

# Izvozni potencijal „ABC” svježeg krem sira, Belje d.d.

---

Gorup, Igor

Master's thesis / Diplomski rad

2015

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of agriculture / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Poljoprivredni fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:151:147717>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-26**



Sveučilište Josipa Jurja  
Strossmayera u Osijeku

**Fakultet  
agrobiotehničkih  
znanosti Osijek**

Repository / Repozitorij:

[Repository of the Faculty of Agrobiotechnical  
Sciences Osijek - Repository of the Faculty of  
Agrobiotechnical Sciences Osijek](#)



**SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA  
POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU**

Igor Gorup

Sveučilišni diplomski studij Agroekonomika

**Izvozni potencijal „ABC” svježeg krem sira, Belje d.d.**

**Diplomski rad**

Osijek, 2015.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA  
POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Igor Gorup

Sveučilišni diplomski studij Agroekonomika

**Izvozni potencijal „ABC” svježeg krem sira, Belje d.d.**

**Diplomski rad**

Povjerenstvo za ocjenu diplomskog rada:

1. Prof.dr.sc. Krunoslav Zmaić, predsjednik
2. Izv.prof.dr.sc. Ružica Lončarić, mentor
3. Prof.dr.sc. Pero Mijić, član

Osijek, 2015.

## SADRŽAJ:

1. Uvod.....	1
2. Materijal i metode istraživanja .....	3
3. Povijest Belja.....	4
3.1.Povijest mljekare Belje u Belom Manastiru .....	5
4. Tehnološki proces ABC sira .....	6
5. Proizvodni kapaciteti.....	11
5.1. Plan ostvarivanja profita uz novi razvoj .....	11
6. „Abeceda“ ABC sira .....	12
6.1. ABC svježi krem sir .....	13
6.2. ABC sir sa vlascem.....	16
6.3. ABC sir sa šunkom .....	17
6.4. ABC sir s povrćem .....	18
6.5. ABC sir Mediteran.....	19
7. Općenito o prodaji Belja .....	20
7.1. Najprodavaniji proizvod u Belju .....	21
8. Konkurenti ABC svježeg krem sira .....	22
9. Ekonomski pokazatelji ABC svježeg krem sira .....	23
9.1. Proizvodnja ABC svježeg krem sira.....	23
9.2. Prodaja na domaćem i stranim tržištima ABC svježeg krem sira .....	24
9.3. Izvoz ABC svježeg krem sira u pojedine zemlje.....	27
10. Zaključak.....	32
11. Sažetak .....	33
12. Summary .....	34
13. Literatura .....	35
14. Popis tablica .....	37
15. Popis slika .....	38
16. Popis grafikona.....	39
TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA .....	40
BASIC DOCUMENTATION CARD .....	41

## 1. Uvod

Proizvodnja mlijeka ima izuzetan proizvodno gospodarski značaj jer je namijenjena prehrani stanovništva. Proizvodnja mlijeka mnogim je poljoprivrednicima egzistencijalno zanimanje. Mlijeko se kao sirovina prvenstveno koristi za preradu u mljekarskoj industriji ali i u pripremanju druge hrane. Iako se upotrebljava mlijeko krava, bivola, ovaca, koza, deva i kobilica, ipak je u prehrani i proizvodnji dominantno kravlje mlijeko. Na proizvodnju mlijeka utječe niz faktora: agroekološki klimatski faktor, stupanj razvoja gospodarstva, vjerska struktura stanovništva, tradicijski aspekt te navika konzumiranja mlijeka i mliječnih prerađevina. U svijetu je proizvedeno ukupno 568 milijardi litara svih vrsta mlijeka, od čega kravljeg mlijeka ima najviše (85,2 %). Na drugom mjestu po proizvodnji je bivolje mlijeko (10,9 %), dok je kozjeg (2 %) i ovčjeg mlijeka (2 %) puno manje. Na tri kontinenta (Europa, Sjeverna Amerika, Azija) locirano je 82 % ukupne proizvodnje kravljeg mlijeka od čega u Evropi 43 % (206 839 tisuća tona), u Sjevernoj Americi 20,20 % (97 936 tisuća tona), i u Aziji 18,97 % (91 968 tisuća tona). Najveća je proizvodnja kravljeg mlijeka u SAD, tj. 76 milijardi litara. Mlijeko i njegove prerađevine preporučuju se u svakodnevnoj prehrani i to zbog nutritivnog i medicinskog značaja jer opskrbljuje organizam potrebnim hranjivim tvarima kojih u mlijeku ima oko 100. U Hrvatskoj je, zbog nižeg standarda i kupovne moći, različitija struktura potrošnje mlijeka i mliječnih proizvoda u odnosu na razvijene zemlje. Od ukupne godišnje potrošnje 170 kg/p.c. odnosi se na različite vrste mlijeka (92 kg/p.c.), razne fermentirane proizvode cca 15 kg/ p.c., maslac 0,41 kg i 6,8 kg različitih vrsta sireva. (Volarić I. 2013). Sir je koncentrirani izvor bjelančevina visoke biološke vrijednosti i gotovo se svim osobama bez obzira na dob preporučuje svakodnevna konzumacija svih vrsta sireva. Kazein je osnovna bjelančevina mlijeka, koja se tijekom zrenja sira razgrađuje do esencijalnih aminokiselina potrebnih za izgradnju mišićnog i drugog tkiva, obnovu stanica i organa, funkcioniranje središnjeg živčanog sustava a koje je potrebno unositi hranom, za pravilan rast i razvoj i očuvanje organizma. Udjel bjelančevina ovisi o vrsti sira i mlijeka od kojeg je sir proizveden (prosječno od 9-37,5%). Što je sir tvrdi i stariji on sadrži više bjelančevina. S obzirom na dnevne potrebe za bjelančevinama odraslih osoba i prosječni udjel proteina u polutvrđim sirevima koji se kod nas najčešće konzumiraju, 100 g sira zadovoljava trećinu dnevnih potreba za bjelančevinama. Sir je izvor vitamina topljivih u mastima (vitamini A, D, E, K) i vitamina topljivih u vodi (vitamini B skupine: B1, B2, B6, B12, folna kiselina), ali i mineralnih tvari posebice kalcija, fosfora i magnezija. Kalcij je najznačajniji mineral u organizmu s obzirom na njegovu zastupljenost. Svakodnevna konzumacija sireva je

dobrodošla, ne samo zbog užitka koji pruža, već i zato što sir pozitivno djeluje na očuvanje zubne cakline te štiti zube od karijesa. Navedeni učinak pripisuje se stimulativnom djelovanju sira na povećanu proizvodnju sline uslijed čega se povisuje pH vrijednost u ustima. Smatra se da neki sastojci sireva, poput masnih kiselina, mogu imati antibakterijsko djelovanje.(Dukat, 2010.). Na osnovu naprijed iznesenih podataka možemo izračunati današnju.

ABC sir je potpuno prirodan svježi krem sir. Od pažljivo biranog i kontroliranog mlijeka s beljskih farmi i sa jedinstvenim tehnološkim postupkom nastaje ABC sir. Proizvodi se isključivo od mlijeka, soli i vrhnja i to bez konzervansa i dodataka. On je visokokvalitetan protein, sadrži kalcij i vitamin A i D te doprinosi dnevnom unosu minerala, cinka, željeza, vitamina B2 i magnezija. Omiljen je kod potrošača svih generacija zbog svog ugodnog i mliječnog okusa i mirisa, lake mazivosti i specifične arome. Zbog svjetskih trendova na tržištu sirnih namaza, linija ABC sira obogaćena je okusima paprike, šunke, vlasca i povrća. Na ambalaži ABC sir znak Hrvatske kvalitete i brojne druge nagrade i priznanja koja potvrđuju iznimnu kvalitetu ABC svježih krem sireva...ABC svježi krem sir ponosno nosi i priznanje Međunarodni Institut za degustaciju i kvalitetu proizvoda "Superior Taste Award" s tri zvjezdice. Pravo korištenja Znaka Mlijeko hrvatskih farmi dodjeljuje Hrvatska poljoprivredna agencija, a znak garantira da je proizvod domaće proizvodnje.

## **2. Materijal i metode istraživanja**

Tijekom ovog poglavlja napisat će se predmet istraživanja, ciljevi istraživanja, koje su metode korištene u istraživanju.

Predmet istraživanja ovog diplomskog rada je izvozni potencijal ABC svježeg krem sira. U radu se opisuje općenito o povijesti Belja, beljskoj mljekari, ABC svježem krem siru, o prodaji Belja, kapacitetima proizvodnje te izvozu ABC sira.

Cilj ovog diplomskog rada je bolje upoznavanje sa poslovanjem tvrtke Belje d.d. i njegovim najplasiliranim proizvodom na tržištu, s posebnim osvrtom na ABC svježi krem sir.

Metoda koja se koristila je metoda proučavanja sekundarnih izvora podataka. Drugim riječima, detaljno su se proučile sve knjige, časopisi i internetske stranice vezane za tematsko područje ABC svježeg krem sira. Nakon toga se započela analiza. Prema tome, koristila se i metoda analize, odnosno metoda raščlanjivanja složenih pojmova i zaključaka. Koristila se i metoda deskripcije ili opisivanja, što znači da su se nakon sažimanja prikupljenih podataka oni opisali i riječima te su se navele i određene činjenice. Potrebno je spomenuti i metodu kompilacije kojom su se preuzela tuđa opažanja, stavovi i tuđi rezultati. U radu je obrađeno tržište, plasman i konkurentnost ABC sira, odnosno trendovi u proizvodnji, uvozu i izvozu.

