

AGRIECONOMICA

AE GRO KONOMIKA



godina

47

broj

78

Novi Sad 2018.



DEPARTMAN ZA
EKONOMIKU
POLJOPRIVREDE I
SOCIOLOGIJU SELA

POLJOPRIVREDNI FAKULTET
UNIVERZITET U NOVOM SADU

www.agroekonomika.rs

AGROEKONOMIKA

AGRIECONOMICA

Novi Sad 2018

godina
47
broj 78

ČASOPIS DEPARTMANA ZA EKONOMIKU POLJOPRIVREDE I
SOCIOLOGIJU SELA POLJOPRIVREDNOG FAKULTETA
UNIVERZITETA U NOVOM SADU

Glavni i odgovorni urednik: dr Branislav Vlahović

Uređivački odbor:

dr Katarina Đurić
dr Dejan Janković
dr Todor Marković
dr Marina Novakov
dr Nebojša Novković

dr Vesna Rodić
dr Nedeljko Tica
dr Branislav Vlahović
dr Veljko Vukoje
dr Vladislav Zekić

dr Tihomir Zoranović

Redakcijski odbor:

dr Adrian Stancu, *Faculty of Economic Sciences, Ploiesti, Romania*
dr Dragi Dimitrievski, *Fakultet za zemjodelski nauki i hrana, Skopje, Republika Makedonija,*
dr Miomir Jovanović, *Biotehnički Fakultet, Podgorica, Crna Gora.*
dr Aleksandar Ostojić, *Poljoprivredni fakultet, Banja Luka, Republika Srpska, BiH.*
dr Ivo Grgić, *Agronomski fakultet, Zagreb, Hrvatska.*
dr Tinca Volk, *Ekonomski institut Slovenije, Ljubljana, Slovenija.*
dr Stanislav Zekić, *Ekonomski fakultet, Subotica, Srbija*
dr Radojka Maletić, *Poljoprivredni fakultet Beograd-Zemun, Srbija*
dr Vesna Popović, *Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd, Srbija*
dr Biljana Veljković, *Agronomski fakultet, Čačak, Srbija*

Sekretar redakcije: Dr Nataša Vukelić

Tehnički urednik: Dr Tihomir Zoranović

Lektor za engleski jezik: Mr Igor Cvijanović

Adresa uredništva - izdavač / Adress of Editorship - Publisher:

Poljoprivredni fakultet,
Departman za ekonomiku poljoprivrede i sociologiju sela,
Trg Dositeja Obradovića br. 8, 21000 Novi Sad, Srbija,
Tel: 021 458 138, 021 48 95 233, Fax: 021 63 50 822.

Web: <http://agroekonomika.rs>

Email: redakcija@agroekonomika.rs

Izlazi tromesečno

S A D R Ź A J

Vlahović Branislav, Užar Dubravka	
IZVOZ ŠEĆERA IZ SRBIJE – STANJE I PERSPEKTIVA	1
Matkovski Bojan, Erceg Vanja, Đokić Danilo, Kleut Žana	
POTENCIJALI IZVOZA JAGODASTOG VOĆA IZ SRBIJE	13
Pejanović Radovan	
PROBLEMI EKONOMSKE NEJEDNAKOSTI	23
Crnokrak Nevena, Njegovan Nikola, Tomaš Simin Mirela	
MERE PODRŠKE KORIŠĆENJU OBNOVLJIVIH IZVORA ENERGIJE: KOMPARATIVNI PRIKAZ	31
Otović Slavica, Demirović Dunja, Košić Kristina, Željka Miličić	
PREDUZETNIŠTVO I RURALNI TURIZAM.....	41
Јеремих Марија, Зекић Станислав, Матковски Бојан	
АСИМЕТРИЧНА ТРАНСМИСИЈА ЦЕНА У ЛАНЦУ СНАБДЕВАЊА ХРАНОМ	53
Todorović Saša	
EKONOMSKA EFIKASNOST RATARSKE PROIZVODNJE PORODIČNIH GAZDINSTAVA RAZLIČITE VELIČINE	63
Драгин Александра, Блешић Ивана, Пивац Татјана, Кошић Кристина, Демировић Дуња	
ЗНАЧАЈ МЕЂУСЕКТОРСКОГ ПОВЕЗИВАЊА УГОСТИТЕЉСТВА И ЛОКАЛНИХ ПОЉОПРИВРЕДНИХ ПРОИЗВОЂАЧА	73

C O N T E N T S

Vlahović Branislav, Užar Dubravka	
EXPORTS OF SUGAR FROM SERBIA – CURRENT STATE AND PERSPECTIVES ...	1
Matkovski Bojan, Erceg Vanja, Đokić Danilo, Kleut Žana	
POTENTIALS OF EXPORT OF BERRIES IN THE REPUBLIC OF SERBIA	13
Pejanović Radovan	
PROBLEMS OF ECONOMIC INEQUALITIES	23
Crnokrak Nevena, Njegovan Nikola, Tomaš Simin Mirela	
SUPPORT MEASURES FOR THE USE OF RENEWABLE ENERGY SOURCES: COMPARISON	31
Otović Slavica, Demirović Dunja, Košić Kristina, Željka Miličić	
ENTREPRENEURSHIP AND RURAL TOURISM	41
Јеремих Марија, Зекић Станислав, Матковски Бојан	
ASYMMETRIC PRICE TRANSMISSION IN THE FOOD SUPPLY CHAIN	53
Todorović Saša	
ECONOMIC EFFICIENCY OF CROP PRODUCTION ON DIFFERENT SIZED FAMILY FARMS	63
Dragin Aleksandra, Blešić Ivana, Pivac Tatjana, Košić Kristina, Demirović Dunja	
IMPORTANCE OF CONNECTION OF HOSPITALITY AND LOCAL AGRICULTURAL MANUFACTURERS	73

**Radovanović Maja, Veselinović Janko,
Radovanović Tanja**

UTICAJ NACIONALNE KULTURE NA
PRIMENU POZITIVNOG
ZAKONODAVSTVA O ZADRUGAMA 85

Гарић-Петровић Гордана

ДОПРИНОС КОСТЕ ГЛАВИНИЋА
УНАПРЕЂЕЊУ ПОЉОПРИВРЕДЕ У
СРБИЈИ 99

Симоновић Зоран

КАЛЕНДАР ПОЉОПРИВРЕДНИХ
РАДОВА У ВИЗАНТИЈИ У X ВЕКУ 109

**Radovanović Maja, Veselinović Janko,
Radovanović Tanja**

APPLICATION OF POSITIVE LEGISLATION
IN COURSES: THE INFLUENCE OF
NATIONAL CULTURE 85

Garić-Petrović Gordana

KOSTA GLAVINIĆ'S CONTRIBUTION TO
THE IMPROVEMENT OF AGRICULTURE
IN SERBIA 99

Simonovic Zoran

CALENDAR AGRICULTURAL WORKS IN
BYZANTIUM IN THE TENTH CENTURY.....109

IZVOZ ŠEĆERA IZ SRBIJE – STANJE I PERSPEKTIVA

Vlahović Branislav ¹, Užar Dubravka ²

Rezime

Cilj rada jeste istraživanje izvoza šećera i regionalnih odredišta izvoza iz Republike Srbije. Vremenski period istraživanja jeste 2012-2016. godina. Prosečan izvoz šećera iznosio je 202,6 hiljade tona, sa tendencijom umerenog rasta po prosečnoj stopi od 1,97% godišnje. Prosečna izvozna cena na nivou je od 682 dolara po toni i ostvaruje tendenciju značajnog pada po stopi od 6,71% godišnje. Vrednosno izvoz je iznosio 146,7 miliona dolara i ostvaruje trend pada po stopi od 2,18% što je posledica smanjenja izvoznih cena. Najveći deo izvoza usmeren je ka zemljama Evropske unije, 84%, dok je daleko manji izvoz u zemlje CEFTA grupacije (16%). Posmatrano po zemljama najveći izvoz usmeren je u Grčku koja je prosečno apsorbovala 39 hiljada tona šećera ali koja značajno smanjuje uvoz. Iza Grčka slede Mađarska, Rumunija, Italija i Bugarska. Napred navedene zemlje apsorbovale su tri četvrtine izvoza šećera iz Republike Srbije. U narednom periodu međunarodno tržište veoma će se usložiti zbog demontiranja proizvodnih kvota u Evropskoj uniji.

Ključne reči: Republika Srbija, izvoz, šećer, cena

EXPORTS OF SUGAR FROM SERBIA – CURRENT STATE AND PERSPECTIVES

Vlahović Branislav ¹, Užar Dubravka ²

Summary

The aim of the paper is to examine sugar exports and regional export destinations from the Republic of Serbia. The research period was 2012-2016. The average sugar export amounted to 202.6 thousand tons, with a tendency of moderate growth at an average rate of 1.97% per annum. The average export price is at the level of 682 dollars per ton, with a tendency of significant decline at a rate of 6.71% per annum. The value of the exports amounted to 146.7 million dollars, showing a downward trend of 2.18%, as a result of the reduction in export prices. The largest share of the exports is directed towards the European Union countries (84%), while the exports to the CEFTA countries are far smaller (16%). Considering individual countries, the largest export is directed to Greece, which on average absorbed 39 thousand tons of sugar, but which is significantly reducing the imports. Following Greece, there are Hungary, Romania, Italy and Bulgaria. The above countries absorbed three quarters of the sugar exports from the Republic of Serbia. In the following period, the international market will be much more complicated due to dismantling of the production quotas in the European Union.

Key words: Republic of Serbia, export, sugar, price

¹ Prof. dr Branislav Vlahović, red. profesor, Poljoprivredni fakultet, Univerzitet u Novom Sadu, Trg D. Obradovića 8, e-mail: vlahovic@polj.uns.ac.rs

² Dipl. men. Dubravka Užar, stručni saradnik, Poljoprivredni fakultet, Univerzitet u Novom Sadu, Trg D. Obradovića 8, e-mail: dubravka.uzar@polj.uns.ac.rs

¹ Branislav Vlahović, PhD, full profesor, Faculty of Agriculture, University of Novi Sad, Trg Dositeja Obradovića 8, e-mail: vlahovic@polj.uns.ac.rs

² Dubravka Užar, junior researcher, Faculty of Agriculture, University of Novi Sad, Trg Dositeja Obradovića 8, e-mail: dubravka.uzar@polj.uns.ac.rs

1

Uvod

Predmet istraživanja jeste analiza izvoza šećera iz Republike Srbije u vremenskom periodu od 2012-2016. godine. Urađena je analiza izvoza i regionalna destinacija istog. Osnovni zadatak odnosi se na kvantifikovanje nastalih promena i definisanje najznačajnijih faktora koji su doprineli ispoljenom kretanju. Šećer predstavlja značajan izvozni artikal Republike Srbije. Na međunarodnom tržištu dolazi do značajnih promena, osnovne se odnose na ukidanje (demontriranje) proizvodnih kvota u zemljama Evropske unije u 2017. godini. Posle navedene godine očekuje se da će Evropska unija značajno povećati svoju proizvodnju šećera, redukovati uvoz, prosečno sa 3,5 miliona tona u 2016. godini na 1,5 miliona tona do 2025. godine. Takođe značajno će povećati izvoz, sa sadašnjih 1,3 miliona tona na 2,5 miliona tona (Evropska komisija, 2017.). Znači da će se pitanje izvoza veoma zaoštriti. Predviđa se da će cena belog šećera u EU u 2024. godine iznositi 432 evra po toni, u poređenju sa svetskom cenom koja će iznositi 377 evra po toni, i biće viša za 55 evra po toni. Uz dodatni uvoz sirovog šećera od 0,5 i 1 milion tona (u okviru dogovorenih kvota), cena u EU može da padne na 420 odnosno na 411 evra. Dodavanje novih kvota neće eliminisati razliku između cena belog šećera u EU i nivoa svetskih cena (Szajner et al. 2016.).

Iako se radi o veoma značajnom izvoznom artiklu, istraživanja koja tretiraju izvoz šećera iz Republike Srbije bila su predmet malog broja autora. Ovu problematiku istraživali su sledeći autori: Tomić, Popović, Vlahović (2010.), Vlahović, Puškarić (2013.), Stegić (2016.), Marković (2016.), Vlahović i Veličković (2016.), Zlatanović (2016.), Szajner et. al. (2016.).

2

Izvori podataka i metod rada

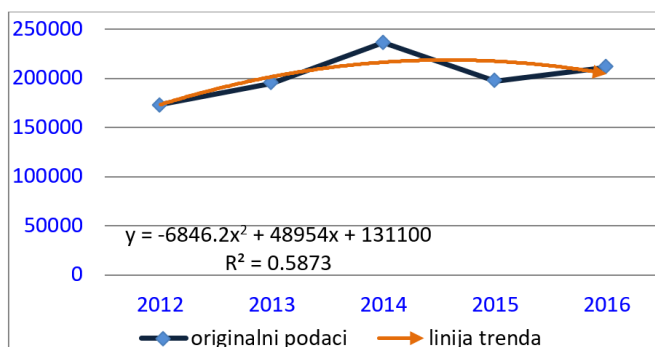
Istraživanje se zasniva na obradi sekundarnih podataka, uz primenu standardnih statističko-matematičkih metoda u vremenskom periodu od 2012. do 2016. godine. Intenzitet kretanja promena kvantifikovan je izračunavanjem stope promena primenom funkcija sa najprilagođenijim linijama trenda. Stabilnost izvoza računata je primenom koeficijenta varijacije. Korišćeni su podaci International Trade Center. Najvažnije pojave prikazane su u vidu tabela i grafikona.

