

Ranković N., Glavonjić B., Oblak L. and Petrović S. 2007. *Trends of wood window and door consumption in Spain, France and Germany as elements of strategy for their export from Serbia*. Bulletin of the Faculty of Forestry 96: 83-95.

Ненад Ранковић
Бранко Главоњић
Леон Облак
Славица Петровић

UDK: 674.21
Оригинални научни рад

ТРЕНДОВИ ПОТРОШЊЕ ПРОЗОРА И ВРАТА ОД ДРВЕТА У ШПАНИЈИ, ФРАНЦУСКОЈ И НЕМАЧКОЈ И СТРАТЕГИЈА ЊИХОВОГ ИЗВОЗА ИЗ СРБИЈЕ

Извод: У раду су представљени резултати анализе економетријских и модела тренда потрошње прозора и врата од дрвета у Шпанији, Француској и Немачкој у периоду 2008-2012. године. Резултати анализе су од значаја у процесу креирања стратегије извоза изабраних производа од дрвета из Србије на тржишта посматраних земаља. За свако од наведених тржишта дате су основне препоруке у погледу могућности извоза прозора и врата од дрвета из Србије, потребни предуслови и препоруке наступа домаћих произвођача за свако од изабраних тржишта.

Кључне речи: потрошња, прогноза, прозори, врата, дрво, тржиште

TRENDS OF WOOD WINDOW AND DOOR CONSUMPTION IN SPAIN, FRANCE AND GERMANY AS ELEMENTS OF STRATEGY FOR THEIR EXPORT FROM SERBIA

Abstract: The paper gives results of the analysis of econometric models and trends of wood window and door consumption in Spain, France and Germany in the period 2008-2012. The results of the analysis are important for the process of creating export strategy for the chosen wood products from Serbia on the markets of the chosen countries. For each of the abovementioned markets, main recommendations in view of the possibilities for wood windows and doors export from Serbia are given, as well as the recommendations for the appearance of domestic producers on each of the chosen markets.

Key words: consumption, estimation, windows, doors, wood, market

др Ненад Ранковић, ред. професор, Универзитет у Београду - Шумарски факултет, Београд
др Бранко Главоњић, ван. проф., Универзитет у Београду - Шумарски факултет, Београд
др Леон Облак, доцент, Биотехнички факултет, Љубљана
др Славица Пејровић, асистент, Универзитет у Београду - Шумарски факултет, Београд

1. УВОД

Процес креирања стратегије извоза сваког производа, па самим тим и прозора и врата од дрвета, обухвата већи број различитих елемената. Један од важнијих представља познавање кретања одређених појава у будућем периоду који обично није краћи од пет, а најчешће обухвата 10 година. У условима глобализације и изражене конкуренције на међународном тржити (Главоњић, Петровић, 2003), познавање кретања одређених појава у наредном периоду на одређеном тржишту је од изузетне важности за доношење исправних пословних одлука. У том смислу први корак од кога се полази у процесу доношења одлука о извозу одређених производа на одређено тржиште представља прогноза развоја потрошње, али и тржишни захтеви и услови које је потребно испунити да би се постигао одговарајући успех.

2. ПРЕДМЕТ И ЦИЉ РАДА

Основни предмет истраживања у овом раду представљају потрошња прозора и врата од дрвета у Шпанији, Француској и Немачкој. Овакав избор су определили фактори као што су: могућности постизања обима производње, могућности задовољавања стандарда на страним тржиштима, потрошња на циљним тржиштима, итд. Основни циљ истраживања је да се изради прогноза потрошње изабраних производа за свако посматрано тржиште, у периоду од 2008-2012. године, да би се креирала исправна стратегија извоза ових производа из Србије на дата тржишта.

Прогноза би се заснивала на формираним економетријским моделима тренда (Главоњић, Ранковић, 2003) потрошње и њиховој анализи. Тиме би се формирала објективна представа о кретањима на циљним тржиштима, а добијени закључци би се заснивали на чврстим нумеричким показатељима (Ранковић, 1996).

3. МЕТОД РАДА И ОБРАДА ПОДАТАКА

За потребе прогнозирања тржишне ситуације за три одабране земље, коришћена је метода моделовања, а уз њу још и методе регресионе и корелационе анализе и анализе тренда (Ранковић, Главоњић, 2004), као и класичне методе логичког закључивања (анализа и синтеза, апстракција и конкретизација, индукција и дедукција, итд.). За тестирање квалитета добијених модела коришћени су коефицијент детерминације (R^2), коефицијент корелације (R), t -статистике добијених параметара (дати у заградама испод израчунатих вредности параметара) и Фишера F -статистика (Јовичић, 1981).

