnja pijač	11%	14%
15.93 Proizvodnja vina	2%	5%
15.96 Proizvodnja piva	2%	5%
15.98 Proizvodnja mineralnih vod in brezalk. pijač	3%	4%
16. Proizvodnja tobačnih izdelkov	0,3%	2%

Vir: Kuhar, 2001, str. 9.

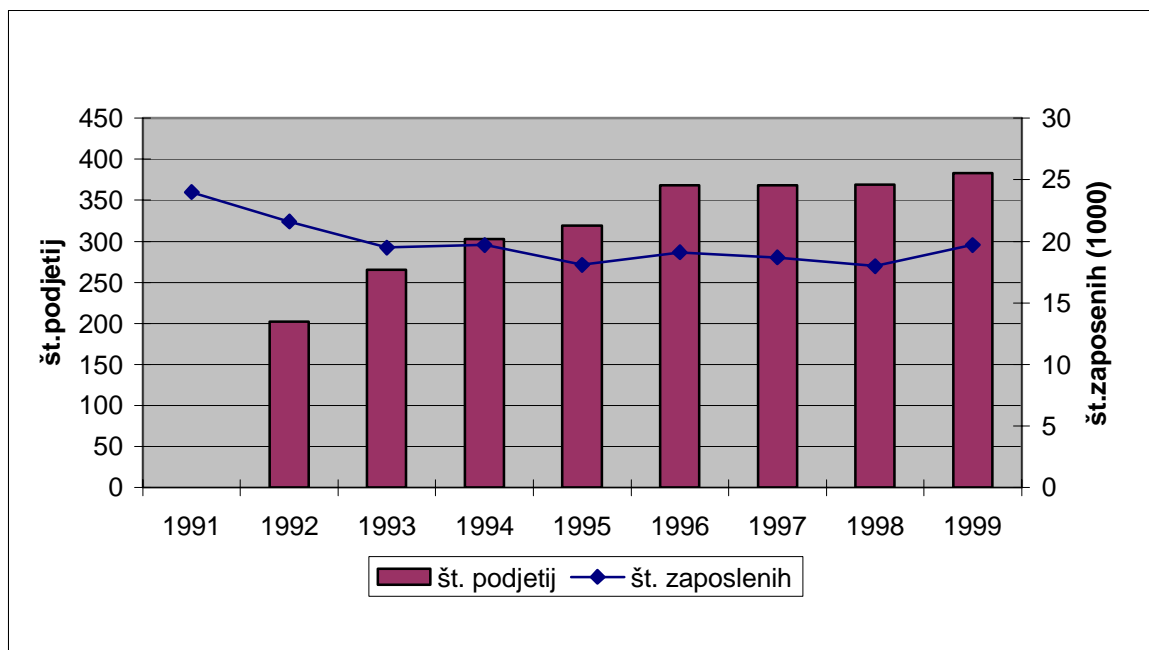
Dinamika sprememb števila zaposlenih se med dejavnostmi živilskopredelovalne industrije razlikuje. V obdobju od 1991 do 1996 se je število zaposlenih najbolj zmanjšalo v dejavnosti predelave mesa, nekoliko manj v mlinski industriji, predelavi sadja in zelenjave ter proizvodnji krmil. Izjema sta bili le pekarstvo in konditorska dejavnost, kjer se je število zaposlenih v tem času nekoliko povečalo.

Po letu 1996 se je zmanjševanje števila zaposlenih nekoliko umirilo, občutne spremembe je doživela le dejavnost predelave tobaka, kjer se je število zaposlenih zmanjšala za 29%. Tudi v mesni industriji in predelavi sadja in vrtnin je v primerjavi z živilsko panogo kot celoto zmanjševanje zaposlenosti nadpovprečno (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 66-67).

V primerjavi z letom 1998 se je v letu 1999 skupno število zaposlenih v dejavnosti proizvodnje hrane, pijač in krmil zmanjšalo za 1,5%, kar je vplivalo na ponovno rast produktivnosti, ki je bila za 3,1% višja kot prejšnje leto (Poročilo o stanju kmetijstva,

gozdarstva in živilstva v letu 1999, 2001). Pritiski za zmanjšanje zaposlenosti se predvsem zaradi doseganja višje produktivnosti in zmožnosti konkuriranja na razširjenem trgu EU še nadaljujejo (Erjavec, Rednak, Volk, 2001, str. 70).

Slika 4: Število podjetij v živilskopredelovalni industriji in zaposlenost v obdobju 1991- 1999



Vir: Erjavec, Rednak, Volk, 2001, str. 71.

#### 4.1.1. Tržna struktura panoge

Koncentracija podjetij v določeni industrijski panogi je pomemben kazalec tržne strukture, saj kaže značilnosti in intenzivnost ter učinkovitost konkurence. Struktura trga se kaže v razporeditvi glede na velikost in število podjetij v panogi. Analiza velikosti podjetij ponavadi temelji na dveh kazalcih: številu zaposlenih in celotnih prihodkih, včasih pa tudi na poslovnih sredstvih (Petrin et al., 1994, str. 17-23). Če pri analizi za spremenljivko vzamemo število zaposlenih, se podjetja razvrščajo med majhna (do 49 zaposlenih), srednja (50-249 zaposlenih) in velika podjetja (več kot 250 zaposlenih) (Gmeiner et al., 1996, str. 90).

Velikostna porazdelitev podjetij nam ne daje informacij o strukturi tržne moči. Struktura tržne moči nam pove v kolikšni meri vodilni proizvajalec ali skupina največjih proizvajalcev obvladuje proizvodnjo ali prodajo nekega izdelka ali storitve in jo merimo s kazalci tržne koncentracije. Če je stopnja koncentracije nizka, je konkurenca na trgu večja in nobeno podjetje nima možnosti izraziteje vplivati na dogajanje na trgu. V nasprotnem primeru, če je stopnja koncentracije visoka, pomeni, da ima vodilno podjetje veliko tržno moč in lahko

izvaja monopolistične strategije. Pri izračunavanju in interpretaciji kazalnikov stopnje koncentracije za analizo tržne strukture moramo vedeti, da vključujejo le domačo proizvodnjo in ne tudi ponudnikov iz uvoza, kar lahko bistveno vpliva na rezultate (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 69).

Stopnjo koncentracije v posameznih dejavnostih panoge lahko merimo s tržnim deležem štirih največjih podjetij (glede na prihodke ali število zaposlenih). Rezultati analiz Valantove (1999), ki je ocenjevala stopnjo tržne koncentracije v dejavnostih slovenske živilskopredelovalne industrije s kazalnikom  $K_4$  po deležu ustvarjenih prihodkov in po številu zaposlenih, so pokazali, da je za velik del slovenske živilskopredelovalne industrije značilna visoka stopnja koncentracije. V dejavnostih živilskopredelovalne industrije so štiri vodilna slovenska podjetja leta 1996 v povprečju ustvarila 71% prihodkov celotne dejavnosti in zaposlovala 70% vseh delavcev. Stopnja koncentracije v dejavnostih proizvodnje pijač je glede na ostale dejavnosti še višja, saj je  $K_4$  po prihodkih 89%, po številu zaposlenih pa 75%. Najvišja stopnja koncentracije po prihodkih je bila ugotovljena v dejavnostih proizvodnje sladkorja ( $K_4 = 100\%$ ), mletja žit ( $K_4 = 97\%$ ) ter predelavi sadja in zelenjave ( $K_4 = 95\%$ ). Najvišja stopnja koncentracije po številu zaposlenih pa je bila v dejavnostih mletja žit in proizvodnji sladkorja ( $K_4 = 100\%$ ) ter v proizvodnji konditorskih proizvodov in proizvodnji rastlinskih olj in masti ( $K_4 = 97\%$ ).

Tabela 8: Stopnja koncentracije ( $K_4$ ) po prihodkih in po številu zaposlenih v dejavnostih živilskopredelovalne industrije v Sloveniji v letu 1996

Dejavnost	Po prihodkih		Po številu zaposlenih	
	Št. podjetij	$K_4$ (%)	Št. podjetij	$K_4$ (%)
Mletje žita	11	97	11	100
Proizvodnja kruha in testenin	108	43	108	45
Predelava sadja in zelenjave	36	95	36	92
Predelava mesa in rib	54	47	54	55
Predelava mleka	21	78	21	76
Proizvodnja sladkorja	2	100	2	100
Proizvodnja konditorskih izdelkov	13	92	13	97
Proizvodnja rastlinskih olj in masti	8	94	8	97
Proizvodnja drugih živilskih izdelkov	42	85	42	89
Proizvodnja alkoholnih pijač	34	90	34	71
Proizvodnja brezalkoholnih pijač	20	84	20	84
Proizvodnja živilskih proizvodov	295	71	295	70
Proizvodnja pijač	54	89	54	75

Vir: Valant, 1999, str. 59.

Če primerjamo velikostne strukture podjetij živilskopredelovalne industrije v Sloveniji in EU nam kažejo na precejšnje razlike. Tržna struktura v slovenski živilskopredelovalni industriji je sorazmerno bolj koncentrirana kot v zahodnoevropskih državah ter državah srednje in

vzhodne Evrope. Velika podjetja v Sloveniji so v primerjavi z velikimi podjetji v EU sorazmerno majhna glede na število zaposlenih in prihodke. V EU se velika podjetja zaradi racionalizacije proizvodnje in poslovanja usmerjajo v oženje portfeljev blagovnih znamk in ohranjajo le nekaj najuspešnejših skupin izdelkov, v Sloveniji pa podjetja težijo k diverzifikaciji izdelkov in razširitvi portfelja (Valant, 1999, str. 113).

#### 4.1.2. Zunanja trgovina

Slovenija je tradicionalna neto uvoznica kmetijskih in živilskih proizvodov (Kuhar, 2001, str. 12). Pri živilskih proizvodih ima Slovenija izrazito neugodno zunanjetrgovinsko bilanco. Po podatkih Statističnega urada RS je Slovenija v letu 1999 izvozila za 337 milijonov USD kmetijskih in živilskih proizvodov, uvoz pa je znašal 686 milijonov USD. Primanjkljaj v blagovni menjavi agroživilskih proizvodov je tako dosegel 349 milijonov USD, kar je za 37 milijonov USD manj kot v letu 1998 (386 milijonov USD). Primanjkljaj se znižuje že vse od leta 1995. V primerjavi z letom 1998 se je izvoz kmetijskih in živilskih proizvodov v letu 1999 zmanjšal za 5%, uvoz pa za 7,4%. Delež izvoza kmetijskih in živilskih proizvodov v celotnem slovenskem izvozu je v letu 1999 ostal enak kot leta 1998 (3,9%), medtem ko se je delež uvoza zmanjšal na 6,9%.

Tabela 9: Zunanjetrgovinske menjave s kmetijskimi pridelki in živilskimi izdelki v obdobju 1993-1999

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Izvoz ( v 000 USD )	297 563	337 150	329 441	352 732	333 678	354 457	336 871
Uvoz ( v 000 USD )	584 308	672 024	793 699	792 050	744 816	741 231	686 323
Saldo ( v 000 USD )	-286 745	-334 874	-464 258	-439 318	-411 138	-386 774	-349 451
Pokritost uvoza z izvozom ( % )	50,9	50,2	41,5	44,5	44,8	47,8	49,1

Vir: Poročilo o stanju kmetijstva, gozdarstva in živilstva v letu 1999, 2001.

Analiza blagovne strukture slovenskega agroživilskega izvoza pokaže, da največji delež v izvozu v letu 1999 predstavljajo izdelki iz skupine pijače, alkoholi in kis z 18% celotne vrednosti agroživilskega izvoza (60,9 milijona USD). Pomembnejše deleže v izvozu dosegajo še naslednje skupine izdelkov: izdelki iz mesa (12,5%), skupina mlečnih izdelkov, jajca in med (11,7%). V primerjavi z letom 1998 se je izvoz mesa zmanjšal za 6,8%, podatki za izvoz mleka in mlečnih izdelkov, jajc in medu pa kažejo da se je ta povečal za 1,8%. Kljub majhnemu povečanju vrednosti izvoza se je ponovno precej povečal količinski izvoz vseh mlečnih izdelkov, zlasti fermentiranih, kot so jogurti, in sicer več kot dvakrat v primerjavi z letom 1998. Pomemben delež v izvozu, ki se je vrednostno povečal za 20,8%, so leta 1999 predstavljali tudi tobačni izdelki (12,3% celotnega agroživilskega izvoza).