### 3. Povijest Belja

Počeci Belja sežu u davnu 1697. godinu kada je princ Eugen Savojski za svoje brojne vojne uspjehe, osobito za pobjedu nad Turcima kod Sente, od austrijskog cara Leopolda I kao nagradu dobio lijep, ali devastiran posjed u južnoj Baranji. Posjed je smješten u sutoku rijeke Dunava i Drave na jugu baranjske regije, organizirao na zapadnoeuropski način. U to vrijeme posjedu Belje pripadaju mnoga sela ( Branjin Vrh, Luč, Kamenac, Podolje, Bilje, Kopačevo, Vardarac, Lug, Kneževi Vinogradi, Suza, Kotlina, Zmajevac, Draž, Gajić, Topolje, Duboševica, Majš, Branjina, Popovac i Vilany) koja se obnavljaju i naseljavaju novim stanovnicima sa zapada. Nakon smrti princa Eugena 1736. godine, Marija Terezija poklanja beljski posjed 1800. godine. 1811 osnivaju se poljoprivredno-prerađivački kapaciteti za preradu poljoprivrednih proizvoda. Tvornica šećera u Branjinom Vrh u i tvornica mliječnih proizvoda u Belom Manastiru. 1821 donesen je zakon kojim se Belje proglašava državnim vlasništvom. Nakon II. svjetskog rata, Belje je bilo opustošeno i razoreno tako da su nakon oslobođenja Baranje uloženi veliki naponi za obnovu proizvodnje. Belje mijenja različite organizacijske oblike, a od 1953. godine organizira se kao prvo društveno gospodarstvo kombinatskog tipa na ovim prostorima – Poljoprivredno- industrijski kombinat Belje. U razdoblju od 1991. do 1998. godine nije se ulagalo u gospodarstvo, zapuštena su polja, obustavljena je proizvodnja u mnogim industrijskim pogonima, uništen je stočni fond, devastirane su kuće i objekti Belja. 1998 reintegracija Baranje - to je vrijeme obnove i povratka tijekom kojeg Belje ulaže velike napore za osposobljavanje proizvodnje. Ulaskom u koncern Agrokor 21. ožujka 2005. Belje gradi svoju budućnost unutar najvećeg proizvođača hrane u ovom dijelu Europe, a s uvođenjem najsuvremenijih svjetskih tehnologija istovremeno prati trend proizvodnje zdrave hrane, ekološke standarde i potpuno je orijentirano tržištu. (Belje d.d., 2013).

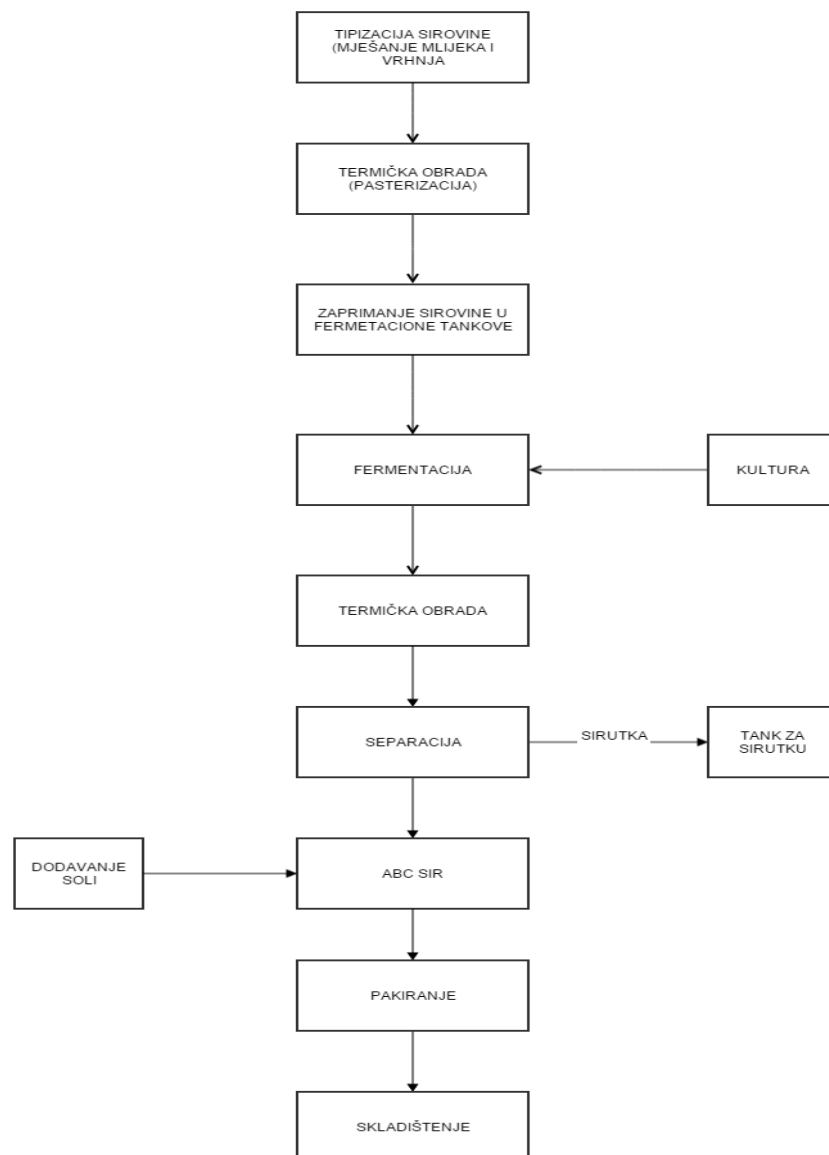


### **3.1. Povijest mljekare Belje u Belom Manastiru**

Tvornica mliječnih proizvoda nastala je 1911. godine pod imenom Centralna mljekara. Bila je u to vrijeme jedna od najmodernijih tvornica za preradu mlijeka s dnevnim kapacitetom od preko 22.000 litara mlijeka. U sklopu Tvornice mliječnih proizvoda sagrađena je klaonica s tvornicom salame iz tog razloga što je za obje proizvodnje potrebno hlađenje koje je zajednički sagrađeno i korišteno u proizvodnjama mlijeka i mesa. Iste godine sagrađen je i novi mlin u Belom Manastiru kapaciteta 24 tone na dan. Od samih početaka mljekare, mlijeko s beljskih farmi se dorđivalo i prerađivalo u konzumno mlijeko i mliječne proizvode. S razvojem tehnologije u proizvodnju su uvođeni novi proizvodi kao što su ABC, Buco i Baranjac koji su se zadržali do danas i postali poznate robne marke duge tradicije i iznimne kvalitete. (Belje d.d., 2013).

#### 4. Tehnološki proces ABC sira

Tehnološki proces ABC sira iz dolje prikazane sheme počinje od tipizacije sirovine odnosno miješanjem mlijeka i vrhnja, slijedi termička obrada te pasterezacija koja je općenito proces uništavanja vegetativnih formi mikroorganizama uz istovremenu inaktivaciju enzima u hrani. Sirovine se zaprimaju u fermentacione tankove te se nastavljaju ostali procesi poput: fermentacije, termičke obrade, separacije, pakiranja, dodavanja soli i na kraju pakiranje proizvoda.



Slika 1: Shema procesa proizvodnje ABC sira

Izvor: autor

Da bi se mlijeko ohladilo i da bi se uklonile moguće nečistoće mlijeko se treba profiltrirati odmah pri zaprimanju. Prijemna stanica mora biti opremljena uređajem za hlađenje mlijeka. To su uređaji kroz koje struji rashladno sredstvo, mlijeko je se hladi na temperaturi do +5 °C. Kamioni-cisterne u kojem se mlijeko transportira trebaju biti od nehrđajućeg materijala. On treba biti opremljen uređajem za hlađenje i mješanje mlijeka. Mlijeko se ne smije bućkati u cisterni i u hermetički zatvorenom sustavu zbog sprječavanja dodira mlijeka sa zrakom ili dospjeća mikroorganizama iz okoline.

Prijem mlijeka u mljekari se obavlja na istovarnoj rampi.



Slika 2: Zaprimanje mlijeka

Izvor: autor

Ulaz mlijeka je sa beljskih farma 60%, kooperanti 10 % i kupovina 30 %, trenutno Belje nekupe mlijeko a sve navedeno je sa domaćeg tržišta.



Slika 3: Linija zaprimanja mlijeka

Izvor: Autor

Na liniji zaprimanja mlijeka se registrira količina ulaska mlijeka. Mlijeko se hladi pa takvo ohlađeno ide u tankove za mlijeko.



Slika 4: Tankovi za mlijeko

Izvor: Autor

Mlijeko iz tankova ide na termičku obradu i priprema se za proizvodnju ABC sira. Pasterizacija služi za toplinsku obradu mlijeka pri temperaturama do 100 °C određeno vrijeme. Toplinska otpornost mikroorganizama ovisi o brojnim pokazateljima, ali su puno više temperature potrebne za uništenje spora bakterija, plijesni ili kvasaca nego njihovih vegetativnih stanica.



Slika 5: Pasterizatori

Izvor: Autor



Slika 6: Priprema mlijeka za proizvodnju

Izvor: Autor

Mlijeko se nakon pripreme-tipizacije (tipizacija proces dobivanja željene masnoće mlijeka) šalje sa linije pripreme na liniju svježih sireva. Mlijeka koja ulaze u tehnološki proces proizvodnje ABC svježeg krem sira su prve klase.



Slika 7: Hermertirani tankovi

Izvor: Autor

Hermetizacija je postupak zatvaranja ili osiguravanja dijela ili sklopa pomoću adhezivnog sredstva koje ne propušta tekućinu ni zrak (Graco).

Sirovina nakon hermetizacije ide na daljnju obradu odnosno dodavanje soli, odvajanje sirutke. Dobiveni proizvod je gotovi ABC svježi krem sir koji ide na pakiranje.



