

UNIVERZA V LJUBLANI
BIOTEHNIŠKA FAKULTETA
ODDELEK ZA AGRONOMIJO

Jurka PRIMOŽIČ

TRŽENJE SADIK SADNEGA DREVJA

DIPLOMSKO DELO

Visokošolski strokovni študij

Ljubljana, 2007

UNIVERZA V LJUBLANI
BIOTEHNIŠKA FAKULTETA
ODDELEK ZA AGRONOMIJO

Jurka PRIMOŽIČ

TRŽENJE SADIK SADNEGA DREVJA

DIPLOMSKO DELO

Visokošolski strokovni študij

MARKETING OF FRUIT SAPLINGS

GRADUATION THESIS
Higher professional studies

Ljubljana, 2007

Jurka, P. Trženje sadik sadnega drevja.

Dipl. delo. Ljubljana, Univ. v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Odd. za agronomijo, 2007

Diplomsko delo je zaključek visokošolskega strokovnega študija kmetijstva – agronomija, smer hortikultura. Opravljeno je bilo na Biotehniški fakulteti, Oddelku za agronomijo na Katedri za agrarno ekonomiko, ruralno sociologijo in razvoj podeželja.

Študijska komisija Oddelka za agronomijo je za mentorja diplomske naloge imenovala prof. dr. Katjo Vadnal.

Komisija za oceno in zagovor:

Predsednik: prof. dr. Ivan KREFT
Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za agronomijo

Član: prof. dr. Katja VADNAL
Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za agronomijo

Član: doc dr. Gregor OSTERC
Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za agronomijo

Datum zagovora:

Delo je rezultat lastnega raziskovalnega dela. Podpisana se strinjam z objavo moje diplomske naloge v polnem besedilu na spletni strani Digitalne knjižnice Biotehniške fakultete. Izjavljam, da je naloga, ki sem jo oddala v elektronski obliki, identična tiskani verziji.

Jurka Primožič

KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA

ŠD	Vs
DK	UDK 634.1:631.547,1:339.138(497.4 Poljanska dolina) (043.2)
KG	sadjarstvo/trženje/sadike/travniški sadovnjak/Poljanska dolina
KK	AGRIS F01
AV	PRIMOŽIČ Jurka
SA	VADNAL, Katja (mentor)
KZ	SI – 1000 Ljubljana, Jamnikarjeva 101
ZA	Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za agronomijo
LI	2007
IN	TRŽENJE SADIK SADNEGA DREVJA
TD	Diplomsko delo (visokošolski strokovni študij)
OP	VII, 32 str, 8 pregl., 11 sl., 8 vir.
IJ	sl
JI	sl/en
AI	Razvoj sadjarstva v Poljanski dolini, zlasti obnova nasadov, vseskozi zaostaja za razvojem drugih kmetijskih panog. Sadjarstvo kot proizvodna panoga je bila in je se vedno v podrejenem položaju v primerjavi z drugimi kmetijskimi panogami npr. živinorejo ali poljedelstvom, kljub temu da je sadjarstvo ena od najintenzivnejših in najdonosnejših panog. S sodobnimi sadovnjaki bi lahko intenzivno izkoriščali zemljo, še posebno uspešno na nagnjenih površinah, ki so za pridelovanje nekaterih drugih kmetijskih kultur manj primerne. Cilji naloge so pregledati ponudbo sadik v drevesnicah na območju osrednje Slovenije, ugotoviti, ali ta ponudba ustreza potrebam sadjarjev na hribovskih legah tega območja in oceniti namere sadjarjev v Poljanski dolini glede prihodnjega razvoja pridelovanja sadja. Rezultati kažejo, da bi v Poljanski dolini, če bi želeli razvijati sadjarstvo, ne imeli težav z nabavo ustreznih sadik. Poljanska dolina je zaradi odprtosti, poseljenosti na prisojni strani, terena in zemlje primerna za različne sadne vrste in sorte. Pomembno pa je, da bi bili pri nakupu sadik pozorni na njihovo kakovost in da bi izbrali sadike sort, ki niso zahtevne za oskrbo in so odporne na bolezni in škodljivce.

KEY WORDS DOKUMENTATION

DN	Vs
DC	UDC 634.1:631.547,1:339.138(497.4 Poljanska dolina) (043.2)
CX	fruit production/marketing/saplings/meadow orchards/Poljanska valley
CC	AGRIS F01
AU	PRIMOŽIČ Jurka
AA	VADNAL, Katja (supervisor)
PP	SI – 1000 Ljubljana, Jamnikarjeva 101
PB	University of Ljubljana, Biotechnical Faculty, Department of Agronomy
PY	2007
TI	MARKETING OF FRUIT SAPLINGS
DT	Graduation thesis (higher professional studies)
NO	VII, 32 p., 8 tab., 11 fig., 8 ref.
LA	sl
AL	sl/en
AB	The development of fruit production in the region of Poljanska dolina is slower in comparison with the development of other agricultural branches. Fruit growing as an agricultural industry has been and still is in an inferior position to other agricultural lines, for example to animal husbandry and crop production. Yet, fruit growing is one of the most intensive and remunerative lines. By modern orchards the land might be used intensively, in particular the slopes, that are less suitable for cultivation of other products. The aim of the graduation thesis is to survey a supply of saplings in the nurseries in the region of central Slovenia and to learn if this supply corresponds to needs of the fruit growers in the hill area in this region, as well as to evaluate the intentions of the fruit growers in Poljanska dolina as to future development of fruit growing. Results show, that there would not be the problem to get proper samplings in Poljanska dolina in case of more ambitious development of fruit growing. Due to its openness, settlements on the sunny sides, ground and soil Poljanska dolina is suitable for different kind and varieties of the fruits. It is important to pay attention to quality of the saplings, as well as to choose the sapling of the varieties, that do not ask a lot of care and are resistant to diseases and pests while buying them.

KAZALO VSEBINE

	Ključna dokumentacija	III
	Key word documentation	IV
	Kazalo vsebine	V
	Kazalo preglednic	VI
	Kazalo slik	VII
1	UVOD	1
1.1	POVOD	1
1.2	CILJ	1
2	PREGLED OBJAV	2
2.1	SADJARSTVO V POLJANSKI DOLINI	2
2.2	TRŽENJE SADNIH SADIK	2
2.3	RAZISKOVANJE TRGA	3
2.4	PRIDELEK	4
2.5	TRŽNA POT	6
2.6	TRŽENJSKO SPOROČANJE	8
3	METODA DELA IN VIRI PODATKOV	10
3.1	ANALIZA PONUDBE V IZBRANIH DREVESNICAH	10
3.2	ANALIZA POTREB PO SADNIH SADIKAH NA KMETIJAH	10
4	REZULTATI	11
4.1	REZULTATI V OPAZOVANIH DREVESNICAH	11
4.1.1	Ponudba v sadni drevesnici Podobnikar	11
4.1.2	Ponudba v Sadni drevesnici Prevc	12
4.1.3	Ponudba v Sadni drevesnici Porenta Gorazd	13
4.2	SADJARSTVO NA OPAZOVANIH KMETIJAH	15
4.2.1	Kmetija 1	15
4.2.2	Kmetija 2	16
4.2.3	Kmetija 3	17
4.2.4	Kmetija 4	18
4.2.5	Kmetija 5	19
5	RAZPRAVA IN SKLEPI	21
5.1	RAZPRAVA	21
5.2	SKLEPI	23
6	POVZETEK	24
7	VIRI	25
	ZAHVALA	

KAZALO PREGLEDNIC

Preglednica 1: Struktura sadik po sadnih vrstah v drevesnici Podobnikar	11
Preglednica 2: Struktura sadik po sadnih vrstah v drevesnici Prevc	13
Preglednica 3: Struktura sadik po sadnih vrstah v drevesnici Porenta	14
Preglednica 4: Struktura sadjarstva na kmetiji 1	15
Preglednica 5: Struktura sadjarstva na kmetiji 2	17
Preglednica 6: Struktura sadjarstva na kmetiji 3	18
Preglednica 7: Struktura sadjarstva na kmetiji 4	19
Preglednica 8: Struktura sadjarstva na kmetiji 5	20

KAZALO SLIK

Slika 1: Tržni življenjski krog pridelka	5
Slika 2: Promocijski splet	8
Slika 3: Model procesa komuniciranja	9
Slika 4: Struktura sadik po sadnih vrstah v drevesnici Podobnikar	12
Slika 5: Struktura sadik po sadnih vrstah v drevesnici Prevc	13
Slika 6: Struktura sadik po sadnih vrstah v drevesnici Porenta	14
Slika 7: Struktura sadovnjakov po sadnih vrstah na kmetiji 1, v %	15
Slika 8: Struktura sadovnjakov po sadnih vrstah na kmetiji 2, v %	16
Slika 9: Struktura sadovnjakov po sadnih vrstah na kmetiji 3, v %	17
Slika 10: Struktura sadovnjakov po sadnih vrstah na kmetiji 4, v %	19
Slika 11: Struktura sadovnjakov po sadnih vrstah na kmetiji 5, v %	20

1 UVOD

1.1 POVOD

Gojenje sadnih rastlin marsikomu pomeni potrebno sprostitev in koristno preživljanje prostega časa. Poleg tega sami pridelamo zdrave sadeže in jih zaužijemo še z večjim užitkom.

V starih strokovnih knjigah piše, da je »Slovenija dežela sadja in vina« (Štampar, 2002). Na začetku 20. stoletja smo bili pomembni evropski pridelovalci in izvozniki češenj, med obema vojnama pa pomembni evropski pridelovalci in izvozniki jabolk. Po drugi svetovni vojni sadje ni bilo več hrana, ampak »vitamini«, ki da niso bili nujno potrebni. Zato je sadjarstvo, prej pomembna kmetijska panoga, začelo nazadovati in propadati, predvsem pridelovanje sadja na kmetijah. Ko je tedanja oblast po nekaj letih spoznala svojo zmoto, je ustanovila večje sadjarske obrate, ki so bili bolj ali manj uspešni v pridelavi sadja. Nekaterih že dolgo ni več, drugi pa so po letu 1991 dobili lastnika in so danes pomembni tehnološko-tehnični centri za pridelavo sadja. Zadnja leta se je intenzivno razvijalo tudi kmečko oz. zasebno pridelovanje sadja, tako da smo se ob koncu preteklega stoletja približali skupni količini pridelanega sadja, ki smo jo dosegli v 20. do 40. letih prejšnjega stoletja (Štampar, 2002).