Leta 1999 je največji delež celotne vrednosti uvoza kmetijskih in živilskih izdelkov predstavljal uvoz svežega sadja (9,1%), sledi pa mu uvoz raznih živil (7%). Sveže vrtnine, živalska krma, izdelki iz žit, moke, škroba ali mleka, masti in olja, žitarice, meso in drugi užitni klavnični proizvodi, kakav in kakavovi izdelki ter izdelki vrtnin in sadja pa so v uvozu udeleženi z okrog 6%. V primerjavi z letom 1998 se je uvoz sladkorja in sladkornih proizvodov vrednostno povečal za 24,5%, k temu je največji delež prispeval trikrat večji količinski uvoz surovega sladkorja za nadaljnje predelave, za 7% je bil večji uvoz pijač, za 3% pa uvoz izdelkov iz skupine vrtnin in sadja.

Za Slovenijo so najpomembnejše trgovinske partnerice v blagovni menjavi s kmetijskimi in živilskimi proizvodi države Evropske unije, države na območju nekdanje Jugoslavije ter države CEFTE. Več kot polovico vrednosti izvoza agroživilskih izdelkov se ustvari na trgih nekdanje Jugoslavije, največ pa uvozimo iz držav EU.

Tabela 10: Izvoz in uvoz kmetijskih pridelkov in živilskih izdelkov po skupinah držav v letu

1998 in 1999

	IZVOZ ( v 000 USD )				UVOZ ( v 000 USD )			
	1998	1999	Indeks 1999/98	Struktura 1999 (%)	1998	1999	Indeks 1999/98	Struktura 1999 (%)
EU	99 736	96 092	96,3	28,5	405 804	372 803	91,9	54,3
EFTA	1 262	1 271	100,7	0,4	17 256	15 481	89,7	2,3
CEFTA	13 713	11 197	81,7	3,3	99 653	116 052	116,5	16,9
Nekdanja YU	195 237	190 469	97,6	56,5	84 653	70 662	83,5	10,3
Nekdanje SZ	13 352	6 494	48,6	1,9	4 179	489	11,7	0,1
Druge države	31 157	31 348	100,6	9,3	129 687	110 835	85,5	16,1
Skupaj	354 457	336 871	95,0	100,0	741 231	686 323	92,6	100,0

Vir: Poročilo o stanju kmetijstva, gozdarstva in živilstva v letu 1999, 2001.

Leta 1999 se je v primerjavi z letom 1998 izvoz kmetijskih in živilskih proizvodov v države EU znižal za 3,7%, prav tako tudi uvoz iz EU za 8%. Največji delež izvoza v države EU je odpadlo na meso in druge užitne klavnične proizvode ter na izvoz tobačnih izdelkov (16,6%), sledijo pijače (10%) in mlečni izdelki (7%). Leta 1999 smo iz EU uvozili največ raznih živil, svežih vrtnin in svežega sadja (vsaka skupina udeležena z okoli 9%), sledi uvoz kakava in kakavovih izdelkov, izdelkov iz žit, moke, škroba. Med državami članicami EU so naše najpomembnejše trgovinske partnerice Italija, Nemčija in Avstrija. V letu 1999 smo največ izvažali v Italijo (37,1% izvoza, delež v uvozu 30,5%), Nemčijo (36,4% izvoza, delež v uvozu

15,9%) in Avstrijo (11,8% izvoza, delež v uvozu 22,7%) (Poročilo o stanju kmetijstva, gozdarstva in živilstva v letu 1999, 2001).

Z državami nekdanje Jugoslavije dosegamo v blagovni menjavi agroživilskih proizvodov velik presežek, ki se je glede na leto 1998 v letu 1999 še nekoliko povečal (za 9,2 milijona USD). V primerjavi z letom 1998 se je izvoz znižal za 2,4%, uvoz pa za 16,5%. V države nekdanje Jugoslavije smo v letu 1999 izvozili največ pijač (22,9%), predvsem mineralnih vod in drugih brezalkoholnih pijač, nato izdelke iz mesa (16,8%) ter mlečnih izdelkov (15,5%). Največji delež uvoza kmetijskih in živilskih proizvodov pa zavzema uvoz izdelkov iz žit, moke, škroba ali mleka (14,5%), uvoz raznih živil (13,3%) in tobaka (10,7%).

#### **4.1.3. Konkurenčnost živilskopredelovalne industrije Slovenije na izvoznih trgih**

Konkurenčnost, ki je določena kot sposobnost države ali podjetja, da dosega sorazmerno večje bogastvo kot konkurenti na svetovnih trgih, je bistvena za uspeh ali propad podjetja. Konkurenčnost države pri živilskih izdelkih se pogosto ugotavlja s pomočjo kazalcev trgovinske menjave, kot je izkazana primerjalna prednost - R.C.A. (Revealed Comparative Advantage) (Valant, 1999, str. 5, 8).

Leta 1992 so imele primerjalno prednost v mednarodnem merilu štiri skupine živilskopredelovalne industrije, in sicer mesni izdelki, brezalkoholne pijače, predelava živalskih maščob in mlevski izdelki (glej tabelo 11). Vse druge skupine živilske proizvodnje po merilu R.C.A. niso bile konkurenčne, še najbližje konkurenčnosti sta bila meso in mleko. Najslabši kazalci R.C.A. so bili pri skupini pekovskih izdelkov, kavi, siru in skuti ter maslu in margarinam. Tudi v letu 1995 so imele konkurenčno prednost štiri skupine izdelkov: mesni izdelki, brezalkoholne pijače, živalske maščobe in pivo. V tem letu pa je indeks R.C.A. za mlevske izdelke padel pod 100, kar pomeni primerjalno zaostajanje.

Primerjava kazalcev R.C.A. različnih skupin izdelkov živilskopredelovalne industrije v Sloveniji med letoma 1992 in 1995 kaže, da se je konkurenčna prednost med dvajsetimi opazovanimi skupinami živilskih izdelkov povečala le pri sedmih (pekovski izdelki, pivo, testenine, kava, ...).

Tabela 11: Primerjava kazalcev R.C.A. po skupinah živilskih izdelkov za Slovenijo v letu 1992 in 1995

Skupina proizvodov	Rang	1992	1995	Sprememba (v %)
Mesni izdelki	1	267	324	21,3
Brezalkoholne pijače	2	227	195	-14,1
Živalske maščobe	3	171	142	-17,0
Pivo	4	79	101	27,8
Mlevski izdelki	5	128	89	-30,5
Testenine	6	69	86	24,6
Mleko, smetana, jogurti	7	90	77	-14,4
Meso sveže, ohlajeno, zmrznjeno	8	94	41	-56,4
Kava	9	18	37	105,6
Vino, vermut	10	61	29	-52,5
Pekovski izdelki	11	20	28	40,0
Sladkor	12	23	24	4,3
Rastlinske maščobe	13	32	22	-31,3
Čokolada in izdelki	14	37	17	-54,1
Sir, skuta	15	16	11	-31,3
Maslo	16	13	9	-30,8
Pšenična moka	17	26	7	-73,1
Alkoholne pijače	18	23	5	-78,3
Margarina	19	5	3	-40,3

Vir: Valant, 1999, str. 69.

Za doseganje mednarodne konkurenčnosti so pri slovenskih podjetjih, poleg cenovne konkurenčnosti, potrebni naporu zlasti pri izboljševanju kontrole kakovosti ter razvijanju sposobnosti trženja. Za nastop na tujih trgih pa je posebej zaradi pokrivanja stroškov razvoja in prodaje potrebna kritična masa proizvodnje. Ker so slovenska podjetja bistveno manjša od tujih konkurentov, bodo morala za doseganje kritične mase iskati rešitve v povezavah z domačimi in tujimi konkurenti (Gmeiner et al., 1993, str. 4).

#### 4.1.4. Povpraševanje na slovenskem trgu

V Sloveniji se dohodki prebivalstva povečujejo, kar vpliva na povpraševanje po hrani, zato tudi prihaja do sprememb v prehranskih navadah potrošnikov. Delež izdatkov za prehrano je v Sloveniji nekoliko višji kot v državah s primerljivo ravno BDP (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 82). Leta 2000 je bil ta delež izdatkov 17,9% (Statistični letopis 2001, 2001). Večji delež izdatkov za nakup živilskih proizvodov lahko pojasnimo z dokaj visokimi cenami živil in dejstvom, da Slovenci veliko bolj posegajo po živilih boljše kakovosti kot pa povprečni potrošniki držav EU.



V Sloveniji kot tudi v drugih razvitih državah se izdatki za hrano in pijačo z rastjo BDP sorazmerno zmanjšujejo; tako delež stroškov za hrano in pijačo v celotnih življenjskih stroških pada. Še leta 1970 so gospodinjstva v povprečju porabila 34,4% celotnih izdatkov za hrano, leta 1980 33,1% in leta 2000 samo še 17,9% (Valant, 1999, str. 71; Statistični letopis 2001, 2001).

Tabela 12: Povprečno letno porabljena denarna sredstva gospodinjstev za hrano, pijačo in tobak v letu 2000

Skupina proizvodov	Izdatki na gospodinjstvo ( v SIT )	Struktura ( v % )
Hrana in brezalkoholne pijače	543 963	17,9
Hrana	486 002	16,0
Kruh in žitarice	104 940	3,4
Meso	141 605	4,7
Ribe	10 292	0,3
Mleko, sir, jajca	80 106	2,6
Olje in maščobe	19 997	0,7
Sadje	31 586	1,0
Zelenjava	37 587	1,2
Sladkor, marmelada, med, čokolada in sladkarije	38 526	1,3
Drugi prehrambeni izdelki	21 365	0,7
Brezalkoholne pijače	57 961	1,9
Alkoholne pijače	29 847	1,0
Tobačni izdelki	26 484	0,9
Skupaj izdatki gospodinjstva	3 041 862	100,0

Vir: Statistični urad RS, 2001.

V obdobju od leta 1992 do leta 1999 se je v Sloveniji povečala poraba številnih osnovnih živilskih proizvodov na prebivalca (glej tabelo 1 v prilogi), posebno živalskega izvora kot so piščančje meso, sir, maslo, jajca, po drugi strani pa se je zmanjšala poraba govejega mesa in žit (Erjavec, Rednak, Volk, 2001, str. 44).

Med letoma 1990 in 2000 se je spremenila tudi količina in struktura kupljenih živil (glej tabelo 2 v prilogi). Bistveno se je povečala nabava fermentiranih mlečnih izdelkov (indeks 215), vseh vrst sirov (indeks 192) ter južnega sadja (indeks 186), znatno se je povečala nabava presnega mesa (indeks 176), keksov, biskvita in napolitank (indeks 160), piva (153), moke vseh vrst in zdroba (151). Pri izdelkih živalskega izvora opazimo, da se je nabava govejega in svinjskega mesa znižala, narasla pa je poraba perutnine (indeks 113) in mesnih izdelkov (indeks 138). Najbolj se je zmanjšal nakup svinjske masti in presne slanine (indeks 25), kar odraža naraščajoče zavedanje slovenskih potrošnikov o zdravem prehranjevanju in zato povečanje porabe rastlinskih olj (indeks 123).