## **5. Proizvodni kapaciteti**

Proizvodni kapaciteti tvornice mliječnih proizvoda Belja podijeljeni su po linijama proizvodnje – linija svježih krem sireva i mliječnih namaza, linija polutvrdih sireva te linija svježeg sira. Na liniji svježih krem sireva i mliječnih namaza tijekom ove godine je podignut kapacitet proizvodnje kako bi u sljedećoj godini mogli izaći na nova europska tržišta dok kod linije polutvrdih sireva planirano je dodatno povećanje kapaciteta linije za otprilike 20 %.(Lapac, 2013:18-19.). Poslovanje mljekare u vrijeme krize prema riječima Lapca je to da su i oni osjetili promjenu, no kontinuiranim ulaganjima u suvremenu i efikasniju proizvodnu opremu i sustave za smanjivanje utroška energije te uz dodatne napore svih zaposlenika tvornice mliječnih proizvoda iz godine u godinu bilježi rast proizvodnje i prodaje. Ulaskom Hrvatske u Europsku Uniju mljekari Belje otvorila se mogućnost izlaska na nova tržišta Unije. 2013 godine započeli su sa izvozom na tržište Slovačke, a za 2014 godinu imali su u planu dodatno širenje na europskim tržištima. Ulazak Hrvatske u EU mljekari Belje donosi promjene u poslovanju s tržištima zemalja CEFTE na kojima imaju dodatna carinska opterećenja, ali i na tim tržištima je rasla prodaja.

### **5.1. Plan ostvarivanja profita uz novi razvoj**

Ulaskom Agrokora u vlasničku strukturu Belja kontinuirano se radi na razvoju svih segmenata poslovanja. To konkretno znači da se kontinuirano radi na povećanju efikasnosti proizvodnje, razvijanju novih proizvoda, investiranju u novu opremu, povećanju kapaciteta proizvodnih linija, ulaganju u edukaciju zaposlenika, implementiranju suvremenih informacijskih sustava. Ukratko rečeno, prate se svjetski trendovi u mljekarskoj industriji i na taj način se utječe na našu konkurentnost i povećanje profitabilnosti (Glasilo zaposlenika d.d., 2015:09).

## 6. „Abeceda“ ABC sira

U tri stoljeća dugoj tradiciji poljoprivredne proizvodnje na kojoj je izgrađeno današnje Belje jedan od proizvoda koji se ističe svojom jedinstvenošću svakako je ABC svježi krem sir. Njegova je jedinstvenost u jednostavnosti. ABC svježi krem sir sadržava samo tri sastojka i već 35 godina osvaja potrošače svih uzrasta u cijeloj regiji. Priča o ABC siru počela je 1980. godine, kada je Belje kupilo prvu liniju za proizvodnju krem sireva od vrhnja. Proces proizvodnje i danas je isti, ali smo povećali kapacitete proizvodnje i modernizirali liniju za punjenje i pakiranje. Povećao se i broj krava od kojih dobivamo mlijeko za ABC sir pa danas svakodnevno stiže mlijeko od više od 4000 krava s naših farmi. Tajna uspjeha ABC sira i nije tajna, jer sve što je doista dobro zapravo je jednostavno. ABC svježi krem sir sastoji samo od mlijeka, vrhnja i malo morske soli. Jedinstvenost njegova okusa izvire iz kvalitete sastojaka, a kad je o kvaliteti riječ Belju neka kompromisa. Samostalnost kvalitete osigurava se vlastitom proizvodnjom u cijelom ciklusu od farme do pakiranja gotovog proizvoda u ambalažu. ABC sir je i namaz i sir, a ne sadržava konzervanse niti bilo kakve umjetne dodatke. U osnovi je tehnološki svježi sir koji se proizvodi od tipiziranog vrhnja, odnosno mješavine punomasnog mlijeka i vrhnja. Tipizirano vrhnje nakon inokulacije mliječno – kiselinskih bakterija postaje blag kremast gruš. Kombinacijom kiselinske i zatim toplinske koagulacije dobije se sir koji se odvaja od sirutke, potom pasteurizira i na kraju homogenizira. Tako dobiva specifičnu konzistenciju sira – zrnatu i mrvičastu, ali i kremastu zbog mliječne masti – te svježi, mliječno- kiseli okus tipičan za svježe sireve. Okus ABC svježeg krem sira pogodan je za mnoštvo kreativnih kombinacija. Iz bogatog asortimana možete izabrati brojne okuse ABC sira obogaćene pravim sastojcima – komadićima šunke, rezanim vlascom, usitnjenim maslinama i kiselim krastavcima, finom kombinacijom povrća, svježim hrenom i komadićima kulena. U širokom rasponu od peciva i torti do tjestenina i složenaca, od slatkog preko slanog do kiselog, ABC svježi krem sir odličan je izbor u brojnim receptima od kojih vam posebno ističemo Cheesecake s ABC sirom. (Kostelić Kuhar,2015;26).



## 6.1. ABC svježi krem sir

Prvih godina ABC se proizvodio samo u osnovnom okusu, kao svježi krem sir. S vremenom je osnovni okus obogaćen hrenom i slatka varijanta s bananom. 2006. godine nakon kupovine nove linije za proizvodnju te ulaganja u Tvornicu mliječnih proizvoda, i ABC je dobio novi dizajn. Stari ABC sir dobio je novu praktičnu ambalažu s nekoliko okusa- hren, šunku, povrće, vlasac i pikant. Od okusa su danas na tržištu prisutni šunka, vlasac, pikant i povrće. Krajem 2009. dizajn je upotpunjen ITQI priznanjem s tri zvjezdice i novom zaštitnom folijom koja daje još više informacija potrošačima. (Belje d.d., 2015).



Slika 8: Ambalaža ABC svježeg krem sira

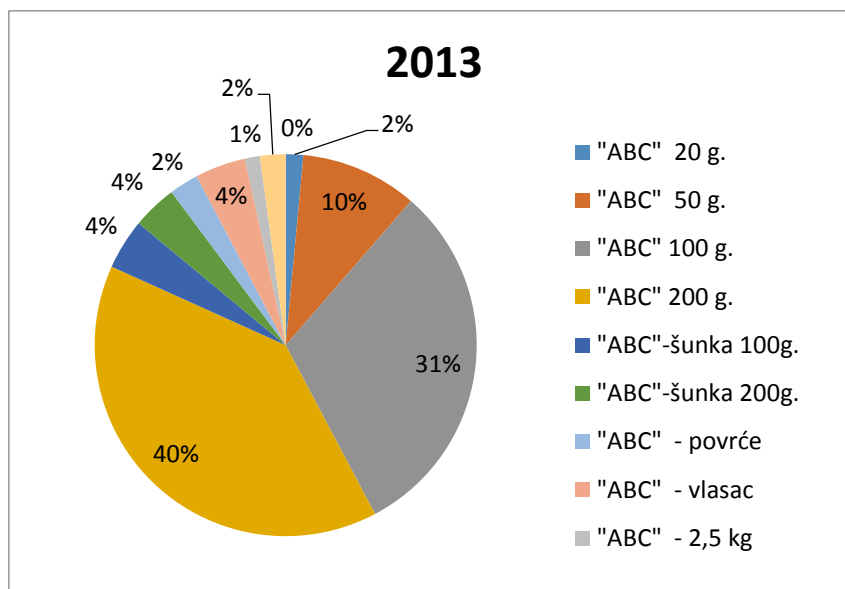
Izvor: <http://www.abcsir.hr/pregled-proizvoda/abc-svje%C5%BEi-krem-sir/1>

Tablica 1 : Udio pojedinih tvari u ABC svježem krem siru sadrži

Energetska vrijednost	251 kcal/1036 kJ
Bjelančevine	6,7 g
Ugljikohidrati	3,1 g
Mast	23,5 g
Kalcij	126 mg
Vitamin A	180 µg

Izvor: <http://www.abcsir.hr/pregled-proizvoda/abc-svje%C5%BEi-krem-sir/1>

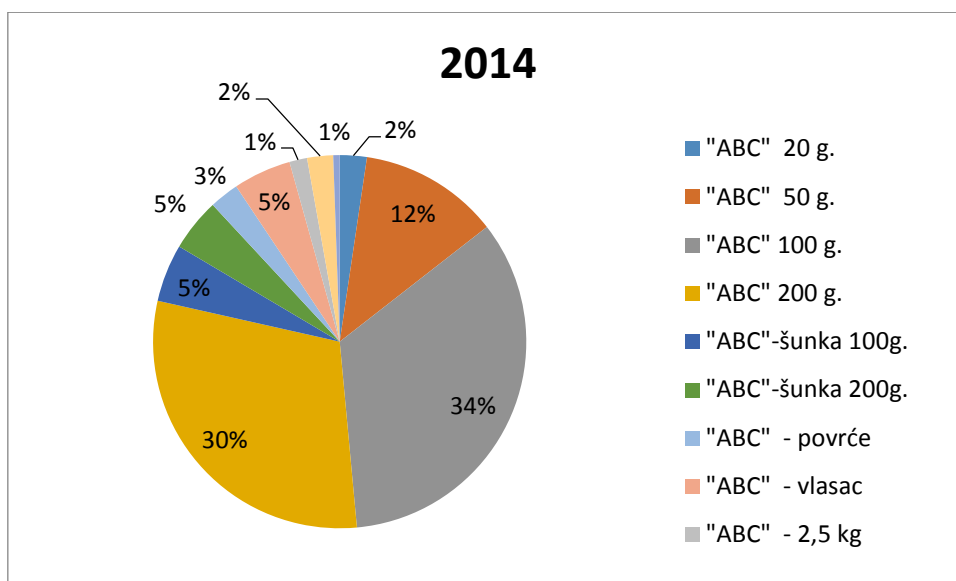
Danas u ponudi ABC svježeg krem sira postoje: ABC sir sa Vlascem, ABC sir Šunka, ABC sir Mediteran, ABC sir Povrće.



Grafikon 1: Udio u proizvodnji krem linije po ambalaži i vrsti ABC svježeg krem sira 2013.

Izvor: Službeni podatci Belja d.d.