V Sloveniji v zadnjih letih narašča število drevesnic in tudi ponudba sadik je vse bolj pestra. Po drugi strani pa je težko dobiti sadike, ki ustrezajo specifičnim ravnim razmeram. Tako npr. v Poljanski dolini sadijo le jablane in hruške, ne pa tudi drugega sadnega drevja. Predpostavljamo, da daje razlog temu tudi to, da potencialni sadjarji ne morejo dobiti ustreznih sadik.

1.2 CILJ

Cilj naloge je pregledati ponudbo sadik v drevesnicah na območju osrednje Slovenije in ugotoviti, ali ta ponudba ustreza potrebam sadjarjev na hribovskih legah tega območja. Ocenili bomo tudi, kakšne so namere sadjarjev v Poljanski dolini glede prihodnjega razvoja pridelovanja sadja.

2 PREGLED OBJAV

2.1 SADJARSTVO V POLJANSKI DOLINI

Tradicija pridelave sadja v Poljanski dolini sega že več stoletij nazaj. Z njo se tudi danes ukvarjajo na skoraj vsaki kmetiji, četudi je le-ta pretežno poljedelska ali živinorejska. Krajino pomembno označujejo travniški sadovnjaki s starimi, visokodebelnimi sadnimi drevesi.

Po uveljavitvi novih, intenzivnejših in gospodarsko bolj zanimivih načinov pridelave so travniški nasadi v Sloveniji sicer razmeroma hitro izgubljali svoj gospodarski pomen. To pa se v Poljanski dolini ni zgodilo. Prav nasprotno, Kmetijska zadruga v Kranju je v času od 01.12.2004 do 31.07. 2005 izvajal projekt "Kjer sadje cveti, človek živi", ki je bil namenjen povečanju pridelovanja sadja v Poljanski dolini. Cilji projekta so bili: analizirati stanje sadjarstva na tem območju, usposobiti ciljne skupine (pridelava, predelava in trženje s pridelki), dvigniti pestrost ponudbe, krepiti sodelovanje in izmenjavo izkušenj med slovenskimi in avstrijskimi sadjarji. V njegovem okviru je potekalo tudi izobraževanje in usposabljanje ciljnih skupin (kmetje, potrošniki, šolska in predšolska mladina). Posebne pozornosti so bile deležne naslednje teme: tehnologija, trženje, povezovanje, certificiranje posebnih kmetijskih pridelkov in izdelkov, registracija dopolnilne dejavnosti, sadje v zdravi prehrani, praktični prikaz cepljenja in zimske rezi. Kot rezultat pa so se oblikovali štirje različni turistični programi (Kjer sadje..., 2005):

- Po zdravje na Škofjeloško hribovje
- Za zdravje in užitek po Rupnikovi liniji
- Od starodavne lepotice do travniških nasadov
- V srednjeveško mesto in na domače dobrote.

2.2 TRŽENJE SADNIH SADIK

Trženje je poslovni proces, ki povezuje proizvodnjo in porabo. Omogoča, da izdelki in storitve pridejo do porabnika, informacije o potrebah porabnikov pa do proizvajalca. Poslovanje po načelih trženja temelji na prilagajanju zahtevam trga in porabnika (Vadnal, 1988).

Trženje mora tako odgovoriti na dve temeljni vprašanji (Vadnal, 1988):

ali tisto, kar proizvajamo, ljudje želijo kupiti

kakšna je pri proizvodnji in prodaji naša primerjalna prednost.

Pri tem moramo paziti na štiri temeljne postavke tržnega obnašanja (Vadnal, 1988):

- kakovost izdelkov,
- cena izdelkov,
- prodajna metoda,
- tržne komunikacije.

Tudi trženje pridelkov postaja vse težje in dražje, zato morajo kmetijski tržniki postati vse bolj sposobni in iznajdljivi. Osrednjo pozornost morajo posvečati trgu, veliko težje je namreč

v teh časih pridelek prodati, kot pa pridelati. Vendar je pridelava logično in vsebinsko vedno pred prodajo. Pridelka, ki ga ne pridelamo v zadostni količini in s primerno kakovostjo, tudi prodati ne moremo (Vadnal, 1988).

Ključna aktivnost v okviru trženja je raziskava trga.

2.3 RAZISKOVANJE TRGA

Vsaka organizacija si postavlja načrt svojega dela in svojih bodočih realizacij. Proizvodna organizacija si postavlja kot osnovo za svoj proizvodni plan, plan prodaje. Raziskava tržišča kot posebna zvrst gospodarske analize skuša dati planu prodaje čvrsto in zanesljivo podlago za predvidene realizacije. Raziskava trga in potreb je pomembna podlaga za planiranje prodaje in kot taka tudi podlaga za planiranje proizvodnje (Deželak, 1974).

Tržne raziskave imajo večinoma dve stopnji (Deželak, 1974):

- pripravljalna stopnja, v kateri postavimo tržno vprašanje oziroma določimo predmet raziskave in pripravimo načrt,
- izvajalna stopnja, v kateri zberemo podatke in informacije, jih uredimo, obdelamo in analiziramo ter oblikujemo zaključno poročilo, ki je osnova za poslovne odločitve in ukrepe.

Funkcije raziskave tržišča so (Deželak, 1974):

- analiza trendov in konjunktura na tržišču,
- ocena prodajnih trendov in perspektivnih nabav,
- ocena nabavnih in prodajnih zmogljivosti,
- študij izdelkov, embalaže in surovin za proizvodnjo,
- analiza distribucije,
- analiza rentabilnosti in ekonomičnosti,
- študij ponudbe, povpraševanja in cen,
- analiza konkurence,
- ugotavljanje tega, kako reagirajo končni potrošniki,
- ugotavljanje reagiranja posrednikov prodaje,
- ocena učinkovitosti ekonomske propagande.

Naloga oziroma namen raziskave tržišča je, da razišče in obdela (Deželak, 1974):

- obnašanje ljudi na tržišču,
- gibanje blaga na tržišču,
- odnose med ljudmi in blagom,
- odnose podjetja do tržnih kategorij,
- odnose med podjetji.

Predmet oziroma vsebina raziskave je konkreten trg, cilj ali naloga raziskave pa je ustvariti za krajše ali daljše časovno razdobje kar najboljšo transparentnost trga. Torej moramo metodo izbrati tako, da bo najbolj primerna za raziskavo objeta in dosego cilja.

Najpomembnejše metode za raziskavo tržišča so (Deželak, 1974):

- Metode demoskopske raziskave tržišča
 - metoda anketiranja (spraševanja),
 - metoda opazovanj,
 - metoda poskusa.
- Metode ekoskopske raziskave trga
 - metoda zbiranja podatkov,
 - metode za obdelavo podatkov.

Raziskava tržišča je torej oblika pridobivanja podatkov, ki na objektivni način dajejo pojasnila o prodajnih dejavnikih. Je neke vrste pomožno sredstvo za ocenjevanje prodajnih možnosti in planiranja prodaje (Deželak, 1974).

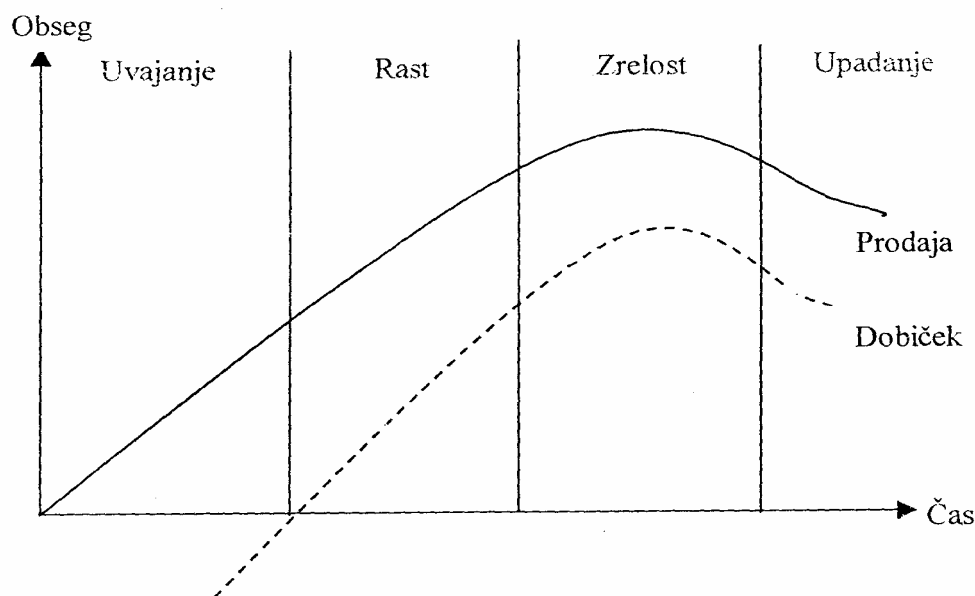
2.4. PRIDELEK

Pridelek

Pridelek, sadna sadika, je najvažnejši del tržnega spleta drevesnice. Kupci kupujejo pridelek zaradi koristi, ki ga od njega pričakujejo. Sadjar kupuje sadiko zato, da bi pridelal čim več čim boljšega sadja. Dejanski pridelek mora s svojimi lastnostmi ustrezati koristim, ki jih kupci od njega pričakujejo. Mora biti ustrezne zunanje kakovosti in ustrezne notranje kakovosti. Ustrezno mora biti označen (vrsta, sorta, pridelovalec, območje itd.). Dejanski pridelek mora ustrezati zahtevam subjektivne in tudi objektivne kakovosti. Pri politiki pridelka je tako nujna natančna opredelitev ciljne skupine kupcev in koristi, ki jo zanje ima pridelek, kar pomeni, da moramo natančno opredeliti jedro pridelka (kakovost pridelka) (Vadnal, 2003).