V raziskavi o prehranskih navadah Slovencev (Cvilak, 1998) je bilo ugotovljeno, da imamo previsok delež skupnih maščob v dnevnem obroku hrane (zgornja meja 44,3 % energije), previsok pa je tudi delež nasičenih maščob, saj znaša 14,8 % energije, priporočila Svetovne zdravstvene organizacije (WHO) pa navajajo največji delež do 10 %. Po drugi strani pa imamo še vedno premajhno porabo skupnih ogljikovih hidratov in vlaknin, kjer ne dosegamo niti spodnje meje priporočil (27-40 g/dan), saj je njihova poraba komaj 20,1 g na dan.

#### 4.2. KAZALNIKI USPEŠNOSTI POSLOVANJA

Kazalniki uspešnosti kažejo na postopno izboljšanje razmer v panogi. Spodbudna sta povečanje obsega sredstev in rast prihodkov od prodaje na tujih trgih, ki je presegla tudi rast vseh prihodkov od prodaje, s tem se izboljšuje tudi izvozna usmerjenost živilskopredelovalne industrije v Sloveniji. Tudi osnovni kazalniki uspešnosti poslovanja kažejo večinoma pozitivne tokove. V obdobju od 1996 do 1999 sta se izrazito povečala neto dobiček na zaposlenega in donosnost prodaje ter sredstev, nekoliko manj pa sta se povečali produktivnost in dodana vrednost na zaposlenega.

Tabela 13: Gibanje pomembnejših kazalnikov industrijske strukture in poslovanja živilskopredelovalnih dejavnosti v obdobju 1996-1999

	1996	1997	1998	1999	Indeks 1999/96
Št. podjetij	367	367	368	383	104,3
Št. zaposlenih	19 169	18 708	18 038	19 724	102,9
Sredstva ( mrd SIT)	248,0	281,9	313,2	368,4	148,5
Prihodki od prodaje (mrd SIT)	253,5	277,4	293,9	326,4	128,7
Prihodki od izvoza (mrd SIT)	33,1	37,4	42,8	51,5	155,6
Izvozna usmerjenost	13,07%	13,47%	14,55%	15,8%	120,9
Produktivnost (000 SIT)	13.226	14.830	16.292	16.546	125,1
Dod. vrednost na zap. (000 SIT)	3.350	3.864	4.196	4.158	124,1
Dobiček/izguba na zap. (000 SIT)	302,8	573,3	619,6	656,9	217,0
Donosnost sredstev (ROA)	2,34%	3,80%	3,57%	3,52%	150,4
Donosnost prodaje (ROS)	2,29%	3,87%	3,80%	3,97%	173,4

Vir: Kuhar, 2001, str. 7.

Gibanja kazalnikov poslovanja živilskopredelovalne industrije so v primerjavi s poslovanjem celotne predelovalne industrije v Sloveniji manj ugodna. Nekoliko se je povečal delež zaposlenih in sredstev živilskopredelovalne dejavnosti, zmanjšal pa se je prispevek prihodkov in ustvarjene dodane vrednosti, prav tako tudi skupna vrednost dobička, ki se je zmanjšala za tretjino.

Tabela 14: Gibanje deležev živilskopredelovalne industrije-DA v celotni predelovalni industriji-D v obdobju 1996-1999 v %

	1996	1997	1998	1999	Indeks 1999/96
Zaposlenost	8,72	8,71	8,53	9,32	107
Sredstva	13,09	13,14	12,95	13,60	104
Prihodki	13,53	12,71	12,22	12,69	94
Dod. vrednost	12,64	11,94	11,86	11,18	88
Dobiček	21,89	18,47	17,25	14,41	66
Izguba	4,33	2,60	5,16	4,87	113
Izvoz	3,57	3,28	3,32	3,81	107

Vir: Kuhar, 2001, str. 8.

#### 4.2.1. Prihodki od prodaje in produktivnost

Obseg prihodkov od prodaje v dejavnostih živilskopredelovalne industrije se je v obdobju od 1991 do 1993 zniževal, vendar je bilo to zniževanje v primerjavi s celotno predelovalno industrijo manjše. Leto 1993 pa je prineslo živilskopredelovalni industriji povečanje obsega prihodkov, in sicer se je povečeval s stopnjami nad povprečjem celotne predelovalne industrije, po letu 1996 pa se je obseg povečeval počasneje kot v predelovalnih dejavnostih. Tako so bila relativna gibanja med letoma 1992 in 1996 bistveno ugodnejša (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 108).

V letu 1999 so slovenska živilskopredelovalna podjetja ustvarila 326,5 milijard tolarjev prihodkov od prodaje, kar je nominalno 28,6% več kot v letu 1996.

Tabela 15: Prihodki od prodaje in produktivnost živilskopredelovalne industrije Slovenije od leta 1996 do leta 1999

	Proizvodnja hrane, pijač, tobačnih izdelkov				Indeks 1999/96
	1996	1997	1998	1999	
Prihodki od prodaje (mio SIT)	253 529	277 440	293 882	326 411	128,6
Produktivnost ( 000 SIT/zap.)	13 226	14 830	16 292	16 546	125,1

Vir: Erjavec, Kuhar, 2000, str. 109; Kuhar, 2001, str. 7.

Obseg prihodkov od prodaje se je v obdobju 1996-1999 povečal v dejavnostih predelave sladkorja, predelave tobaka in proizvodnje brezalkoholnih pijač, zmanjšal pa se je v mlinarstvu, v predelavi mesa, proizvodnji vina in konditorstvu.

Produktivnost je osnovni kazalnik učinkovitosti proizvodnje in izraža razmerje med prihodki od prodaje in posamezno enoto vložkov. Najpogosteje uporabljen kazalec v industrijskih analizah je kazalec produktivnosti delovne sile.

Produktivnost celotne predelovalne industrije, izražena z vrednostjo prihodkov na zaposlenega, je za četrtno nižja kot v živilskopredelovalni industriji (Kuhar, 2001, str. 10). Povprečna produktivnost živilskopredelovalnih podjetij je leta 1999 znašala 16,5 milijonov tolarjev na zaposlenega. Med letoma 1996 in 1999 je nominalno narasla za 25%. Sama rast produktivnosti je v živilstvu povprečno večja od stopnje inflacije. Dejavnosti živilskopredelovalne industrije, kjer je produktivnost narasla, je v predelavi tobaka, proizvodnji rastlinskih olj, proizvodnji piva in predelavi mleka. Značilno nizko produktivnost dosegajo izrazito delovno intenzivne dejavnosti, kot je pekarstvo, pa tudi tiste, ki zaostajajo pri racionalizaciji proizvodnje (vinarstvo, mesnopredelovalna industrija).

#### **4.2.2. Dodana vrednost**

Z merjenjem kazalca dodane vrednosti<sup>2</sup> z uporabo ekonomskih rezultatov nam je omogočeno ocenjevanje konkurenčne sposobnosti. Dodana vrednost se uporablja kot merilo konkurenčnosti v 14 državah OECD (Organizacija za ekonomsko sodelovanje in razvoj) (Valant, 1999, str. 14).

V slovenski živilskopredelovalni industriji so podjetja v letu 1998 ustvarila 75,7 milijard tolarjev dodane vrednosti, kar je nekaj manj kot 12% celotne dodane vrednosti predelovalnega sektorja. Med letoma 1996 in 1998 se dodana vrednost v celotni živilskopredelovalni industriji realno ni spremenila, prišlo pa je do nekaterih sprememb po dejavnostih znotraj živilskopredelovalne industrije. Najbolj zmanjšana ustvarjena dodana vrednost je bila v mlekarstvu, oljarstvu in mesnopredelovalni industriji, povečala pa se je v dejavnostih proizvodnje brezalkoholnih pijač, proizvodnje drugih živil ter predelavi sadja in vrtnin. V letu 1998 so največje deleže dodane vrednosti v skupni vrednosti panoge ustvarili v proizvodnji kruha in peciva (18%) ter v proizvodnji piva (16%) (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 111).

---

<sup>2</sup> Dodana vrednost določene gospodarske dejavnosti je enaka vrednosti proizvodnje (prihodki od prodaje), zmanjšana za vrednost proizvodnih vložkov (stroški materiala in storitve) in nekaterih drugih stroškovnih komponent (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 111). Dodana vrednost se lahko uporabi kot statistični kazalec (dodana vrednost na zaposlenega v določenem času) ali kot dinamični kazalec (sprememba dodane vrednosti med dvema točkama v času) (Valant, 1999, str. 86).

Dodana vrednost na zaposlenega je najbolj reprezentativen in dolgoročen kazalec konkurenčnosti določene panoge ali podjetja v okolju. Šele primerjava dodane vrednosti določene panoge ali podjetja s številom zaposlenih nam poda pravo sliko o konkurenčnosti posamezne panoge ali podjetja.

V letu 1999 so slovenska podjetja v živilskopredelovalni industriji ustvarila 4,16 milijona tolarjev dodane vrednosti na zaposlenega, ki se je od leta 1996 do leta 1998 povečevala; le v letu 1999 se je nekoliko zmanjšala. Dodana vrednost na zaposlenega se je povečala v skoraj vseh dejavnostih živilskopredelovalne industrije, kar je posledica različnih ukrepov za povečanje učinkovitosti; le v mlečnopredelovalni industriji in predelavi rib se je ta kazalec zmanjšal. V dejavnostih predelave tobaka, proizvodnje brezalkoholnih pijač, predelave sadja in vrtnin so v obdobju od 1996 do 1998 povečali za skoraj polovico (glej tabelo 3 v prilogi).

V primerjavi z EU dosega slovenska živilskopredelovalna industrija relativno nizko raven dodane vrednosti na zaposlenega, ki je pri nas za polovico manjša. Ker pa so stroški dela v njej v povprečju neproporcionalno visoki, ostane le majhen del dodane vrednosti za nova vlaganja v razvoj novih izdelkov in procesov. To dejstvo nakazuje na nujnost hitrejšega prestrukturiranja panoge v smeri razvoja novih izdelkov visoke dodane vrednosti, izboljševanja kakovosti proizvodov, vpeljave novih tehnologij ter zniževanja stroškov na vseh ravneh poslovnega procesa (Kos, 1997, str. 33).

#### **4.2.3. Neto dobiček/izguba**

Neto dobiček oz. izguba je tudi eden izmed kazalnikov uspešnosti poslovanja in nam kaže vrednost, ki na ravni dejavnosti združuje bilančni postavki dobiček in izguba. V letu 1998 so podjetja v živilskopredelovalni industriji ustvarila 11,2 milijard tolarjev neto dobička, kar predstavlja 40% vrednosti celotne predelovalne industrije.

Za vse dejavnosti znotraj živilskopredelovalne industrije velja, da uspešnost poslovanja med leti precej niha (glej tabelo 4 v prilogi). Leta 1998 je izguba presegla ustvarjeni dobiček le v dveh dejavnostih, in sicer v predelavi sladkorja in vinarski dejavnosti. Obe omenjeni dejavnosti sta v prejšnjem letu (1997) še dosegli dobiček, nato izgubo. Ostale dejavnosti živilskopredelovalne industrije so leto 1998 zaključile s pozitivnim poslovnim izidom. V obdobju med 1996 in 1998 se je dobiček največ povečal v predelavi tobaka (za skoraj štirikrat), velik porast so dosegli tudi v pekarski dejavnosti.

Primerjava ustvarjenega neto čistega dobička na zaposlenega v živilskopredelovalni industriji v Sloveniji in povprečja predelovalnih dejavnosti kaže na skoraj za dve tretjini višjo donosnost v živilstvu. Povprečni neto dobiček na zaposlenega v živilskopredelovalni industriji je v letu 1999 znašal 657 tisoč tolarjev. Med letoma 1996 in 1999 se je neto

dobiček na zaposlenega v živilskopredelovalni industriji nominalno nekoliko več kot podvojil. Daleč največji neto dobiček na zaposlenega dosega v predelavi tobaka, izrazito nad povprečjem panoge je tudi pivovarstvo. Zelo nizek dobiček na zaposlenega pa ustvarijo v dejavnostih predelave rib, mesnopredelovalni industriji, vinarstvu in konditorstvu (Kuhar, 2001, str. 10).