Iz prikazanog grafikona vidi se udio proizvodnje krem linije iz 2013 godine. ABC svježi krem sir ima četiri vrste veličine pakiranja. Pakiranje od 20 g, 50 g, 100 i 200 grama. Najveći udio proizvodnje 2013. godine imao je ABC sa ambalažom od 200 grama koja je iznosila 40% ukupne proizvodnje. Slijedi ju sa 31% ambalaža od 100 grama te 50 grama od 10% i 20 grama od 2%. ABC Šunka od 100 grama 2013. godine iznosila je 4% u proizvodnji, ambalaža od 200 grama također je bila 4%. Proizvodnja krem linije od povrća iznosila je 2% dok je vlasac iznosio nešto više od 4%. ABC svježi krem sir u pakovanju od 2,5 kilograma proizvodio se 1%.



Grafikon 2: Udio u proizvodnji krem linije po ambalaži i vrsti ABC svježeg krem sira 2014.

Izvor: Službeni podatci Belja d.d.

2014. godine proizvodnja ABC sira u pakovanju od 100 grama porasla je u odnosu na prošlu prikazanu godinu. Prvo mjesto u proizvodnji je imala ambalaža od 100 grama koja je iznosila 34% ukupne proizvodnje. Ambalaže od 200 grama ABC sira proizvodnja je iznosila 30% od ukupnog udjela u proizvodnji krem linije po ambalaži i vrsti ABC svježeg krem sira u 2014. godini. Udio ABC svježeg krem sira u ambalaži od 50 grama iznosilo je 12% od ukupnog udjela u proizvodnji krem linije, a ABC svježi krem sira od 20 grama iznosi svega 2% ukupne proizvodnje. Udio ABC šunka od 100 i 200 grama bila je isti i iznosio je 5% od ukupne proizvodnje krem linije ABC sira u 2014 godini. Svježeg krem sira od vlasca (5%) proizvedeno je više nego svježeg krem sira od povrća (1%). ABC svježi krem sir u ambalaži od 2,5 kilograma 2014. godine iznosio je 1% od ukupne proizvodnje krem linije.

## 6.2. ABC sir sa vlascem

Listići vlasca miješaju se u osnovni okus ABC svježeg krem sira da bi se dobila posebna aroma. Zbog miješanja dobije se punoća okusa i posebna aroma koja predstavlja dodatak jelima.



Slika 9: Ambalaža ABC vlasac svježeg krem sira

Izvor: <http://www.abcsir.hr/pregled-proizvoda/abc-svje%C5%BEi-krem-sir-vlasac/2>

Zbog visokokvalitetnih esencijalnih masnih kiselina i proteina te vitamina A i D, bitan je za ukupan unos dnevnih minerala kalcija. To je od posebne važnosti za rast i očuvanje zdravlje kostiju.

Tablica 2: Udio pojedinih tvari u ABC siru s vlascem

Energetska vrijednost	251 kcal/1036 kJ
Bjelančevine	6,7 g
Ugljikohidrati	3,1 g
Mast	23,5 g
Kalcij	126 mg
Vitamin A	180 µg

Izvor: <http://www.abcsir.hr/pregled-proizvoda/abc-svje%C5%BEi-krem-sir-vlasac/2>

### 6.3. ABC sir sa šunkom

U ABC svježi krem sir dodaju se komadići sušene šunke da bi se dobio ABC sir sa šunkom. ABC sir sa šunkom koristi se i kao dodatak prehrani.



Slika 10: Ambalaža ABC šunka svježeg krem sira

Izvor: <http://www.abcsir.hr/pregled-proizvoda/abc-svje%C5%BEi-krem-sir-%C5%A1unka/3>

Tablica 3: Udio pojedinih tvari u ABC siru sa šunkom sadrži

Energetska vrijednost	251 kcal/1036 kJ
Bjelančevine	6,7 g
Ugljikohidrati	3,1 g
Mast	23,5 g
Kalcij	126 mg
Vitamin A	180 µg

Izvor: <http://www.abcsir.hr/pregled-proizvoda/abc-svje%C5%BEi-krem-sir-%C5%A1unka/3>

#### 6.4. ABC sir s povrćem

U osnovni okus ABC svježeg krem sira dodaju se komadići svježe paprike, rajčice, patlidžana i češnjaka, kako bi se dobio ABC svježi krem sir s povrćem. Kombinacija povrća i sira stvara okus koji može imati široku primjenu u kulinarstvu.



Slika 11: Ambalaža ABC svježeg krem sira s povrćem

Izvor: <http://www.abcsir.hr/pregled-proizvoda/abc-svje%C5%BEi-krem-sir-povr%C4%87e/4>

Tablica 4: Udio pojedinih tvari u ABC siru s povrćem sadrži

Energetska vrijednost	251 kcal/1036 kJ
Bjelančevine	6,7 g
Ugljikohidrati	3,1 g
Mast	23,5 g
Kalcij	126 mg
Vitamin A	180 µg

Izvor: <http://www.abcsir.hr/pregled-proizvoda/abc-svje%C5%BEi-krem-sir-povr%C4%87e/4>

## 6.5. ABC sir Mediteran

U krem liniji ABC sira postoji i ABC sir Mediteran koji se priprema od svježeg mlijeka s beljskih farmi, domaćeg vrhnja i malo morske soli. ABC Mediteran osim glavnih sastojaka ima dodatke od zelenih maslina i krastavaca. Proizvod je za sve generacije.



Slika 12: Ambalaža ABC Mediteran svježeg krem sira

Izvor: <http://www.abcsir.hr/pregled-proizvoda/abc-svje%C5%BEi-krem-sir-mediteran/5>

Tablica 5: Udio pojedinih tvari u ABC siru Mediteran sadrži

Energetska vrijednost	251 kcal/1036 kJ
Bjelančevine	6,7 g
Ugljikohidrati	3,1 g
Mast	23,5 g
Kalcij	126 mg
Vitamin A	180 µg

Izvor: <http://www.abcsir.hr/pregled-proizvoda/abc-svje%C5%BEi-krem-sir-mediteran/5>

## **7. Općenito o prodaji Belja**

Prodaja je usmjerena prema generalnim distributerima, posredstvom kojih plasiraju robu na domaće i neka izvozna tržišta. Za PC TMP to je Zvijezda d.d., za PC Baranjku PIK Vrbovec d.d., za PC Vina Belje Jamnica d.d., a za PC Mlinarstvo Konzum d.d. Na domaćem tržištu direktno snabdjevaju kupce Ledo d.d. i Centar Škojo d.o.o. Na izvoznim tržištima robu plasiraju tvrtke koje su u sastavu navedenih generalnih distributera ili tvrtke koje distribuiraju proizvode generalnih distributera. Sa svim distributerima održavaju svakodnevne kontakte, te tako prate realizaciju prema njima i od njih prema tržištima, dogovaraju narudžbe i isporuke, a u skladu s tim prate zalihe i surađuju s proizvodnjama.

Proizvodi Belja se osim na domaćem tržištu prodaju na tržištima regije (BiH, Srbija, Slovenija, Makedonija, Crna Gora, Kosovo) te na tržištu Slovačke, Njemačke, Mađarske i Rumunjske. Cilj im je povećati realizaciju na svim postojećim tržištima, te otvoriti nova. Ozbiljne kontakte već su ostvarili s tvrtkama u Ujedinjenim Arapskim Emiratima i Saudijskoj Arabiji, kamo su poslani uzorci koji su na kušanju u trgovačkim lancima – potencijalnim kupcima uvoznika s kojima se pregovara. U Koreji su ostvarena čak 19 kontakata, od kojih će se pronaći partneri za to tržište. Konkurencija je velika, zemlje uvoznice štite domaće proizvođače. (Glasilo zaposlenika d.d., 2015:09).



## **7.1. Najprodavaniji proizvod u Belju**

Najprodavaniji proizvod u Belju je ABC svježi krem sir u ambalaži od 200 grama. ABC svježi krem sir u ambalaži od 100 grama u 2014. godini prodan je u 10 milijuna komada (Glasilo zaposlenika d.d., 2015:09). ABC sir osvojio je Taste award s tri zvjezdice. To je prestižno međunarodno priznanje. Tri zlatne zvjezdice uz oznaku Superior Taste Award koju dodjeljuje Međunarodni institut za okus i kvalitetu (iTQi) iz Bruxellesa. Ta je oznaka kvalitete koju dodjeljuju kuhari i sommelieri iz najboljih svjetskih restorana, a tri zvjezdice dobivaju proizvodi za koje ocjenjivači na slijepom kušanju utvrde da imaju izniman okus. ( Glasilo zaposlenika d.d., 2015:09). Na 82. Međunarodnom poljoprivrednom sajmu u Novom Sadu 2015. godine, ABC sir s kulenom osvojio je šampionsku titulu u kategoriji mliječnih i sirnih namaza, a ABC sir i ABC sir s hrenom nagrađeni su velikim zlatnim medaljama. Kao pobjednik kategorije, Belje je nagrađeno i posebnom poveljom za vrhunsku kvalitetu svog programa ABC svježih krem sireva. Titulom i zlatnim medaljama na Novosadskom sajmu ABC sir potvrdio je svoj status s najcjenjenijeg sirnog namaza u Hrvatskoj i regiji, kojeg vole sve generacije potrošača. (Glasilo zaposlenika d.d., 2015:09).

## 8. Konkurenti ABC svježeg krem sira

Istraživanja provedena 2013 godine od rujna/12 do kolovoza/13. na hrvatskom maloprodajnom tržištu mliječni namazi su ostvarili prodaju od 3.191,2 tona u vrijednosti od 167,2 milijuna kuna. Kategorija bilježi rast i količinske (+1,7%) i vrijednosne prodaje (+2,6%). Najveći dio kategorije mliječnih namaza čine sirni namazi (53% količinske prodaje) i mliječni namazi (43%) dok preostalih 4% kategorije ostvaruju kajmak namazi. Vodeći proizvođači (s glavnim pripadajućim robnim markama) prema količinskom udjelu u kategoriji u navedenoj godini su Belje (ABC, Belje, Abecela), Lactalis (Dukatela) i Vindija ('z bregov, Vivis). Konkurenti ABC sira su Dukat (Lactalis) i Vindija. (Sedlar, 2013).