Прикупљени подаци (табела 1) су коришћени за конструисање модела тренда потрошње, који су затим анализирани, а на бази овако извршене анализе дошло се до одређених закључака који су послужили за доношење препорука о могућим стратегијама наступа на овим тржиштима.

Табела 1. Вредност потрошње прозора и врата од дрвета у Шпанији, Француској и Немачкој
Table 1. Wooden windows and doors consumption value in Spain, France and Germany

Година Year	Прозори од дрвета Wooden windows			Врата од дрвета Wooden doors		
	Шпанија Spain	Француска France	Немачка Germany	Шпанија Spain	Француска France	Немачка Germany
	mil. US\$		mil. €	mil. US\$	mil. €	
1996.	92,9	516,722	1.503,969	629,820	553,402	1.421,012
1997.	91,8	478,254	1.546,640	587,833	566,807	1.443,826
1998.	117,2	402,342	1.500,894	787,057	576,572	1.478,242
1999.	121,1	410,164	1.483,002	778,734	545,481	1.385,095
2000.	125,7	453,286	1.336,596	875,348	643,440	1.353,192
2001.	141,6	446,128	1.132,784	874,173	678,476	1.190,160
2002.	187,5	447,838	992,713	1.154,104	704,409	1.016,377
2003.	218,5	489,118	931,670	1.517,935	715,408	986,335
2004.	228,5	467,335	869,809	1.698,885	757,076	976,851
2005.	/	438,555	743,328	/	794,706	906,278
\bar{X}	147,200	454,974	1.204,141	989,321	653,578	1.215,737
i_x	12,16%	-0,25%	-8,6%	12,8%	4,4%	-6,0%
ΔX	18,06 mil. US\$	-1,46 mil. US\$	-97,60 mil. €	131,60 mil. US\$	28,54 mil. €	-70,49 mil. €

Извор: Статистички годишњаци Шпаније, Француске и Немачке и калкулације аутора
Source: Statistical Yearbook of Spain, France and Germany and calculation by authors

Легенда / Legend: \bar{X} - просек / average, i_x - просечна годишња стопа раста / average growth index per year, ΔX - просечан годишњи апсолутни раст / average absolute growth per year

4. АНАЛИЗА ДОБИЈЕНИХ МОДЕЛА ТРЕНДА

Трендови потрошње су рађени за више могућих облика регресионих кривих. У свим случајевима, изузев код потрошње прозора од дрвета у Француској (показује особине константе у посматраном периоду, па модел није приказан), на основу примењених тестова ваљаности регресија, као најповољнији идентификован је експоненцијални облик. У том смислу су и све прогнозе и судови базирани на тако формираном експоненцијалном тренду.

Модели тренда посматраних величина по земљама, имају следећи изглед:

$$\begin{aligned}
 & \text{прозори од дрвета} \\
 & P_{PS} = 76,006 \cdot 1,129^t, \\
 & \quad (73,1) (11,56) \\
 & R^2 = 0,95 \quad R = 0,98 \quad F_{(9,8)} = 133,67,
 \end{aligned}$$