Rezultati istraživanja 3

Izvoz šećera iz Republike Srbije 3.1.

IZVOZ ŠEĆERA
IZ SRBIJE –
STANJE I
PERSPEKTIVA

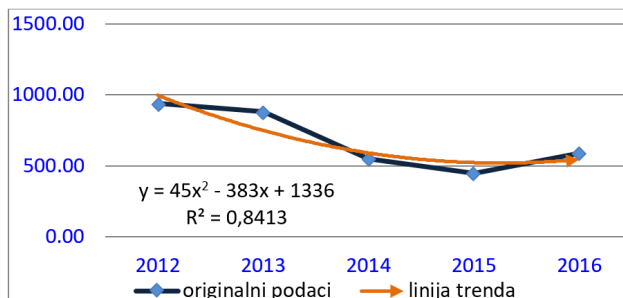
Prosečan izvoz šećera u istraživanom vremenskom periodu (2012-2016.) iznosio je 202,6 hiljade tona sa tendencijom umerenog porasta po prosečnoj stopi od 1,97% godišnje. Izračunati koeficijent varijacije (CV=10,3%) ukazuje na relativno stabilan izvoz (grafikon 1). Od 2012. do 2014. godine evidentan je porast izvoza, a nakon toga dolazi do tendencije blagog smanjenja.



Grafikon 1: Izvoz šećera iz Republike Srbije (2012-2016.), tona
Chart 1: Export of sugar from the Republic of Serbia (2012-2016), tons

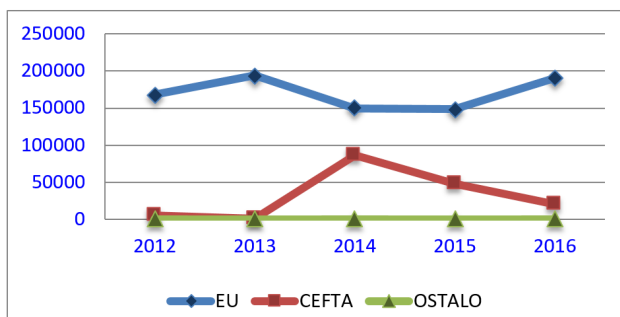
Prosečna izvozna cena iznosila je 682 dolara po toni (553 evra), sa tendencijom značajnog pada po prosečnoj stopi od 6,71% godišnje. Na ovo je, pored ostalog, delovalo i zaoštavanje situacije na međunarodnom tržištu šećera i demontiranje proizvodnih kvota u Evropskoj uniji 01. oktobra 2017. godine. Opadanje cena ima značajan uticaj na ostvarene finansijske rezultate izvoza. Republika Srbija ima relativno visoku izvoznju cenu belog šećera. Naime, prosečna svetska uvozna cena za beli šećer za istraživani vremenski period (2012.-2016.) na nivou je od 432 evra po toni i ista je za 121 evra po toni niža u odnosu na izvoznju cenu šećera iz Republike Srbije. Istovremeno uvozna cena belog šećera Evropske unije na nivou je od 550 evra. U narednom periodu očekuje se da će svetska uvozna cena imati dalji trend pada (Grafikon 2).

Prosečna vrednost izvoza šećera iznosila je 146,7 miliona dolara, sa tendencijom pada po prosečnoj stopi od 2,18% godišnje. Smanjenje vrednosti izvoza uslovljeno je opadanjem izvozne cene, a što je posledica promena na međunarodnom tržištu.

IZVOZ ŠEĆERA
IZ SRBIJE –
STANJE I
PERSPEKTIVA

Grafikon : Izvozna cena šećera iz Republike Srbije (2012-2016.), \$/tona
 Chart 2: Export price of sugar from the Republic of Serbia (2012- 2016), \$/ton

Analizirajući izvoz po regionalnim ekonomskim grupacijama može se zaključiti da je najveći uvoznik Evropska unija, prosečno 170.336 tona. U strukturi prosečnog izvoza navedena ekonomska grupacija učestvovala je sa 84%. Izvoz ostvaruje trend umerenog porasta po prosečnoj godišnjoj stopi od 3,26%. Evropska unija predstavlja jednog od najvećih uvoznika šećera. Odobrila je bescarinski uvoz šećera, bez uvoznih kvota za Zemlje u razvoju (Less developed country – LDC) i Afrički, karipski i pacifički Savez država (African, Caribbean and Pacific Group of States - ACP), (Grafikon 3).



Grafikon 3: Izvoz šećera iz Republike Srbije po regionalnim ekonomskim grupacijama (2012-2016), 000 to (2012-2016), 000 tona

Chart 3: Export of sugar from the Republic of Serbia by regional economic groups (2012-2016), 000 tons

Zemlje Evropske unije omogućile su uvoz šećera po preferencijalnim carinama sa nizom zemalja iz Srednje i Latinske Amerike, zatim iz Moldavije i zemalja Zapadnog Balkana. Među balkanskim zemljama u najpovoljnijem položaju nalazi se Republika Srbija, sa 180.000 tona belog šećera od šećerne repe, koji ne podlaže carinskim tarifama.

Izvoz u zemlje CEFTA grupacije bio je daleko manji i prosečno je iznosio 32.302 tone. U strukturi prosečnog izvoza ona učestvuje sa znatno manjim učešćem od zemalja EU, od 16%. Izvoz ostvaruje trend izrazitog porasta po prosečnoj godišnjoj stopi od 41,35%. Izvoz van navedenih ekonomskih grupacija više je nego skroman.

Najveći izvoz šećera iz Republike Srbije u petogodišnjem vremenskom periodu (2012-2016.) realizovan je u zemlje koje su prikazane u tabeli 1. Navedene zemlje apsorbirale su skoro tri četvrtine (73%) ukupnog izvoza šećera iz Republike Srbije.

Tabela 1: Najveći uvoznici šećera iz Republike Srbije (2012-2016)

Table 1: The largest importers of sugar from the Republic of Serbia (2012-2016)

Država	Količina (tona)	Struktura (%)	Stopa promene (%)
Grčka	38.745	19,1	-33,65
Mađarska	28.940	14,3	-11,62
Rumunija	28.400	14,0	23,41
Italija	26.010	12,8	6,69
Bugarska	25.791	12,7	102,08
Ostale zemlje	54.767	27,0	-
Ukupno	204.591	100,0	1,98

Izvor: obračun autora na bazi intracen trade statistics

Republika Srbija je i u istraživanom petogodišnjem vremenskom periodu (2012-2016.) šećer najviše izvozila u Grčku, prosečno 38,7 hiljada tona što predstavlja 19,7% ukupnog izvoza šećera. Izvoz ostvaruje tendenciju intenzivnog opadanja po stopi od 33,65% godišnje. Izračunati koeficijent varijacije (CV=70,6%) ukazuje na veoma nestabilan izvoz sa značajnim variranjima. U poslednjoj analiziranoj godini (2016.) sa ostvarenih 11 hiljada tona Grčka pada na sedmo mesto u izvozu šećera iz Republike Srbije. U pomenutoj godini u strukturi ukupnog grčkog uvoza šećera koji je iznosio 302 hiljade tona, Republika Srbija učestvovala je sa svega 3,6% i nalazila se na osmom mestu (iza Francuske, Mauricijusa, Danske, Belgije, Nemačke, Poljske i Hrvatske). Prosečna vrednost izvoza šećera u Grčku na nivou je od 30,2 miliona US dolara i ostvaruje, takođe, trend značajnog opadanja po prosečnoj godišnjoj stopi od 39,87%. Uočava se da je vrednosni pad izvoza znatno intenzivniji u odnosu na količinski. Prosečna izvozna cena šećera iz Republike Srbije na ovom tržištu iznosila je 780 US dolara po toni. Istovremeno prosečna uvozna cena koju ostvaruje Grčke na nivou je od 681 US dolara po toni, odnosno za 99 US dolara niža je od izvozne cene koju na ovo tržište ostvaruje Republika Srbija. Ta viša uvozna cena šećera iz Republike Srbije može biti jedan od razloga značajnog pada izvoza šećera na ovo tržište. Neophodno je uraditi detaljnu analizu i sagledati uzroke drastičnog pada izvoza šećera u Grčku. Smatramo da je ovo potencijalno značajno tržište sa relativno stabilnim količinama uvoza šećera, prosečno preko 300 hiljada tona.

Iza Grčke sledi Mađarska čiji je prosečan izvoz iznosio je 28,9 hiljada tona odnosno činio je 14,3% ukupnog izvoza. Izvoz ostvaruje tendenciju značajnog pada po prosečnoj stopi od 11,62% godišnje. Izračunati koeficijent varijacije (CV=44,5%) ukazuje na relativno nestabilan izvoz sa značajnim variranjima. U poslednjoj posmatranoj

IZVOZ ŠEĆERA
IZ SRBIJE –
STANJE I
PERSPEKTIVA

godini (2016.) sa ostvarenih 33 hiljade tona Mađarska pada na treće mesto prema količini izvoza šećera iz Republike Srbije. U navedenoj godini (2016.) u strukturi ukupnog mađarskog uvoza šećera (305 hiljada tona) Republika Srbija uče-stvovala je sa 11% i nalazila se na trećem mestu (iza Austrije i Slovačke). Prosečna vrednost izvoza šećera u Mađarsku na nivou je od 22,9 miliona US dolara i ostvaruje, takođe, trend značajnog pada po prosečnoj godišnjoj stopi od 22,59%. Uočava se da je vrednosni pad intenzivniji u odnosu na količinski. Prosečna izvozna cena na nivou je od 790 US dolara po toni. U odnosu na ostale najveće uvoznike najveća izvozna cena ostvaruje se upravo na tržištu Mađarske. Prosečna uvozna cena šećera koju Mađarska plaća na nivou je od 653 US dolara po toni i niža je od izvozne cene koju ostvaruje Republika Srbija na ovom tržištu za 137 US dolara po toni. To može biti jedan od razloga pada izvoza šećera iz Republike Srbije na ovo tržište. Sa stanovišta profitabilnosti izvoza ovo tržište neophodno je sačuvati uz mogućnost povećanja izvoza.

Treći po značaju spoljnotrgovinski partner u izvozu šećera iz Republike Srbije je Rumunija. Prosečan izvoz iznosio je 28,4 hiljada ona i neznatno je manji od izvoza koji je realizovan u Mađarsku. Prosečno je činio 14,0% ukupnog izvoza šećera iz Republike Srbije. Za razliku od dve napred navedene zemlje izvoz ostvaruje tendenciju značajnog rasta po stopi od 23,41% godišnje. Izračunati koeficijent varijacije ($CV=74,8\%$) ukazuje na veoma nestabilan izvoz sa značajnim variranjima. U poslednjoj posmatranoj godini (2016.) sa ostvarenih 27 hiljada tona Rumunija pada na četvrto mesto izvoza šećera iz Srbije. U navedenoj godini (2016.) u strukturi ukupnog rumunskog uvoza šećera (430 hiljada tona) Republika Srbija učestvovala je sa 5,3% i nalazila se na šestom mestu (iza Brazila, Kube, Moldavije, Mozambika i Zimbabvea). Prosečna vrednost izvoza šećera u Rumuniju na nivou je od 15,3 miliona US dolara i ostvaruje trend značajnog rasta po prosečnoj godišnjoj stopi od 8,91%. Prema količini izvoza Rumunija se nalazi na trećem mestu, dok se prema ostvarenoj vrednosti izvoza nalazi na četvrtom mestu srpskog izvoza šećera. Evidentno je da je izraženiji rast izvoza u ostvarenim količinama u odnosu na vrednost. Prosečna izvozna cena na nivou je od 537 US dolara po toni. Istovremeno prosečna uvozna cena šećera Rumunije na nivou je od 573 US dolara i niža je od izvozne cene koju ostvaruje Republika Srbija za 36 US dolara po toni. Na ovom tržištu ostvaruje se najniža izvozna cena u odnosu na ostale najveće uvoznike. Ukoliko bi se cena povećala samo do nivoa prosečne izvozne cene šećera iz Republike Srbije (682 dolara po toni) tada bi se vrednost izvoza povećala za 3,9 miliona US dolara (2016.).