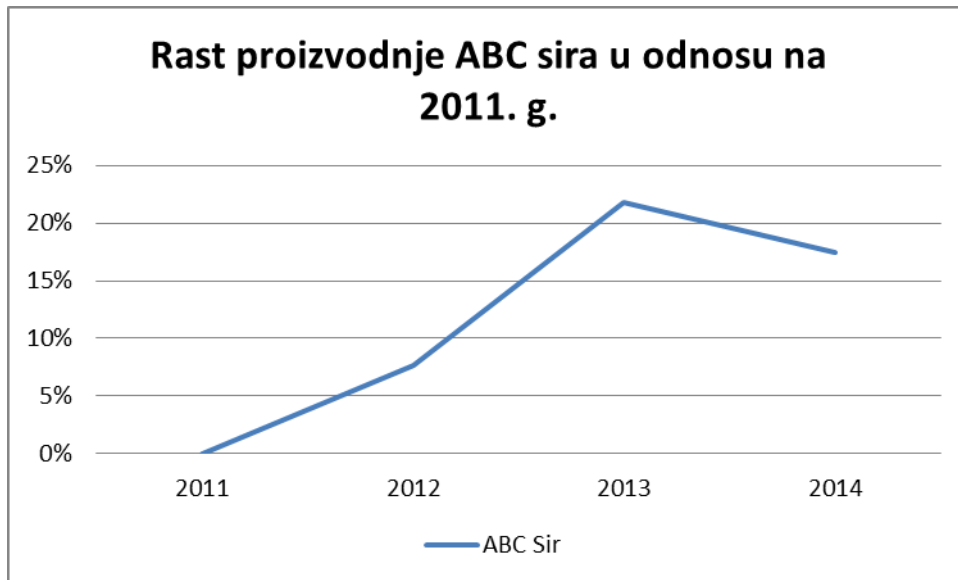
Dukat je na našem tržištu prisutan s brendom Lactalis koji je vodeći brend u pod segmentu mliječnih namaza. Namaz čine kremasto sviježe vrhnje zbog kojeg ima osvježavajući okus i dobru mazivost. Na tržištu je dostupno pet okusa: Dukatela classic, Dukatela light, Dukatela s povrćem, Dukatela s kuhanom šunkom i Dukatela s paprikom i češnjakom. Pakiranje proizvoda najčešće je od 70 grama, a ponuđeno je i u pakiranju od 150 grama s praktičnim nadpoklopcem za očuvanje svježine proizvoda i obiteljskom maxi pakiranju od 250 g.

Vindijini namazi objedinjeni su brendom 'Z bregov koji jamči vrhunsku kvalitetu njihova osnovnog sastojka – mlijeka. „Vivis svježi krem sir, čiji su osnovni sastojci mlijeko, vrhnje i malo soli, dolazi u dva okusa (natur, šunka) i četiri volumena pakiranja – 20, 50, 125 i 200 grama. Osim klasičnog 'z bregov sirnog namaza, čije se 200-gramsko pakiranje pokazalo najpopularnijim na domaćem tržištu, Vindija u svojoj kolekciji ima i pikantni Liptauer, aromatični Provence te light varijantu natur okusa. Na tržištu su vrlo dobro prihvaćeni i okusi koje je Vindija lansirala proteklih nekoliko godina, a među njima su šunka, tuna-rajčica te vrganji-dimljena šunka. Sirni namaz Bovizola, posljednji u ovoj skupini proizvoda, ističe se okusom Vindijina cijenjenog plemenitog sira, a njegova posebnost i odlična kvaliteta očituju se i u vrlo dobrim prodajnim rezultatima. (Sedlar, 2013).

## 9. Ekonomski pokazatelji ABC svježeg krem sira

### 9.1. Proizvodnja ABC svježeg krem sira

Navedeni statistički podaci zbog čuvanja poslovne tajne nisu prikazani apsolutni podaci nego se prodaja prikazuje kao % od ukupne prodaje i trend rast/pada.



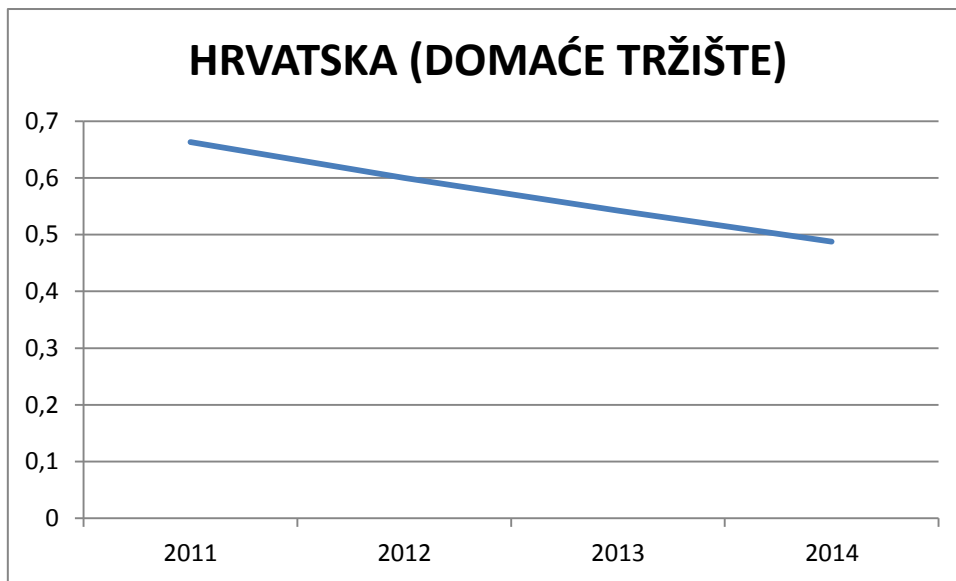
Grafikon 3: Prikaz rasta proizvodnje ABC sira

Izvor: Službeni podatci Belja d.d.

Proizvodnja ABC svježeg krem sira od 2011. godine konstantno raste, ali krajem 2013. godine do 2014. godine bilježi blagi pad zbog toga što se mljekara Belje opredjeljuje za druge linije sira. Iz grafikona 3. prikazana je proizvodnja ABC svježeg krem sira koja je rasla 2012. godine u odnosu na 2011. za 8%. 2013. godine proizvodnja je rasla u odnosu na 2011. za 22%, a proizvodnja ABC svježeg krem sira 2014. godine porasla je 17% u odnosu na 2011. godinu.

## 9.2. Prodaja na domaćem i stranim tržištima ABC svježeg krem sira

Ulazak Hrvatske u Europsku Uniju omogućilo je otvaranje novih te je prodaja na stranim tržištima i izvoz povećan i veći nego u domaćem tržištu. Prodaja na domaćem tržištu konstantno raste, ali je prodaja orijentirana na izvoz i prema stranim tržišta. Raste domaće tržište, ali istovremeno kontinuirano više raste prodaja na stranim tržištima.

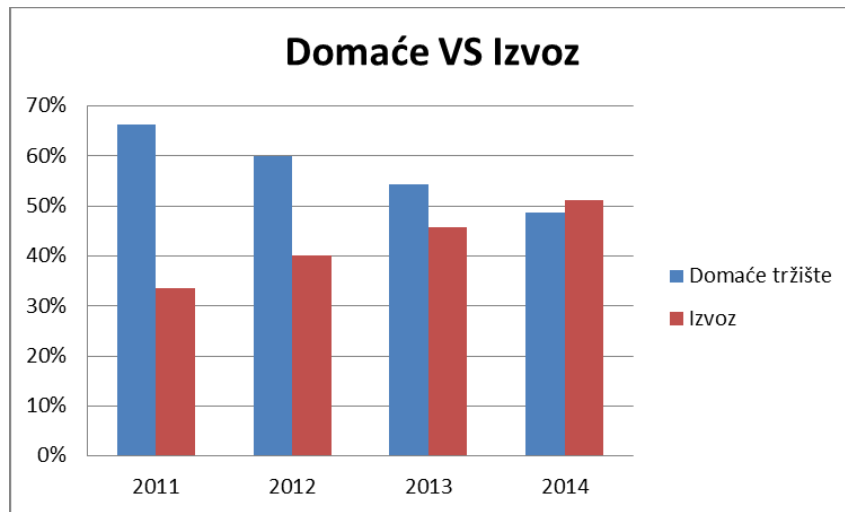


Grafikon 4: Prikaz prodaje ABC svježeg krem sira na domaćem tržištu

Izvor: Službeni podatci Belja d.d.

Iz grafikona 4. u 2011. godine na domaćem tržištu prodaja ABC svježeg krem sira iznosila je 68%. U 2012. godini prikazano je smanjenje kretanja prodaje ABC svježeg krem sira koje je iznosilo manje od 60%. Prodaja ABC svježeg krem sira na domaćem tržištu u 2013. godine smanjila se na 55% da bi u 2014. godini prodaja iznosila 48%.

Od 2011. godine do 2014. godine prodaja i izvoz ABC svježeg krem sira kontinuirano raste, kako na domaćem tržištu, tako i na stranim tržištima. Tijekom godina izvoz i prodaja ABC svježeg krem sira rastu više nego prodaja na domaćem tržištu što je vidljivo na grafikonu 5.



Grafikon 5: Prikaz usporedbe domaćeg tržišta i izvoza ABC svježeg krem sira

Izvor: Službeni podatci Belja d.d.

U grafikonu 5. prikazana je usporedba domaćeg tržišta i izvoza na strana tržišta ABC svježeg krem sira od 2011. do 2014. godine. U 2011. godini omjer domaćeg i stranog tržišta iznosi domaće tržište 68%, a strano tržište odnosno izvoz 32%. U 2012. godini domaće tržište bilježi pad na 60% dok izvoz na strano tržište raste na 40%. Takav trend se prati i u 2013. godini koji je iznosio na domaćem tržištu 55%, a strano tržište 45%. Da bi u 2014. godini došlo do preokreta u kojem domaće tržište pada na 48% prodaje, a izvoz na stranom tržištu iznosi 52%. Vidljiv je smjer kretanja ABC svježeg krem sira, a on je da se bazira na izvozu na strana tržišta.