Tržni življenjski krog pridelka

Politiko pridelka utemeljujemo na tržnem življenjskem krogu pridelka, ki ponazarja gibanje prodaje in dobička v času tržnega življenja pridelka.



Slika 1: Tržni življenjski krog pridelka (Vadnal, 2003)

Življenjski krog pridelka na trgu ponazarja pet značilnih obdobij (Vadnal, 2003).

1. Obdobje uvajanja: pridelek se šele začne pojavljati na trgu in sprejema ga le majhno število kupcev. Skrbno je potrebno spremljati pretok pridelka po različnih težnih poteh in z različnimi spodbudami razširiti predvsem tiste tržne poti, ki pridelka ne sprejemajo. Uvajanje pridelka morajo spremljati ustrezne aktivnosti promocij.
2. Obdobje rasti: prodaja izdelka zaradi trženjskih aktivnosti v dobi uvajanja narašča. Pojavi se konkurenca, povpraševanje postane bolj dovtetno za različne ukrepe politike trženja. Na podlagi natančne analize tega obdobja se pridelovalec odloči ali bo še naprej širil predelovanje ali bo pridelek izključil iz svojega proizvodnega programa.
3. Obdobje zrelosti: prodaja narašča upadajoče, ker je velik del potencialnega trga že zasičen. S tržnimi aktivnostmi je mogoče to obdobje podaljšati, ni pa mogoče povečati obsega prodaje. Potrebno je začeti z razvojem novega pridelka.
4. Obdobje upadanja: zmanjšujeta se prodaja in dobiček. Izdelek je potrebno umakniti s trga in ga nehati pridelovati.

Vsak pridelek ima določene lastnosti (Gabrijan in Snoj, 1994): stopnjo kakovosti, značilnosti in oblikovanje.

Kakovost je eden od najpomembnejših instrumentov določitve izdelka. Prestavlja stopnjo sposobnosti določene znamke, da opravi svojo nalogo in je skupni izraz za trajnost, uporabnost, estetski videz in druge značilnosti izdelka. S tržnega vidika je pomembno merjenje kakovosti, ki jo izdelku prisodijo potrošniki. Izdelek, ki je na prodaj, ima različne značilnosti. Osnovna je neobdelan vzorec brez dodanih značilnosti. Značilnosti predstavljajo konkurenčni instrument za razlikovanje izdelkov določenega podjetja in izdelkov konkurentov. Ena od najuspešnejših vrst konkurenčnosti je, da podjetje ostane prvi proizvajalec nove značilnosti, ki jo zahtevajo in cenijo na trgu. Oblika ali design je drugi

način, s katerim pridobi izdelek svojo specifičnost. Oblikovanje ima več prednosti. Z njim se ustvarja osebna nota na novo uvedenega izdelka, ki mu daje rednost pred dvoličnim konkurentom. Oblika lahko porabniku predstavi vrednost izdelka in mu olajša izbiro.

Poseben problem pri razvijanju tržne strategije za posamezne izdelke je označevanje blagovne znamke izdelka, ki lahko poveča vrednost izdelka. Njene značilnosti so (Gabrijan in Snoj, 1994):

- zagotavlja porabnikovo zvestobo, daljša fazo zrelosti in odloži fazo zmanjševanja, pridobi podporo trgovcev in prispeva k tržni uspešnosti drugih pridelkov
- olajša prepoznavanje zelenega pridelka, olajša in poenostavi nakupni odločitveni proces, zmanjša nakupno tveganje in je pomemben vir informacij.

Večina pridelkov, ki jih želimo uvesti na trg, mora biti embalirana in etiketirana (Gabrijan in Snoj, 1994).

V zadnjem času je postalo embaliranje važen instrument trženja. Dobro oblikovana embalaža povečuje uporabno vrednost za potrošnika in oglaševalno vrednost za proizvajalca. K vse večji uporabi embaliranja kot instrumenta trženja prispevajo različni vzroki, kot so samopostrežna prodaja, boljše finančno stanje potrošnikov, image podjetja ali blagovne znamke, prednost inovacije in podobno.

Etiketiranje je del embaliranja in zajema tiskane informacije o pridelku. Pojavlja se na embalaži ali z njo. Etiketa ima lahko več funkcij: prepoznavna določen pridelek, stopnjuje kakovost pridelka, opisuje pridelek (proizvajalec, kraj proizvodnje, datum, vrsta, sorta itd.).

2.5 TRŽNA POT

Tržna pot je tista sestavina tržnega spleta, ki omogoča, da med kupcem in prodajalcem pride do menjave - nakupa in prodaje. Pridelovalec kupcu dostavi zelene pridelke na pravo mesto ob pravem času in po dogovorjenih pogojih. Kupec pa prodajalcu pod enakimi pogoji dostavi plačilo zanje. Tako tržno pot sestavljata pot pridelka in prodajna pot (Deželak, 1984).

Tržno pot sestavljajo tri velike skupine trženjskih opravil (Deželak, 1984):

- fizična opravila: skladiščenje, transport, pakiranje
- opravila, povezana z menjavo: nakup oziroma odkup, prodaja
- pomožna opravila: standardizacija, financiranje, prevzemanje tveganja, tržne informacije.

Fizična opravila so potrebna za nemoteno pot pridelka. Opravila, povezana z menjavo, so potrebna za nemoteno prodajno pot. Pomožna opravila prispevajo k večji učinkovitosti tako poti kot tudi prodajne poti.

Pri načrtovanju tržnih poti se ponudniki odločajo med idealnim in možnim. Uspešno načrtovanje poti se začne z odločitvami o trgih, ki jih je potrebno zajeti s posameznim ciljem. Vsak ponudnik razvija svoje ciljne poti ob upoštevanju omejitev, ki jih postavljajo kupci, izdelki, posredniki, konkurenti, politika podjetja in določeno okolje (Deželak, 1984).

Značilnosti kupca močno vplivajo na oblikovanje poti. Kadar želimo zajeti široko in zelo razpršeno populacijo kupcev, so potrebne dolge poti. Značilnosti izdelka, kot so pokvarljivost, voluminoznost, nestandardnost in podobno, zahtevajo različne prilagoditve prodajnih poti. Načrtovanje poti za opravljanje različnih poslov odraža tudi prednosti in slabosti možnih posrednikov. Trgovski posredniki se med seboj razlikujejo po sposobnostih oglaševanja, uvajanja, kreditiranja, in skladiščenja izdelkov. Na načrtovanje tržnih poti vplivajo tudi tržne poti, ki jih uporabljajo konkurenti. Tudi značilnosti podjetja igrajo pomembno vlogo pri izbiri tržnih poti. Velikost podjetja odreja velikost njegovih trgov in sposobnost, da oskrbi izbrane trgovce. Finančna sredstva določajo, katere tržne funkcije lahko opravi podjetje samo, katere pa mora prepustiti posrednikom. Splet izdelkov vpliva na model poti. Čim širši je splet, večja je sposobnost podjetja, da neposredno posluje s kupci. Bolj ko je splet izdelka globok, večjo prednost imajo posebni in specializirani trgovci in bolj ko je splet izdelka podjetja konsistenten, večja je homogenost njegove tržne poti. Na oblikovanje tržnih poti podjetja vpliva tudi njegova tržna strategija. Tudi okolje vpliva na politiko tržnih poti. Če so gospodarske razmere slabe, se proizvajalci trudijo, da bi svoje izdelke uvedli na trg čim bolj ekonomično. Na oblikovanje poti močno vplivajo tudi zakonski predpisi in omejitve (Kovač, 1991).

V sodobnem gospodarstvu večina proizvajalcev svojih izdelkov ne prodaja neposredno končnim uporabnikom, ampak nastopa med njimi in končnimi uporabniki veliko število tržnih posrednikov. Glede na udeležbo v menjalnih tokovih, lahko udeleženec v menjalnem procesu določenega izdelka delimo na (Gabrijan in Snoj, 1994):

- primarne udeležence, ki se pojavljajo v vseh menjalnih tokovih enega izdelka
- sekundarne udeležence, ki se vključujejo le v nekatere menjalne tokove in s svojo specializacijo olajšujejo in pospešujejo procese menjave.

Primarne udeležence lahko lede na lastništvo nad blagom delimo na (Gabrijan in Snoj, 1994):

- trgovske posrednike, ki so lastniki pridelkov in jih preprodajajo naprej
- posrednike, ki niso lastniki pridelkov, temveč samo iščejo kupce in se z njimi pogovarjajo v imenu pridelovalcev.

Tržno pot ustvarjajo tržni posredniki. Večina proizvajalcev jih najema a uvajanje svojih izdelkov na trgih. Najemanje posrednikov se je zelo razširilo zaradi njihove večje učinkovitosti na ciljnih trgih. Tržni posredniki s svojimi zvezami, izkušnjami, specializacijo in različnimi trgovskimi prijemi nudijo podjetju več, kot vi na tem področju lahko naredilo samo. Poleg tega lahko proizvajalci, ki so sicer sposobni vzpostaviti lastne prodajne poti, velikokrat zaslužijo večje dobičke s povečanjem vlaganj v svoj glavni posel – proizvodnjo (Gabrijan in Snoj, 1994).

Pri načrtovanju poti je potrebno določiti cilje in omejitve poti ter glavne alternativne poti in jih ovrednotiti.

Uspešno načrtovanje poti se začne z odločitvami o trgih, ki jih je potrebno zajeti s posameznim ciljem. Vsak proizvajalec razvija svoje cilje poti ob upoštevanju omejitev, ki jih postavljajo kupci, izdelki, posredniki, konkurenti, politika podjetja in določeno okolje.