Tabela 16: Osnovni kazalniki uspešnosti poslovanja slovenskih živilskopredelovalnih dejavnosti v letu 1999

*indeks 1999 (DA=100)*

Dejavnost	Produktivnost	NČD/zap	DV/zap	ROS	ROA
D - Predelovalne dejavnosti	74	43	83	59	63
DA - Proizvodnja hrane, pijač, tob. izd.	16 546 561 sit	656 926 sit	4 157 959 sit	3,97%	3,52%
15 Proizvodnja hrane, pijač in krmil	96	80	95	83	84
15.1 Proizvodnja, kon.mesa, mes. izdelkov	85	42	76	50	65
15.2 Predelava in konzer. rib in izdelkov	78	6	87	7	11
15.3 Predelava in konzer. sadja in vrtnin	92	93	103	101	97
15.4 Proizv. rastl. in žival. olj in maščob	196	72	126	37	48
15.5 Predelava mleka in proizv. mleč. izd.	179	50	59	28	51
15.6 Mlinarstvo, proizv. škroba in izdelkov	91	/	79	/	/
15.7 Proizvodnja krmil za prehrano živali	171	197	153	115	137
15.8 Proizvodnja drugih živil	68	84	89	124	125
15.81 Proizv. kruha, sv. peciva, slaščic	50	67	86	134	153
15.83 Proizvodnja sladkorja	130	139	6	107	58
15.84 Proizv. kakava, čok., bombonov	60	45	82	75	80
15.86 Predelava čaja in kave	136	195	148	144	160
15.9 Proizvodnja pijač	119	184	159	155	93
15.93 Proizvodnja vina	66	45	55	69	44
15.96 Proizvodnja piva	179	398	282	222	164
15.98 Proizv. miner. vod, brezalk. pijač	107	98	137	92	36
16. Proizvodnja tobačnih izdelkov	250	960	304	384	296

Vir: Interni podatki Gospodarske zbornice Slovenije, 2000.

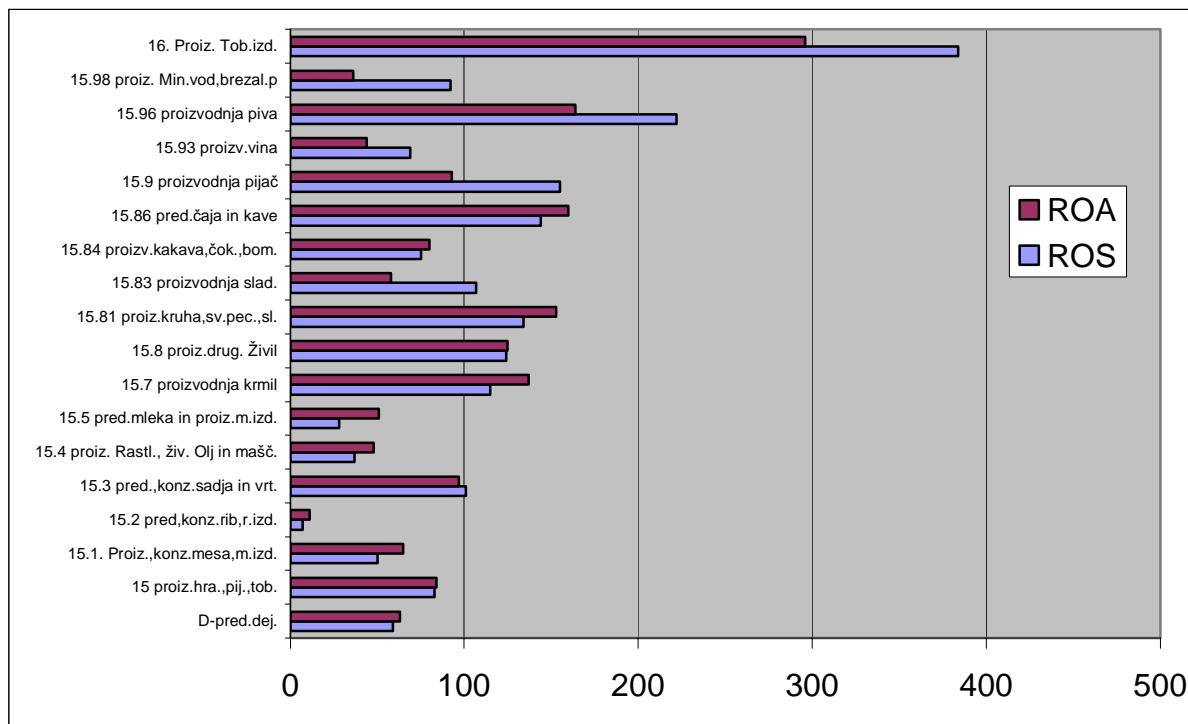
#### 4.2.4. Donosnost prodaje – ROS in donosnost sredstev – ROA

Kazalniki donosnosti (donosnost kapitala, donosnost prodaje, donosnost sredstev), s katerimi ugotavljamo, kako rentabilno je poslovanje, so najpomembnejši kazalci poslovanja podjetij (Valant, 1999, str. 85). Tudi po obeh kazalnikih donosnosti prodaje in donosnosti sredstev so živilskopredelovalne dejavnosti bistveno nad povprečjem celotne predelovalne industrije (Kuhar, 2001, str. 10).

Delež dobička v prihodkih od prodaje se je v obdobju med 1996 in 1999 v živilskopredelovalni industriji Slovenije povečal in je leta 1999 dosegel 3,97%. Znotraj živilskopredelovalne industrije po najvišji donosnosti prodaje tudi tokrat izstopajo v dejavnosti

predelave tobaka, proizvodnji piva, predelavi čaja in kave (glej tabelo 16). Za povprečjem panoge pa najbolj zaostajajo v predelavi rib, oljarstvu, vinarstvu in predelavi mesa.

Slika 5: Primerjava donosnosti prodaje (ROS) in donosnosti sredstev (ROA) v dejavnosti živilskopredelovalne industrije v Sloveniji v letu 1999 (DA=100)



Vir: Interni podatki Gospodarske zbornice Slovenije, 2000.

V letu 1999 je povprečna donosnost sredstev (delež dobička v vrednosti celotnih sredstev) živilskopredelovalne industrije Slovenije znašala 3,52%. Po tem kazalniku je najuspešnejša dejavnost predelava tobaka, sledijo proizvodnja piva, predelava čaja in kave ter pekarstvo. Najslabša rezultata donosnosti sredstev sta dosegli naslednji dejavnosti: predelava rib in proizvodnja mineralnih vod in brezalkoholnih pijač.

## 5. PRILAGAJANJE SLOVENSKE ŽIVILSKOPREDELOVALNE INDUSTRIJE EVROPSKI UNIJI

### 5.1. SWOT ANALIZA ŽIVILSKOPREDELOVALNE INDUSTRIJE SLOVENIJE

Za oblikovanje strateških razvojnih usmeritev je potrebno analizirati tržno okolje, panogo in stanje v podjetjih. Na osnovi take primerjave je mogoče zastaviti temeljne cilje in načine za doseg ciljev (Gmeiner, 1996, str. 5).

S pomočjo SWOT analize (**S**-strengths, **W**-weaknesses, **O**-opportunities, **T**-threats) lahko na podlagi dosedanjih raziskav in študij (Gmeiner, 1996, str. 7-8; Špehar, 1998, str. 25-26) podamo nekatere splošne osnovne prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti za živilskopredelovalno industrijo Slovenije ob vključevanju v EU.

Slovenska živilskopredelovalna industrija ima ob vključevanju v EU naslednje:

a) prednosti:

- poznavanje položaja v Sloveniji in bližina trga, ki zmanjšuje stroške distribucije,
- dolgoletna tradicija,
- ugodno razmerje med kakovostjo in ceno,
- dobro poznavanje in obvladovanje trgov na področju nekdanje Jugoslavije,
- zdrava pridelava hrane, bio proizvodi,
- sposobnost razvoja in predelave zahtevnejših izdelkov z obstoječo tehnologijo, ki je primerljiva z evropsko,

b) slabosti:

- ni strateškega usmerjanja (v podjetjih primanjkuje strategij, dolgoročnih poslovnih načrtov),
- neizkoriščenost zmogljivosti v nekaterih dejavnostih oz. podjetjih (60%-70%),
- premajhna velikost podjetij (v nekaterih dejavnostih) za doseg kritične mase proizvodnje (nizka stopnja povezovanja in združevanja podjetij med seboj),
- nizka stopnja tujih investicij (pomanjkanje sredstev za povečanje in posodobitev obratov),
- ni sodobnih mednarodnih načinov povezanega poslovanja (strateške zveze, horizontalne in vertikalne kooperacije),
- pomanjkljiva usposobljenost vodstva s področja mednarodnega marketinga, financ in strateškega menedžmenta,
- slabša izobraženost menedžerjev na področju trženja in strateškega vodenja,
- nizka raven aktivnosti in sodelovanja na področju raziskav in razvoja,
- nizka izvozna usmerjenost in zaprtost v domači trg,



c) nevarnosti:

- zamujene oz. neodkrite tržne niše,
- sprostitev zunanjetrgovinske zaščite za živilske izdelke po vstopu v EU in s tem soočenje z ostro konkurenco na skupnem trgu EU (manjša dobičkonosnost podjetij),
- prevzemanje domačega trga s strani tujih multinacionalnih družb (boljša kakovost, nižje cene, novi proizvodi),
- prešibka organiziranost in povezanost podjetij za skupen nastop na trgu EU,
- neprilagojenost standardom EU in tako manjša konkurenčnost,

d) priložnosti:

- sprostitev zunanjetrgovinske zaščite za trg EU,
- odpiranje trgov nekdanje Jugoslavije in vzhodne Evrope,
- porajanje novih tržnih niš in tržnih segmentov,
- boljša kakovost izdelkov in kakovost poslovanja kot v nekdanji Jugoslaviji in vzhodni Evropi,
- možnosti strateških povezav znotraj panoge (horizontalna in vertikalna kooperacija, skupni programi raziskav in razvoja),
- povečanje tujih investicij,
- odstranitev ovir v trgovanju z državami članicami EU ob vstopu v skupni trg EU.

## **5.2. OPREDELITEV NEKATERIH PROBLEMATIČNIH PODROČIJ ŽIVILSKOPREDELOVALNE INDUSTRIJE OB VKLJUČEVANJU V EU**

Slovenska živilskopredelovalna industrija se bojuje proti številnim slabostim v primerjavi s konkurenco, s katero se bo srečala po vstopu v EU. Slabosti segajo v njene strukturne značilnosti, organiziranost, upravljalne strategije ter odnos do domače in tuje konkurence. Na podlagi razkritih slabosti pa lahko uspešno načrtujemo in izvajamo strategije prilagajanja slovenskih podjetij v živilskopredelovalni industriji.

### **5.2.1. Neučinkovita industrijska struktura in tehnološko zaostajanje**

Industrijska struktura slovenske živilskopredelovalne industrije ni primerljiva s strukturo podjetij v državah članicah EU. Gospodarsko okolje je v preteklosti oblikovalo takšno industrijsko strukturo podjetij, da so s svojimi zmogljivostmi oskrbovala le domači jugoslovanski trg, tako današnja slovenska podjetja živilskopredelovalne industrije po proizvodnih kapacitetah sodijo v velikostni razred majhnih nacionalnih podjetij v EU (do tisoč zaposlenih), ki pa najhitreje izginjajo. Za ta velikostni razred je značilno, da na trgih EU ne dosega zadovoljive cenovne konkurenčnosti, na katero v največji meri vplivajo pozitivni

učinki ekonomije obsega. Velikostno zaostajanje slovenskih živilskih podjetij se odraža v nižji produktivnosti, tehnološka zaostalost pa v nizki dodani vrednosti v proizvodnji živil v primerjavi z industrijo EU (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 131-132).