Udio prodaje po tržištima kroz godine uvijek varira. Čimbenici su različiti. Belje d.d ulaskom Hrvatske u Europsku Uniju bilježi konstantan rast prodaje svojih linija svježeg krem sira. U navedenoj tablici prikazuje se udio prodaje u više od šest zemalja kroz zadnje četiri godine.

Tablica 6: Prikaz udjela prodaje po tržištima

Zemlja	2011.	2012.	2013.	2014.
BIH	68%	63%	51%	45%
Srbija	6%	17%	32%	32%
Slovenija	11%	9%	10%	9%
Crna gora	5%	3%	3%	5%
Makedonija	9%	6%	1%	5%
Slovačka	1%	1%	1%	1%
Ostali	1%	1%	2%	2%

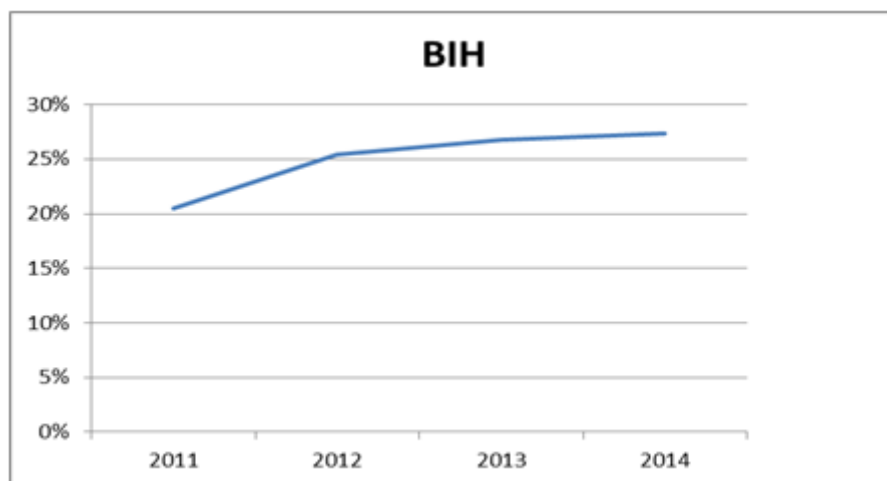
Izvor: Službeni podatci Belja d.d.

U prikazanoj tablici 6. prikazuje se udio prodaje po tržištima zemalja Bosne i Hercegovine, Srbije, Crne i Gore, Makedonije, Slovačke i ostalih zemalja kao što su SAD, Francuska, Bugarska i Švedska u sljedećih 4 godine koje su navedene. Izvoz se povećava kao i prodaja u navedenim godinama, ali zbog porasta prodaje i u drugim državama postotci za Bosnu i Hercegovinu opadaju od 2011 godine do 2014 godine. Primjer konstantnog porasta prodaje je Srbija kojoj je 2011 godine iznosio 6% te je konstantno rastao i 2014 godine je iznosio svega 32%. Crna Gora varira od godine do godine. Tako je 2011 godine udio prodaje bio 5 % , a sljedeće dvije godine se smanjio na 3% te se ponovno udio prodaje vrati ona 5% 2014 godine. Makedonija od 2011 godine bilježi 9% rasta udio prodaje, primjetna je 2013 godina kada su imali problema sa distributerima i prijevozom te je zbog toga porast bio od 1 %. Slovačka kroz 4 godine bilježi blagi porast udjela prodaje od 1%. Ostale zemlje također kroz sve četiri godine bilježe blagi porast udio prodaje.

Cijene ABC svježeg krem sira razlikuje se po vrsti linije krem sira, pakiranju odnosno ambalaži i samim trgovinama. Primjer svježeg ABC sira od 50 grama u Billi košta 2,99 kuna, Getru 3,17 kn, Intersparu 2,99 kn, Kauflandu također 2,99 kn, Konzumu 3,49, a u Plodinama 2,99 kn. Promatrajući cijene u trgovinama manje sredine i naselja cijene variraju npr. ABC krem sir od Šunke u privatnim malotrgovinama pakiranje od 100 grama iznosi 7,10 kuna, a isti proizvod u drugoj trgovini točnije NTL iznosi 4,99 kuna.

### 9.3. Izvoz ABC svježeg krem sira u pojedine zemlje

Na temelju dobivenih službenih podataka iz Belja d.o.o, prikazani je izvoz po tržištima zemalja: Bosne i Hercegovine, Srbije, Slovenije, Crne Gore, Makedonije, Slovačke i ostalih zemalja: SAD, Francuska, Bugarska i Švedska. Izvoz navedenih država promatra se kroz razdoblje od 2011. do 2014. godine.

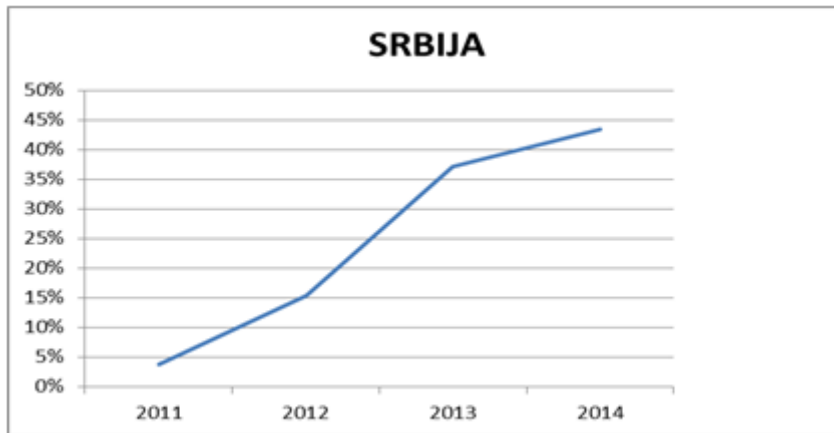


Grafikon 6: Izvoz ABC sira na tržište Bosne i Hercegovine

Izvor: Službeni podatci Belja d.d.

Iz grafikona 6. prikazuje se tržište izvoza ABC svježeg krem sira u Bosnu i Hercegovinu. 2011. godine izvoz je iznosio nešto više od 20%, 2012. izvoz je narastao za 5% odnosno iznosio je 25% izvoza, 2013 neznatno je porastao, blagi porast nastavio se i kroz cijelu 2014. godinu.

Na tržištu Srbije prisutan je ABC svježi krem sir u ambalaži od 100 grama i 200 grama, a kada je u okusima riječ tu su ABC sir obogaćen komadićima šunke i ABC sir sa povrćem u ambalaži od 100 grama.

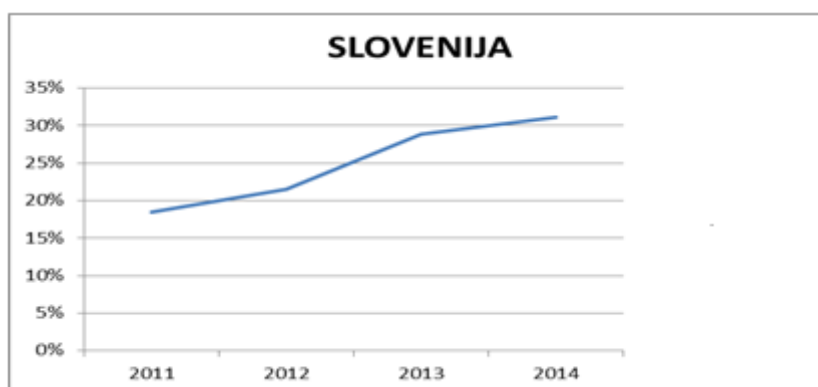


Grafikon 7: Izvoz ABC sira na tržište Srbije

Izvor: Službeni podatci Belja d.d.

Navedeni grafikon 7. prikazuje tržište izvoza ABC sira u Srbiji. Iz grafikona se jasno vidi veliki porast izvoza kroz navedene godine. Tako je izvoz 2011. godine iznosio manje od 10%, 2012. porastao je na 20 %, rastao je i 2013. i 2014. godine kada je 2014. godine dosegnut izvoz od preko 40%.

U usporedbi sa Srbijom izvoz ABC svježeg krem sira u Sloveniju 2011. godine bio je značajno veći. Tijekom godina je rastao, ali ipak nešto manje u odnosu na Srbiju.



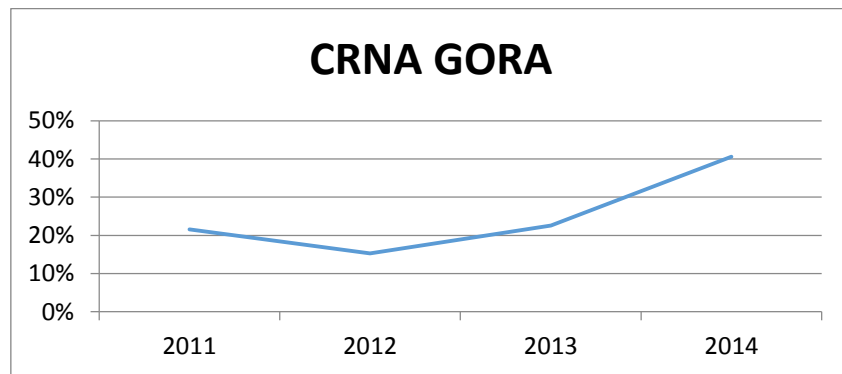
Grafikon 8: Izvoz ABC sira na tržište Slovenije

Izvor: Službeni podatci Belja d.d.