Četvrti spoljnotrgovinski partner u izvozu šećera iz Republike Srbije je Italija. Prosečan izvoz šećera na ovo tržište iznosio je 26 hiljada tona i činio je 12,8% ukupnog izvoza. Izvoz ostvaruje tendenciju značajnog porasta po stopi od 6,69% godišnje. Izračunati koeficijent varijacije ($CV=32,6\%$) ukazuje na relativno nestabilan izvoz. I pored ispoljenih variranja isti je bio najstabilniji u odnosu na ostale najveće uvoznike šećera iz Republike Srbije. U poslednjoj posmatranoj godini (2016.) sa ostvarenih 36 hiljada tona Italija dospeva na drugo mesto prema količini izvezenog šećera iz Republike Srbije. U navedenoj godini (2016.) u strukturi ukupnog italijanskog uvoza šećera (1,5 miliona tona) Republika Srbija učestvovala je sa 2,4% i nalazila se na devetom mestu (iza Francuske, Nemačke, Mauricijusa, Velike Britanije, Hrvatske, Alžira, Holandije i Austrije). Italija predstavlja izuzetno značajnog uvoznika, te treba učiniti napor da se njeno učešće u strukturi ukupnog srpskog izvoza šećera poveća. To nije ni malo lako jer postoji izuzetna konkurencija, pre svega, zemalja Evropske unije (Francuska, Nemačka, Belgija, Poljska i dr.). Prosečna vrednost izvoza šećera u Italiju na nivou je od 19,3 miliona US dolara i ostvaruje trend pada po prosečnoj godišnjoj stopi od 6,68%. Prema količini izvoza Italija se nalazi na četvrtom mestu, dok se prema ostvarenoj vrednosti izvoza nalazi na trećem mestu srpskog izvoza šećera. Evidentno je da je prisutan trend količinskog rasta i pad vrednosnog izvoza šećera. Prosečna izvozna cena na nivou je od 742 US dolara po toni. Istovremeno prosečna uvozna cena šećera Italije na nivou je od 689 US dolar i niža je od izvozne cene koju ostvaruje Republika Srbija za 53 US dolara po toni.

Na petom mestu prema količini izvoza šećera iz Republike Srbije nalazi se Bugarska. Ostvareni prosečan izvoz iz Republike Srbije neznatno je manji od istog koji je realizovan u Italiju. Prosečan izvoz iznosio je 25,8 hiljada tona i činio je 12,7% ukupnog izvoza šećera. Izvoz ostvaruje tendenciju izrazitog rasta po stopi od 102,08% godišnje. Ostvareni rast posledica je izrazito niske vrednosti početne pojave. Izračunati koeficijent varijacije ($CV=105,9\%$) ukazuje na veoma nestabilan izvoz sa značajnim variranjima. Ostvareni izvoz bio je najdinamičniji i najnestabilniji u odnosu na ostale najveće uvoznike šećera iz Republike Srbije. U poslednjoj posmatranoj godini (2016.) sa ostvarenih 64,4 hiljade tona Bugarska dospeva na prvo mesto prema količini izvoza šećera iz Srbije. U navedenoj godini u strukturi ukupnog bugarskog uvoza šećera (225 hiljada tona) Republika Srbija učestvovala je sa 28,3% i činila je najznačajnijeg spoljnotrgovinskog partnera. Prosečna vrednost izvoza šećera u Bugarsku na nivou je od 14,0 miliona US dolara i ostvaruje trend značajnog rasta po prosečnoj godišnjoj stopi od 75,72%. Evidentno je da je prisutan intenzivniji trend

količinskog rasta u odnosu na vrednosni. Prosečna izvozna cena šećera Republike Srbije u Bugarsku na nivou je od 543 US dolara po toni. Istovremeno prosečna uvozna cena šećera Bugarske na nivou je od 671 US dolar i viša je od izvozne cene koju ostvaruje Republika Srbija za 128 US dolara po toni. Ta razlika u cenama može biti jedan od razloga značajnog rasta izvoza šećera iz Republike Srbije na ovo tržište. Na ovom tržištu ostvaruje se relativno niska izvozna cena. Ukoliko bi se cena povećala samo do nivoa prosečne izvozne cene šećera iz Republike Srbije (682 dolara po toni) tada bi se vrednost izvoza u poslednjoj posmatranoj godini povećala za čak 8,9 miliona US dolara.

Najveća izvozna cena, među analiziranim zemljama, ostvarena je na tržištu Mađarske, prosečno 790 US dolara po toni. Najniža izvozna cena ostvarena je na tržištu Rumunije od 537 dolara po toni. Republika Srbija ostvaruje veću izvoznju cenu od prosečne uvozne u Grčkoj, Mađarskoj i Italiji. Istovremeno ostvaruje nižu cenu od prosečne uvozne cene u Rumuniji i Bugarskoj.

Pored navedenih zemalja veći izvoz ostvaruje se i u Bosnu i Hercegovinu, Republiku Makedoniju, Hrvatsku, Slovačku i Sloveniju.

Prema Vlahoviću i Veličkoviću (2016.) Republika Srbija u domenu šećera ima visok nivo izražene komparativne prednosti. Naime, da bi se sagledala konkurentna pozicija pojedinih robnih odseka koristi se indeks izražene komparativne prednosti (RCA - Revealed Comparative Advantage). On objašnjava sposobnost ili mogućnost neke zemlje da sa svojim izvoznim proizvodima konkuriše istim (homogenim) proizvodima ostalim zemljama (Jošić, 2008). Princip komparativnih prednosti podrazumeva da će se svaka zemlja specijalizovati za proizvodnju i izvoz onih dobara i usluga koje može proizvesti uz relativno niže troškove (u kojima je relativno efikasnija nego druge zemlje), i obrnuto, svaka zemlja uvoziće ona dobra i usluge koje proizvodi uz relativno visoke troškove (u kojima je relativno manje efikasna nego druge zemlje). To znači da će se svaka zemlja specijalizovati u proizvodnji i izvozu onih roba i usluga u kojima je relativno efikasnija od drugih. Čak i kada zemlja ima apsolutne prednosti i niže troškove u proizvodnji više proizvoda, ekonomski je racionalno opredeliti se za proizvodnju i izvoz dobara i usluga gde je ta prednost relativno najveća (Jednak, 2010.).

Može se zaključiti da postoji čitav niz problema koji se odnose na proizvodnju šećerne repe i šećera – visoki troškovi proizvodnje, niska digestija šećera, odsustvo ozbiljnih subvencija u proizvodnji i sl. Isti se mogu rešavati kontinuiranim radom kako samih proizvođača, asocijacija proizvođača, industrije šećera uz adekvatnu podršku nauke

struke i institucija na državnom nivou u pogledu definisanja odgovarajućih mera agroekonomske politike.

Previše tereta prebačeno je na proizvođače šećerne repe i industriju za preradu šećera (Hellenic Sugar i Sunoko), od koje se očekuje da bude veliki izvoznik i da ima visok nivo konkurentnosti na međunarodnom tržištu. Međutim država nije donela odgovarajuće podsticajne mere kao što postoje u zemljama Evropske unije. Poljoprivrednici u Evropskoj uniji dobijaju podršku (podsticaje) u obliku direktnih plaćanja, ukoliko se pridržavaju strogih pravila za zdravlje ljudi i životinja i dobrobit zdravlja biljaka i životne sredine. Visina podsticaja koju primaju nije vezana na kvantitet koji proizvedu, i kreirana je da obezbedi poljoprivrednicima sigurnosnu mrežu protiv nestalnih tržišnih cena. Prosečna direktna plaćanja prosečno iznose 267 evra po kvalifikovanom hektaru (11 zemalja EU). Značajan udeo (72%) od trenutnog budžeta predviđen je za direktna plaćanja evropskim poljoprivrednicima. Finansijski izvori dolaze od Evropskog poljoprivrednog garantnog fonda (European Agricultural Guarantee Fund - EAGF). Direktna plaćanja odobrena su proizvođačima u obliku osnovnih prihoda podsticaja zasnovanih na broju hektara koje poljoprivrednik poseduje. Ovo su tzv. "osnovna plaćanja" koja su dopunjena serijom drugih podsticajnih mera koje targetiraju posebne ciljeve ili tipove poljoprivrednika:

- „Zeleno“ (greening) direktno plaćanje za poljoprivredne aktivnosti blagotvorne za klimu i okolinu.
- Podrška mladim poljoprivrednicima (po pravilu do 40 godina starosti).
- Podrška malim i poljoprivrednim gazdinstvima srednje veličine.
- Podsticaji za površine sa prirodnim ograničenjima, gde su uslovi za poljoprivredu posebno teški, kao što su npr. planinski regioni.
- Pojednostavljene šeme za male poljoprivrednike zamenjujući druge mere.
- Dobrovoljni zajednički podsticaji proizvodnji da pomognu određene sektore potpalim pod tržišne teškoće.

Smatramo da proizvodnja šećerne repe i šećera u Republici Srbiji zaslužuje adekvatan, odnosno daleko bolji status u čitavoj agroekonomskoj politici Vlade, odnosno resornog Ministarstva. Na taj način proizvodnja bi se stabilizovala na visokom nivou, povećao bi se ekonomski interes proizvođača za proizvodnju šećerne repe, što bi rezultiralo većom proizvodnjom i profitabilnijim izvozom šećera. U narednom periodu izvoz će izrazito zavisiti od mera koje bude definisala Evropska unija.

4 Zaključak

Rezultati istraživanja ukazuju na sledeće zaključke:

Ostvareni su dobri izvozni rezultati. Prosečan izvoz šećera (2012-2016.) iznosio je 202,6 hiljade tona, sa tendencijom umerenog rasta po prosečnoj stopi od 1,97% godišnje.

Najveći deo izvoza usmeren je u zemlje Evropske unije, 84%, dok je daleko manji izvoz u zemlje CEFTA grupacije (16%). Republika Srbija ima dobar preferencijalni status na tržištu Evropske unije, sa odobrenom kvotom od 180.000 tona belog šećera od šećerne repe, koji ne podlaže carinskim tarifama EU.

Posmatrano po zemljama najveći izvoz usmeren je u Grčku koja je prosečno apsorbirala 39 hiljada tona šećera ali koja značajno smanjuje uvoz. Iza Grčka slede Mađarska, Rumunija, Italija i Bugarska. Napred navedene zemlje apsorbirale su tri četvrtine ukupnog izvoza šećera iz Republike Srbije. U 2016. godini najveći izvoz realizuje se u Bugarsku, dok Grčka pada na sedmo mesto.

Republika Srbija ima relativno visoku izvoznju cenu belog šećera (553 evra po toni). Naime, prosečna svetska uvozna cena za beli šećer za istraživani vremenski period na nivou je od 432 evra po toni i ista je za 121 evra po toni niža u odnosu na izvoznju cenu šećera iz Republike Srbije. Istovremeno uvozna cena belog šećera Evropske unije na nivou je od 550 evra. U narednom periodu očekuje se da će svetska uvozna cena imati dalji trend pada, na 337 evra do 2025. godine.

Eliminacija kvota za proizvodnju šećera i izoglukoze i minimalne otkupne cena šećerne repe, uz održavanje postojećih pravila međunarodne trgovine uticaće na značajne promene na tržištu EU u narednom periodu. Ovo se odnosi i na proizvodnju i distribuciju šećera, i uslove konkurencije između proizvođača proizvođača šećerne repe i šećera, što dovodi do povećane volatilnosti cena i zahteva povećano upravljanje rizicima. Ove mere itekako će se odraziti i na Republiku Srbiju.

5 Literatura

1. Jednak, J. (2010.): Međunarodna trgovina, konkurentske prednosti i globalizacija, Novi Sad.
2. Jošić, M. (2008.): Struktura vanjske trgovine i komparativne prednosti Republike Hrvatske – specijalistički poslijediplomski rad, Ekonomski fakultet, Zagreb.

3. Marković, M. (2016.): Značaj poljoprivredno-prehrambenih proizvoda u spoljnoj trgovini Republike Srbije, International scientific conference ERAZ, 2016. Knowledge based sustainable economic Development, Belgrade.
4. Stegić, M. (2016.): Uticaj spoljnotrgovinske razmene agroindustrijskog sektora Srbije sa Evropskom unijom kao indikator razvoja, doktorska disertacije, Univerzitet Privredna akademija, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment, Novi Sad.
5. Szajner, P., Wieliczko Barbara, Wigier, M. Hamulczuk, M., Wrzaszcz Wioletta (2016.): Research for agri Committee the post-quotas EU sugar sector, directorate – General for internal policies policy department B: Structural and cohesion policies agriculture and rural development.
6. Tomić, D., Popović Vesna, Vlahović, B., (2010.): Implications of the interim trade Agreement Implementation on Agrarian Economy of Serbia, Serbian Association of Agricultural Economists: Monography: Agriculture in Late Transition – Ex-perience of Serbia.
7. Vlahović, B., Puškarić, A. (2013.): Foreign trade exchange of agro-industrial products of Serbia, Agri-Food sector in Serbia, State and Challenges, Novi Sad.
8. Vlahović, B., Veličković S., (2016): Komparativne prednosti izvoza agroindustrijskih proizvoda iz Republike Srbije, Zbornik radova, Naučno društvo ekonomista Srbije, Beograd.
9. Zlatanović, Vesna (2016.): Karakteristike proizvodnje i prometa poljoprivredno-prehrambenih proizvoda u svetu i Republici Srbiji, Megatrend revija, vol.14, broj 1. Beograd.