Velik del podjetij v slovenski živilskopredelovalni industriji ima šibko kapitalsko sposobnost, zato so omejena pri obsegu investicij v opremo in nepremičnine ter v neopredmetene naložbe (trženjske aktivnosti, razvoj proizvodov, izobraževanje). Proizvajanje z zastarelo opremo in tehnologijo z nizko stopnjo avtomatizacije tako onemogoča doseganje zadovoljive produktivnosti, višje dodane vrednosti in tudi kakovosti.

Podjetja se bodo morala usmeriti v proizvodnjo živil nove generacije (hitro pripravljena živila, probiotična in funkcionalna živila), kar pa zahteva naj sodobnejšo opremo in obsežne investicije v razvoj tehnologije.

S procesom vstopanja Slovenije v EU bodo slovenska živilskopredelovalna podjetja na domačem trgu soočena z ostro konkurenco najučinkovitejših evropskih tekmecev, ki bo hitro prodirala na slovenski trg in prevzemala tržne deleže domačih ponudnikov, saj ti ne bodo sposobni odgovoriti na konkurenčne pritiske. V izrazito konkurenčnejših razmerah bodo izrinjena predvsem srednje velika in ekonomsko manj učinkovita podjetja. Ostala manjša podjetja se bodo ohranila predvsem na račun učinkovitejše oskrbe in poznavanja lokalnih mikrotrgov (Kuhar, 2001, str. 20-21).

K slabšim rezultatom slovenskih podjetij dodatno prispevajo tudi prekomerna razdrobljenost proizvodnje in deloma neizkoriščene proizvodne zmogljivosti, vse to pa še dodatno draži proizvodnjo. Slovenska podjetja v živilskopredelovalni industriji so že tako premajhne zmogljivosti dodatno drobila, kar je značilno za oligopolne zaprte trge, kjer ni prisotnih zadostnih pritiskov na zniževanje stroškov. Strukturne pomanjkljivosti so temeljni dejavnik pri zaostajanju konkurenčne sposobnosti slovenske živilskopredelovalne industrije.

### **5.2.2. Vpliv neučinkovitega kmetijstva na živilsko panogo**

Večina živilskopredelovalnih podjetij je odvisna od kmetijstva, ki je vir osnovnih surovin za proizvodnjo živil, zato se strukturni primanjkljaji kmetijske proizvodnje odražajo tudi v živilskopredelovalni panogi. Pri tem so prizadete predvsem tiste dejavnosti, ki so vezane na oskrbo z domačimi surovinami (mlekarstvo, mesnopredelovalna industrija, mlinarstvo, vinarstvo, proizvodnja sladkorja).

Na konkurenčni položaj podjetij v živilskopredelovalni industriji vplivata tako cenovna raven kmetijskih surovin kot sama kakovost surovin. Zaradi strukturnih značilnosti slovenskega kmetijstva se ne more pridelati surovin za živilskopredelovalno industrijo po konkurenčnih cenah. Stroški surovin so višji tudi zaradi visokih transakcijskih stroškov pri zbiranju surovin

in distribuciji, poleg tega pa na cenovno raven vpliva zunanjetrgovinska politika in ukrepi kmetijske politike (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 134).

Po vstopu v EU bo lahko nizka konkurenčnost slovenskega kmetijstva velika ovira za razvoj predvsem tistih dejavnosti znotraj živilskopredelovalne industrije, ki so izključno vezane na nabavo na lokalnih kmetijskih trgih, in te dejavnosti bodo težko konkurirale na skupnem trgu EU. Nekatere dejavnosti pa bodo s pristopom dobile možnost neomejene nabave surovin pri najugodnejšemu ponudniku na skupnem trgu.

Lahko povzamemo, da bosta po vstopu v EU slovenska živilskopredelovalna industrija in kmetijstvo zaradi neposredne povezanosti v veliki meri delila skupno usodo. Brez konkurenčne živilskopredelovalne industrije domače kmetijstvo nima dobrih možnosti za razvoj, prav tako velja tudi obratno, zato bodo potrebne vertikalne integracije kmetijstva in živilskopredelovalnih podjetij v obliki različnih pogodbenih povezav, kar lahko obema sektorjema prinese pozitivne poslovne učinke.

### **5.2.3. Naraščajoči pritiski trgovine**

Trgovina vpliva na ekonomski položaj živilskopredelovalne industrije; kot končni člen v verigi lahko z uvrstitvijo na prodajne police občutno vpliva na cene in tržni položaj proizvodov. Pritiski trgovine naraščajo, zato se živilska podjetja poleg prilagajanja zahtevam s trgovinskimi družbami, tudi tesneje povezujejo (Erjavec, Kuhar, 2000a).

Trgovske družbe proizvajalcem in dobaviteljem živil postavljajo zahtevne dobavne pogoje ter predvsem znižujejo nabavne cene živil. Pritiski trgovskih družb so lahko primerljivi z razmerami v EU, vendar so učinki zaradi majhnosti trga in prevlade vodilne trgovske družbe pogosto izrazitejši. Pritisk trgovine lahko smatramo kot dobro spodbudo za nujno racionalizacijo proizvodnje in konkurenčno usposobitev podjetij ter priprave na ostre konkurenčne razmere na skupnem trgu EU.

Na slovensko živilskopredelovalno industrijo trgovina vpliva tudi z rastočim uvajanjem trgovinskih blagovnih znamk (TBZ), kar je tipično upravljalska strategija trgovine na povečanje tržne moči in izboljšanja donosnosti živilskih izdelkov (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 135). Zaskrbljujoče je, da TBZ proizvajajo podjetja z izrazito prepoznavnimi blagovnimi znamkami, in na takšen način sama kanibalizirajo svoje tržne deleže. Usmeritev v proizvodnjo TBZ je smiselna za manjša podjetja, ki še nimajo uveljavljenih blagovnih znamk, poleg tega morajo biti tudi cenovno konkurenčna (Kuhar, 2001, str. 26).

Ob vstopu Slovenije v EU se bodo pritiski tujih ponudnikov izrazili preko distributerjev in trgovine. Trgovci bodo v sortiment vključevali tiste izdelke in dobavitelje, ki bodo

zagotavljali zadostno maržo in dobičke. Po vstopu lahko pričakujemo še nadaljnje zaostrovanje konkurenčnih razmer za živilskopredelovalno industrijo.

#### **5.2.4. Nizka izvozna usmerjenost**

Kot je bilo že omenjeno je Slovenija neto uvoznica hrane in le pri nekaterih proizvodih dosega zunanjetrgovinske presežke. Slovenska živilskopredelovalna podjetja so usmerjena pretežno na slovenski trg, pri izvozu hrane pa predvsem na trge nekdanje Jugoslavije, kjer ustvarijo več kot polovico prihodkov od izvoza.

Nizko izvozno usmerjenost omogočajo tudi ugodne razmere na domačem trgu, kjer so proizvajalci še vedno v precejšnji meri zaščiteni pred tujimi tekmeci in uživajo prednost nekoliko višjih cen in lažjega dostopa na trg. Podjetja v živilskopredelovalni industriji tako dosegajo boljšo donosnost na domačem trgu kot pa na tujih trgih.

Za izboljšanje konkurenčnega položaja slovenskih živilskopredelovalnih podjetij bo potrebna večja internacionalizacija podjetij, predvsem v iskanju izvoznih možnosti na trgih EU, kajti domači trg bo zaradi vse večje konkurence precej ožji. Dolgoročni obstoj vodilnih slovenskih podjetij je povezan z izrazito izvozno naravnostjo (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 133). Za prodor na živilske trge EU je potrebno poznavanje posebnosti povpraševanja potrošnikov ter izvajanje posebnih upravljalških in trženjskih strategij, prilagodljivost proizvodnje in učinkovitost logistike. Vse to pa zahteva velik vložek, kar je za kapitalsko šibka podjetja velika ovira.

Slovenski živilski izdelki so na tujih trgih praviloma uvrščeni v vzhodnoevropski razred, kar pomeni, da so praviloma osnovne kakovosti, in v najnižje cenovne razrede. Toda vemo, da so slovenski izdelki kakovostnejši in da jih lahko uvrstimo v višje cenovne razrede, zato bodo potrebna obsežna vlaganja in naporji za spremembo dojemanja in podobe slovenskih živil pri evropskih porabnikih. Podjetja morajo vložiti več naporov v oglaševanje, v razvoj novih proizvodov višje dodane vrednosti in na tujih trgih nastopati cenovno prepričljivo (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 134). Slovenija mora obdržati tudi dober položaj slovenskih živilskih podjetij na trgih nekdanje Jugoslavije, kjer imajo dobre možnosti, da ostanejo med vodilnimi dobavitelji hrane.

#### **5.2.5. Nezdostna trženjska usmerjenost**

Trženjsko usmerjenost bi lahko razumeli kot strateški premik pri vodenju podjetij od ponudbe k povpraševanju. V slovenski živilskopredelovalni industriji je bil upravljalški proces v

preteklosti izrazito usmerjen k proizvodu, kar je še danes vidno pri večini podjetij, in le redka podjetja so v celoti naravnana k zahtevam in potrebam potrošnikov (Kuhar, 2001, str. 27).

Nezadostna trženjska usmerjenost prav tako slabi konkurenčni položaj slovenskih živilskopredelovalnih podjetij. Del slovenskih živilskih podjetij pri razvoju novih proizvodov niti ne analizira zahtev potrošnika, poleg tega ponavadi uvajanje novega proizvoda ni ustrezno podprto z oglaševalsko akcijo. Tu se vidi primanjkovanje ustrezno usposobljenega kadra v podjetjih in trženjskih agencij, ki pripravljajo strategije za živilska podjetja. Takšen način poslovanja na konkurenčnem trgu EU vodi k propadu slovenskih podjetij.

### **5.3. STRATEGIJE ŽIVILSKIH PODJETIJ OB VKLJUČEVANJU V EU**

Vstop Slovenije v EU zahteva v živilskopredelovalnih podjetjih precejšnje prilagoditve, ki pa so odvisne od razmer v posamezni dejavnosti in značilnostih samih podjetij. Vključevanje živilskega podjetja v spremenjeno poslovno okolje zahteva pripravo in izvedbo natančnega načrta aktivnosti.

Aktivnosti na ravni podjetja (Kuhar, 2001, str. 32-36):

- analiza stanja in perspektiv podjetja

Načrt aktivnosti mora temeljiti na natančni analizi stanja v podjetju, upravljalskih potencialih ter ambicijah in kapitalskih zmožnostih njegovih lastnikov. Najprej je treba določiti želeni formalni status podjetja na enotnem trgu (obrtniški, lokalni ali industrijski obrat), realno določiti ciljne trge in tržne segmente ter generalne strategije nastopanja na trgu. Uprave podjetij morajo skrbno proučiti, kolikšen vpliv na poslovanje podjetja bo imel prevzem skupne kmetijske politike. Pomen te analize je izjemno velik, zato je v njeno kakovostno pripravo smiselno vložiti vse napore.

- ciljno vlaganje v zgradbe in opremo

Precejšnji delež slovenskih živilskopredelovalnih podjetij tehnološko zaostaja za tekmeci iz EU, kar predstavlja veliko nevarnost za uspešno spopadanje z izzivi, ki jih predstavlja vstop na enotni trg. Slovenska podjetja morajo hitro načrtovati in izvesti naložbe v posodobitev materialnih sredstev, kar je osnova za posodobitev proizvodnega sortimenta z izdelki z višjo dodano vrednostjo ter izboljšanje cenovne konkurenčnosti. Za doseganje dolgoročne razvojne perspektive je nujna čimprejšnja izvedba ofenzivnega prestrukturiranja, katere značilnosti so obsežne in izrazito ciljno usmerjene naložbe. Posodabljanje proizvodne opreme, ki mora popolnoma ustrezati normativnim zahtevam je ključnega pomena.

- posodobitev upravljalkega procesa

Za konkurenčno usposobitev živilskega podjetja pred vstopom v EU je nujno potreben dovolj sposoben in učinkovit menedžment podjetja, saj so potrebna posebna upravljalna znanja. Evropski tekmeči so v tem pogledu v veliki prednosti. Pomembne so tudi nepredmetne naložbe, s katerimi se posodobi vse elemente ponudbe in poslovanja podjetja.