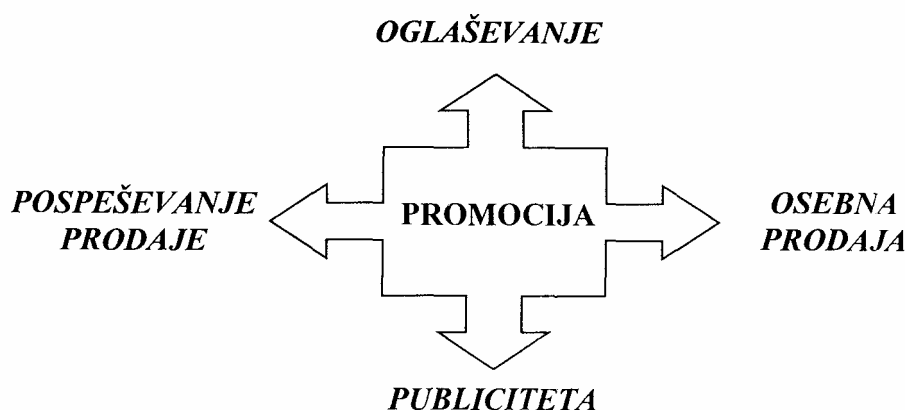
Poti se lahko spreminjajo s povečanjem ali zmanjšanjem števila tržnih poti in z razvojem čisto novega načina prodaje blaga na vseh trgih.

2.6 TRŽENJSKO SPOROČANJE

Trženjsko sporočanje oziroma promocija je sestavina tržnega spleta, ki je namenjena razvoju in utrjevanju trženjskih stikov med prodajalcem in kupcem. S promocijo želi pridelovalec izzvati oziroma povečati povpraševanje po pridelku (Vadnal, 2003).

Promocijo sestavljajo štiri skupine dejavnosti (Vadnal, 2003):

- oglaševanje
- osebna prodaja
- pospeševanje prodaje
- publiciteta.

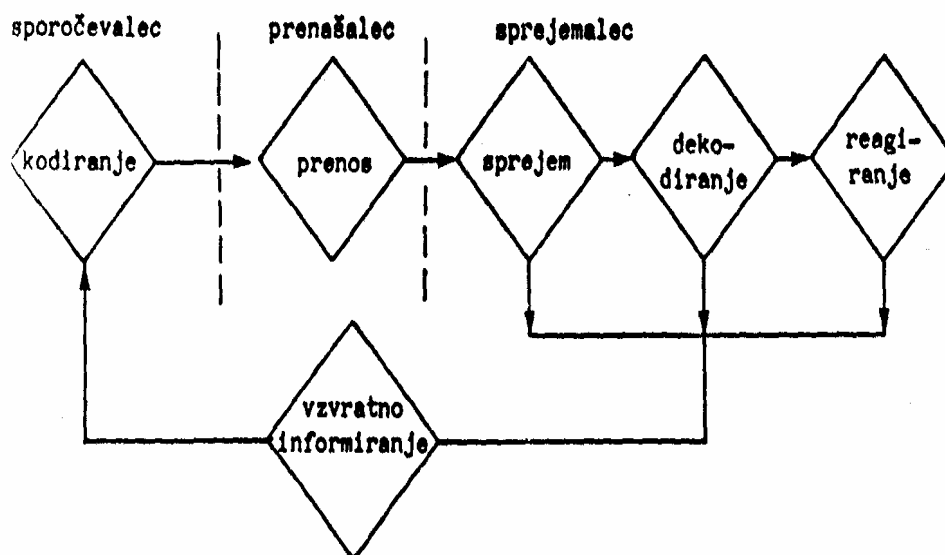


Slika 2: Promocijski splet (Vadnal, 2003)

Oglaševanje je plačana neosebna predstavitev pridelka ali pridelovalca s strani znanega naročnika. Osebna prodaja je osebna predstavitev pridelka, ki poteka v obliki pogovora med prodajalcem in enim ali več kupci, katerega cilj je prodaja pridelka. Pospeševanje prodaje sestavljajo različne dejavnosti, kot so razstave, tekmovanja, razdeljevanje vzorcev pridelka in podobno. Namenjeno je kratkoročnemu spodbujanju ciljnih kupcev k nakupu ciljnega pridelka. Publiciteta je neosebno spodbujanje povpraševanja po pridelku z objavljanjem komercialno pomembnih novic o pridelovalcu in pridelku v sredstvih množičnega obveščanja, ki pa ni naročeno oziroma plačano s strani pridelovalca (Vadnal, 2003).

Proces trženjskega sporočanja pa obsega šest faz (Gabrijan in Snoj, 1994):

- Kodiranje informacij je kreiranje sporočila z izbir in kombinacijo simbolov tako, da najbolj ustreza ciljem sporočevalca in omogoča uspešno sporazumevanje med njim in sprejemalcem.
- Faza prenosa sporočila. Bistveno za to fazo je izbrati najustreznejšega prenašalca in pri tem zagotoviti ciljno uspešen oziroma pravočasen prenos sporočila primerne obsega, ki je namenjen pravi ciljni skupini.
- Faza sprejemanja. Sporočilo mora v tej fazi izstopati iz sprejemalčevega okolja, ki bi se naj pomaknilo v ozadje, postati mora »figura« v sprejemalčevem zaznavnem področju. Sporočilo mora biti oblikovano tako, da bo čimbolj zaznavno.
- Faza dekodiranja. Sprejemalec zazna vsebinsko izraznost sporočil, kar pomeni, da ga tudi razume. Sporočilo svoj namen doseže, če sprejemalec vsebinsko sporočilo razume enako kot sporočevalec.
- Reagirane sprejemalca. V tej fazi se za sporočevalca uresniči ali pa izjalovi namen njegovega komuniciranja s sprejemalcem.
- Vzratno informiranje sklene krog komunikacijskega procesa, hkrati pa je začetna faza, ker posreduje reagiranje sprejemalca na sporočila in tako daje osnovo za kreiranje novega sporočila.



Slika 3: Model procesa komuniciranja (Gabrijan in Snoj, 1994)

3 METODA DELA IN VIRI PODATKOV

3.1 ANALIZA PONUDBE V IZBRANIH DREVESNICAH

Ponudbo sadnih sadik smo analizirali v treh drevesnicah:

- Sadna drevesnica Podobnikar, Dobrova pri Ljubljani
- Sadna drevesnica Prevc, Dorfarje
- Drevesnica Porenta Gorazd, Sveti duh.

Izbrali smo drevesnice, v katerih so anketirani kmetje kupili sadike za povečanje oziroma obnovitev nasada.

3.2 ANALIZA POTREB PO SADNIH SADIKAH NA KMETIJAH

Potrebe po sadnih sadikah smo analizirali na petih kmetijah v Poljanski dolini. Izbrali smo čiste kmetije, ki se s sadjarstvom ukvarjajo v večjem obsegu.

Podatke in informacije smo zbirali po metodi intervjuja, ki smo ga opravili z gospodarjem kmetije. Kot podlago za intervju smo uporabili vprašalnik, ki je vseboval naslednja vprašanja:

- lege sadovnjakov
- sadne vrste na kmetiji
- tip nasadov (visokodebelni ali nizkodebelni) po sadnih vrstah
- starost nasadov po sadnih vrstah
- gostota sajenja po sadnih vrstah
- tehnologija pridelovanja
- namen pridelovanja sadja
- širitev nasadov po sadnih vrstah
- zadovoljstvo s sadikami
- nabavni viri sadik
- tveganost pridelovanja zaradi naravnih razmer.

Pogovore z gospodarji izbranih kmetij smo opravili v februarju 2007. Za vsak pogovor smo porabili okoli 30 minut.

4 REZULTATI

4.1 PONUDBA SADIK V OPAZOVANIH DREVESNICAH

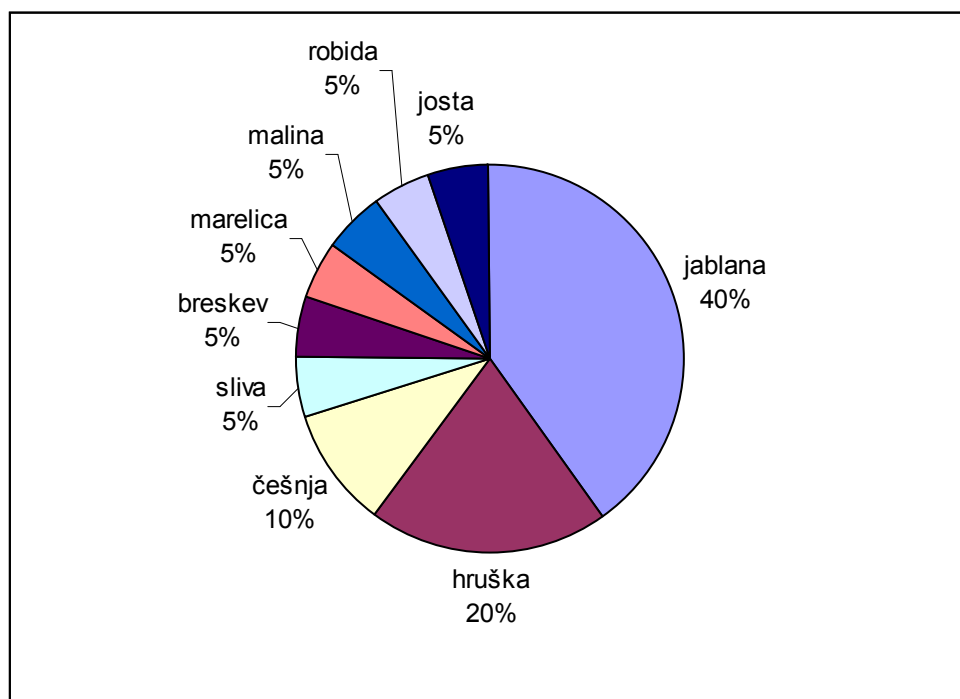
4.1.1 Ponudba v sadni drevesnici Podobnikar

To drevesnici najdemo v Dobrovi pri Ljubljani. V drevesnici imajo okoli 20.000 sadik. Prodaja sadik je izrazito sezonska. Največ jih prodajo spomladi, ker takrat ljudje urejajo svoje vrtove, če pa je pozna zima, je prodaja obilna tudi v jeseni.