Sajtovima pristupljeno: januar i februar 2018.

- EU Sugar Balance, AGRI G 4 Committee for the Common Organisation of Agricultural Markets 27 July 2017. European Commission, 2017.
- Sugar Trade Statistics, AGRI G 4 Committee for the Common Organisation of Agricultural Markets 25 October 2017, European Commission, 2017.
- Sugar Market situation, AGRI G 4 Committee for the Common Organisation of Agricultural Markets 25 October 2017, European Commission, 2017.
- European Assotiation of Sugar Traders: World Market and Trade Flows, Economic Board Of The Sugar Market Observatory 15th November 2017

Primljen/Received: 04.03.2018.

Prihvaćen/Accepted: 12.03.2018.

POTENCIJALI IZVOZA JAGODASTOG VOĆA IZ SRBIJE

Matkovski Bojan ¹, Erceg Vanja ²,
Đokić Danilo ³, Kleut Žana ⁴

Rezime

Spoljnotrgovinska razmena poljoprivredno-prehrambenih proizvoda je za Srbiju od posebnog značaja, posebno ako se ima u vidu njihovo visoko učešće, kako u BDP-u, tako i u trgovinskoj razmeni. Važno je istaći da Srbija ostvaruje suficit u spoljnotrgovinskoj razmeni poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, te da je poljoprivreda jedini sektor u privredi Srbije koji ima pozitivan spoljnotrgovinski bilans. Jagodasto voće, ukupno posmatrano, ima veliki ekonomski značaj za Srbiju, a posebno za brdsko-planinska područja. Područje centralne Srbije ima vrlo povoljne uslove za proizvodnju maline i kupine i relativno povoljne uslove za proizvodnju ostalih vrsta jagodastog voća. U radu je analizirana proizvodnja i spoljnotrgovinska razmena jagodastog voća, sa posebnim akcentom na komparativne prednosti u izvozu. Sa ciljem da unapredi trgovinsku razmenu sa drugim zemljama Srbija je učinila značajne napore kako bi uspostavila brojne bilateralne sporazume, kao što su sporazumi sa zemljama Evropske unije (EU), CEFTA, EFTA, Belorusijom, Turskom i Rusijom.

Ključne reči: spoljnotrgovinska razmena, jagodasto voće, Srbija

POTENTIALS OF EXPORT OF BERRIES IN THE REPUBLIC OF SERBIA

Matkovski Bojan ¹, Erceg Vanja ²,
Đokić Danilo ³, Kleut Žana ⁴

Summary

Foreign trade of agricultural and food products have special importance for Serbia because of the high share in GDP and trade. It is important to point out that agriculture is the only sector in the Serbian economy that has a positive foreign trade balance. Berries have great economic significance for Serbia, especially for hilly and mountainous areas. The area of central Serbia has very favorable conditions for the production of raspberries and blackberries and relatively favorable conditions for the production of other types of berries. The paper will analyze the production and foreign trade of berries, with special emphasis on comparative advantages in export. In order to improve trade with other countries, Serbia has made significant efforts to establish a number of bilateral agreements, such as agreement with EU countries, CEFTA, EFTA, Belarus, Turkey and Russia.

Key words: foreign trade, berries, Serbia

¹ Matkovski Bojan, master ekonomista, asistent, Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet u Subotici, Segedinski put 9-11, 24000 Subotica, +38124628049, bojan.matkovski@ef.uns.ac.rs

² Erceg Vanja, diplomirani ekonomista, student master studija, Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet u Subotici, Segedinski put 9-11, 24000 Subotica, +38163668177, vanja.erceg@gmail.com

³ Đokić Danilo, master ekonomista, asistent, Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet u Subotici, Segedinski put 9-11, 24000 Subotica, +38124628049, danilo.djokic@ef.uns.ac.rs

⁴ Kleut Žana, master ekonomista, asistent, Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet u Subotici, Segedinski put 9-11, 24000 Subotica, +38124628046, zana.kleut@ef.uns.ac.rs

¹ Matkovski Bojan, Msc, Teaching Assistant, University of Novi Sad, Faculty of Economics in Subotica, Segedinski put 9-11, 24000 Subotica, +38124628049, bojan.matkovski@ef.uns.ac.rs

² Erceg Vanja, Bsc, Msc student, University of Novi Sad, Faculty of Economics in Subotica, Segedinski put 9-11, 24000 Subotica, +38163668177, vanja.erceg@gmail.com

³ Djokic Danilo, Teaching Assistant, University of Novi Sad, Faculty of Economics in Subotica, Segedinski put 9-11, 24000 Subotica, +38124628049, danilo.djokic@ef.uns.ac.rs

⁴ Kleut Žana, Teaching Assistant, University of Novi Sad, Faculty of Economics in Subotica, Segedinski put 9-11, 24000 Subotica, +38124628046, zana.kleut@ef.uns.ac.rs

1

Uvod

Poljoprivredno-prehrambeni proizvodi predstavljaju značajan segment ukupne spoljnotrgovinske razmene Srbije koju karakteriše relativno visoka uvozna zavisnost, skroman izvoz i stalno prisutan deficit. U takvim uslovima, agrarni sektor deluje kao stabilizator, a njegov značaj se ogleda u konstantno pozitivnom saldu, povećavanju udela, posebno u ukupnom izvozu i uravnotežavanju trgovinskog bilansa zemlje. Srbija ima komparativne prednosti u razmeni poljoprivredno-prehrambenih proizvoda sa svetom kod primarnih proizvoda i proizvoda niže faze prerade (Božić, Nikolić, 2016). Ukoliko se posmatraju osnovni sektori poljoprivrednih proizvoda, u prethodnom periodu dominira sektor svežeg voća sa 18,8% učešća, zatim sektor žitarica sa 16,5%, pa sektor duvana i duvanskih proizvoda sa 11,1% (RZS, 2017). Naime, izvoz voća i povrća dobija sve veći značaj, posebno sa značajnijim pristupom novim tržištima, a potencijale za unapređenje spoljnotrgovinske razmene posebno imaju konzervirano, zamrznuto i suvo voće i povrće (Matkovski, Skoko, 2017).

Ukoliko se posmatra proizvodnja jagodastog voća u svetu, jagoda se nalazi na prvom mestu po privrednom značaju, a sledi je malina. Međutim, u Srbiji po obimu i vrednosti proizvodnje malina se nalazi na prvom mestu u okviru ove grupe voća. Proizvodnja malina skoncentrisana je u centralnoj Srbiji, a preko dve trećine proizvodnje malina se izvozi (RZS, 2017). U proizvodnji maline postiže se visok stepen valorizacije komparativnih prirodnih uslova. Njen ekonomski značaj je u izrazito visokom stepenu robnosti i konkurentnosti na tržištu EU. Na inostranom tržištu, posebno zemalja EU, povećava se tražnja smrznute maline proizvedene u našim geografsko-ekološkim uslovima.

Kako bi poboljšala spoljnotrgovinsku razmenu Srbija je potpisala nekoliko bilateralnih sporazuma o slobodnoj trgovini, koji pružaju velike mogućnosti domaćem agrobiznisu. Slobodan i bescarinski pristup različitim tržištima predstavlja šansu za razvoj izvozno orijentisane poljoprivredne proizvodnje.

2

Materijal i metode rada

Podaci za potrebe rada su prikupljeni iz elektronskih baza podataka Republičkog zavoda za statistiku Republike Srbije (RZS) i UNComtrade-a. Analizom je obuhvaćen period od 2005-2016. godine. Prema Standardnoj međunarodnoj trgovinskoj klasifikaciji (SMTK)

analiza se odnosi na proizvode pod šifrom 05794 – Jagodasto voće (Revizija 4). Cilj rada jeste analiza proizvodnje i izvoza jagodastog voća, kao i utvrđivanje komparativnih prednosti Srbije u izvozu jagodastog voća u odnosu na svet, zemlje članice Evropske unije i zemlje članice CEFTA sporazuma.

Za prikazivanje nivoa otkrivenih komparativnih prednosti korišćen je pokazatelj RCA (Revealed Comparative Advantage). Originalni indeks otkrivenih komparativnih prednosti postavljen je od strane autora Balassa (1965):

$$RCA_{ij} = \frac{\frac{X_{ij}}{X_{it}}}{\frac{X_{nj}}{X_{nt}}}$$

Gde je: X - izvoz; i – država; j – sektor, odsek, robna grupa, proizvod; t – ukupan izvoz; n – država (grupa država) gde se izvozi.

Vrednosti indeksa otkrivenih komparativnih prednosti veće od 1 ukazuju na postojanje komparativnih prednosti, a što je vrednost ovog indeksa veća, to je i komparativna prednost tog sektora, odseka ili robne grupe veća. Izuzetne komparativne prednosti imaju oni sektori, odseci ili robne grupe koje imaju vrednost indeksa otkrivenih komparativnih prednosti veće od 3, vrednosti indeksa otkrivenih komparativnih prednosti između 2 i 3 podrazumevaju značajne, dok vrednosti ovog indeksa između 1 i 2 podrazumevaju zadovoljavajuće komparativne prednosti.

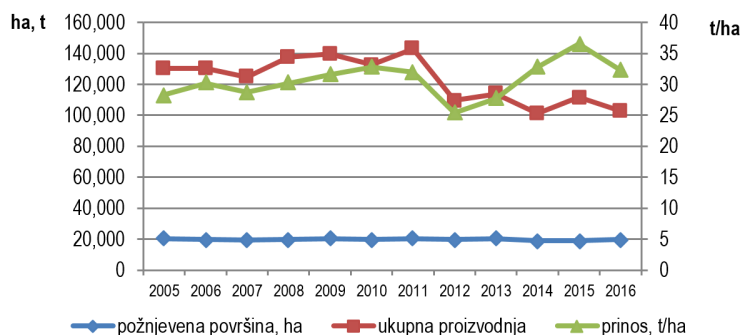
Brojni autori su koristili indeks otkrivenih komparativnih prednosti kako bi sagledali pozicije određenih proizvoda, odseka i sektora na međunarodnom tržištu. Sagledavanje komparativnih prednosti jagodastog voća u literaturi je prisutno kroz analizu RCA voća i povrća, s obzirom da je u literaturi u najvećem broju slučajeva rađena analiza na nivou sektora ili odseka. Autori Matkovski, Lovre i Zekić (2017) analizirali su uticaj spoljnotrgovinske liberalizacije na izvoz poljoprivredno-prehrambenih proizvoda Srbije, a prikazan je i indeks komparativnih prednosti za pojedine odseke kojima pripadaju poljoprivredno-prehrambeni proizvodi. Prema rezultatima u ovom radu, voće i povrće imaju komparativne prednosti na međunarodnom tržištu i tržištu EU, dok na tržištu zemalja CEFTE ovi proizvodi nemaju komparativne prednosti. U radu autora Božić i Nikolić (2013), koji su takođe koristili klasičan Balassa indeks komparativnih prednosti, takođe je izveden zaključak da voće i povrće imaju izuzetne komparativne prednosti na međunarodnom tržištu. Iz navedenog se može zaključiti da odsek voća i povrća u Srbiji ima komparativne pre-

dnosti na međunarodnom tržištu, a imajući u vidu relativno značajno učešće jagodastog voća u izvozu, jasno je da je jagodasto voće važna determinanta pozitivnih komparativnih prednosti.

3 Proizvodnja jagodastog voća u Srbiji

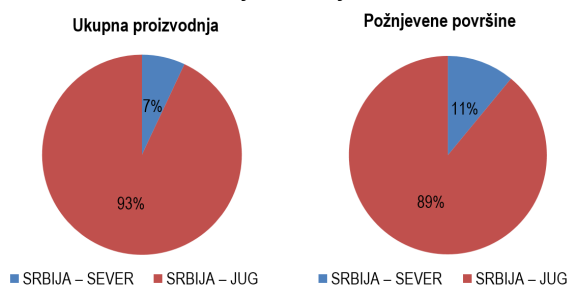
Biljke jagodastog voće adaptirane su za područja umerene klimatske zone koju karakterišu umerene temperature, odnosno klima između tropske i polarne, sa jasno definisanim godišnjim dobima, što odgovara klimatskim uslovima Srbije. Proizvodnja jagodastog voća, u zavisnosti od postavljenih ciljeva i mogućnosti proizvođača, kao i osobina date lokacije, ciljanog tržišta i niza dodatnih faktora, može biti organizovana kroz različite koncepte (Kurtović, Maličević, Palačkić, 2012). U Srbiji su prisutna tri različita koncepta uzgoja jagodastog voća, a to su konvencionalna, integralna i organska proizvodnja. Ekonomsko ulaganje i potencijalni povrat uloženog, kao i zarada od proizvodnje pojedine vrste jagodastog voća posmatra se kao biznis sa dobrom praksom, te se proizvodnja ove voćne grupe iz godine u godinu povećava. Naravno, izbor tržišta u velikoj meri diktira proizvodnju jagodastog voća, te se veliki deo ove proizvodnje orijentiše ka izvozu.