Ker v primerjavi z evropskimi, slovenska živilska podjetja zaostajajo, si v tako odločilnem obdobju ne morejo in ne smejo privoščiti zgrešenih poslovnih odločitev. Potrebno je pripraviti celovite trženjske strategije in jih tudi dosledno izpeljati ter spremljati njihovo aktivnost. V procesu vstopa je pomembno tudi strateško upravljanje kapitala (finančni menedžment), zato je še toliko bolj pomembno, da podjetja pozorno načrtujejo kapitalske tokove, financiranje, naložbe, najemanje kreditov. Z vstopom v EU se obetajo velike spremembe tudi na področju nadzora higiene, varovanju zdravja in okolja, še posebej v dejavnostih, ki proizvajajo izdelke živalskega izvora.

- krepitev izobraževanja

Velik problem v slovenskih živilskopredelovalnih podjetjih je tudi pomanjkanje ustrezno izobraženega kadra, tako podjetja z nižjo donosnostjo in dohodkovno neatraktivna, zelo težko pridobijo izobražen kader, zato je treba izboljšati izobraževanje znotraj podjetij samih, ter veliko več vlagati v znanje in razvoj. Primanjkuje predvsem ljudi z vrhunsko izobrazbo na področju menedžmenta, organizacije, analize in trženja. Poleg notranjega izobraževanja je treba spremeniti tudi visokošolski izobraževalni sistem.

- utrjevanje položaja na domačem trgu

Da bi slovenska podjetja preprečila pričakovana zmanjšanja tržnih deležev, morajo takoj začeti utrjevati položaj na domačem trgu in pridobiti čim večjo lojalnost domačih kupcev. Učinki enotnega trga se bodo najprej pokazali v trgovini, kjer se bodo morali trgovci odločiti, kako bodo oblikovali ponudbo, izbrali ustrezne dobavitelje in določali dostavne pogoje. Najučinkovitejša je strategija »pull efekt-a«, kar pomeni, da se doseže zadostno povpraševanje kupcev, ki trgovca prisili, da proizvod vključi v svojo ponudbo.

- pospešitev horizontalnih integracij

Strukturne primanjkljaje lahko presežemo z različnimi aktivnostmi, ki poleg ukrepov na ravni podjetja vključujejo tudi aktivnosti na mezo ravni, predvsem na področju združevanja podjetij. Ta proces je v slovenski živilskopredelovalni industriji že dokaj intenziven. Potrebno je intenzivnejše strateško sodelovanje podjetij, predvsem na tujih trgih, kjer je usklajeno nastopanje, koordinacija ponudbe, distribucije in trženja zelo koristno. Zanimariti pa ne smemo niti partnerskega sodelovanja s tujimi partnerji. Horizontalna povezovanja je treba

spodbujati tudi v dejavnostih, kjer procesi še niso izraziti (mesnopredelovalna industrija, vinarstvo).

- večja internacionalizacija podjetja in izvozna usmerjenost

Domači trg je zelo majhen. V primerjavi z evropskimi tekmeci ta majhnost slovenskim podjetjem ne omogoča minimalnega učinkovitega obsega proizvodnje, zato se je potrebno usmeriti v aktivnosti, ki bi povečale izvoz, predvsem na trge EU; da bi se to zgodilo pa je potrebno spremeniti tudi nekatere stvari v zunanjetrgovinski politiki. Večja izvozna usmerjenost na trge EU bo ublažila pritisk konkurence, ki se bo pojavil ob vključitvi na enotni trg. V okviru integracijskih strategij se je treba pogumneje usmeriti v partnersko sodelovanje s primernimi tujimi podjetji. Prepoznati velja poskuse sovražnih prevzemov s strani tujih podjetij, čedalje bolj pomembni postajajo trgi držav nekdanje Jugoslavije, kjer imajo slovenska podjetja dober položaj, ki ga je potrebno vzdrževati, saj se na tem področju ponovno vzpostavlja normalno povpraševanje.

- večja koordinacija vertikalnih odnosov

Ob obvladovanju pritiskov pri vstopu na enotni trg je pomembna tudi vertikalna združenost živilskopredelovalne industrije. V optimalno koordinirani verigi je veliko lažje izpolnjevati stroge higienske zahteve in zahteve glede varovanja okolja. Povpraševanje potrošnikov po živilih s posebnimi značilnostmi (geografsko poreklo, biološka, integrirana hrana) se hitro povečuje, zato je pomembno sodelovanje tudi s pridelovalci. Na trgu teh izdelkov vlada huda konkurenca. Povpraševaje po teh izdelkih v Sloveniji še ni tako veliko, da bi se splačalo spustiti v večjo proizvodnjo takšnih izdelkov. Ob vključitvi v EU pa bi se te možnosti povečale.

## **6. PREDELAVA MLEKA IN MLEČNI IZDELKI V ŽIVILSKOPREDELOVALNI INDUSTRIJI SLOVENIJE**

Trg mleka in mlečnih izdelkov je najpomembnejši kmetijski trg v EU. Poleg tega je proizvodnja mleka gospodarsko ena najpomembnejših dejavnosti slovenskega kmetijstva.

Po standardni klasifikaciji dejavnosti 2002, ki je v veljavo stopila 25.1.2002, ima dejavnost predelave mleka in proizvodnja mlečnih izdelkov (oznaka 15.5) še naslednje podskupine:

- 15.51 mlekarstvo in sirarstvo, proizvodnja mlečnih izdelkov,
- 15.52 proizvodnja sladoleda.

Mlečna industrija vključuje zbiranje, odkup in pakiranje mleka ter predelavo mleka v različne mlečne izdelke (Porovne, 2000, str. 52). Za razdelitev mlečnih izdelkov po skupinah so lahko uporabljeni različni kriteriji. Tako lahko mlečne izdelke delimo v 10 skupin (But, 1997, str. 37):

- konzumno mleko,
- mlečni napitki,
- jogurti,
- kislo mleko,
- smetana,
- maslo,
- skute,
- siri,
- mleko v prahu,
- sladoled.

V EU je konzumno mleko surovo mleko. Polnomastno mleko ima najmanj 3,5% mlečne maščobe, delno posneto mleko vsebuje med 1,5% in 1,8% mlečne maščobe, posneto mleko pa vsebuje najmanj 0,5% mlečne maščobe. V Sloveniji določa Pravilnik o kakovosti mleka, mlečnih izdelkov, siri in čistih cepiv, da se na prodajne police lahko daje kot pasterizirano oz. sterilizirano mleko z najmanj 3,2% mlečne maščobe, delno posneto mleko z najmanj 1,6% mlečne maščobe, posneto mleko z manj kot 1,6% mlečne maščobe (Notranji trg EU ter slovensko kmetijstvo in živilska industrija, 2000).

Spremembe prehranskih navad potrošnikov ponujajo velike možnosti tudi slovenskim podjetjem v mlečnopredelovalni industriji. Zavedanje slovenskih potrošnikov o zdravi prehrani narašča, kar ponuja v mlečnopredelovalni industriji nove izzive za razvijanje t.i. funkcionalnih izdelkov. Na trgu se povečuje povpraševanje po fermentiranih mlečnih proizvodih in mlečnih proizvodih z dodanimi balastnimi snovmi, vitamini, minerali ter z manj holesterola.



Slovenci porabimo 2,6% vseh izdatkov gospodinjstva za mleko in mlečne izdelke. Med letoma 1990 in 2000 se je spremenila količina in struktura kupljenih živil, in sicer se je bistveno povečala nabava fermentiranih mlečnih izdelkov (indeks 215), vseh vrst sirov (indeks 192), surovega masla (indeks 140), na drugi strani pa se je zmanjšala nabava mleka (indeks 70) (glej tabelo 2 v prilogi).

Slovenci smo v letu 1999 zaužili 208,8 litrov mleka in mlečnih izdelkov, 9,8 kilogramov vseh vrst sira in 1,2 kilograma surovega masla na prebivalca (Erjavec, Rednak, Volk, 2001, str. 45). Če primerjamo porabo mleka in mlečnih izdelkov v Sloveniji in EU opazimo, da je povprečna poraba teh izdelkov na osebo na leto v EU večja, saj prebivalec EU v povprečju zaužije na leto okoli 250 litrov mleka in mlečnih izdelkov, 16,5 kilogramov sira in 4,4 kilogramov masla.

Proizvodnja mleka v Sloveniji presega domače potrebe, prav tako tudi v EU, zato so pri mleku stalni presežki. Če pogledamo fizični obseg proizvodnje v mlekarski dejavnosti, vidimo, da se je v obdobju med 1995 in 1998 najbolj povečala proizvodnja masla, sledita proizvodnja sira in skute ter proizvodnja jogurtov in drugih fermentiranih mlečnih proizvodov. Ta gibanja kažejo na strukturne presežke v mlekarski dejavnosti.

Tabela 17: Fizični obseg proizvodnje mleka in mlečnih izdelkov v Sloveniji v obdobju 1995-1998

Proizvod	Fizični obseg proizvodnje ( v tonah )				Indeks 1998/1995
	1995	1996	1997	1998	
Mleko in smetana ( v 000 hl )	244 259	274 551	259 647	274 572	112
Maslo	1 967	2 253	2 202	3 509	178
Sir in skuta	15 839	16 910	18 381	20 947	132
Jogurt in drugi fermentirani ml.pr.	23 266	28 322	29 745	29 828	128

Vir: Erjavec, Kuhar, 2000, str. 63.

V mlečnopredelovalni industriji v Sloveniji je leta 1998 obratovalo 20 podjetij, od tega 14 mlekarn, ki imajo 90% domačega trga, preostali del trga pa pokrivajo manjši obrati (Notranji trg EU ter slovensko kmetijstvo in živilska industrija, 2000). Največja mlekarna v Sloveniji so Ljubljanske mlekarne, ki imajo 40% tržni delež. V dejavnosti predelave mleka in proizvodnji mlečnih izdelkov je bilo leta 1998 zaposlenih 1812 delavcev, in sicer je število zaposlenih od leta 1996 nekoliko upadlo (indeks 97) (Erjavec, Kuhar, 2000, str. 68).

Med državami EU je število mlekarn različno in se giblje od nekaj do več tisoč. Po številu mlekarn izstopajo Italija in Francija, v manjši meri pa Velika Britanija, Nemčija in Belgija. Leta 1998 je bilo v mlečnopredelovalni industriji v EU zaposlenih skoraj tristo tisoč delavcev,

vrednost proizvodnje pa je dosegla več kot 85 milijard evrov (Panorama of European Business 1999, 2000).

Stopnja koncentracije in specializacije v predelavi mleka je pri nas v primerjavi z članicami EU, kjer potekajo intenzivni procesi združevanja, nizka. Slovenska mlekarska industrija ima izrazito razdrobljene predelovalne zmogljivosti z neugodno velikostno strukturo proizvodnih obratov. Tri slovenske mlekarne predelajo več kot 50 milijonov litrov mleka letno, medtem ko predelajo mlekarne v Nemčiji v povprečju 70, na Nizozemskem pa celo preko 400 milijonov litrov mleka letno (Notranji trg EU ter slovensko kmetijstvo in živilska industrija, 2000).

Mlekarne so večinoma kombiniranega tipa, torej konzumno predelovalne. Asortiman proizvodnje je razmeroma pester, vendar v primerjavi z razvitimi državami enostaven. Veliko možnosti je še v proizvodnji specializiranih vrst napitkov, namazov, v sirarstvu in še kje (Strategija razvoja slovenskega kmetijstva, 1993).