$$P_{PN} = 1.868,874 \cdot 0,918^t,$$

$$(145,72) (-10,28)$$

$$R^2=0,93 \quad R=0,96 \quad F_{(10,9)}=133,67,$$

врата од дрвета

$$P_{VS} = 489,334 \cdot 1,137^t,$$

$$(74,49) (8,68)$$

$$R^2=0,92 \quad R=0,96 \quad F_{(9,8)}=75,38,$$

$$P_{VF} = 510,056 \cdot 1,044^t,$$

$$(213,67) (9,26)$$

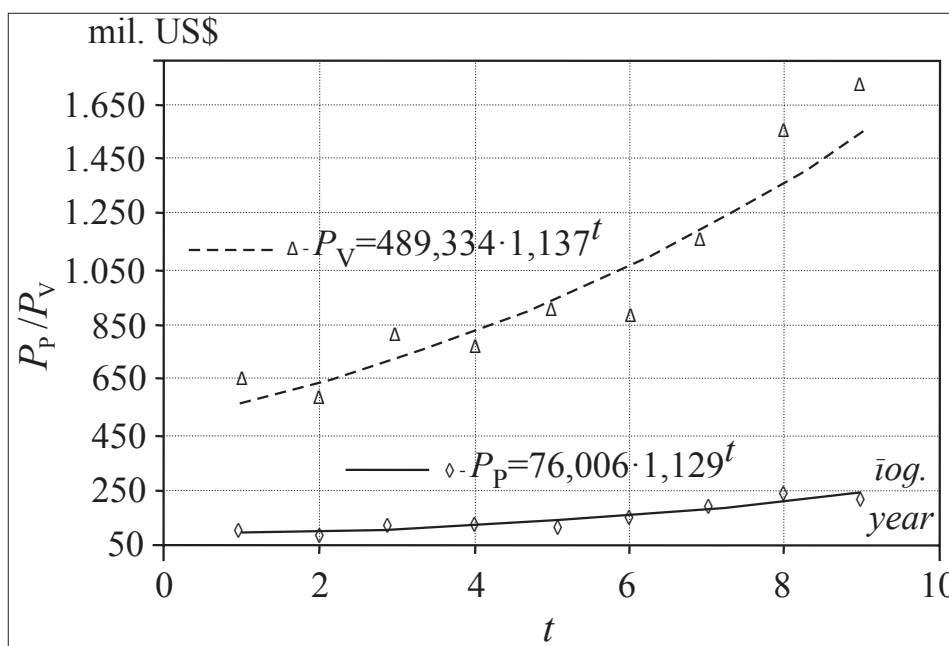
$$R^2=0,92 \quad R=0,96 \quad F_{(10,9)}=85,68,$$

$$P_{VN} = 1.661,994 \cdot 0,942^t,$$

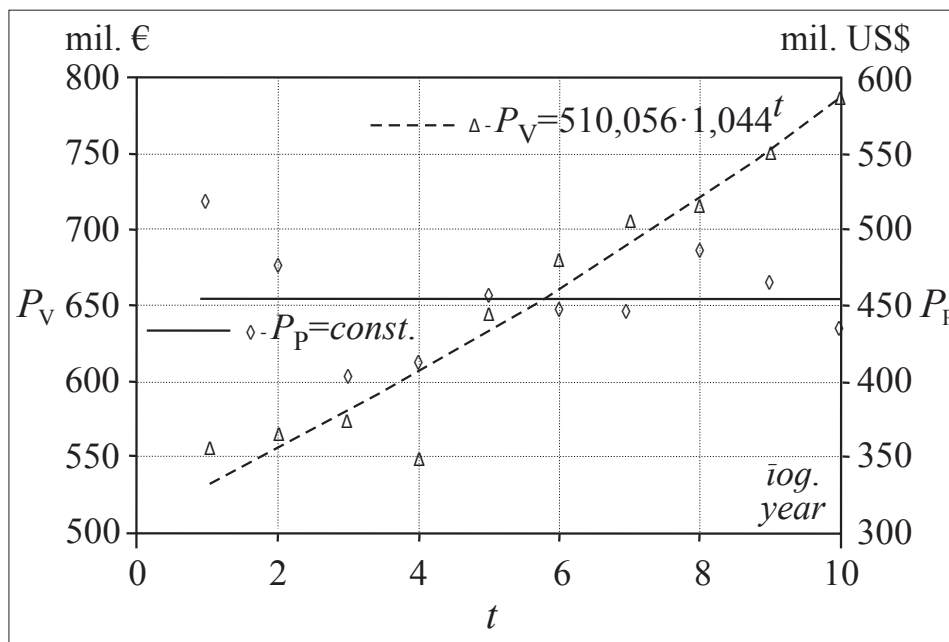
$$(167,39) (-8,37)$$

$$R^2=0,93 \quad R=0,96 \quad F_{(10,9)}=119,03,$$

где су: P_{PS} - вредност потрошње прозора од дрвета у Шпанији, P_{PN} - вредност потрошње прозора од дрвета у Немачкој, P_{VS} - вредност потрошње врата од дрвета у Шпанији, P_{VF} - вредност потрошње врата од дрвета у Француској, P_{VN} - вредност потрошње врата од дрвета у Немачкој и t - време (у годинама).



Графикон 1. Вредност потрошње прозора и врата од дрвета у Шпанији
Figure 1. Wooden windows and doors consumption value in Spain



Графикон 2. Вредност потрошње прозора и врата од дрвета у Француској
 Figure 2. Wooden windows and doors consumption value in France

У табели 2 дате су прогнозиране вредности потрошње за наредних 5 година (период од 2008-2012. год.) на бази приказаних модела тренда.