Posmatrajući proizvodnju jagodastog voća u Srbiji poželjevene površine se kreću oko 20.000 hektara, tokom celog posmatranog perioda, sa neznatnim oscilacijama. Ukupna proizvodnja u zavisnosti od klimatskih i drugih eksternih faktora u posmatranom periodu, bez obzira na relativno konstantne poželjevene površine, beleži oscilacije i ima tendenciju pada po prosečnoj godišnjoj stopi od 2,46%. Drastičan pad primetan je 2012. godine kada je ukupna proizvodnja opala za oko 40.000 tona. Sa druge strane, prosečan prinos po hektaru prati kretanje ukupne proizvodnje, ali 2015. godine beleži relativno veći rast od ukupne proizvodnje (Grafikon 1).



Grafikon 1: Grafikon 1. Proizvodnja jagodastog voća u Srbiji u periodu od 2005-2016. godine
Chart 1: Production of berries in Serbia in period 2005-2016

Posmatrajući proizvodnju jagodastog voća prema regionima (Grafikon 2) može se uočiti da dominantnu ulogu u proizvodnji ove grupe voća ima južni deo Srbije, odnosno region SRBIJA-JUG, kome pripadaju region Šumadije i Zapadne Srbije, kao i region Južne i Istočne Srbije. Preko 90% od ukupne proizvodnje jagodastog voća u Srbiji dolazi iz regiona SRBIJA-JUG, što je i za očekivati obzirom na površine pod kojima se gaji ova grupa voća na tom području (RZS, 2017). Ukoliko se posmatra proizvodnja malina, kao najznačajnije jagodaste voćne vrste sa aspekta obima i vrednosti proizvodnje u Srbiji, najveći proizvođači se nalaze u regionu SRBIJA-JUG, a čak 22% površina pod malinama se nalazi u Arilju i Ivanjici.



Izvor: Proračun autora na osnovu podataka RZS, 2017.

Grafikon 2. Struktura požnjene površine i ukupne proizvodnje jagodastog voća prema regionima u Srbiji (u proseku za period od 2005-2016. godine)

Graph 2. Structure of the harvest area and total production of berries by region in Serbia (on average for the period 2005-2016)

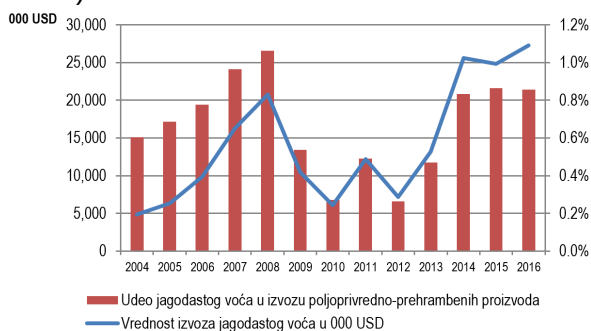
Potencijali u izvozu jagodastog voća 4

Poljoprivredno-prehrambeni proizvodi predstavljaju relativno značajan segment u ukupnoj spoljnotrgovinskoj razmeni Srbije. Hronološki posmatrano, njihovo učešće u ukupnoj spoljnoj trgovini Srbije je relativno stabilno i kreće se oko 13%. Kukuruz, šećer i jagodasto voće smatraju se značajnim izvoznim potencijalima (Marković, 2016).

Ukoliko se posmatra spoljnotrgovinska razmena poljoprivredno-prehrambenih proizvoda Srbije prema glavnim trgovinskim partnerima, jasno je da su to EU i zemlje članice CEFTA sporazuma. Naime, Srbija je 2006. godine postala članica CEFTA Sporazuma o slobodnoj trgovini, a trgovina između Srbije i EU liberalizovana je 2000. godine kada je EU ukinula plaćanje carinskih dažbina na sve industrijske i poljoprivredne proizvode koji se izvoze iz Srbije u EU.

Udeo jagodastog voća u izvozu poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, kao i sama vrednost izvoza jagodastog voća, u posmatranom periodu beleže značajne oscilacije. Najveći udeo u izvozu poljoprivre-

dno-prehrambenih proizvoda jagodasto voće dostiže 2008. godine, nakon čega usled ekonomske krize dolazi do značajnog smanjenja ukupnog izvoza, pa samim tim i ove grupe voća. Naredne godine zabeležen je blagi rast izvoza jagodastog voća, međutim 2012. godine ponovo dolazi do drastičnog smanjenja usled vremenskih neprilika. Od 2013. godine i udeo jagodastog voća u izvozu poljoprivredno-prehrambenih proizvoda i vrednost izvoza jagodastog voća imaju tendenciju rasta po prosečnoj godišnjoj stopi rasta od 20% (Grafikon 3).

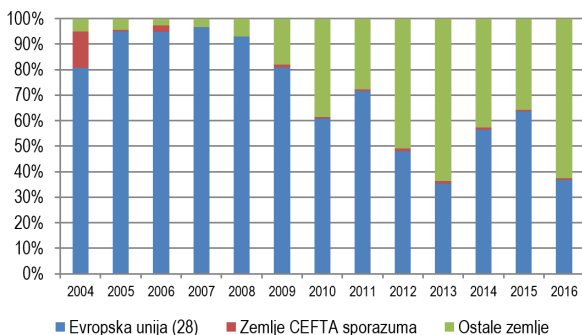


Izvor: Proračun autora na osnovu podataka RZS, 2017.

Grafikon 3. Izvoz jagodastog voća iz Srbije u periodu od 2004-2016. godine

Graph 3. Export of berries from Serbia in period 2004-2016

Na osnovu prikazane regionalne strukture izvoza jagodastog voća primetno je da se u prvoj polovini posmatranog perioda najveći deo ove grupe voća izvezio u zemlje EU. U pojedinim godinama ovaj procenat se kretao preko 90%. Međutim, u drugoj polovini posmatranog perioda situacija se menja, veći deo jagodastog voća koje se izvozi iz Srbije odlazi u ostale zemlje i to najviše u Rusiju, Belorusiju, Ujedinjene Arapske Emirate i Saudijsku Arabiju, gde je u periodu od 2012. do 2016. u proseku godišnje izvezeno oko 47,8% ukupnog izvoza jagodastog voća (Grafikon 4).



Izvor: Proračun autora na osnovu podataka RZS, 2017.

Grafikon 4. Regionalna struktura izvoza jagodastog voća iz Srbije u periodu od 2004-2016. godine

Graph 4. Regional structure of export of berries from Serbia in period 2004-2016

Komparativne prednosti u izvozu jagodastog voća iz Srbije 5

POTENCIJALI
IZVOZA
JAGODASTOG
VOĆA IZ SRBIJE

Konkurencija podstiče proizvođače da ponude kvalitetan proizvod, smanje troškove proizvodnje i opredele se za proizvod ili uslugu u skladu sa željama i potrebama potrošača. Srbija ima potencijal za proizvodnju i preradu kvalitetnih i zdravstveno bezbednih proizvoda i razvoj konvencionalne, integralne i organske poljoprivredne proizvodnje za potrebe domaćeg tržišta i izvoza.

Primenom različitih metoda mogu se iskazati komparativne prednosti poljoprivredno-prehrambenih proizvoda i determinisati njihova konkurentnost na inostranom tržištu. Metod koji se najčešće koristi u ove svrhe jeste metog otkrivenih komparativnih prednosti (RCA), koji je definisao B. Balassa (1965) i koji objašnjava sposobnost ili mogućnost privrede da sa svojim izvoznim proizvodima konkuriše istim proizvodima u svetu. Vrednosti indeksa otkrivenih komparativnih prednosti (RCA) veće od 1 ukazuju na postojanje komparativnih prednosti, a što je vrednost ovog indeksa veća, to je i komparativna prednost tog sektora, odseka ili robne grupe veća.

U posmatranom periodu Srbija u odnosu na svet skoro u svim godinama ima izuzetnu komparativnu prednost u izvozu jagodastog voća, osim 2012. godine kada je vrednost izvoza jagodastog voća iz Srbije znatno opala, te se i vrednost indeksa smanjila ispod 3, pa je stoga u toj godini prisutna značajna komparativna prednost, a ne izuzetna. Kada je u pitanju EU, Srbija takođe u većem delu posmatranog perioda ima izuzetnu komparativnu prednost u izvozu jagodastog voća, osim 2010. i 2013. godine, kada ima značajnu komparativnu prednost i 2012. godine kada ima zadovoljavajuću komparativnu prednost zbog pada vrednosti ovog pokazatelja ispod 2. I na kraju, u poređenju sa zemljama članicama CEFTA sporazuma, Srbija u posmatranom periodu samo prve tri analizirane godine ima izuzetnu komparativnu prednost u izvozu jagodastog voća, nakon čega ovaj pokazatelj ima tendenciju pada, te je prisutna značajna komparativna prednost, a zatim samo zadovoljavajuća (Tabela 1). Korišćenjem raspoloživih proizvodnih potencijala i izgradnjom novih kapaciteta, kao i primenom postojećih i novih znanja, inovacija, razvojem novih biotehnologija i kreiranjem asortimana raznovrsnih, kvalitetnih sertifikovanih proizvoda, unapređenjem menadžmenta i marketinga u poslovanju moguće je povećati konkurentnost poljoprivredno-prehrambenih proizvoda na tržištu (Ignjatijević, Babović, Đorđević, 2012). Dodatno, u narednom periodu potrebno je uložiti napore ka inovacijama u proizvodnji i na tržištu, kao i organizovano na-

Tabela 1. Otkrivene komparativne prednosti Srbije u izvozu jagodastog voća**Table 1. Revealed comparative advantage of Serbia in export of berries**

Godina	RCA		
	Svet	EU	CEFTA
2005	7,14	4,92	22,83
2006	7,79	5,72	7,38
2007	9,06	6,88	3,25
2008	9,48	6,72	2,87
2009	5,16	3,66	2,56
2010	3,03	2,18	1,27
2011	4,85	3,27	2,01
2012	2,81	1,80	1,54
2013	4,04	2,61	1,27
2014	6,53	4,30	1,48
2015	5,79	4,04	1,14
2016	5,02	3,82	1,68

Izvor: Proračun autora na osnovu podataka sa UNComtrade-a, 2017.

nastupanje u izvozu. Takođe, neophodno je uticati na uspostavljanje partnerskih odnosa između proizvođača i hladnjača, jer nerazvijeni odnosi na ovom polju stvaraju već godinama probleme samim proizvođačima.

6 Zaključak

Poljoprivredno-prehrambeni proizvodi imaju značajan udeo u ukupnoj spoljnotrgovinskoj razmeni Srbije. Značaj agrarnog sektora se ogleda u pozitivnom saldu spoljnotrgovinske razmene i uravnoteženju trgovinskog bilansa zemlje. Jagodasto voće ima relativno veliki ekonomski značaj za Srbiju. U svetu, u grupi jagodastog voća, jagoda se po privrednom značaju nalazi na prvom mestu. Međutim, u Srbiji, po obimu i vrednosti proizvodnje, malina se nalazi na prvom mestu u okviru ove grupe voća. Proizvodnja maline skoncentrisana je u centralnoj Srbiji, pretežno u regionu SRBIJA-JUG. Oko 90% proizvedene maline se izvozi i to uglavnom u smrznutom obliku. Značaj maline pokazuje činjenica da ova voćna vrsta učestvuje sa 60% u vrednosti ukupnog izvoza voća iz Srbije.

Kako bi poboljšala spoljnotrgovinsku razmenu Srbija je potpisala nekoliko bilateralnih sporazuma o slobodnoj trgovini, koji pružaju velike mogućnosti domaćem agrobiznisu. Posmatrajući spoljnotrgovinsku razmenu poljoprivredno-prehrambenih proizvoda Srbije uočava se da su njeni glavni spoljnotrgovinski partneri EU i zemlje članice CEFTA sporazuma, gde je u periodu 2005-2015. godine izvezeno 89% ukupnog izvoza poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. Srbija ima

potencijal za proizvodnju kvalitetnih i zdravstveno bezbednih proizvoda, kao i za razvoj konvencionalne, integralne i organske poljoprivredne proizvodnje jagodastog voća, kako za potrebe domaćeg tržišta, tako i za izvoz. Na osnovu pokazatelja otkrivenih komparativnih prednosti ustanovljeno je da Srbija ima komparativne prednosti u izvozu jagodastog voća u odnosu na svet, EU i zemlje članice CEFTA sporazuma.