Ker v mlečnopredelovalni industriji v Sloveniji obstaja razkorak med ponudbo in porabo mlečnih izdelkov na domačem trgu, je njen razvoj odvisen tudi od uspešne uveljavitve na novih izvoznih trgih. Najpomembnejši izvozni trg za slovensko mlečnopredelovalno industrijo so države bivše Jugoslavije, Italija, Madžarska, Slovaška. Največ mlečnih izdelkov pa uvozimo iz držav članic EU (Notranji trg EU ter slovensko kmetijstvo in živilska industrija, 2000).

EU se v mednarodni menjavi mleka in mlečnih izdelkov pojavlja predvsem z izvozom. Predmet trgovanja so v glavnem trajni mlečni izdelki (maslo, sir, mleko v prahu, kondenzirano mleko), ki prenesejo transport in stroške, ki so povezani z njimi in s skladiščenjem.

## **6.1. PONUDBA IN POVPRŠEVANJE PO POSAMEZNIH MLEČNIH PROIZVODIH**

- **MLEKO**

Za predelavo mleka v Sloveniji je značilna nizka stopnja koncentracije in specializacije, veliko število dobaviteljev surovin (kmetij) glede na skupno količino odkupljenega mleka, sorazmerno dobra izkoriščenost kapacitet in nižja poraba mleka in izdelkov od ponudbe (But, 1997, str. 23).

Slovenske mlekarne, ki so po velikosti majhne glede na EU, odkupijo okoli 430 milijonov litrov mleka letno in ga na domačem slovenskem trgu prodajo okoli 75%. Delež mleka, ki ga

mlekarne prevzamejo, je manj kot 70% proizvodnje, vendar se stalno povečuje. Samo dve mlekarni odkupita več kot 50 000 ton mleka na leto. Odkupna cena mleka je v Sloveniji višja kot v EU, maloprodajna cena pa je manjša, zato so zaslužki manjši, vendar imamo zaradi visoke zaščite slovenskega trga sorazmerno ugodno stanje v mlekarški industriji. Ker je pridelava mleka večja od domače porabe, se 15% proizvodnje izvozi (Notranji trg EU ter slovensko kmetijstvo in živilska industrija, 2000). Stopnja samooskrbe s kravjim mlekom v Sloveniji narašča in je leta 1999 znašala 122,7%.

Slovenci smo v letu 2000 povprečno kupili 70,5 litrov mleka na člana v gospodinjstvu, kar je za 30% manj kot v letu 1990. V EU so v letu 1997 zaužili največ mleka na prebivalca na Finskem (188 litrov/preb.), na Irskem (178 litrov/preb.) in v Španiji (150,8 litrov/preb.) (Panorama of European Business 1999, 2000).

Po podatkih Eurostata so v letu 1993 v EU (12 članic) največ mleka predelali v Veliki Britaniji in Nemčiji, sledita Španija in Francija.

- MASLO

Predelava mleka v maslo je v slovenskih mlekarnah po letu 1990 padala vse do leta 1995 predvsem zaradi takratne izgube nekdanjih jugoslovanskih trgov in zaradi zavedanja potrošnikov o škodljivosti mlečne maščobe. Po letu 1995 pa je proizvodnja masla začela rasti in je v letih 1995 in 1998 dosegla največjo rast proizvodnje znotraj mlečnopredelovalne industrije v Sloveniji.

Slovenska podjetja so v letu 1998 proizvedla 3509 ton surovega masla. V Sloveniji pa je bilo v letu 2000 v povprečju kupljenega 0,7 kilograma masla na člana gospodinjstva. V EU največ masla proizvedejo v Nemčiji in Franciji (Panorama of EU Industry 97, 1997). Na strukturo povpraševanja po mlečnih izdelkih v EU vplivajo kultura in tradicionalne jedi v državah članicah, kar se kaže tudi v porabi masla. Tako je poraba masla v severni Evropi večja kot v sredozemskih državah. Največ masla letno zaužijejo Francozi (8,3 kg/preb.), Finci (5,8 kg/preb.) (Panorama of European Business 1999, 2000).

V EU so največje uvoznice masla Francija, Nizozemska, Nemčija in Velika Britanija, v državah zunaj EU pa največ masla uvažajo Avstralija, ZDA, Nova Zelandija, Mehika ter države arabskega sveta (But, 1997, str. 60).

- SIRI

Proizvodnja sirov predstavlja za Slovenijo pomemben del mlečne predelave, saj se je fizični obseg proizvodnje po letu 1995 povečal za 32%, in tako so slovenska podjetja v

mlečnopredelovalni industriji leta 1998 proizvedla malo manj kot 21000 ton različnih vrst sirov.

Povpraševanje po sirih v Sloveniji z leta v leto narašča in se je med letoma 1990 in 2000 skoraj podvojilo. V letu 2000 je Slovenec v povprečju zaužil skoraj 8 kilogramov različnih vrst sirov, kar pa je v primerjavi z EU malo. V Franciji je prebivalec v letu 1997 pojedel povprečno 23,4 kilogramov sira, v Nemčiji 20,3 kilogramov, najmanj pa na Portugalskem (7 kilogramov) (Panorama of European Business 1999, 2000).

Skupna proizvodnja sirov v EU je naraščala in je konec leta 1994 znašala več kot 5600 tisoč ton. Največja porast proizvodnje sirov je bila v Franciji, na Danskem, Nemčiji in Veliki Britaniji. Največje in najpomembnejše proizvajalke sirov v EU so Francija, Nemčija in Nizozemska, hkrati pa tudi največje izvoznice (But, 1997, str. 60).

V EU se proizvede največ poltrdih in mehkih sirov, sledijo trdi siri in na koncu sveži ter topljeni siri. V zadnjih letih narašča povpraševanje po poltrdih in zlasti po svežih in topljenih sirih, upada pa povpraševanje po trdih sirih.

- SLADOLED

Sladoleđ je zamrznjen mlečni izdelek iz mleka, smetane, mleka v prahu, sladkorja in naravnih dodatkov za okus. Kot vemo je sladoleđ izdelek, za katerega je značilno izrazito sezonsko nihanje prodaje, povpraševanje po njem je odvisno od letnega časa. Povpraševanje po sladoleđu je največje v poletnih dneh in najmanjše pozimi. Toda zadnje čase postaja sladoleđ najpomembnejše postransko živilo (kot nepogrešljiva slaščica) ne glede na letni čas, zato se poraba sladoleđa povečuje tudi izven sezone.

Tabela 18: Količinska prodaja sladoleđov v Sloveniji v obdobju 1992-1998

Leto	Prodaja sladoleđa (v mio kosih)	Prodaja sladoleđa (v mio litrih)
1992	41,3	10,2
1993	42,7	10,7
1994	43,9	11,2
1995	44,9	11,6
1996	46,0	12,0
1997	47,0	12,6
1998	47,2	13,0

Vir: Porovne, 2000a, str. 31.

V Sloveniji znaša poraba sladoleđa na prebivalca 4,3 litra, kar je v primerjavi z zahodnoevropskimi državami zelo malo, kjer se poraba sladoleđa giblje med 6 in 14 litri na prebivalca. Glede na to lahko v prihodnjih letih pričakujemo nadaljnjo rast trga. V Sloveniji

imamo veliko ponudbo sladolednih izdelkov različnih proizvajalcev (19 tujih proizvajalcev), ki si med seboj konkurirajo na različne načine (Porovne, 2000, str. 54).

V EU so v letu 1997 prodali skoraj 2,7 milijarde litrov sladoleda. Največje povpraševanje po sladoledu je bilo v Nemčiji, kjer so prodali 620,2 milijona litrov sladoleda, sledi Italija z 534,8 milijona litrov prodanega sladoleda (Panorama of European Business 1999, 2000).

Tabela 19: Poraba sladoleda na prebivalca (v litrih) v različnih državah v obdobju 1998

<b>Država</b>	<b>1998</b>
Švedska	14,1
Danska	10,3
Italija	9,2
Belgija	8,6
Nemčija	7,9
Švica	7,8
Nizozemska	8,7
Avstrija	8,4
Irska	7,5
Francija	6,3
Španija	6,1
Grčija	4,6
Portugalska	3,8

Vir: Porovne, 2000, str. 55.

## 7. SKLEP

Živilskopredelovalna industrija spada v Sloveniji med pomembnejše panoge, tako po obsegu zaposlenosti in vrednosti prodaje kot tudi dodani vrednosti na zaposlenega .

Evropska unija je že zakorakala v ekonomsko okolje slovenskega gospodarstva in prinaša s seboj korenite spremembe tudi v slovenski živilskopredelovalni industriji. Ob vstopu v Evropsko unijo se bo treba soočiti predvsem s hudim konkurenčnim pritiskom enotnega trga. S prihodom tuje konkurence na slovenski trg bo domačim podjetjem grozila nevarnost zmanjšanja prodajnih zmožnosti ter posledično zmanjšanje tržnih deležev in poslovnih uspešnosti.

V nasprotju z evropskimi podjetji slovenska živilska podjetja opredeljujejo medsebojna nepovezanost, konkurenčni boj, odsotnost procesov koncentracije, presežne zmogljivosti, visoka zaščita domače proizvodnje, usmerjenost predvsem na domači trg. Za strukturo podjetij živilskopredelovalne industrije v Sloveniji je značilno veliko število velikih podjetij, medtem ko v Evropski uniji prevladujejo majhna in srednja podjetja, vendar so velika podjetja v Sloveniji v primerjavi z velikimi evropskimi podjetji glede na število zaposlenih in prihodke majhna. Slovenska podjetja v živilskopredelovalni industriji predvsem zaradi pomanjkanja lastnih virov in majhnega dotoka tujega kapitala zelo malo vlagajo v investicije ter v raziskave in razvoj novih izdelkov in procesov.

Prav tako je prisotno pomanjkljivo obvladovanje trženjskih aktivnosti. Podjetja so še vedno v upravljaljskih procesih usmerjena k proizvodni namesto, da bi v čim večji meri zadovoljevala potrebe in zahteve domačih potrošnikov, ki so vse bolj podobne zahtevam potrošnikov v Evropski uniji. Veča se povpraševanje po pripravljeni hrani, prav tako tudi težnja po hranjenju izven domačih gospodinjstev, vse večja je tudi okoljevarstvena in zdravstvena osveščenost potrošnikov o živilskih izdelkih, kar bodo morala domača podjetja upoštevati pri načrtovanju prihodnjega razvoja in ponudbe izdelkov. Slovenska živilska podjetja bodo morala ob vstopu v Evropsko unijo izpolnjevati zahtevne higiensko-sanitarne standarde ter druge kriterije glede kakovosti in varnosti proizvodov. Predvsem bodo morala temeljito spremeniti nadzor nad proizvodnim procesom.

Živilskopredelovalna industrija v Sloveniji v primerjavi z evropsko izkazuje manjšo učinkovitost in slabšo konkurenčnost, saj slovenska živilskopredelovalna industrija dosega v povprečju komaj 30% dodane vrednosti držav Evropske unije. Da bo slovenska živilskopredelovalna industrija konkurenčno sposobna v mednarodnem okolju, bo odločilnega pomena predvsem povečanje dodane vrednosti. Potrebni bosta tudi stabilizacija makroekonomskih gibanj ter industrijska politika, ki bo usmerjena v spodbujanje strukturnih sprememb in promocijo panog. Ob prevladujočih slabostih in nevarnostih, ki pretijo slovenski

živilskopredelovalni industriji, pa je mogoče najti tudi nekatere priložnosti in prednosti. Veliko priložnost pomeni odpiranje nekdanjega jugoslovanskega trga, ki je nekdanj že pomenil večino slovenskega izvoza živilskih izdelkov.

V približevanju vstopa Slovenije v Evropsko unijo bo nujno potrebno uskladiti zakonodajo in standarde na področju živil z Evropsko unijo, stabilizirati makroekonomsko okolje in ustvariti pogoje za izboljšanje konkurenčnosti slovenskih podjetij.