Табела 2. Прогнозиране вредности потрошње прозора и врата од дрвета у Шпанији, Француској и Немачкој

Table 2. Prognosis of wooden windows and doors consumption value in Spain, France and Germany

Година Year	Прозори од дрвета Wooden windows		Врата од дрвета Wooden doors		
	Шпанија Spain	Немачка Germany	Шпанија Spain	Француска France	Немачка Germany
	mil. US\$	mil. €	mil. US\$	mil. €	
2008.	369,442	614,120	2.593,034	898,182	764,089
2009.	417,224	563,734	2.947,923	938,140	719,753
2010.	471,186	517,482	3.351,383	979,876	677,990
2011.	532,127	475,025	3.810,061	1.023,469	638,650
2012.	600,950	436,051	4.331,515	1.069,002	601,593

Извор: оригинал
 Source: original

Вредност потрошње прозора од дрвета у Шпанији ће расти у просеку за око 12,2% годишње.

Закључак: могуће је учествовати у снабдевању овог тржишта прозорима од дрвета. С обзиром на изузетно чврсту повезаност потрошње и увоза, као и чињеницу да у структури увоза прозора у Шпанији доминантно место заузимају прозори од дрвета, очекивања су да ће у периоду 2008-2012. год. расти њихово учеће у укупном увозу прозора. Експанзија потрошње прозора од дрвета који се увозе из Мађарске показује да су потрошачи у Шпанији прихватили овај производ као производ који долази из региона Југоисточне Европе, што представља значајну погодност на коју је потребно рачунати приликом креирања стратегије њиховог извоза из Србије (Главоњић *et al.*, 2006).

Предуслови: остварити стандардни квалитет производа и обезбедити одговарајуће количине.

Наступ: базирати на количинама и нижим ценама од конкурената, јер је тржиште у фази експанзије (раста потрошње) и, поред задовољења барем минимума стандарда квалитета, пресудни утицај за успех на овом тржишту (Главоњић *et al.*, 2005/6, 2006) могу да имају цене, количине и рокови испоруке. С обзиром да се мало-продаја, највећим делом, остварује преко локалних стоваришта и складишта које држе велетрговци који „једини“ имају сопствене канале дистрибуције преко којих продају остварује највећи број малих произвођача у Шпанији, то је неопходно да извозници из Србије остваре сарадњу управо са велетрговинама. Ово тим пре што се увоз прозора у Шпанију остварује искључиво преко велетрговина које контролишу овај сегмент спољнотрговинске размене.

Вредност потрошње прозора од дрвета у Француској је стабилна и скоро на константном нивоу.

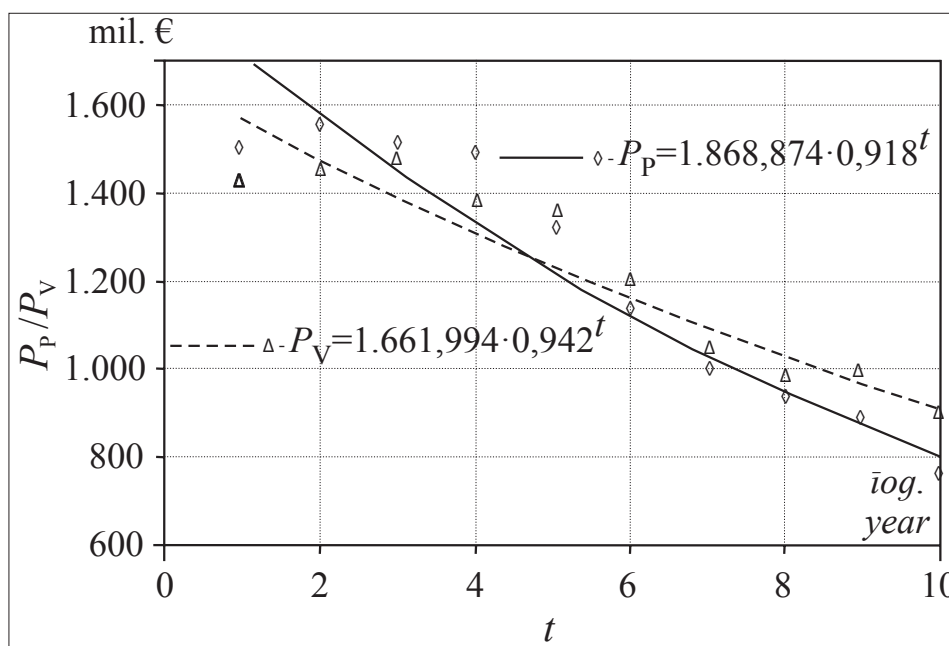
Закључак: веома су отежане могућности за учествовање у снабдевању овог тржишта, јер је оно, са једне стране, веома засићено и на њему већ делују бројни дистрибутери, са друге стране. То потврђује и релативно мало учешће увоза у потрошњи прозора. Удео увоза у потрошњи прозора од дрвета у Француској у просеку износи 7,16%, а просечна годишња стопа раста овог удела износила је 1,18% (период 1997-2005. године). Очекивања су да ће, са постојећег нивоа, учешће вредности увоза у укупној вредности потрошње расти за 1,18% годишње. То говори да ће са нивоа од око 8,5% у 2005. год. за 10 година (2015. год.) вредност увоза највероватније премашити ниво од 10% учешћа у укупној вредности потрошње. Прогнозе о благом расту увоза пружају одређену шансу извозницима из Србије али уз задовољење предуслова који се односе на изузетно висок квалитет производа, приступачне цене и одговарајући асортиман производа (Облак *et al.*, 2007). При томе, тржишни наступ треба базирати на изузетном квалитету производа и знатно нижим ценама од конкурената у истој класи квалитета, а уз стриктно поштовање рокова испоруке. За највећи број произвођача из Србије једна од опција наступа на овом тржишту је могућност индиректног наступа, преко неког од већих постојећих дистрибутера, при