Kupci prihajajo k njim iz vse Slovenije, tudi iz Hrvaške. Med njimi pa je kar 80 % ljubiteljskih sadjarjev oziroma »vrtičkarjev«, kot jih je poimenoval lastnik drevesnice, in le 20 % je poklicnih sadjarjev. Nekateri izmed teh, ki kupijo večje število sadik, l- te nato prodajo v trgovinah.

Preglednica 1: Struktura sadik po sadnih vrstah v drevesnici Podobnikar

Sadne vrste, ki jih v drevesnici pridelujejo	Delež sadnih vrst (%)
Jablana	40
Hruška	20
Češnja	10
Sliva	5
Breskev	5
Marelica	5
Malina	5
Robida	5
Josta	5



Slika 4: Struktura sadik po sadnih vrstah v drevesnici Podobnikar

Podlag ne vzgajajo sami, temveč jih kupujejo. Pri vzgoji sadik se jim zdi najpomembnejša kvaliteta korenin in kvaliteta stebel, saj s tem sadike veliko lažje prenesejo presajanje, kar vpliva na večjo odpornost proti boleznim, škodljivcem in neustreznim klimatskim razmeram. Na vprašanje, katere sadike bi bile najprimernejše za Poljansko dolino, so v drevesnici odgovorili, da je izbira sadik odvisna konkretnega terena. Opozorili so tudi, da se kupci sadik pred nakupom pozanimajo pri prijateljih ali sosedih, katere sadike so le-ti kupili, in se ravna po njihovih izkušnjah in nasvetih. Menijo pa, da je za kupca sadike najpomembnejše, da so le-te dobro vzgojene, kar pomeni, da sadik ne gre vzgajati v zanje najprimernejši zemlji, saj bi ob presaditvi v slabšo zemljo sadike lahko doživele šok. V drevesnici Podobnikar sadike okopavajo ročno, da bi se izognili ranitvi korenin in stebel.

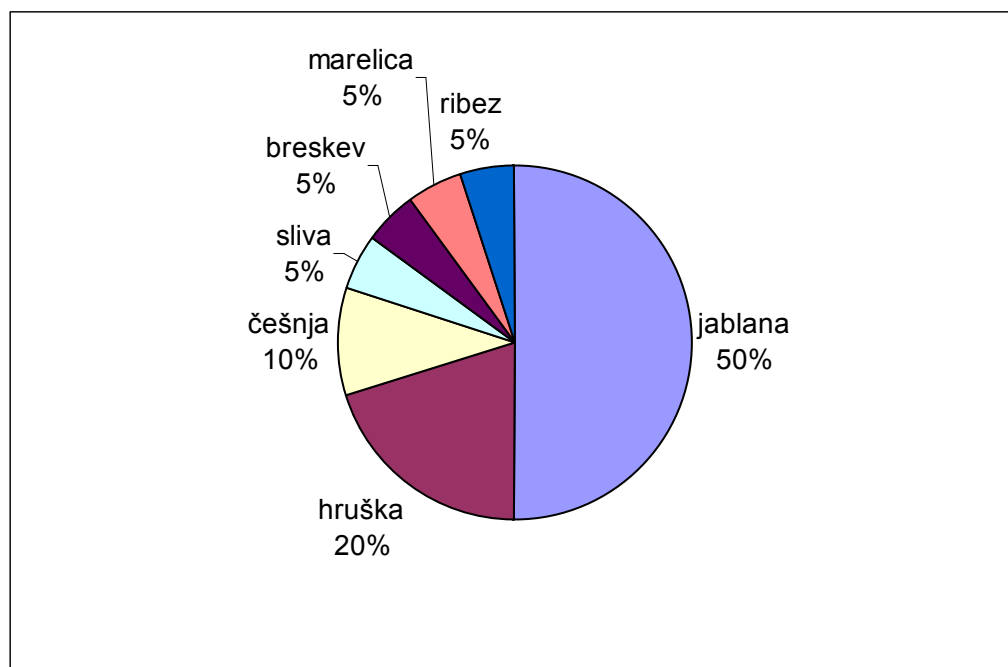
Vzgajajo po enake deleže nizkodebelnih, srednjedebečnih in visokodebelnih sadik.

4.1.2 Ponudba v sadni drevesnici Prevc

V drevesnici imajo okoli 5.000 sadik. Prodaja sadik je sezonska. Največ sadik prodajo jeseni. Največ kupcev je iz bližnje okolice drevesnice. Večina, 90 %, je ljubiteljskih sadjarjev, 10 % kupcev pa je poklicnih sadjarjev.

Preglednica 2: Struktura sadik po sadnih vrstah v drevesnici Prevc

Sadne vrste, ki jih v drevesnici pridelujejo	Delež sadnih vrst (%)
Jablane	50
Hruške	20
Češnjje	10
Slive	5
Breskve	5
Marellice	5
Ribez	5

**Slika 5: Struktura sadik po sadnih vrstah v drevesnici Prevc**

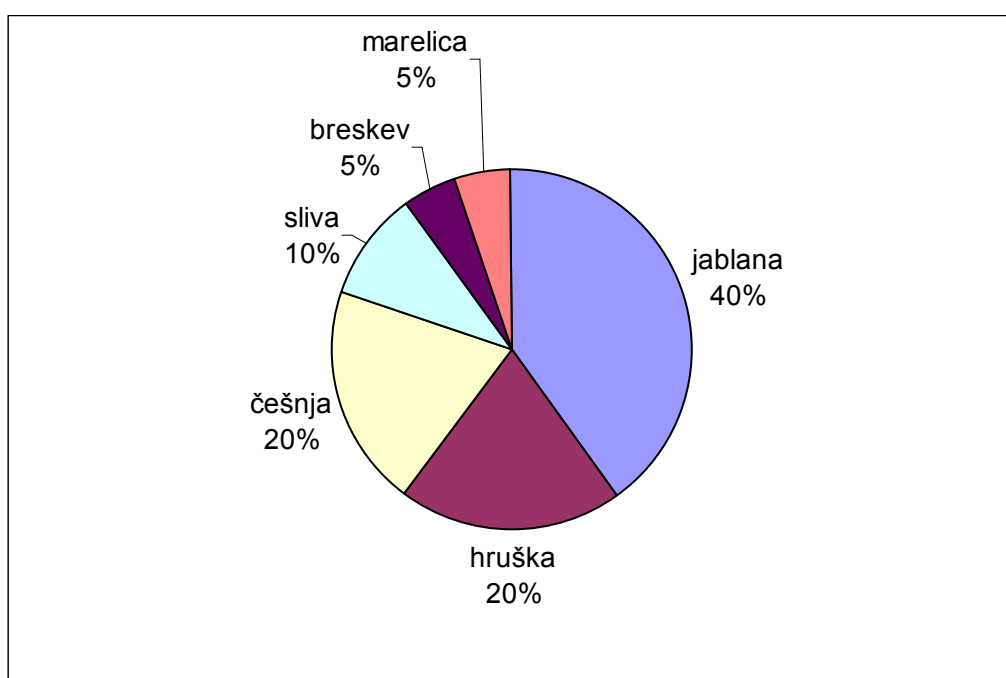
Podlage kupujejo. Najprimernejše sadike kupci izberejo sami, saj že pred prihodom v drevesnico vedo, katero vrsto in sorto bi radi. Za kupca sadike pa je najpomembneje, da je sadika dobro vzgojena, ker potem tem bolje prenese presaditev iz matične zemlje. Vzgajajo samo srednjedebele sadne vrste.

4.1.3 Ponudba v sadni drevesnici Porenta

Letno prodajo okoli 7.000 sadik, pomladi in jeseni, v dobi mirovanja. Kupci prihajajo iz cele Gorenjske, veliko tudi iz Primorske. Delež kupcev sadik so ocenili takole: 90 % ljubiteljski sadjarji (vrtničkarji) in 10 % poklicni sadjarji.

Preglednica 3: Struktura sadik po sadnih vrstah v drevesnici Porenta

Sadne vrste, ki jih v drevesnici pridelujejo	Delež sadnih vrst (%)
Jablana	40
Hruška	20
Češnja	20
Sliva	10
Breskev	5
Marelica	5

**Slika 6: Struktura sadik po sadnih vrstah v drevesnici Porenta**

Podlage kupujejo. Ker stranke želijo kupiti sadike, ki so odporne na bolezni in škodljivce, se pri vzgoji sadik najbolj osredotočijo na njihovo odpornost. To poizkušajo doseči tako, da gojijo sadike na sejancu. Nakup tako vzgojenih sadik je predvsem priporočljiv za višje lege, saj taka sadika lažje prenese temperaturne razlike. Poleg tega je pomembno, da so sadike zdrave, močne (lepa, zdrava korenin, razvejana sadika).

Vzgajajo največ srednjedeblnih sadik (60 %), sledijo jim visokodebelne sadike (30 %), nizkodebelnih sadik vzgojijo najmanj (10 %).