## LITERATURA

1. But Franc: Slovenija in liberalizacija mednarodne menjave mleka in mlečnih izdelkov. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1997. 106 str.
2. Cunder Tomaž et al.: Slovensko kmetijstvo in Evropska unija. Ljubljana: ČZD Kmečki glas, 1997. 439 str.
3. Cvilak Urša: Umetnost pravilnega prehranjevanja. *Sodobno kmetijstvo*, 31 ( 1998 ), 1, str. 14-15.
4. Erjavec Emil, Kuhar Aleš: Slovenska živilskopredelovalna industrija in Evropska unija. Domžale: Biotehniška fakulteta, Oddelek za zootehniko, 2000. 168 str.
5. Erjavec Emil, Kuhar Aleš: Slovenska živilskopredelovalna industrija-stanje in perspektive. *Evrobilten*, 20, julij 2000, 2000a.  
(URL: <http://evropa.gov.si/publikacije/evrobilten/evrobilten-20-03/>), 22.12.2001.
6. Erjavec Emil, Rednak Miroslav, Volk Tina: Pregled kmetijske politike: Slovenija. Ljubljana: Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano Republike Slovenije, 2001. 184 str.
7. Gmeiner Pavle et al.: Priprave predelovalne industrije R Slovenije pred vstopom v EU. Ljubljana: Inštitut za ekonomska raziskovanja, 1996. 201 str.
8. Gmeiner Pavle et al.: Izhodišča industrijske politike Republike Slovenije za obdobje 1994-2000. Ljubljana: Inštitut za ekonomska raziskovanja, 1993. 55 str.
9. Gmeiner Pavle: Dejavniki za povečanje konkurenčnosti slovenske predelovalne industrije s posebnim ozirom na kooperacije, razvojne raziskave in tuja vlaganja. Ljubljana: Urad RS za makroekonomske analize in razvoj, 1996. 38 str.
10. Kos Marko: Ključ do slovenske konkurenčnosti je v mikroekonomiji. Vpliv socialnih stroškov, cene dela ter izkoriščenosti človeških virov na konkurenčnost slovenskega gospodarstva: zbornik predavanj s posveta. Ljubljana: Gospodarska zbornica Slovenije, 1997, str. 31-33.
11. Kuhar Aleš: Odprta vprašanja živilskopredelovalne industrije v luči pristopa Slovenije k EU. Ljubljana: Gospodarska zbornica Slovenije, 2001. 43 str.
12. Petrin Lea et al.: Organizacija in struktura trga. I. del. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, 1994. 109 str.
13. Porovne Marija: Razvoj proizvodnje sladoleda v Ljubljanskih mlekarnah. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2000. 105 str.
14. Porovne Marija: Mesečni plan proizvodnje sladoleda v Ljubljanskih mlekarnah. Specialistično delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2000a. 88 str.
15. Špehar Ivan: Živilskopredelovalna panoga Slovenije ob vključevanju v Evropsko unijo. Diplomsko naloga. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1998. 44 str.
16. Valant Vesna: Konkurenčna sposobnost živilskopredelovalne industrije v Sloveniji. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1999. 126 str.
17. Zadel Tanja: Odnos potrošnikov prehrabnenih izdelkov do različnih blagovnih znamk: na primeru jušnih koncentratov. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1997. 42 str.



## VIRI

1. Interna gradiva Gospodarske zbornice Slovenije.
2. Notranji trg EU ter slovensko kmetijstvo in živilska industrija.  
(URL: [http://www.gzs.si/si\\_nov/publ/eu/Euagro\\_1.htm](http://www.gzs.si/si_nov/publ/eu/Euagro_1.htm)), 27.12.2001.
3. Panorama of EU Industry 95/96. Chapter 3: Food, drink and tobacco. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 1996. 153 str.
4. Panorama of EU Industry '97: Volume 1. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 1997. 768 str.
5. Panorama of European Business, 1999. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2000. 531 str.
6. Poročilo o stanju kmetijstva, gozdarstva in živilstva v letu 1999. Poročevalec državnega zbora RS, Ljubljana, 27 (2001), 32.
7. Statistični letopis Republike Slovenije 2001. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije, 2001.
8. Strategija razvoja slovenskega kmetijstva. Poročevalec državnega zbora RS, Ljubljana, 19 (1993), 9. str. 36-74.
9. Uredba o uvedbi in uporabi Standardne klasifikacije dejavnosti (Uradni list RS, št. 34/94).

## **PRILOGA**

Tabela 1: Poraba osnovnih agroživilskih proizvodov na prebivalca v Sloveniji v obdobju 1992-1999

*v kilogramih na leto*

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1999/ 1992	EU (1998)
Žito	107,3	95,5	94,4	96,0	96,9	95,4	96,3	98,8	92,1	111,9
Krompir	60,5	66,9	67,9	71,4	67,7	69,2	72,7	70,6	116,7	77,5
Sladkor	30,3	39,8	38,3	34,2	39,9	33,9	38,5	37,3	123,1	32,0
Sadje	79,9	75,5	103,2	107,2	108,9	81,1	98,7	89,7	112,3	106,0
Zelenjava	/	/	/	117,6	131,6	128,4	131,3	/	/	120,8
Vino	48,5	46,0	41,7	48,9	52,6	49,3	36,6	34,8	81,8	34,0
Meso (skupaj)	73,2	84,7	86,6	85,5	88,8	92,6	89,8	88,6	121,0	89,6
Govedina	22,6	28,3	28,2	26,2	27,6	26,8	23,0	22,1	27,8	19,2
Svinjina	32,2	39,9	39,9	37,9	36,0	38,7	39,6	41,5	128,9	43,5
Perutnina	17,1	16,2	18,0	21,0	24,2	26,3	26,5	24,1	140,9	20,3
Mleko (skupaj)	182,7	121,6	197,3	207,4	204,2	204,2	203,4	208,8	114,3	246,8
Mleko in ml.izd.	109,9	103,5	91,9	94,7	114,8	117,4	114,9	121,0	110,1	83,9
Sir	6,2	7,3	7,7	8,1	8,7	8,9	9,6	9,8	158,1	16,5
Maslo	0,8	0,9	0,7	0,7	0,9	0,9	0,9	1,2	150,0	4,4
Jajca	8,1	7,8	8,1	8,1	9,9	11,0	11,5	11,6	143,2	12,5

Vir: Erjavec, Rednak, Volk, 2001, str. 45.

Tabela 2: Povprečna letna količina kupljenih živil in pijač na člana gospodinjstva v Sloveniji v letu 1990 in 2000

Skupina proizvodov	<i>količina (v kg)</i>		
	1990	2000	Indeks 2000/1990
Kruh in pecivo	63,8	64,1	100,4
Moka in zdrob	14,5	21,9	151
Testenine	6,5	7,4	113
Riž	3,4	3,8	111
Krompir	28,1	24,3	86
Presna zelenjava	21,5	22,0	102
Konzervirane vrtnine	4,6	6,0	117
Presno sadje	23,9	7,8	74
Južno sadje	12,4	23,1	186
Predelano in konzervirano sadje	2,0	1,8	90
Govedina	13,5	11,3	83
Svinjina	7,4	5,0	67
Perutnina	8,5	9,6	113
Drugo presno meso	1,3	2,3	176
Mesni izdelki	2,9	4,0	138
Svinjska mast in presna slanina	1,2	0,3	25
Jedilno olje (v l)	11,3	14,0	123
Mleko (v l)	98,8	70,5	71
Sir	4,1	7,9	192
Surovo maslo	0,5	0,7	140
Drugi mlečni izdelki	2,0	4,3	215
Jajca	107,1	98,9	92
Sladkor in med	13,2	45,2	115
Kava	2,5	3,1	124
Čokolada in kakav	2,2	3,2	145
Keksi, biskvit in napolitanke	3,3	5,3	160
Vino (v l)	12,1	7,8	64
Pivo (v l)	15,6	23,9	153
Druge alkoholne pijače (v l)	0,5	0,7	140

Vir: Statistični urad RS, 2001.

Tabela 3: Dodana vrednost na zaposlenega v dejavnostih živilskopredelovalne industrije v Sloveniji v obdobju 1996-1998

Dejavnost	Dodana vrednost / zaposlenega (v 000 SIT)			Indeks 1998/96
	1996	1997	1998	
D - Predelovalne dejavnosti	2 311	2 818	3 019	131
DA - Proizvodnja hrane, pijač,tob. izd.	3 350	3 864	4 196	125
15 Proizvodnja hrane, pijač in krmil	3 259	3 754	4 055	124
15.1 Proizvodnja, kon.mesa, mes. izdelkov	2 534	2 750	3 190	126
15.2 Predelava in konzer. rib in izdelkov	1 984	2 055	1 907	96
15.3 Predelava in konzer. sadja in vrtnin	2 552	3 628	3 887	152
15.4 Proizv. rastl. in žival. olj in maščob	3 451	4 260	3 469	101
15.5 Predelava mleka in proizv. mleč. izd.	3 128	3 351	2 990	96
15.6 Mlinarstvo, proizv. škroba in izdelkov	2 704	2 829	2 987	110
15.7 Proizvodnja krmil za prehrano živali	5 540	5 848	6 376	115
15.8 Proizvodnja drugih živil	2 814	3 197	3 813	136
15.81 Proizv. kruha, sv. peciva, slaščic	2 760	3 048	3 366	122
15.83 Proizvodnja sladkorja	-376	2 407	7 696	
15.84 Proizv. kakava, čok., bombonov	2 362	2 470	2 751	117
15.86 Predelava čaja in kave	4 813	4 896	5 271	110
15.9 Proizvodnja pijač	5 705	6 649	6 731	118
15.93 Proizvodnja vina	1 980	1 384	2 294	116
15.96 Proizvodnja piva	11 721	13 623	11 723	100
15.98 Proizv. miner. vod, brezalk. pijač	4 062	5 211	6 392	157
16. Proizvodnja tobačnih izdelkov	5 884	7 880	9 472	161

Vir: Erjavec, Kuhar, 2000, str. 113.

Tabela 4: Neto dobiček oz. izguba na zaposlenega v dejavnostih živilskopredelovalne industrije v Sloveniji v obdobju 1996-1998

Dejavnost	Neto dobiček / izguba (v 000 SIT)			Indeks 1998/96
	1996	1997	1998	
D - Predelovalne dejavnosti	-39 033 609	2 052 645	28 687 824	
DA - Proizvodnja hrane, pijač,tob. izd.	5 805 178	10 726 174	11 175 923	193
15 Proizvodnja hrane, pijač in krmil	5 148 176	9 422 681	8 625 438	168
15.1 Proizvodnja, kon.mesa, mes. izdelkov	-381 482	-119 936	747 738	
15.2 Predelava in konzer. rib in izdelkov	35 293	17 005	12 948	37
15.3 Predelava in konzer. sadja in vrtnin	678 672	1 086 039	1 145 601	169
15.4 Proizv. rastl. in žival. olj in maščob	90 708	143 260	15 595	17
15.5 Predelava mleka in proizv. mleč. izd.	577 931	819 511	577 962	100
15.6 Mlinarstvo, proizv. škroba in izdelkov	139 563	46 989	66 930	48
15.7 Proizvodnja krmil za prehrano živali	133 885	229 650	198 900	149
15.8 Proizvodnja drugih živil	1 745 888	2 658 880	2 862 909	164
15.81 Proizv. kruha, sv. peciva, slaščic	611 764	1 363 623	1 619 841	265
15.83 Proizvodnja sladkorja	29 878	89 476	-33 768	
15.84 Proizv. kakava, čok., bombonov	83 565	177 499	150 709	180
15.86 Predelava čaja in kave	889 186	993 311	979 777	110
15.9 Proizvodnja pijač	2 127 718	4 541 283	2 996 855	141
15.93 Proizvodnja vina	-1 371 509	697 311	-757 365	
15.96 Proizvodnja piva	2 315 058	2 592 130	2 609 438	113
15.98 Proizv. miner. vod, brezalk. pijač	1 260 481	1 308 708	1 236 889	98
16. Proizvodnja tobačnih izdelkov	657 002	1 303 493	2 550 485	388

Vir: Erjavec, Kuhar, 2000, str. 115.