чему фактори изузетног квалитета, нижих цена и стабилних рокова испоруке и даље важе.

Вредност потрошње прозора од дрвета у Немачкој је у опадању (у просеку око 8,6% годишње) и скоро да нема места оптимизму у погледу измене ситуације.

Закључак: изузетно су отежане могућности за учествовање у снабдевању овог тржишта. Тешкоће су и веће него у Француској, без обзира што је апсолутна вредност потрошње знатно изнад Француске (више од 3 пута већа вредност потрошње од Француске).

Важна карактеристика немачког тржишта прозора (Главоњић, 2006) јесте различита потражња у различитим деловима земље. Потражња за прозорима већа је на југу и западу, а мања на северу и истоку земље. Источна Немачка учествовала је са 1,9 милиона јединица у укупној потрошњи прозора у 2005. години, што је представљало свега 15,1%. Друга важна карактеристика овог тржишта представља стални притисак на произвођаче у погледу смањења цена због све оштрије конкуренције од стране произвођача из источно-европских земаља, посебно из Пољске, Мађарске и Босне и Херцеговине. Произвођачи из Кине, за сада, још увек не представљају озбиљне конкуренте домаћим произвођачима с обзиром на малу вредност увоза прозора из ове земље. С друге стране стални раст цена улазних компоненти додатно отежава ситуацију на тржишту домаћим произвођачима смањујући им профитабилност у



Графикон 3. Вредност потрошње прозора и врата од дрвета у Немачкој
Figure 3. Wooden windows and doors consumption value in Germany

њиховом пословању. Због раста цена сирове нафте током 2004. и 2005. год. порасле су цене пластичних профила што је утицало на повећање трошкова производње ПВЦ прозора за око 30% (Главоњић, 2005). Слична ситуација била је и код производње прозора од алуминијума чији су трошкови производње порасли за око 20%. У производњи прозора од дрвета порасли су трошкови производње због раста цена неких дрвених врста, а највише због раста цена мерантија који представља најзаступљенију тропску дрвну врсту у производњи прозора.

Предуслови: све наведено упућује на закључак да је потребно обезбедити екстра висок квалитет производа са умереним ценама, да би се остварио одговарајући пословни резултат на овом тржишту.

Наступ: заснивати на екстра високом квалитету производа и знатно нижим ценама од конкурената у истој класи квалитета, а уз стриктно поштовање рокова испоруке. Такође, наступ на овом тржишту би морао да буде изузетно квалитетно маркентишки подржан. Као једна од опција, постоји и могућност индиректног наступа, преко неког већ стабилизованог снабдевача, као његов подизвођач, при чему фактори екстра високог квалитета, нижих цена и стабилних рокова испоруке и даље важе.

Вредност потрошње врата од дрвета у Шпанији ће расти у просеку за око 12,8% годишње.