Literatura 7

1. Balassa B. (1965). Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage. The Manchester School of Economic and Social Studies, 33(2): 99-123.
2. Božić D., Nikolić M. (2013). Significance and comparative advantage of the agrarian sector in Serbian foreign trade. in Agriculture and Rural Development - Challenges of Transition and Integration, Book of Proceedings, Belgrade: Faculty of Agriculture, University of Belgrade, 13-31.
3. Božić D., Nikolić M. (2016). Obeležja spoljnotrgovinske razmene poljoprivredno-prehrambenih proizvoda Srbije. Marketing, 47(4): 293-304.
4. Ignjatijević S., Babović J., Đorđević D. (2012). Balasa indeks u određivanju komparativnih prednosti poljoprivrednih proizvoda u izvozu. Teme, 36(4): 1783-1800.
5. Kurtović M., Maličević A., Palačkić M. (2012). Vodič za proizvodnju jagodastog voća. Bugojno: Reprocentar jagodastog voća H&H Fruit.
6. Marković M. (2016). Značaj poljoprivredno-prehrambenih proizvoda u spoljnoj trgovini Republike Srbije. International scientific conference: Knowledge based sustainable economic development, str: 406-412, Belgrade: Association of Economists and Managers of the Balkans.
7. Matkovski B., Lovre K., Zekic S. (2017). The foreign trade liberalization and export of agri-food products of Serbia. Agric. Econ. - Czech, 63(7): 331-345.
8. Matkovski B., Skoko M. (2017). Analiza spoljnotrgovinske razmene voća i povrća u Republici Srbiji. Agroekonomika, 46(74): 11-20.
9. Republički zavod za statistiku Republike Srbije - RZS (2017). Izveštaj o stanju u poljoprivredi u Republici Srbiji u 2016. godini, Knjiga I, Horizontalni pregled
10. Republički zavod za statistiku Republike Srbije - RZS (2018). Baza podataka. web.rzs.stat.gov.rs (10.1.2018.)
11. UN Comtrade (2018). Baza podataka. comtrade.un.org (10.1.2018.)

Primljen/Received: 07.02.2018.

Prihvaćen/Accepted: 23.03.2018.

PROBLEMI EKONOMSKE NEJEDNAKOSTI

Pejanović Radovan ¹

Rezime

Ekonomske nejednakosti su jedan od indikatora (do)sadašnjeg neodrživog razvoja savremenog ljudskog društva. Ovaj društveni fenomen je istovremeno i jedan od pokazatelja protivrečnosti globalizacije. O ovom problemu pisali su klasični ekonomisti, kao i savremeni svetski ekonomisti. Autor daje pregled i analizira savremenu društveno – ekonomsku teoriju po tom pitanju. Reč je o poznatim ekonomistima i filozofima koji u svojim delima kritički razmatraju negativne posledice neoliberalnog kapitalizma, oličene, između ostalog, u rastu ekonomskih nejednakosti. U analiziranim delima iznose se uzroci, posledice i istorija ekonomskih nejednakosti. Izvode se zaključci i daju preporuke ekonomskoj politici kako na nacionalnom tako i na globalnom nivou.

Ključne reči: ekonomske nejednakosti, analiza teorijskih stavova, uzroci, posledice, metodi rešavanja problema

PROBLEMS OF ECONOMIC INEQUALITIES

Pejanović Radovan ¹

Summary

Economic inequalities are one of the indicators of the present unsustainable development of modern human society. This social phenomenon is at the same time one of the indicators of contradictions of globalization. Classic economists and contemporary world economists have written about this problem. The author gives an overview and analysis of contemporary socio-economic theory on the subject by well-known economists and philosophers. In their work, they critically consider the negative consequences of neoliberal capitalism, which are, among other things, embodied in the growth of economic inequalities. The analyzed work presents the causes, consequences and the history of economic inequalities. Conclusions are drawn up and recommendations are given for economic policy both on the national and global level.

Key words: economic inequalities, analysis of theoretical attitudes, causes, consequences, problem solving methods

¹ Dr Radovan Pejanović, red. profesor u penziji, Poljoprivredni fakultet, Univerzitet u Novom Sadu, Trg Dositeja Obradovića 8, 21000 Novi Sad, telefon: +381 63 600 217, e-mail adresa: pejanovic@uns.ac.rs

¹ Dr Radovan Pejanović, retired full professor, Faculty of Agriculture, University of Novi Sad, Dositej Obradović square 8, telephone: +381 63 600 217, e-mail address: pejanovic@uns.ac.rs

1 Uvod

Ekonomске nejednakosti su fenomen koji ima svoju dugu istoriju i koji se različito manifestovao u različitim društveno – ekonomskim sistemima. Njime su se, u okviru raspodele, bavili mnogi mislioci, od antičkih filozofa, religioznih mislilaca, klasičnih ekonomista (Adam Smit, David Rikard i Karl Marks), pa do savremenih ekonomista (svrstanih u mnogobrojne škole ekonomije, od kojih su najpoznatije čuvene američke škole: čikaška, kembrička, masačusetska i druge). Mi smo u fokus analize uneli trojicu savremenih svetskih ekonomista: čuvenog nobelovca Džozefa Stiglicu („*Velika podela*“); potom najprevođenijeg i najpopularnijeg svetskog ekonomistu Toma Piketija („*Kapital u 21. veku*“); i našeg (a svetskog) ekonomistu Branka Milanovića („*Globalne nejednakost*“), čija kapitalna dela smo tokom poslednje dve – tri godine preveli i izdali u Akademskoj knjizi iz Novog Sada.

Pored navedene trojice velikih ekonomista uzeli smo u obzir i mišljenja drugih poznatih ekonomista, filozofa i teoretičara, kao što su ekonomista nobelovac Tirol (čiju knjigu „*Ekonomija opšte dobrobiti*“ upravo prevodimo i pripremamo za izdavanje), Jirgen Koka, poznati nemački socijalni istoričar („*Istorija kapitalizma*“), Noam Čomski, politički filozof, lingvista, jedan od najvećih savremenih svetskih intelektualaca (čije smo dve sjajne knjige preveli i izdali: „*Ko vlada svetom*“ i „*Rekvijem za američki san*“), Otfrid Hefe, vodeći nemački etičar i filozof i njegovo poznato delo „*Da li je demokratija sposobna za budućnost*“ (Akademska knjiga, 2016), Slavoj Žižek, planetarni filozof i psihoanalitičar („*U odbranu izgubljenih stvari*“, Akademska knjiga, 2011), Alen Badju („*Naša nevolja dolazi izdaleka – naše zlo dopire nadaleko*“, Akademska knjiga, 2016).

Zašto ovo navodim? Iz najmanje dva razloga: Prvo, da bih naglasio da je fenomen ekonomskih nejednakosti multidisciplinarni problem, i da bih s tim u vezi podsetio da je multidisciplinarnost ključno obeležje savremene metodologije naučnih istraživanja. I drugo, da bih uputio poruku poslenicima iz ekonomskih nauka: pratite novu ekonomsku teoriju i čitajte novu društveno – ekonomsku literaturu, ali onih autora koji su dokazani, priznati i poznati. To je put razvoja našeg naučnog mišljenja, koje nas jedino može izvesti iz velikog lavirinta u koji je ušlo ljudsko društvo, i koje nas, takođe, može odbraniti od pseudonaučnih, demagoških i populističkih pogleda i paušalnih mišljenja kojim smo svakodnevno i agresivno podvrgnuti.

Karakteristike ekonomske nejednakosti 2

PROBLEMI
EKONOMSKE
NEJEDNAKOSTI

Svi navedeni, ali i mnogi drugi savremeni mislioci smatraju da je nejednakost zaista veliki problem sadašnjeg društva. Pogledamo li na ukupnu nejednakost danas, čini se kao da smo u najgorem razdoblju istorije ljudskog društva. Ako malo bliže pogledamo, videćemo da ta nejednakost proizilazi iz ekstremnog bogatstva vrlo uskog sloja ukupne populacije. Naime, jedan posto svetskog stanovništva poseduje oko polovine raspoloživih resursa. Ili, 10% svetskog stanovništva poseduje 86% raspoloživih resursa, pri čemu čak 50% svetskog stanovništva ne poseduje ništa. Jedan procenat najimućnijih ima veći prihod nego 1,2 milijardi ljudi koji žive u ekstremnoj bedi. Znači imamo u društvu oligarhiju od oko deset odsto, koja poseduje sve, i masu sve siromašnijeg stanovništva koja ne poseduje ništa ¹. Na položaj siromašnih upozorio je i Džejms D. Volfeson, bivši direktor Svetske banke, koji je ukazao na zabrinjavajuće podatke koji pokazuju da svetska populacija živi sa manje od dva dolara dnevno i da 80% svetskog stanovništva poseduje svega 20% ukupnog svetskog bruto domaćeg proizvoda, ali i to da je prisutna velika razlika unutar bogatih zemalja.

Istorijsko – logičkim metodom posmatranja, koji su primenjivali navedeni autori, dolazi se do saznanja da je bilo situacija vrlo sličnih današnjoj, ali ovo sadašnje stanje je najekstremnije. Jer ako pogledamo raspodelu svetskog bogatstva, nejednakost uglavnom dolazi od superbogatstva – govorimo bukvalno o jednoj desetini procenta superbogatih, kojih je danas sve više u mnogim kapitalističkim zemljama. Te razlike su nastale u poslednjih četrdeset godina u periodu u kome su se dogodile velike društveno - ekonomske promene (napuštanje kejnzijanstva, tj. države blagostanja, socijalne pravde i jednakih šansi). Pod naletom neoliberalne teorije i politika ("tačerizam" i "reganomika") ruši se dotadašnji kapitalistički sistem i gradi novi (neoliberalni), ograničavajući prostor zaposlenima i rušeći socijalnu državu. Ako pobliže proverimo, videćemo da su se tokom tih godina vladine politike oblikovale sasvim u suprotnosti s voljom građana, na način da omoguće velike pogodnosti upravo najbogatijima. Pritom, realna primanja najvećeg dela stanovništva gotovo su stagnirala tokom više od trideset godina. Srednja klasa se, kao takva, našla pod ozbiljnim udarom. Ove zakonitosti i tendencije drastično su došle do izražaja u zemljama tranzicije, kao što je naša zemlja. Nekritičko preuzimanje i bukvalna primena zapadnog neoliberalnog koncepta, uz „pljačkašku privatizaciju“ i „sistemsku korupciju“ doveli

¹ U studiji američkog Instituta za političke studije kaže se: „Naših 400 najbogatijih ljudi raspolaže bogatstvom većim od ukupnih sredstava 64 odsto američkog stanovništva, odnosno oko 80 miliona domaćinstava ili 204 miliona ljudi.“ Gejts, Bezos i Bafet bogatiji su od pola Amerike. Toliko novca koncentrisanog u tako malo ruku dok se veliki broj ljudi muči – to nije samo naša ekonomija, već i moralna kriza, kažu autori studije („Dnevnik“, Novi Sad, 10.XI 2017, str.6).

su kod nas (od 2001. godine) do razaranja privrede i društva, koje se manifestovalo u zatvaranju fabrika, gubljenju posla, siromaštvu, bedi i socijalnoj diferencijaciji ekstremnih razmera.

U tom nekontrolisanom procesu, izazvanom primenom neliberalnog koncepta, koji je kulminirao u „tržišni fundamentalizam” ili neoliberalnu dogmu, ljudsko društvo je upalo u krizu i začarani krug. Naime, koncentracija bogatstva dovodi do koncentracije moći, pogotovo u vreme kada troškovi političkih kampanja i izbora „sežu u nebo”, što političke stranke čini sve zavisnijim od velikih korporacija i bogatih pojedinaca. Tako se politička moć brzo pretvara u legalnu, koja povećava koncentraciju bogatstva. Na taj način fiskalna politika, u koju spadaju poreska politika, deregulacija, pravila korporativnog upravljanja i ceo niz drugih mera, tj. političkih mera, koje se preduzimaju kako bi se povećala koncentracija bogatstva i moći – proizvodi još više političke moći koja čini istu stvar. Na delu je, dakle, neka vrsta začaranog kruga u kome se nalazi savremeno društvo. Kada je u pitanju raspodela, a o njoj je reč, začaranost kruga ilustruju i reči Vinstona Čerčila, koji je u vreme egzistencije kapitalizma i socijalizma, rekao: „Urođena beda kapitalizma jeste nejednaka raspodela bogatstva; urođena beda socijalizma je ravnopravna raspodela bede”.

Ekonomske nejednakosti su dovele do mnogobrojnih negativnih posledica, posebno do promene sistema vrednosti. Jedna od tih promena je ograničenje međuklasne mobilnosti, koja je bila snažan motiv i „točak” društvenog razvoja i progresa. Rođeni ste, naime, siromašni, naporno radite – i obogatćete se, bio je moto države blagostanja. Mogućnost da je svako u stanju da nađe pristojan posao, kupi kuću, nabavi auto, školuje decu, sve se više urušava. Promena sistema vrednosti ogleda se i u činjenici da je čovek kapitalizma (*homo ekonomikus*) postao etički, socijalno i ekološki neosetljiv na društvene posledice (do)sadašnjeg modela razvoja. Produbljivanje jaza nejednakosti praćeno je gramzivosti vlasnika krupnog kapitala, dominacijom materijalnog nad duhovnim, individualnog nad kolektivnim, korupcijom, pohlepom, odsustvom solidarnosti i kriminalizacijom društva.