Izvoz u Sloveniji 2011 godine iznosio je manje od 20% ABC svježeg krem sira. Cijelu 2011 i 2012 izvoz se nije znatno mijenjao. Promjene su došle 2013 godine kada je izvoz 30% ABC svježeg krem sira te se do 2014 nije ništa znatno mijenjao.

Izvoz ABC svježeg krem sira u Crnoj Gori u razdoblju od 2011. godine do 2014. godine nije kontinuirano rastao kao kod ostalih navedenih država. Bilježi se blagi pad od 2011. godine do 2012 godine.

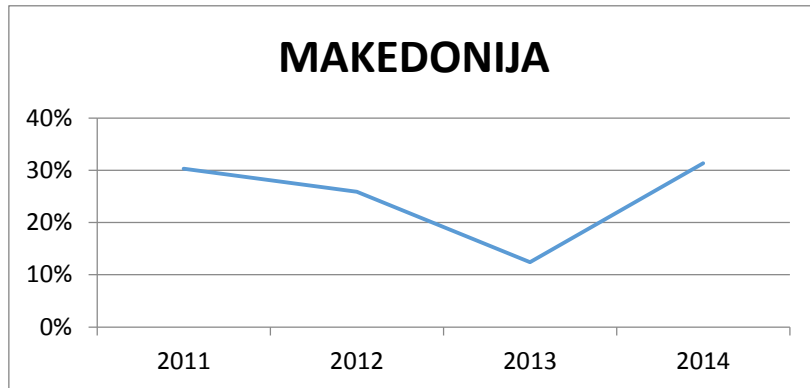


Grafikon 9: Izvoz ABC sira na tržište Crne Gore

Izvor: Službeni podatci Belja d.d.

Iz prikazanog grafikona 9. prikazan je izvoz ABC svježeg krem sira u Crnoj Gori. 2011. godine izvoz u Crnoj Gori iznosio je 20%, 2012. godine izvoz je pao na manje od 20% dok se 2013. godine vratio na brojku izvoza iz 2011. godine. Do 2014. godine izvoz u Crnu Goru rastao je i do 40% u odnosu na ishodišnu 2011. godinu.

Izvoz ABC svježeg krem sira u Makedoniji u razdoblju od 2011. do 2014 godine bilježi znatan pad izvoza u 2013. godini, razlog opadanja su problemi sa distributerima i prijevozom.

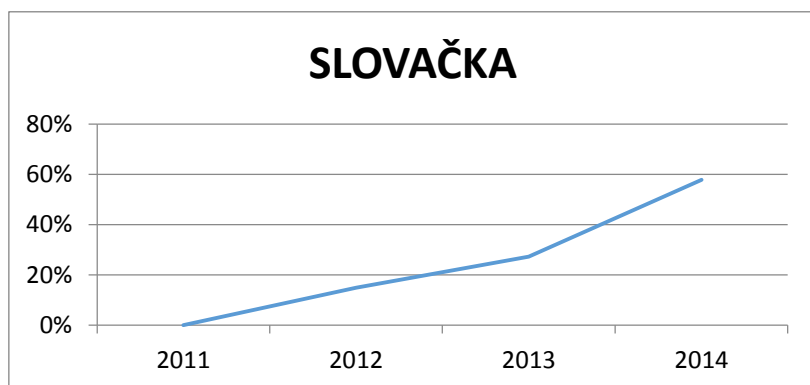


Grafikon 10: Izvoz ABC sira na tržište Makedonije

Izvor: Službeni podatci Belja d.d.

Iz prikazanog grafikona 10. izvoz ABC svježeg krem sira u Makedoniji iznosio je 2011. godine 30%. Sljedećih dvije godine je znatno opao, 2013. godine iznosio je svega nešto više od 10% izvoza., razlog opadanja su problemi sa distributerima i prijevozom. Izvoz ABC svježeg krem sira je znatno porastao u 2014. godini.

Izvoz ABC svježeg krem sira na tržištu Slovačke nije bio prisutan sve do 2011. godine. Od 2011. godine izvoz ABC svježeg krem sira bilježi znatan porast.

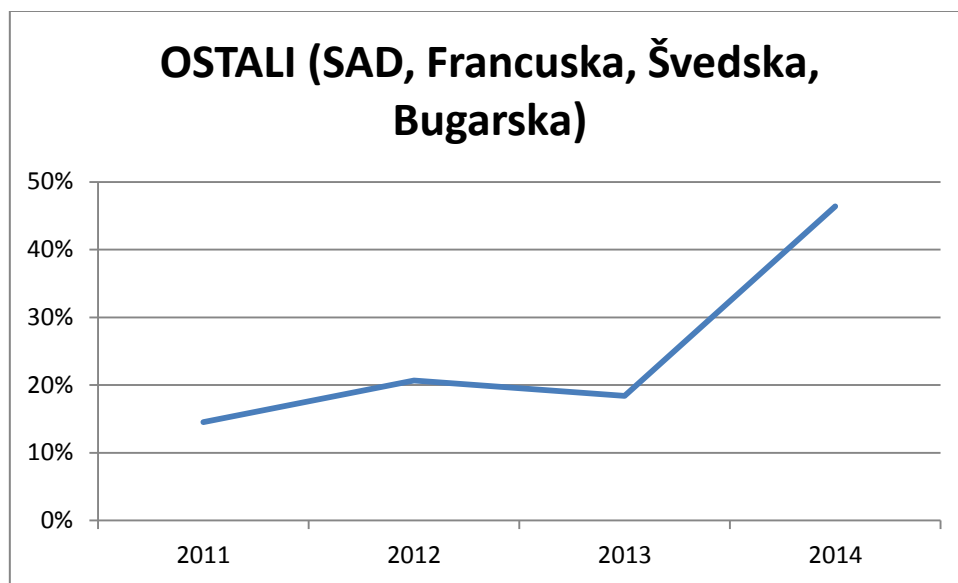


Grafikon 11: Izvoz ABC sira na tržište Slovačke

Izvor: Službeni podatci Belja d.d.

U Slovačkoj se 2011. godine nije izvozilo, ali je do 2012. godine izvoz narastao na 15%. 2013. godine izvoz ABC svježeg krem sira u Slovačkoj iznosio je 27% i rastao je do 2014 godine kada je iznosio 58% izvoza.

Belje d.d. počinje izvoziti ABC svježi krem sir i na ostala tržišta kao što su Sjedinjene Američke Države, Francuska, Švedska i Bugarska. Iz prikazanog grafikona vidljivi su postotci izvoza.



Grafikon 12: Izvoz ABC sira na tržište ostalih zemalja

Izvor: Službeni podatci Belja d.d.

Iz prikazanog grafikona 12. izvoz ABC svježeg krem sira u ostalim zemljama kao što su SAD, Francuska, Bugarska i Švedska 2011. godine iznosio je nešto manje od 20 % i taj postotak je bio prisutan i sljedeće dvije godine. 2014. godine porastao je preko 40 %.

## 10. Zaključak

Belje d.d. smješteno u Baranji ima svoju mljekaru u kojoj od pažljivo biranog i kontroliranog mlijeka s farmi Belja nastaje ABC svježi krem sir. U svom sastavu ima samo mlijeko, vrhnje i sol. Njegov ugodan mliječni okus i miris, specifična aroma i laka mazivost osigurali su mu mjesto vrhunskog proizvoda omiljenog kod potrošača svih generacija. Kao izvor visokokvalitetnih proteina i esencijalnih masnih kiselina te vitamina A i D, bitan je za ukupan dnevni unos minerala kalcija, što je od posebne važnosti za rast i očuvanje zdravlja kostiju. Prateći svjetske trendove na tržištu sirnih namaza, linija ABC svježeg krem sira obogaćena je okusima šunke, paprike, povrća i vlasca koje su detaljnije opisane u ovom radu. Proizvodnja ABC sira konstantno raste. Proizvodnja svježeg krem sira blago opada krajem 2013 godine i početkom 2014 godine. Razlog tome je proizvodnja drugim krem sireva. Izvoz i prodaja na stranim tržištima znatno je porasla nakon što je Republika Hrvatska ušla u Europsku Uniju. Prodaja na domaćem tržištu i dalje raste, ali znatnije raste prodaja na stranim tržištima što dovodi Belje u poziciju bolje konkurentnosti na tržištu. Ulaskom Agrokora u vlasničku strukturu Belja kontinuirano se radi na razvoju svih segmenata poslovanja. To konkretno znači da se kontinuirano radi na povećanju efikasnosti proizvodnje, razvijanju novih proizvoda, investiranju u novu opremu, povećanju kapaciteta proizvodnih linija, ulaganju u edukaciju zaposlenika, implementiranju suvremenih informacijskih sustava.

## **11. Sažetak**

U ovom radu istraženi su čimbenici izvoznog potencijala ABC svježeg krem sira. Analizirana je proizvodnja, prodaja u Hrvatskoj i tržišni potencijali u Srbiji, Makedoniji, Crnoj Gori, Slovačkoj i ostalim zemljama. Ulaskom Hrvatske u Europsku Uniju izvoz ABC svježeg krem sira znatno je porastao te bilježi veći porast na stranim tržištima nego u Hrvatskoj. Najveći izvoz ABC svježeg krem sira je na tržištu Bosne i Hercegovine koji iznosi preko 60% od ukupno izvoza. Od 2011. godine do 2014. godine prodaja i izvoz ABC svježeg krem sira kontinuirano raste, kako na domaćem tržištu tako i na stranim tržištima. U budućnosti Belje d.d. planira i dalje povećati svoje poslovanje i plasman ABC svježeg krem sira na nova tržišta kao što su Ujedinjeni Arapski Emirati.