Закључак: могуће је учествовати у снабдевању тржишта Шпаније вратима од дрвета.

Предуслови: остварити стандардни квалитет производа и обезбедити одговарајуће количине.

Наступ: базирати на количинама и нижим ценама од конкурената, јер је тржиште у фази експанзије (раста потрошње) и, поред задовољења барем минимума стандарда квалитета, пресудни утицај на успех на овом тржишту могу да имају цене, количине и рокови испоруке. Резултати анализе тржишта (Главоњић, 2005) показују да постоје реалне могућности извоза унутрашњих и спољашњих врата из Србије при чему у сегменту спољашњих врата доминира храст, као и изражена потражња за армираним, акустичним и ватроотпорним вратима. У погледу дистрибуције неопходно је остварити сарадњу са снабдевачима преко којих се остварује највећи промет ових производа у Шпанији.

Вредност потрошње врата од дрвета у Француској ће расти у просеку за око 4,4% годишње.

Закључак: могуће је учествовати у снабдевању тржишта Француске вратима од дрвета.

Предуслови: остварити стандардни квалитет производа и обезбедити одговарајуће количине.

Наступ: базирати на количинама и нижим ценама од конкурената, јер је тржиште у фази експанзије (раста потрошње), па пресудни утицај на успех на тржишту ових производа могу да имају цене, количине и рокови испоруке (уз задовољење барем минимума стандарда квалитета).

Табела 3. Анализа тржишта
Table 3. Market analysis

Производ Product	Земља Country	i_x	Закључак Conclusion	Предуслов Prerequisite	Стратегија наступа Strategy of appearance
		%			
Прозори од дрвета Wooden windows	Шпанија Spain	12,2	могућ наступ	– стандардни квалитет и цене – одговарајуће количине – рокови испоруке	– квалитет и цене – количине – рокови испоруке
	Француска France	/	сужене могућности за наступ	– виши квалитет од стандарда – ниске цене – одговарајуће количине – рокови испоруке	– квалитет – ниже цене – маркетинг
	Немачка Germany	–8,6	веома сужене могућности за наступ	– екстра висок квалитет – ниске цене – одговарајуће количине – рокови испоруке	– екстра квалитет – ниже цене – маркетинг – индиректно учешће
Врата од дрвета Wooden doors	Шпанија Spain	12,8	могућ наступ	– стандардни квалитет и цене – одговарајуће количине – рокови испоруке	– квалите и цене – количине – рокови испоруке
	Француска France	4,4	могућ наступ	– стандардни квалитет и цене – одговарајуће количине – рокови испоруке	– квалите и цене – количине – рокови испоруке
	Немачка Germany	–6,0	веома сужене могућности за наступ	– изузетан квалитет – ниске цене – одговарајуће количине – рокови испоруке	– изузетан квалитет – ниже цене – маркетинг – индиректно учешће

Извор: оригинал
Source: original

Вредност потрошње врата од дрвета у Немачкој је у опадању (просечно око 6% годишње) и скоро да нема места оптимизму у погледу измене ситуације.

Закључак: изузетно су отежане могућности за учествовање у снабдевању овог тржишта.

Предуслови: остварити екстра висок квалитет производа, умерене цене и обезбедити одговарајуће количине.

Наступ: базирати на изузетном квалитету производа и знатно нижим ценама од конкурената у истој класи квалитета, а уз стриктно поштовање рокова испоруке. Такође, наступ на овом тржишту би морао да буде веома квалитетно маркетиншки подржан (брендирани производ, добра реклама на медијима и сл.). Као једна од опција, постоји и могућност индиректног наступа, преко неког већ стабилизованог снабдевача, као његов подизвођач, при чему фактори екстра високог квалитета, нижих цена и стабилних рокова испоруке и даље важе.

На основу изнетих елемената могуће је препоручити произвођачима прозора и врата од дрвета из Србије да се, у овом тренутку, оријентишу на тржиште Шпаније, како по питању прозора тако и врата од дрвета. Раст потрошње и инсистирање на поштовању стандардних норми квалитета „иду на руку“ и мањим предузећима каквих, у овом тренутку, има релативно много у Србији.