Vratimo se ponovo na istoriju ljudskog društva. Od robovlasništva do kapitalizma društvo se razvijalo kao klasno društvo. Oduvek su, naime, postojali bogati, koji su uvek imali kontrolu nad politikom. To traje već vekovima. Ovu, gotovo tradicionalnu praksu, opisao je još Adam Smit 1776. godine. Ako pogledamo njegovo slavno delo „Bogatstvo naroda”, tamo Smit kaže da su u Engleskoj „glavne arhitekture politike” ljudi koji poseduju društvo – u njegovo doba to su bili „trgovci i fabrikanti”. Oni su osigurali da se o njihovim interesima dobro vodi računa, ma koliko to bilo tada bolno za engleski narod, dakle za sve ostale. Danas se više ne radi o trgovcima i fabrikantima

nego o finansijskim institucijama, multinacionalnim korporacijama i multimilijarderima. Radi se o ljudima koje je Adam Smit zvao „gospodari čovečanstva“ – o onima koji slede „surovu maksimu“ koja kaže: „Sve za nas, ništa za ostale“. Oni, naime, sprovode politiku koja njima odgovara, a svima drugima šteti. To je, uglavnom, opšta karakteristika politike koja je na delu, to su politička načela koja se sve više sprovode, što sve vodi u veće nejednakosti, odnosno u rizike nejednakosti. Ovo potvrđuju tzv. „poreski rajevi“ (ofšor poslovanje), koji bezobzirno omogućavaju bogatim pojedincima i njihovim kompanijama da na „legalan“ način izbegavaju plaćanja basnoslovnih poreza i „peru“ pare od sumnjivih poslovnih aktivnosti ².

Na međunarodnom nivou dolazi do promene u distribuciji ekonomske moći između razvijenih i zemalja u razvoju. Dolazi, takođe, do pomeranja (promena) ekonomske i regionalne moći u svetu (ekspanzija Kine). O ekspanziji nejednakosti i siromaštva u globalnim uslovima govore brojna empirijska istraživanja. Situacija u svetu je alarmantna, budući da svetom dominira nerazvijenost, siromaštvo i glad u velikom broju zemalja u kojima živi preko 75% svetskog stanovništva, dok je sa druge strane bogatstvo i moć koncentrisano u svega nekoliko razvijenih zemalja. Paralelno sa tim odvija se raslojavanje i rastuća ekonomska asimetrija unutar pojedinih zemalja. Šta je uzrok tome?

Piketi smatra da je kapitalizmu imanentna zakonitost po kojoj je r uvek veće od g ($r > g$), pri čemu je r – prosečna stopa prinosa, tj. dohodaka na kapital, a g – stopa privrednog rasta, tj. godišnje povećanje dohotka i proizvodnje. To se postiže permanentnom **eksploatacijom**, koju je otkrio i dokazao Marks još u 19. veku, a Piketi potvrdio u svojim istraživanjima. Na delu je surova eksploatacija rada (stopa eksploatacije je neuporedivo veća nego u Marksovo vreme), ali i eksploatacija prirode (što vodi u ekološku destrukciju sa katastrofalnim posledicama, koje već osećamo kroz klimatske promene i zagađenost vazduha, vode i hrane). Društvo zasnovano na kapital – odnosu prešlo je u svoju suprotnost, smatra Daniel Koen u svojoj knjizi „Homoekonomikus“. Taj i takav kapitalizam, razara društvene, moralne i političke institucije, od porodice do države. Sve pod diktatom uspešnosti. Pri tom su pregovaračke moći sindikata i zaposlenih oslabile, a povećala se moć multinacionalnih preduzeća i kapitala uopšte, uz svesrdnu pomoć države i politike ³.

² Nedavna afera „Rajskih papira“ (objavljivanje 13,4 miliona dokumenata o poreskim mahinacijama niza velikih svetskih firmi i oko 120 važnih ličnosti) pokazuje da su pojedine kompanije i bogati pojedinci spremni na sve samo da ne plate porez. Reč je o poreskim mahinacijama ultrabogatog 0,001 procenta poslovne elite („Politika“, Beograd, 8.XI 2017, str.3).

³ Problem je što „kapitalizam nikad ne pristaje dobrovoljno na žrtvu...“, kao što je govorio V.I.Lenjin (1870 - 1924), vođa Oktobarske revolucije.

Došli smo, dakle, do situacije u kojoj je dalji razvoj društva neodrživ u ovakvom sistemu proizvodnje i posebno raspodele. Stoga Piketi postavlja pitanje: kako je moguće zaustaviti takve tendencije u 21. veku? Za razliku od Marksa savremeni autori odbacuju vaninstitucionalne metode (kakve su revolucije ⁴) i zalažu se isključivo za institucionalne reforme. Potrebno je, po Piketiju, razviti mehanizme, kao i institucije socijalne, obrazovne i poreske politike, koje će sprečiti da dođe do ovakve koncentracije kapitala i produbljivanja nejednakosti, koja je štetna u društvenom, političkom i ekonomskom smislu. Piketi se, s tim u vezi, zalaže za uvođenje progresivnog poreza od kapitala na globalnom nivou. Reč je o progresivnom godišnjem porezu na kapital. To zahteva, međutim, konsenzus, koordinaciju i veću saradnju među državama po pitanjima ekonomske politike, što se do sada teško ostvaruje, što potvrđuje nedavna odluka predsednika SAD D. Trampa da SAD napusti Pariski sporazum o klimatskim promenama.

Analizirajući tzv. Džinijev koeficijent, Milanovića muči isto pitanje. Za razliku od Piketija Milanović nije optimista kada je u pitanju rešavanje problema globalne nejednakosti. On se zalaže za direktne transfere na relaciji bogate – siromašne zemlje, kao i pomoć migrantima. Unutar zemalja Milanović predlaže: ujednačavanje pristupa obrazovanju i poboljšanje kvaliteta školstva, posebno javnih i privatnih univerziteta, dodatno oporezivanje ekstremno bogatih, kao i olakšavanje pristupa kapitalu srednjoj klasi.

Veoma je poučno gledište Džozefa Stiglica, velikog i mudrog američkog ekonomiste jevrejskog porekla, nobelovca, profesora na elitnim univerzitetima (Jejl, Stenford, Oksford, Princeton, Kolumbija), eksperta Svetske banke, urednika više poznatih svetskih časopisa, člana nekoliko akademija nauka. On je još početkom dvehiljaditih ukazao na protivrečnosti globalizacije, a potom u knjizi „Slobodan pad“ (2013) dao anatomiju savremene globalne ekonomske krize, da bi u knjizi „Velika podela“ (2015) objasnio fenomen o kome govorimo, pre svega u američkom društvu, a u knjizi „Evro“ (2016) ukazao na probleme sa kojim se suočava Evropska unija i posledice koje će nastati posle Bregzita.

Stiglic smatra da su nejednakosti posledica odnosa moći, i da one nisu neizbežne, niti su posledica neumoljivih ekonomskih zakona. Naprotiv, one su rezultat naših mera i državne politike, tj. rezultat su političkog izbora i političke volje. Zbog toga ih je moguće prevazići drugačijim razvojnim politikama, pri čemu se mora poštovati balans

⁴ Socijalna revolucija danas izgleda kao nemoguća stvar, utopija, iako je pre sto godina Oktobarska revolucija „civilizovala kapitalizam“ („Danas“, Beograd, 4 – 5/ XI 2017, dodatak, str. 1-8). Francuska (1789) i Oktobarska (1917) revolucija dovele su do epohalnog preokreta u razvoju ljudskog društva. Prva je srušila feudalno, a druga ozbiljno uzdrmala kapitalističko društvo. Istoričar Predrag J. Marković je ove dve revolucije uporedio sa „astronomskim i teološkim preokretima“ („Politika“, Beograd, kulturni dodatak, 4.XI 2017, str.1). Danas, međutim, dominira u svetu mišljenje da revolucija zaslužuje osudu i da društvo treba da se razvija postupno, kroz evoluciju.

između uloge dve ključne institucije privrede i društva: tržišta i države. Narušavanje toga balansa vodi u krajnosti koje su nepoželjne: tržišnog fundamentalizma ili državnog totalitarizma. Ideologija slobodnog tržišta pretvorila se u izgovore za nove oblike eksploatacije, ističe Stiglic. Balans između tržišta i države treba da obezbedi ravnomerniju raspodelu dohotka i bogatstva. Što se tiče globalnih problema Stiglic smatra da se globalna kriza mora rešavati globalnim merama, čime se on zalaže za globalni konsenzus⁵.

Zaključna razmatranja 3

Prisutne su, dakle, u savremenoj društveno – ekonomskoj teoriji mnogobrojne razlike kada je reč o ovom kompleksnom i teškom problemu savremenog društva. Međutim, zajednička odrednica ovih ali i drugih savremenih teoretičara iz oblasti društveno – ekonomskih istraživanja jeste da su nam potrebne duboke i sveobuhvatne **promene**, na svim nivoima, i na nacionalnom i na globalnom nivou. Paralelno s tim nužne su „promene u glavama“. Te promene podrazumevaju i uvođenje nove kategorije u ekonomiju: moralni kapital, kako to predlaže sjajni kineski ekonomski filozof Vang Sjaosi („*O moralnom kapitalu*“, 2016), koji istražujući odnos moralnosti i ekonomije tvrdi da je „moralnost proizvodni duhovni resurs koji može stvarati ekonomsku vrednost“. Kada je o ekonomiji reč to podrazumeva, po našem mišljenju, drugačiji pristup ekonomiji, tj. uvođenje tzv. „zelene ekonomije“, koja će voditi računa i o prirodnom kapitalu i o ljudskim resursima, a ne samo maksimizaciji profita. Moralni principi moraju biti ugrađeni u sve karike društvene reprodukcije (proizvodnja, raspodela, razmena i potrošnja). Pored toga, mora se stati na put zloupotrebama u međunarodnim finansijskim tokovima, koji omogućavaju pojedincima i kompanijama enormna bogaćenja, što sve vodi u produbljivanje društveno - ekonomskih nejednakosti. Održivi ekonomski rast i reforme su, dakle, preduslov za bolji život svih, posebno za siromašne i srednju klasu.

Reč je, naime, o potrebi koncipiranja i realizacije **nove paradigme razvoja**, u pravcu **održivog razvoja**.

⁵ Globalni konsenzus podrazumeva prihvatanje i poštovanje globalnih standarda o transparentnoj poreskoj politici. Neophodne su, naime, sankcije protiv onih koji odbijaju da pruže neophodne informacije za borbu protiv izbegavanja poreza. Reč je o nužnosti međunarodnih napora u sprečavanju prikrivanja novca u inostranstvu. Nužne su, takođe, kaznene mere MMF-a i Svetske banke za osumnjičene zemlje i teritorije.

4 Literatura

1. Badju, A. (2016): Naša nevolja dolazi iz daleka – naše zlo dopire nadaleko, Akademska knjiga, Novi Sad.
2. Čomski, N. (2015): Ko vlada svetom, Akademska knjiga, Novi Sad.
3. Čomski, N. (2017): Rekvijem za američki san, Akademska knjiga, Novi Sad.
4. Hefe, O. (2016): Da li je demokratija sposobna za budućnost, Akademska knjiga, Novi Sad.
5. Koka, J. (2017): Istorija kapitalizma, Klio, Beograd.
6. Koen, D. (2014): Homoekonomikus, Klio, Beograd.
7. Milanović, B. (2016): Globalne nejednakosti, Akademska knjiga, Novi Sad.
8. Pejanović, R. (2015): Tranzicija i nacionalna kultura, Akademska knjiga, Novi Sad.
9. Pejanović, R. (2017): Razvojni problemi privrede i društva, Akademska knjiga, Novi Sad.
10. Piketi, T. (2015): Kapital u 21. veku, Akademska knjiga, Novi Sad.
11. Sjaosi, V. (2016): O moralnom kapitalu, Albatros plus, Beograd.
12. Stiglic, Dž. (2013): Slobodan pad, Akademska knjiga, Novi Sad.
13. Stiglic, Dž. (2015): Velika podela, Akademska knjiga, Novi Sad.
14. Stiglic, Dž. (2016): Evro, Akademska knjiga, Novi Sad.
15. Žižek, S. (2011): U odbranu izgubljenih stvari, Akademska knjiga, Novi Sad.

Primljen/Received: 20.11.2017.

Prihvaćen/Accepted: 11.01.2018.

MERE PODRŠKE KORIŠĆENJU OBNOVLJIVIH IZVORA ENERGIJE: KOMPARATIVNI PRIKAZ

Crnokrak . Mirela¹ . Nikola
Mirela¹

Rezime

Potreba za korišćenjem obnovljivih izvora energije je sve više prisutna. U okviru međunarodnih institucija i pojedinačno, veliki broj država radi na dostizanju zahtevnih ciljeva vezanih za povećanje korišćenja obnovljivih izvora energije, te je uočljiv intenzivan razvoj mera i instrumenata u pojedinim državama. Na temelju toga, u stručnoj javnosti se razvila debata koja strategija i mere podsticaja korišćenja energije iz obnovljivih izvora je najefikasnija. Imajući u vidu da su mogućnosti proizvodnje energije u poljoprivredi velike, ovo pitanje je svakako od značaja i za poljoprivredne proizvođače i sve ostale učesnike u agrarnom sketoru. U radu je dat pregled nekih stavova stručne javnosti, koji su u velikoj meri usaglašeni, da su se cenovni podsticaji, pre svega, feed-in tarife (FIT), u praksi pokazale kao najefikasniji instrument, posebno kod rane faze ulaganja i instaliranja kapaciteta. Treba napomenuti i da u praksi nije najvažniji samo odabir odgovarajućih mera već i njihov konkretan dizajn.