## **12. Summary**

In this paper factors of the export potential of ABC fresh cream cheese is explored. Analyzed are production and sales in Croatia and market potential in Serbia, Macedonia, Montenegro, Slovakia and other countries. With the Croatian entry into the European Union the export of ABC fresh cream cheese grew significantly and it recorded a greater increase in foreign markets than in Croatia. The largest export of ABC fresh cream cheese is in the market of Bosnia and Herzegovina, which is over 60% of total exports. From 2011 to 2014 sales and export of ABC fresh cream cheese grows steadily in domestic and foreign markets. Over the years export and sale of ABC fresh cream cheese grows more in foreign markets than in the domestic market. In the future Belje d.d. plans to continue to increase their management and placement of ABC fresh cream cheese into new markets such as the United Arab Emirates.

## 13. Literatura

### Časopisi:

- Glasilo zaposlenika Belje d.d. (2015). ABC sir osvojio superiro taste award s tri zvjezdice, *Info 11*, Broj volumena (11/lipanj), str.9.
- Kostelić Kuhar, D. (2015). Jedinstvenost u jednostavnosti, *Mlijeko i ja*, Broj volumena 1/svibanj, str.26.
- Lapac D. (2015). Stalnim ulaganjima i praćenjem trendova do veće profitabilnosti, *Zemlja*, Volumena 88/studeni, str. 18-19.

### Internet:

- Belje d.d., 2013., Dostupno na: <http://www.belje.hr/onama/povijest.asp>, (Pristupljeno: 26.06.2015)
- Belje d.d., 2013, Dostupno na: [http://www.belje.hr/djelatnosti/pi/tvornica\\_mlijecnih\\_proizvoda.asp](http://www.belje.hr/djelatnosti/pi/tvornica_mlijecnih_proizvoda.asp), (Pristupljeno: 26.06.2015.).
- Belje d.d., 2015, ABC svježi krem sir, Dostupno na: <http://www.abcsir.hr/pregled-proizvoda/abc-svje%C5%BEi-krem-sir/1>, (Pristupljeno: 26.06.2015.).
- Belje d.d., 2015, ABC Vlasac, Dostupno na: <http://www.abcsir.hr/pregled-proizvoda/abc-svje%C5%BEi-krem-sir-vlasac/2>, (Pristupljeno: 26.06.2015.).
- Belje d.d., 2015, ABC sir Šunka, Dostupno na: <http://www.abcsir.hr/pregled-proizvoda/abc-svje%C5%BEi-krem-sir-%C5%A1unka/3>, (Pristupljeno: 26.06.2015.)
- Belje d.d., 2015, ABC Povrće, Dostupno na: <http://www.abcsir.hr/pregled-proizvoda/abc-svje%C5%BEi-krem-sir-povr%C4%87e/4>, (Pristupljeno: 26.06.2015.).
- Belje d.d., 2015, ABC Mediteran, Dostupno na: <http://www.abcsir.hr/pregled-proizvoda/abc-svje%C5%BEi-krem-sir-mediteran/5>, (Pristupljeno: 26.06.2015.).
- Belje d.d., 2015, Priča o ABC siru, Dostupno na: <http://www.abcsir.hr/pri%C4%8Da-o-abc-siru/4-11>, (Pristupljeno: 30.06.2015.).

- Dukat d.d., 2010, Zdravlje iz sira, Dostupno na: <http://www.dukat.hr/magazin/pravilna-prehrana/zdravlje-iz-sira>, (Pristupljeno: 30.06.2015.).
- Graco, Dostupno na: <http://www.graco.com/hr/hr/products/application/bonding-and-sealing/sealing.html>, (Pristupljeno: 26.06.2015.).
- HMU, Volarić I., 2013, Primarna proizvodnja mlijeka, Dostupno na: [http://www.hmu.hr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=293&Itemid=72&lang=hr](http://www.hmu.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=293&Itemid=72&lang=hr), (Pristupljeno: 30.06.2015).
- Sedlar M., 2013., Mliječni namazi, *Progressive*, Dostupno na: <http://www.progressive.com.hr/Kategorije/prehrana/4708-mlijeni-namazi.html>, (Pristupljeno: 25.06.2015).



## 14. Popis tablica

Tablica 1: Udio pojedinih tvari u ABC svježem krem siru.....	13
Tablica 2: Udio pojedinih tvari u ABC siru s vlascem .....	16
Tablica 3: Udio pojedinih tvari u ABC siru sa šunkom .....	17
Tablica 4: Udio pojedinih tvari u ABC siru s povrćem.....	18
Tablica 5: Udio pojedinih tvari u ABC siru Mediteran.....	19
Tablica 6: Prikaz udjela prodaje po tržištima .....	26

## 15. Popis slika

Slika 1: Shema procesa proizvodnje ABC sira .....	6
Slika 2: Zaprimanje mlijeka .....	7
Slika 3: Linija zaprimanja mlijeka .....	8
Slika 4: Tankovi za mlijeko .....	8
Slika 5: Pasterizatori.....	9
Slika 6: Priprema mlijeka za proizvodnju .....	9
Slika 7: Hermertirani tankovi .....	10
Slika 8: Ambalaža ABC svježeg krem sira .....	13
Slika 9: Ambalaža ABC vlasac svježeg krem sira .....	16
Slika 10: Ambalaža ABC šunka svježeg krem sira.....	17
Slika 11: Ambalaža ABC svježeg krem sira s povrćem .....	18
Slika 12: Ambalaža ABC Mediteran svježeg krem sira.....	19

## 16. Popis grafikona

Grafikon 1: Udio u proizvodnji krem linije po ambalaži i vrsti ABC svježeg krem sira 2013. ....	14
Grafikon 2: Udio u proizvodnji krem linije po ambalaži i vrsti ABC svježeg krem sira 2014. ....	15
Grafikon 3: Prikaz rasta proizvodnje ABC sira.....	23
Grafikon 4: Prikaz prodaje ABC svježeg krem sira na domaćem tržištu .....	24
Grafikon 5: Prikaz usporedbe domaćeg tržišta i izvoza ABC svježeg krem sira .....	25
Grafikon 6: Izvoz ABC sira na tržište Bosne i Hercegovine.....	27
Grafikon 7: Izvoz ABC sira na tržište Srbije.....	28
Grafikon 8: Izvoz ABC sira na tržište Slovenije .....	28
Grafikon 9: Izvoz ABC sira na tržište Crne Gore .....	29
Grafikon 10: Izvoz ABC sira na tržište Makedonije .....	30
Grafikon 11: Izvoz ABC sira na tržište Slovačke .....	30
Grafikon 12: Izvoz ABC sira na tržište ostalih zemalja .....	31

**Izvozni potencijal „ABC” svježeg krem sira, Belje d.d.**  
**Igor Gorup**

**Sažetak**

U ovom radu istraženi su čimbenici izvoznog potencijala ABC svježeg krem sira. Analizirana je proizvodnja, prodaja u Hrvatskoj i tržišni potencijali u Srbiji, Makedoniji, Crnoj Gori, Slovačkoj i ostalim zemljama. Ulaskom Hrvatske u Europsku Uniju izvoz ABC svježeg krem sira znatno je porastao te bilježi veći porast na stranim tržištima nego u Hrvatskoj. Najveći izvoz ABC svježeg krem sira je na tržištu Bosne i Hercegovine koji iznosi preko 60% od ukupnog izvoza. Od 2011. godine do 2014. godine prodaja i izvoz ABC svježeg krem sira kontinuirano raste, kako na domaćem tržištu tako i na stranim tržištima. Tijekom godina izvoz i prodaja ABC svježeg krem sira rastu više nego prodaja na domaćem tržištu. U budućnosti Belje d.d. planira i dalje povećati svoje poslovanje i plasman ABC svježeg krem sira na nova tržišta kao što su Ujedinjeni Arapski Emirati.

**Rad je izrađen pri:** Poljoprivredni fakultet u Osijeku

**Mentor:** izv. prof. dr. Ružica Lončarić

**Broj stranica:**38

**Broj grafikona i slika:** 23

**Broj tablica:** 6

**Broj literaturnih navoda:** 15

**Broj priloga:** 0

**Jezik izvornika:** Hrvatski

**Ključne riječi:** Belje, mlijeko, sir, izvoz, tržište

**Datum obrane:**

**Stručno povjerenstvo za obranu:**

1. Prof.dr.sc. Krunoslav Zmaić, predsjednik
2. Izv.prof.dr.sc. Ružica Lončarić, mentor
3. Prof.dr.sc. Pero Mijić, član

**Rad je pohranjen u:** Knjižnica Poljoprivrednog fakulteta u Osijeku, Sveučilištu u Osijeku, Kralja Petra Svačića 1d.40

**Export potential of „ABC” fresh cream cheese, Belje d.d**  
**Igor Gorup**

**Abstract:**

I this paper factors of the export potential of ABC fresh cream cheese is explored. Analyzed are production and sales in Croatia and market potential in Serbia, Macedonia, Montenegro, Slovakia and other countries. With the Croatian entry into the European Union the export of ABC fresh cream cheese grew significantly and it recorded a greater increase in foreign markets than in Croatia. The largest export of ABC fresh cream cheese is in the market of Bosnia and Herzegovina, which is over 60% of total exports. From 2011 to 2014 sales and export of ABC fresh cream cheese grows steadily in domestic and foreign markets. Over the years export and sale of ABC fresh cream cheese grows more in foreign markets than in the domestic market. In the future Belje d.d. plans to continue to increase their management and placement of ABC fresh cream cheese into new markets such as the United Arab Emirates.

**Thesis performed at:** Faculty of Agriculture in Osijek

**Mentor:** izv. prof. dr. Ružica Lončarić

**Number of pages:** 38

**Number of figures:** 23

**Number of tables:** 6

**Number of references:** 15

**Number of appendices:** 0

**Original in:** Croatian

**Key words:** Belje, milk, cheese, export market

**Thesis defended on date:**

**Reviewers:**

1. Prof.dr.sc. Krunoslav Zmaić, president
2. Izv.prof.dr.sc. Ružica Lončarić, mentor
3. Prof.dr.sc. Pero Mijić, member

**Thesis deposited at:** Library, Faculty of Agriculture in Osijek, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Kralja Petra Svačića 1d.