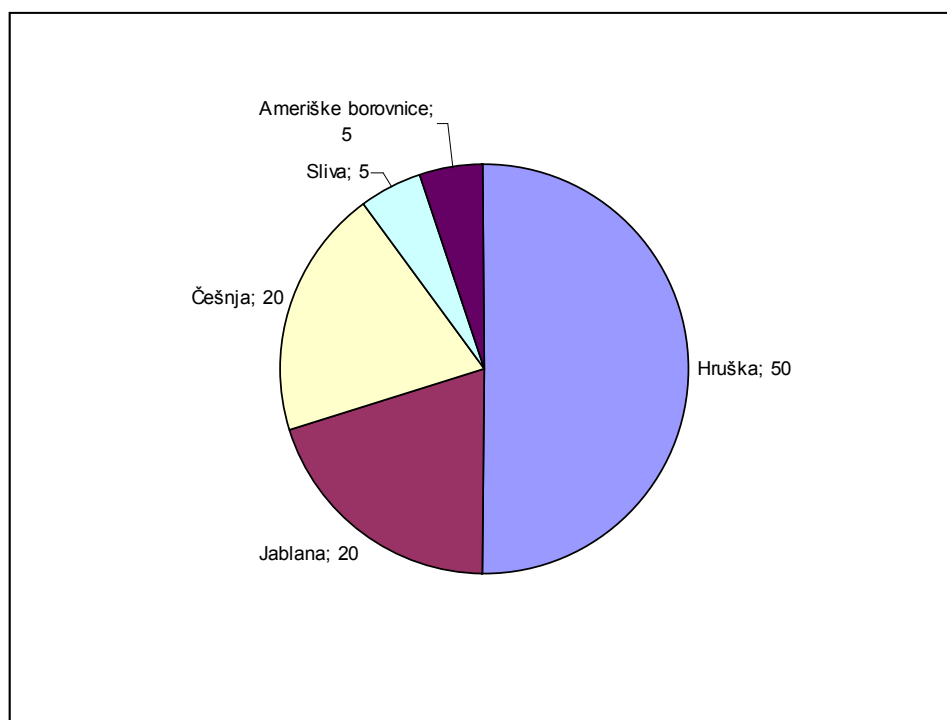
4.2 SADJARSTVO NA OPAZOVANIH KMETIJAH

4.2.1 Kmetija 1

Kmetija leži na nadmorski višini 580 m v bližini Javor. Sadovnjakov je 1 ha. Imajo samo visokodebelne nasade hrušk, jablan, češnjev, slive in 50 sadik ameriških borovnic.

Preglednica 4: Struktura sadjarstva na kmetiji 1

Sadna vrsta	Delež v vseh nasadih, %	Tip nasada	Starost nasada v letih	Tehnologija pridelovanja
Hruška	50	travniški	80	ekološka
Jablana	20	travniški	80	ekološka
Češnja	20	travniški	50	ekološka
Sliva	5	travniški	50	ekološka
Ameriške borovnice	5	intenziven	6	ekološka



Slika 7: Struktura sadovnjakov po sadnih vrstah na kmetiji 1, v %

Hruška predstavlja 50 % vseh nasadov. Starost tega nasada je 80 let. Tudi nasad jablan, katerega delež v vseh nasadih je 20 %, je star 80 let. Nasad češenj, ki ima v vseh nasadih 20 % delež, je star 50 let. Toliko je star tudi nasad sliv, katerega delež v vseh nasadih je 5 %. Hruške, jablane, češnje in slive gojijo v travniških sadovnjakih. Travniki med drevesi kosijo za seno, saj je na kmetiji glavna dejavnost prireja mleka.

Na 5 % vseh nasadov na kmetiji so ameriške borovnice. Ta nasad je star v povprečju 6 let, saj so kupovali sadike različnih starosti. Ameriške borovnice so zasajene na terasah z gostoto sajenja 2 x 2.

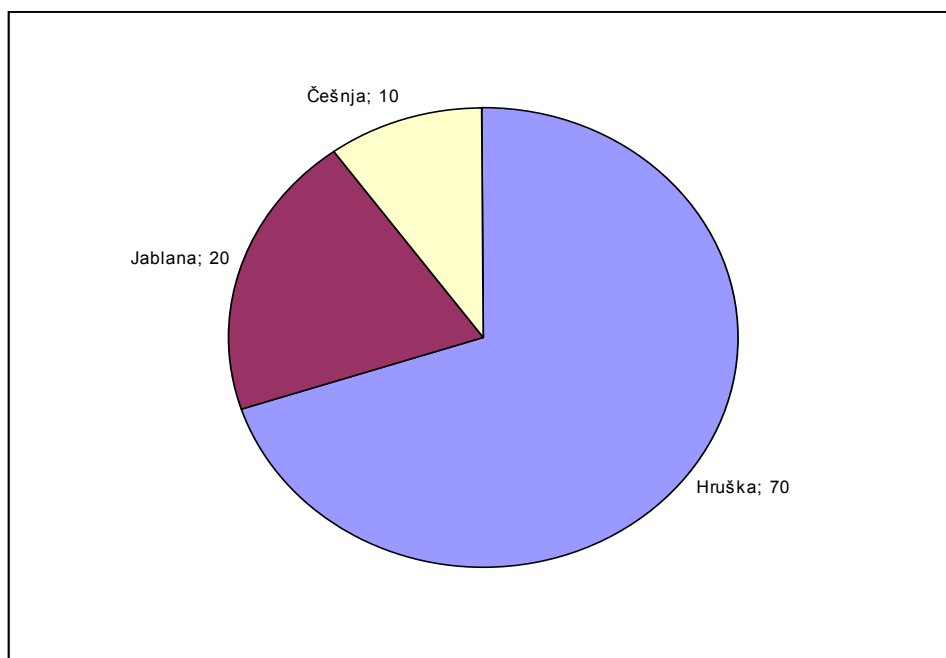
Sadje pridelujejo za lastno porabo kot sveže sadje. Nekaj ga tudi sušijo in pa predelajo v mošt.

Na kmetiji so najbolj zadovoljni s sadikami ameriških borovnic, saj imajo kislta tla, pH 4,5. Ta nasad bi na kmetiji radi še povečali. Rabi pa bi začeli s pridelovanjem lešnikov in malin. Travniški nasadi niso imajo slabo rodnost in niso odporni na bolezni. To velja predvsem za jablane. Visoka nadmorska višina in z njo povezane dolge zime jim povzročajo težave pri češnjah.

Zaradi naravnih razmer so zainteresirani predvsem za pozne sorte sadnih vrst.

4.2.2 Kmetija 2

Kmetija leži na nadmorski višini 650 m. Sadovnjakov je 1,5 ha. Imajo visokodebelne nasade hrušk, jablan in češenj.



Slika 8: Struktura sadovnjakov po sadnih vrstah na kmetiji 2, v %

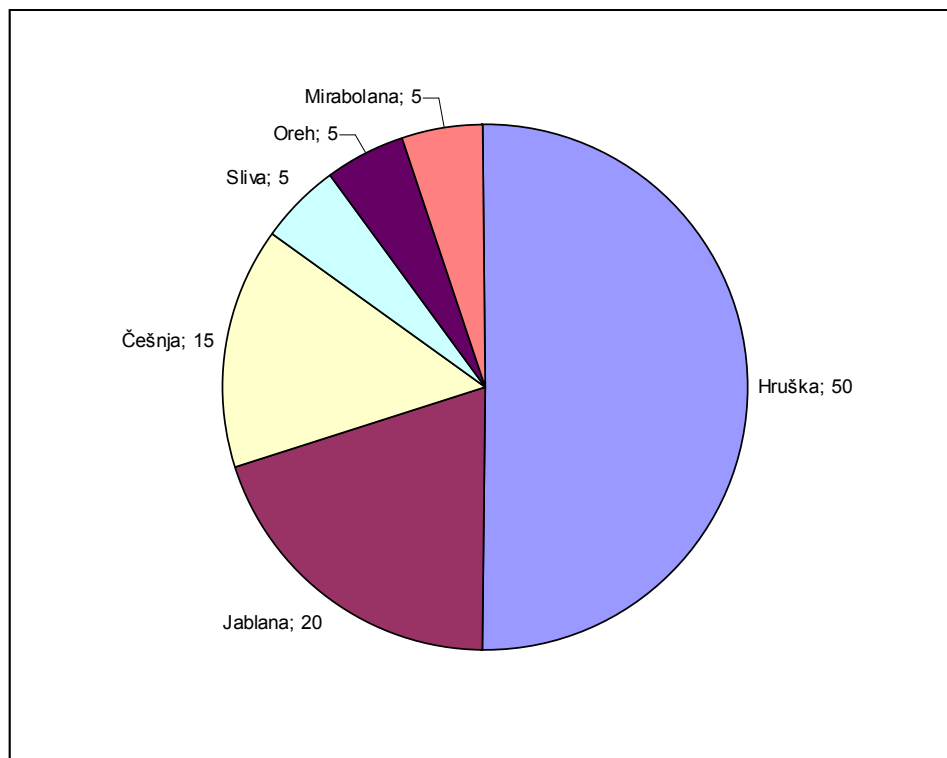
Preglednica 5: Struktura sadjarstva na kmetiji 2

Sadna vrsta	Delež v vseh nasadih, %	Tip nasada	Starost nasada v letih	Tehnologija pridelovanja
Hruška	70	travniški	70	ekološka
Jablana	20	travniški	50	ekološka
Češnja	10	travniški	30	ekološka

Vsi nasadi so travniški sadovnjaki poznih sort. So na prisojni legi. Nasade kosijo. Pridelano sadje predelajo v žganje, nekaj ga ostane tudi domačo porabo. Za sadjarstvo na kmetiji niso zainteresirani in tudi sadovnjakov ne nameravajo pomlajevati. Če je kaj sadja, ga oberejo in porabijo. Če pa sadja ni pa tudi ni nič hudega.

4.2.3 Kmetija 3

Kmetija leži na nadmorski višini 600 m. Sadovnjakov je 2 ha. Imajo samo visokodebelne nasade hrušk, jablan, češenj, sliv, orehov in mirabolana.