На тржишта Француске, а посебно Немачке, веома је тешко наступити с обзиром на стабилну ситуацију у Француској и смањену потрошњу у Немачкој. То је у овом тренутку велика препрека за наступ, јер се већ постојећи снабдевачи не могу осећати сигурно и морају предузимати кораке на спречавању могућег настанка лоших финансијских резултата услед констатованог смањења обима потрошње. То практично онемогућава било ког новог учесника да без неких већих предности у односу на постојеће снабдеваче (надмоћан квалитет производа, ниска цена, одговарајуће количине, стриктни рокови испоруке) заузме место на овим тржиштима. Како наши произвођачи у овом тренутку са великим напорима испуњавају и основне стандарде квалитета, имају релативно високе трошкове производње и мали обим сопствене производње, тешко им се може препоручити да се упусте у продају на тржиштима Француске и Немачке.

Генерално гледано (табела 3), може се препоручити заједнички наступ више домаћих предузећа која би испоручивала производе уједначеног квалитета, а овако обједињавање испорука би ишло у корист повећања количина, лакшег поштовања рокова испоруке и смањења трошкова маркетинга.

5. ЗАКЉУЧЦИ

На основу извршене анализе и сагледавања токова кретања производње и потрошње прозора и врата од дрвета на тржиштима Шпаније, Француске и Немачке, могу се издвојити следећи закључци:

- вредност потрошње прозора од дрвета у Шпанији ће расти за око 12,2% годишње, па је могуће учествовати у снабдевању овог тржишта прозорима од дрвета, уз предуслов да се оствари стандардни квалитет производа и обезбеде одговарајуће количине, тако да наступ треба базирати на количинама и нижим ценама од конкурената и поштовању рокова испоруке;

- вредност потрошње прозора од дрвета у Француској је стабилна и скоро на константном нивоу, па су веома отежане могућности за учествовање у снабдевању овог тржишта, јер наступ треба базирати на изузетном квалитету производа и знатно нижим ценама од конкурената, уз стриктно поштовање рокова испоруке (реалнија је могућност индиректног наступа, преко неког од већих постојећих дистрибутера, као његов подизвођач);
- вредност потрошње прозора од дрвета у Немачкој је у опадању (просечно 8,6% годишње), па су отежане могућности снабдевања овог тржишта, јер је потребно обезбедити екстра висок квалитет производа са умереним ценама, уз стриктно поштовање рокова испоруке (реалнији је индиректни наступ, преко неког већ стабилизованог снабдевача, као његов подизвођач);
- вредност потрошње врата од дрвета у Шпанији ће расти у просеку за око 12,8% годишње, па је могуће учествовати у снабдевању овог тржишта, уз стандардни квалитет производа и обезбеђење одговарајућих количина, док наступ треба базирати на ценама, количинама и роковима испоруке;
- вредност потрошње врата од дрвета у Француској ће расти у просеку за око 4,4% годишње, па је могуће учествовати у снабдевању овог тржишта вратима од дрвета, уз предуслов да се оствари стандардни квалитет производа и обезбеде одговарајуће количине, а наступ треба базирати на количинама и нижим ценама од конкурената, као и поштовањем рокова испоруке;
- вредност потрошње врата од дрвета у Немачкој је у опадању (око 6% годишње, па је изузетно теко учествовати у снабдевању овог тржишта, јер је потребно остварити екстра висок квалитет производа, умерене цене и обезбедити одговарајуће количине (постоји могућност индиректног наступа, преко неког већ стабилизованог снабдевача, као његов подизвођач).

На основу тога, препоручује се произвођачима прозора и врата од дрвета из Србије да се примарно оријентишу на тржиште Шпаније, јер раст потрошње и инсистирање на поштовању стандардних норми квалитета могу задовољити и мања предузећа, каквих сада има много у Србији. На тржиштима Француске, а посебно Немачке, веома је тешко наступити с обзиром да потрошња у Француској не бележи озбиљнији раст, а у Немачкој је у опадању. То је у овом тренутку велика препрека за наступ, јер се већ постојећи снабдевачи не могу осећати сигурно и морају предузимати кораке на спречавању могућег настанка лоших финансијских резултата услед констатованог смањења обима потрошње. То практично онемогућава било ког новог учесника да без неких већих предности у односу на постојеће снабдеваче (надмоћан квалитет производа, ниска цена, одговарајуће количине, стриктни рокови испоруке) заузме место на овим тржиштима. Како наши произвођачи у овом тренутку са великим напорима испуњавају и основне стандарде квалитета, имају релативно високе трошкове производње и мали обим сопствене производње, тешко им се може препоручити да се упусте у продају на тржиштима Француске и Немачке.

Генерално гледано, може се препоручити заједнички наступ више домаћих предузећа која би испоручивала производе уједначеног квалитета, а овако обједињавање

испорука би ишло у корист повећања количина, лакшег поштовања рокова испоруке и смањења трошкова дистрибуције.

Напомена: Рад је финансиран средствима у оквиру пројекта ТР-6859 Министарства за науку и животну средину РС.

ЛИТЕРАТУРА

- Главоњић Б., Петровић С. (2003): *Тржиште прозора Европe - стање и трендови*, Прерада дрвета 3-4, Шумарски факултет - Универзитет у Београду, Београд (37-41)
- Главоњић Б., Ранковић Н. (2003): *Трендови производње и пошрошње букове обловине на европском тржишту*, Гласник Шумарског факултета 88, Универзитет у Београду - Шумарски факултет, Београд (61-75)
- Главоњић Б. *et al.* (2005/а): *Однос производње и пошрошње прозора од дрвета у Шпанији*, Прерада дрвета 12, Шумарски факултет - Универзитет у Београду, Београд (41-44)
- Главоњић Б. *et al.* (2005/б): *Утицај производње на пошрошњу дрвета од дрвета Шпаније*, Прерада дрвета 11, Шумарски факултет - Универзитет у Београду, Београд (7-11)
- Главоњић Б. *et al.* (2006): *Однос пошрошње и увоза прозора од дрвета у Шпанији*, Прерада дрвета 13, Шумарски факултет - Универзитет у Београду, Београд (49-52)
- Јовичић М. (1981): *Економетријски методи*, Савремена администрација, Београд
- Oblak L., Glavonjić B., Ranković N., Petrović S. (2007): *Relation between consumption and import of wooden windows in France*, Bulletin Faculty of Forestry 95, Belgrade University - faculty of Forestry, Belgrade (135-144)
- Ранковић Н. (1996): *Економика шумарства*, Шумарски факултет - Универзитет у Београду, Београд
- Ранковић Н., Главоњић Б. (2004): *Трендови извоза и увоза буковог дрвета у Србији*, Гласник шумарског факултета 90, Универзитет у Београду - Шумарски факултет, Београд (155-166)

Nenad Ranković
Branko Glavonjić
Leon Oblak
Slavica Petrović

TRENDS OF WOOD WINDOW AND DOOR CONSUMPTION IN SPAIN, FRANCE AND GERMANY AS ELEMENTS OF STRATEGY FOR THEIR EXPORT FROM SERBIA

Summary

Researches in this paper were performed for the purpose of observing wood window and door consumption in Spain, France and Germany in the period 2008-2012 so that, based on the research results, recommendations could be given to the producers from Serbia about the possibility for exporting their products onto the chosen markets.

Wood window and door consumption in Spain will increase during the period 2008-2012 at the rate of 12.2% annually for windows and 12.8% annually for doors. Concerning extremely strong connection between consumption and import, it is possible to participate in supplying this market with wood windows and doors from Serbia. Having in mind that retail trade is mostly realized through local storehouses and warehouses in the possession of wholesalers who are "the only ones" with their own distribution channels through which most small producers from Spain realize the sale, it is necessary for Serbian exporters to develop cooperation with those wholesale companies. The reason more for this is the fact that import of windows and doors into Spain is realized exclusively through wholesale business and dealers, who control this segment of foreign trade.

In view of exporting wood windows and doors into France, the possibilities for participating in supplying this market are aggravated since it is highly saturated and numerous distributors operate on it. The forecasts on slight increase of import provide certain chance to Serbian exporters, but with the fulfilment of preconditions referring to extremely high product quality, popular prices and adequate range of products. For most Serbian producers, one of the options for appearing on this market is the possibility of indirect appearance, through a bigger existing distributor, where factors of splendid quality, lower prices and stable delivery time still apply.

Value of wood window and door consumption in Germany is decreasing (in average about 8.6% annually for windows and about 6% annually for doors) and there is hardly any place for optimism in view of the situation change. The possibilities for participating in the supply of this market with the products from Serbia are extremely aggravated. Those obstacles are even bigger than in France regardless of the fact that absolute value of consumption is significantly above France, which makes it a bit more favourable.

Based on the above mentioned elements, it is possible to recommend wood window and door producers from Serbia to orient them to the Spanish market at the moment because the consumption of the mentioned products is expanding and the requirements in view of quality and prices are acceptable to domestic producers and exporters.