Slika 9: Struktura sadovnjakov po sadnih vrstah na kmetiji 3, v %

Preglednica 6: Struktura sadjarstva na kmetiji 3

Sadna vrsta	Delež v vseh nasadih, %	Tip nasada	Starost nasada v letih	Tehnologija pridelovanja
Hruška	50	travniški	50	ekološka
Jablana	20	travniški	50	ekološka
Češnja	15	travniški	50	ekološka
Sliva	5	travniški	30	ekološka
Oreh	5	travniški	40	ekološka
Mirabolana	5	travniški	20	ekološka

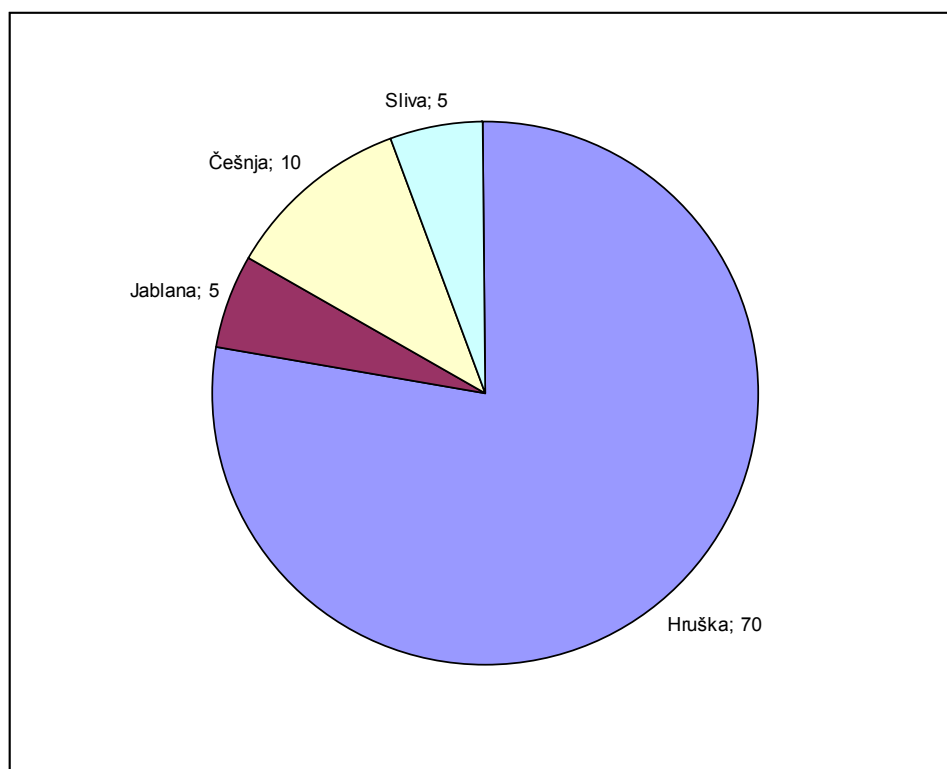
Vsi nasadi sadnega drevja na kmetiji so travniški sadovnjaki, stari v povprečju med 20 in 50 let. Ležijo na južni legi. Sadjarstvo so razširili z novimi travniškimi nasadi istih sadnih vrst, kot so jih imeli do tedaj. Zadnje širitev so opravili pred štirimi leti. Pri tem pa niso upoštevali ustrezne seditvene razdalje.

Sadjarijo ekološko in travo med drevesi kosijo za krmo, saj je prireja mleka glavna proizvodna usmeritev kmetije.

Kljub temu, da so nasadi na južni legi, jih pogosto prizadene pomladanska pozeba. Najbolj so zadovoljni s tepkami in »margolanami«.

4.2.4 Kmetija 4

Kmetija leži na nadmorski višini 750 m, na grebenu. Zato so skoraj vsi nasadi, ki jih je skupaj 2,5 ha, vetru. Nekaj sadovnjakov je tudi na osojni legi. Imajo samo visokodebelne nasade hrušk, jablan, češenj, sliv in orehov:



Slika 10: Struktura sadovnjakov po sadnih vrstah na kmetiji 4, v %

Preglednica 7: Struktura sadjarstva na kmetiji 3

Sadna vrsta	Delež v vseh nasadih, %	Tip nasada	Starost nasada v letih	Tehnologija pridelovanja
Hruška	70	travniški	70	ekološka
Jablana	5	travniški	50	ekološka
Češnja	10	travniški	30	ekološka
Sliva	5	travniški	40	ekološka

Vsi sadovnjaki so travniški nasadi, na katerih travo med drevesi kosijo za krmo, saj je kmetija pretežno živinorejska. Pridelano sadje porabijo za doma kot sveže ali suho sadje, nekaj ga predelajo tudi v mošt in žganje.

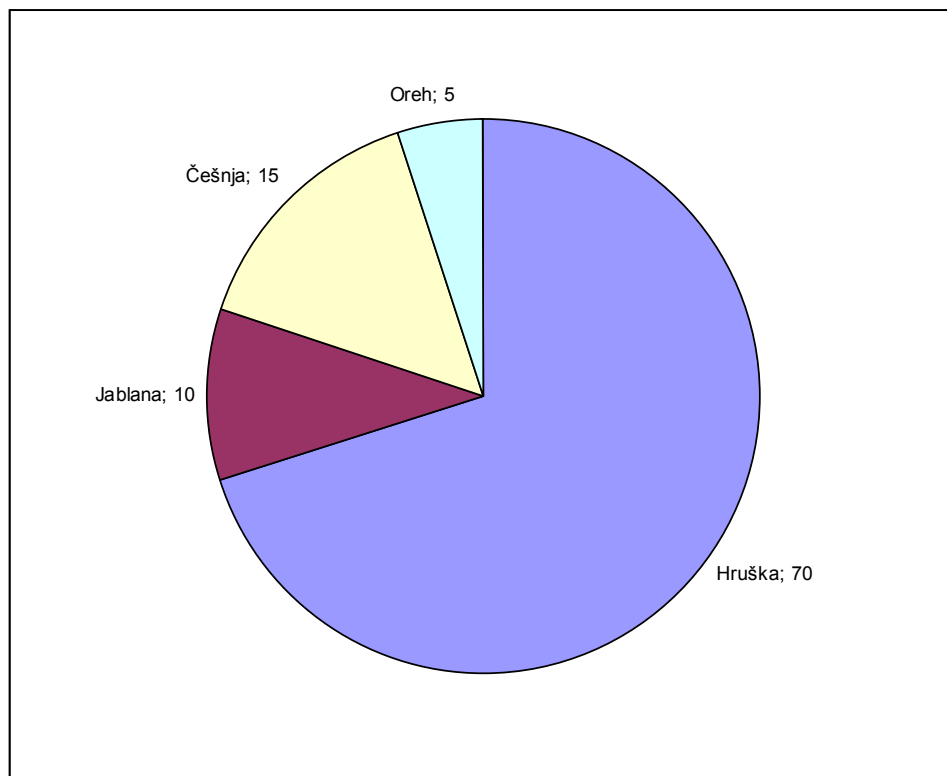
Gospodar in gospodinja živita na kmetiji sama, in zaradi starosti nasadov ne nameravata obnavljati ali širiti.

4.2.5 Kmetija 5

Kmetija leži na nadmorski višini 600 m v Žireh. Ima status ekološke kmetije. Sadovnjakov je 4 ha. Lege sadovnjakov so prisojne, vzhodne, jugovzhodne in jugozahodne.

Imajo visokodebelne nasade hrušk, jablan, češnje in orehov, pri katerih je gostota sajenja 8 x 8, in tudi mlade nasade istih sadnih vrst, pri katerih je gostota sajenja 5 x 5. Visokodebelnih

nasadov, ki jih je 3,5 ha, obdelujejo ekološko. V mladih nasadih, ki jih je 0,5 ha, uporabljajo tehnologijo integriranega sadjarstva.



Slika 11: Struktura sadovnjakov po sadnih vrstah na kmetiji 5, v %

Preglednica 8: Struktura sadjarstva na kmetiji 5

Sadna vrsta	Delež v vseh nasadih, %	Tip nasada	Starost nasada v letih	Tehnologija pridelovanja
Hruška	70	travniški	80	ekološka, integrirana
Jablana	10	travniški	60	ekološka, integrirana
Češnja	15	travniški	40	ekološka, integrirana
Oreh	5	travniški	60	ekološka, integrirana

Na kmetiji želijo povečati obseg sadjarske proizvodnje in tudi dohodek od nje. Za to imajo dovolj zemljišč in delovnih moči.

Pridelano sadje porabijo za doma kot sveže ali suho, nekaj pa ga predelavo v mošt in žganje.

Z novimi sadikami so zadovoljni. Kupili so jih v drevesnici Podobnikar pri Horjulu. Ker drevesa še niso v polni rodnosti, ne morejo še podati končne sodbe o ustreznosti sadik.

Pri nakupu sadik so se ravnali po naravnih razmerah na kmetiji (600 m nadmorske višine) in so kupili sadike poznih sort. Največje težave, ki jih pestijo pri sadjarstvu, so kislota tla, pomladanske pozebe in škode zaradi divjadi.

5 RAZPRAVA IN SKLEPI

5.1 RAZPRAVA

Kmetijstvo ima v Poljanski dolini še vedno veliko vlogo. Tu skoraj ni kmetijskega prostora, kjer ni starih, visokodebelnih sadnih dreves oziroma travniških nasadov. Tradicija pridelave sadja v teh krajih sega že več stoletij nazaj. Tudi danes se z njo ukvarjajo na skoraj vsaki kmetiji, četudi je pretežno poljedelska ali živinorejska.

Po uveljavitvi novih, intenzivnejših in seveda zlasti gospodarsko bolj zanimivih načinov pridelave so travniški nasadi v Sloveniji razmeroma hitro izgubljali svoj gospodarski pomen. To pa se v Poljanski dolini ni zgodilo. Vendar pa razvoj sadjarstva, zlasti obnova nasadov, vseskozi zaostaja za razvojem drugih kmetijskih panog.

Sadjarstvo kot proizvodna panoga je bila in bo še vedno v podrejenem položaju v primerjavi z drugimi kmetijskimi panogami v Poljanski dolini. Da bi ohranili in oživili sadjarstvo, so v Kmetijski zadruzi Kranj oblikovali projekt »Kjer sadje cveti, človek živi«.

Iz rezultatov ankete, opravljene na kmetijah, je razvidno, da je v Poljanski dolini največ nasadov hrušk. Razlog za to je v tem, da je bila pred leti dobra prodaja žgane pijače »tepkovec«. Ker pa se je na trgu pojavilo veliko drugih alkoholnih pijač, je žganje izgubljalo svoj pomen. Tako sta se tudi razvoj in obnova nasadov hrušk ustavila.

Nasadom hrušk sledijo nasadi jablan, češenj, sliv, orehov, ameriške borovnice in margolane. Povečini so vsi nasadi visokodebelni, le redki se odločijo za prenovo nasadov z nizkodebelnimi nasadi.

Povečini imajo ekološko tehnologijo pridelovanja in travo med drevesi kosijo za seno. Le na eni kmetiji imajo integrirano pridelavo, saj so se odločili, da bodo s pridelavo večje količine sadja povečali dohodke na kmetiji in hkrati izkoristil prosta zemljišča in razpoložljiv čas.

Hribovski zaselki in samotne kmetije ponekod segajo tudi nad 1000 m visoko, zato imajo v veliki večini pozne sorte, da se lahko v spomladanskem in jesenskem času izognejo slani in pozebi. Ostala naselja ležijo večinoma po dolini, kjer prevladujejo »vrtičkarji« oziroma ljubiteljski sadjarji. Najmočnejše so poseljena prisojna pobočja Škofjeloškega hribovja pod Starim in Mladim vrhom.

Pridelano sadje porabijo doma kot sadje za svežo porabo, pogosta je tudi predelava sadja v mošt ali suhe krlje.

V drevesnicah največ sadnih sadik prodajo jeseni in spomladi. Pomladanske nakupe sadik v vseh drevesnicah odsvetujejo, saj je bolje sadike kupiti jeseni. Vendar ljudje urejajo svoje vrtove spomladi in tedaj kupijo tudi sadike. Jesenski nakupi so ustrežnejši, saj so tedaj sadike v fazi mirovanja. Ta nastopi jeseni, ko odpade listje in traja do spomladi, ko začne drevje brsteti. Jesensko sajenje je mnogo bolj učinkovito od spomladanskega, saj se korenine čez

zimo oprime zemlja in tako lahko sadike ob ustreznih razmerah spomladi kmalu začno z rastjo.

Podlage v vseh anketiranih drevesnicah kupujejo. V vseh vzgajajo iste sadne vrste: največ vzgajajo sadik jablan in hrušk, ker so le-te najprimernejše za zahodni del Slovenije in so primerne tudi za višjeležeča naselja. Sledijo jim češnje in sliv. Vsaka drevesnica ima tudi sadike breskev in marelic (okoli 200 sadik vsake sadne vrste).

Pri ponudbi sadik so pozorni tako na kakovost kot tudi pestrost ponudbe, saj marsikateri kupec želi imeti nove sorte, tudi takšne, ki so manj prilagojene našim ravnim razmeram. Ker pa se o teh sortah veliko govori, jih predvsem nevedši kupci želijo imeti v svojem nasadu.

Le v eni drevesnici vzgajajo tudi stare, visokodebelne sorte, ki so manj zahtevne za oskrbo in so odpornejše za bolezen in škodljivce.

5.2 SKLEPI

Nakup sadik sadnega drevja je motiviran predvsem z predvsem ljubiteljskim sadjarstvom. Le redki kmetje se odločijo, da bodo razvijali sadjarstvo kot dopolnilna dejavnost, s katero bodo zapolnili prosta zemljišča, proste delovne moči in povečali dohodke na kmetiji. Med kupci sadnih sadik je v opazovanih drevesnicah je okoli 80 % ljubiteljskih sadjarjev in le 20 % intenzivnih sadjarjev.

V opazovanih sadnih drevesnicah vzgajajo največ nizkodebelnih sadik, saj je po njih tudi največ povpraševanja. Za ti. »vrtčikarje« je značilno, da želijo imeti nove sorte, ki niso prilagojene našim ravnim razmeram. Vendar se drevesnice takemu povpraševanju prilagajajo s pestro izbiro vrst in sort sadik sadnega drevja.

V anketiranih drevesnicah vzgajajo 50 % sadik jablan s pestro izbiro sort le teh, 20 % sadik hrušk, 10 % sadik češenj, 10 % sadik sliv, 5 % sadik breskev in ravno toliko marelic.

Pri vzgoji sadik so pozorni na to, da je sadika zdrava, močna, da ima dobro razvit koreninski sistem. Tako so sadike primerne za vse lege in terene ter dobro prenašajo tudi ostrejšo klimatske razmere.

Za sadne sadike je pomembno, da so odporne na škodljivce in bolezni. Te lastnosti pa v največji meri vsebujejo stare sorte visokodebelnih dreves. Te pa so značilne za Poljansko dolino.

Tu skoraj ni kmetijskega prostora, kjer ni starih travniških nasadov. Pridelava sadja je tradicionalna in jo je najti na vsaki kmetiji. Če bi v Poljanski dolini želeli razvijati sadjarstvo, bi ne imeli težav z nabavo ustreznih sadik. Poljanska dolina je zaradi odprtosti, poseljenosti na prisojni strani, terena in zemlje primerna za vse sadne vrste in sorte. Pomembno pa je, da bi bili pri nakupu sadik pozorni na njihovo kakovost. Sadike morajo biti lepo razvejane in imeti morajo močne in zdrave korenine. Izbrati je potrebno sadike sort, ki niso zahtevne za oskrbo in so odporne na bolezni in škodljivce.

Sadjarstvo kot proizvodna panoga pa je bila in bo še vedno v podrejenem položaju v primerjavi s poljedelsko ali živinorejsko panogo.

6 POVZETEK

Razvoj sadjarstva v Poljanski dolini, zlasti obnova nasadov, vseskozi zaostaja za razvojem drugih kmetijskih panog. Sadjarstvo kot proizvodna panoga je bila in je se vedno v podrejenem položaju v primerjavi z drugimi kmetijskimi panogami npr. živinorejo ali poljedelstvom, kljub temu da je sadjarstvo ena od najintenzivnejših in najdonosnejših panog. S sodobnimi sadovnjaki bi lahko intenzivno izkoriščali zemljo, še posebno uspešno na nagnjenih površinah, ki so za pridelovanje nekaterih drugih kmetijskih kultur manj primerne.

Cilji naloge so pregledati ponudbo sadik v drevesnicah na območju osrednje Slovenije, ugotoviti, ali ta ponudba ustreza potrebam sadjarjev na hribovskih legah tega območja in ocenili namere sadjarjev v Poljanski dolini glede prihodnjega razvoja pridelovanja sadja.

Ponudbo sadnih sadik so analizirali v treh drevesnicah (Podobnikar, Prevc in Porenta), v katerih so kmetje iz Poljanske doline kupili sadike za povečanje oziroma obnovitev nasada. Potrebe po sadnih sadikah smo analizirali na petih kmetijah v Poljanski dolini. Izbrali smo čiste kmetije, ki se s sadjarstvom ukvarjajo v večjem obsegu.

Ugotovili so, da je nakup sadik sadnega drevja je motiviran predvsem z predvsem ljubiteljskim sadjarstvom in da se le redki kmetje odločijo, da bodo razvijali sadjarstvo kot dopolnilna dejavnost, s katero bodo zapolnili prosta zemljišča, proste delovne moči in povečali dohodke na kmetiji. V opazovanih sadnih drevesnicah vzgajajo največ nizkodebelnih sadik, saj je po njih tudi največ povpraševanja. Struktura njihove ponudbe po sadnih vrstah je naslednja: 50 % sadik jablan s pestro izbiro sort le teh, 20 % sadik hrušk, 10 % sadik češenj, 10 % sadik sliv, 5 % sadik breskev in ravno toliko marelic. Pri vzgoji sadik so pozorni na to, da je sadika zdrava, močna, da ima dobro razvit koreninski sistem. Tako so sadike primerne za vse lege in terene ter dobro prenašajo tudi ostrejše klimatske razmere. Če bi v Poljanski dolini želeli razvijati sadjarstvo, bi ne imeli težav z nabavo ustreznih sadik. Poljanska dolina je zaradi odprtosti, poseljenosti na prisojni strani, terena in zemlje primerna za vse sadne vrste in sorte. Pomembno pa je, da bi bili pri nakupu sadik pozorni na njihovo kakovost. Sadike morajo biti lepo razvejane in imeti morajo močne in zdrave korenine. Izbrati je potrebno sadike sort, ki niso zahtevne za oskrbo in so odporne na bolezni in škodljivce.

7 VIRI

- Deželak B. 1974. Teorija in praksa raziskave tržišča. 2. izdaja. Maribor, Založba Obzorja: 375 str.
- Deželak B. 1984. Politika in organizacija marketinga. Maribor, Založba Obzorja: 238 str.
- Gabrijan V., Snoj B. 1994. Trženje – splošno veljavne osnove. Maribor, Univerza v Mariboru, Visoka ekonomsko-komercialna šola: 293 str.
- Kjer sadje cveti, človek živi. KGZS Kranj.
[http:// www.kzgs.si/novice](http://www.kzgs.si/novice)(13.05. 2007).
- Kovač B. 1991. Uvod v podjetništvo. Ljubljana, Univerza v Ljubljani: 181 str.
- Štampar F. 2002. Gojitvene oblike in rez sadnih rastlin. Ljubljana, Kmečki glas: 109 str.
- Vadnal K. 1988. Kmetijski trg in trženje s kmetijskimi pridelki. Ljubljana, BTF VTOZD za aronomijo: 135 str.
- Vadnal K. 2003. Trženje. Študijsko gradivo za študente visokošolskega strokovnega študija. Ljubljana, Biotehniška fakulteta, Oddelek za agronomijo: 90 str.

ZAHVALA

Za strokovno pomoč pri izdelavi diplomske naloge, za potrpežljivost ter vse smerokaze se iskreno zahvaljujem mentorici Prof. dr. Katji Vadnal, predsedniku komisije akademiku Prof. dr. Ivanu Kreftu in članu komisije dr. Gregorju Ostercu.

Zahvaljujem se tudi lastnikom kmetij in drevesnic, ki so sodelovali v anketi.

Iskrena hvala Simonu za njegovo oporo in vzpodbudo pri delu ter pomoči pri doseganju mojih ciljev.

Zahvaljujem se vsem kolegom in profesorjem, ki so mi v času študija stali ob strani.