Ključne reči: FIT, Srbija, EU, karakteristike, efikasnost

SUPPORT MEASURES FOR THE USE OF RENEWABLE ENERGY SOURCES: COMPARISON

Crnokrak . Njegovan . Mirela¹
Mirela¹

Summary

There is a growing need for use of renewable energy sources. Within international institutions and individually, a large number of countries are working towards the achievement of challenging goals related to the growing use of renewable energy sources. There is significant development of measures and instruments for their use in certain countries. A debate has developed among professionals about what strategy and measures of encouraging the use of energy from renewable sources are the most effective. Bearing in mind that the possibilities of energy production in agriculture are high, this issue is certainly of importance for agricultural producers and all other participants in the agricultural sector. The paper gives an overview of professionals' attitudes, who mostly agree that price incentives, above all feed-in tariffs (FIT), have proved to be the most effective instrument in practice, especially in the early phase of investment and capacity installation. It should be noted that, in practice, not only the selection of appropriate measures is important, but their specific design as well.

Key words: FIT, Serbia, EU, characteristics, efficiency

¹ MSc Nevena Crnokrak, Komercijalna banka, Beograd, dr Nikola Njegovan, docent, Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu, MSc Mirela Tomaš-Simin, Poljoprivredni fakultet Univerziteta u Novom Sadu, e-mail: mirela.tomas@polj.edu.rs, Rad je deo istraživanja na projektu III 46006, Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije

¹ MSc Nevena Crnokrak, Commercial bank, Belgrade, Nikola Njegovan, docent, Faculty of Economics, University of Belgrade, MSc Mirela Tomaš-Simin, Faculty of Agriculture, University of Novi Sad, e-mail: mirela.tomas@polj.edu.rs, The paper is part of the research project III 46006, Ministry of Education, Science and Technological Development of the Republic of Serbia

1

Uvod

Razvoj i korišćenje obnovljivih izvora energije (OIE) je, po pravilu, alternativna strategija kako razvijenih (DC) tako i nerazvijenih zemalja sveta (LDC). Njeno sprovođenje se vrši iz više razloga, od kojih su značajni energetska samodovoljnost, obezbeđivanja sigurnosti snabdevanja energijom, povećanje efikasnosti i efektivnosti energetskog sektora, pretnja o iscrpljivanju pojedinih konvencionalnih izvora i zaštita životne sredine. Investicije u OIE na globalnom nivou su odavno premašile ulaganja u nove kapacitete u fosilna goriva ¹.

Povećanje korišćenja OIE se širom sveta promoviše usvajanjem različitih mera i politika (feed-in tarife - FIT, premije, zeleni sertifikati, poreski podsticaji, investicioni grantovi i finansiranje podrške za specifične tehnologije - vetar, biomasa, i sl.). Broj zemalja u svetu sa postavljenim ciljevima i kreiranim politikama, povećan je npr. sa 48 u 2004. godini na 144 zemlje u 2013. godini i čak 164 zemlje u 2014. godini (GSR, 2015). FIT su implementirane u više od 40 zemalja u svetu i u mnogim naučnim radovima označene kao primarni razlog za uspešan razvoj tržišta obnovljivih izvora energije u zapadnoevropskim zemljama, na primer u Danskoj, Nemačkoj i Španiji (Lipp, 2007; Mitchell et al., 2006).

U okviru energetske politike EU², a prema Direktivi Evropske komisije (EC) za promociju obnovljivih izvora energije (2009/28/EC Directive), postavljeni su obavezni nacionalni ciljevi zemljama članicama. Planira se da do 2020. godine učešće OIE mora biti na nivou od 20%. Dodatno, u oktobru 2014. godine, lideri zemalja EU su ugovorili okvir energetske politike Unije do 2030. godine. Ovim okvirom je predviđeno povećanje učešća u korišćenju OIE u potrošnji energije u Evropi na 27% ³. Iako većina evropskih zemalja dobro napreduje ka postavljenim ciljevima za 2020. godinu (u 2014. dostignut je udeo od 15,3% u bruto finalnoj potrošnji na nivou Unije), sa približavanjem zadatog roka će ipak morati da intenziviraju svoje napore i različitim kombinacijama instrumenata, mera i politika osiguraju realizaciju zacrtanih ciljeva.

¹ U LDC je povećanje investicija u 2014. godini iznosilo 36% u odnosu na 2013. (131,3 mlrd. USD). Prema vrednosti investicija, značajno su se približile DC (3% povećanja u odnosu na 2013. i investicijama u 2014. od 138,9 mlrd. USD). Izvor: (Renewables Global Status Report (GSR), 2015)

² European Commission's 2020 Climate and Energy Package

³ CEER Status Review of Renewable and Energy Efficiency Support Schemes in Europe in 2012 and 2013, Council of European Energy Regulators, Ref: C14- Ref: C14-SDE-44-03, 15 January 2015

Srbija je 2006. godine postala članica Energetske zajednice ¹ čime je prihvatila obavezu da primenjuje evropske direktive u oblasti OIE. U saglasnosti sa tim, preuzela je veoma ambiciozan obavezujući cilj koji nalaže da poveća udeo energije iz obnovljivih izvora u ukupnoj potrošnji sa tadašnjih 21,2% u 2009. godini, na 27% ² do 2020. godine. Iste, 2009. godine, u Srbiji je prvi put uspostavljen pravni okvir sa podsticajnim merama, FIT i stimulativne tarife za proizvodnju električne energije iz obnovljivih izvora.

Poljoprivreda predstavlja jedan od značajnijih alternativnih izvora energije. Mogućnosti proizvodnje energije u poljoprivredi su velike: korišćenje biljnih ostataka, peletiranje, proizvodnja bioetanol, korišćenje geotermalne energije i energije vetra, itd. Shodno navedenom, u radu je dat pregled stavova iz stručne literature o efikasnosti i efektivnosti ovih mera podsticaja kao i njihove prednosti i nedostaci.

Mere podsticaja za korišćenje obnovljivih izvora energije 2

„Mere podrške podrazumevaju svaki instrument, šemu ili mehanizam podsticaja koju primenjuje pojedinačna ili grupa država (članica EU) koja promoviše korišćenje OIE kroz snižavanje troškova takve energije, povećanje njene prodajne cene ili uvećanje, pomoću postavljenih obaveza u vezi sa obnovljivom energijom ili na drugi način, količine otkupa takvih vrsta energije“ ³.

U literaturi se mogu sresti brojne podele mera koje promovišu ulaganja u OIE. U ovom radu navodimo podelu sa aspekta osnova, da li je u pitanju cenovna ili količinska mera, kao i sa aspekta usmerenosti podrške za investicije ili proizvodnju. Pregled osnovnih tipova regulatornih mera i instrumenata za podsticanje ulaganja u OIE dajemo u Tabeli 1.

Kod cenovnih mera podrške, država određuje cenu, a odgovarajuće količine dolaze kao posledica krive troškova i potencijala. Suprotno tome, kod količinskih mera podrške, određuju se količine dok se cena razvija zavisno od stanja resursa i troškova tehnologije.

Nekoliko opcija za dizajniranje mera su slične iako se radi o različitim merama podrške. Ovo uključuje izračunavanje nivoa troškova proizvodnje energije koji se zatim koriste bilo da se administrativno utvrdi nivo podrške kroz FIT ili premije ili da se na aukcijama i tenderima definišu maksimalne cene - ceiling prices, eng. (Held et al, 2014).

¹ Ugovor o pristupanju Evropskoj energetske zajednici (jul, 2006) su potpisale i Albanija, Bugarska, BiH, Hrvatska, Makedonija, Crna Gora, Rumunija, Srbija i Privremena Misija UN na Kosovu (u skladu sa Rezolucijom 1244 SB UN). Gruzija postaje punopravna članica, a Jermenija, Norveška i Turska su posmatrači. Ulaskom u EU Bugarske, Rumunije i Hrvatske, karakter organizacije je promenjen. Energetske zajednice su pristupile Moldavija i Ukrajina. Ova zajednica ima za cilj kreiranje najvećeg internog tržišta za električnu energiju i gas na svetu.

² Direktiva 2009/28/EZ i Odluka Ministarskog saveta Energetske zajednice od 18.10.2012.

³ Prema članu 2 Direktive Evropske komisije (2009/28/EC Directive)

Tabela 1. Regulatorne mere koje promovišu ulaganja u održive izvore energije
Table 1. Regulatory measures promoting investments in sustainable energy resources

	Cena	Količina
Investicije	Investicione subvencije (<i>investment subsidies</i>), Poreske olakšice (<i>tax credits</i>), Povoljni krediti i pozajmice (<i>Low interest/soft loans</i>)	Tenderi za investicione donacije (<i>Tendering systems for investment grants</i>)
Proizvodnja	Fiksne „Feed-in“ tarife (<i>Fixed price FIT</i>), „Feed-in“ premije (<i>Premium FIT</i>)	Portfolio standardi za OIE (<i>Renewable Portfolio Standards</i>) npr. kvote Tenderi za dugoročne ugovore (<i>Tendering systems for long term contracts</i>)

Izvor: Tabela modifikovana prema (Haas at all, 2010)

Osnovne karakteristike tri osnovna instrumenta – mere podrške u zemljama-članicama EU su predstavljene u Tabeli 2, a detaljnije u tekstu u nastavku.

Tabela 2. Karakteristike osnovnih podsticajnih mera
Table 2. Characteristics of basic incentive measures

Mera podsticaja	Rizik za investitore	Tržišna zavisnost	Pokretač
FEED-IN TARIFA	Nizak	Nezavisna	Cena
FEED-IN PREMIJA	Srednji	Delimično zavisna	Cena
KVOTE	Visok	Zavisna	Količina

Izvor: (Canton, J., Johanesson L. A., 2010)

Dakle, kao osnovne postoje tri mere podrške: feed-in tarife -FIT, feed-in premije – FI premije i kvote. Pojedinačno ili kombinacija ovih mera, koriste se kao osnovni alati za promociju energije iz obnovljivih izvora (De Jager at all, 2011).

2.1. Karakteristike FIT

FIT spada u jednostavnije mehanizme podrške čije su dve glavne karakteristike: 1) Obaveza distributera energije da kupi svu proizvedenu energiju iz obnovljivih izvora koji su povezani na mrežu, i 2) FIT koja obezbeđuje proizvođačima „zelene“ energije prethodno definisanu cenu po kWh proizvedene energije, koja je nezavisna od tržišne cene energije i garantovana za određeni niz godina. Zbog toga, nezavisnost od tržišnih kretanja stvara stabilno okruženje za investicije.

Glavni elementi FIT se najčešće kombinuju sa prioritarnim pristupom mreži (**priority grid access**, eng.). Troškovi plaćanja tarifa su najčešće vezani za potrošače, što je i glavna razlika u odnosu na subvencije koje se isplaćuju iz državnog budžeta.

Osnovna prednost ovog sistema je njegova visoka efikasnost i niske premije rizika. Ona obezbeđuje subvencije za određene vrste tehnologija proizvodnje energije kako bi se unapredila njihova konkurentnost u odnosu na konvencionalne izvore. Efekat je često da dođe do „izjednačavanja“ privlačnosti energije praćene različitim proizvodnim troškovima. Međutim, ako tarife nisu adekvatno postavljene, odnosno ako njihov iznos odražava stvarne troškove proizvodnje, one postaju neisplative. Šta više, one su manje kompatibilne sa principima liberalizacije tržišta.

FIT su najpopularnije mere u zemljama EU. Ipak, postoje velike razlike u dizajnu ovih mera (Couture T., Gagnon Y., 2010). Svaka feed-in tarifa je jedinstvena po svojoj strukturi i prema podsticaju koji pruža.

Feed-in premije predstavljaju razvijeniju verziju tarifnog sistema, praktično FIT plaćanje iznad tržišne vrednosti. Razlika u odnosu na FIT ogleda se u tržišnoj kompatibilnosti i raspodeli rizika između distributera i proizvođača energije. Kod premija, proizvođač mora da prodaje svoju energiju na tržištu direktno i da dodatna plaćanja prima kao dodatak na cenu energije.

Dizajn premija može biti različit: fiksne premije (fixed premium), plutajuća premija (floating premium), varijabilna premija (premium with cap and floor). Fiksne premije se najčešće izračunavaju na bazi dugoročnih proseka u cenama energije, ali ne uzimaju u obzir kratkoročne mesečne ili dnevne varijacije. Ovim se dobro predviđaju troškovi sprovođenja, ali u slučaju povećanja cene energije može doći do ubrzanog razvoja novih proizvodnih kapaciteta, a time i uvećanja troškova sprovođenja ovih mera. Plutajuće premije su dinamične i zavise od nivoa cena energije. Na ovaj način, proizvođači ne preuzimaju rizik promene tržišne cene. Kompromis između dva navedene instrumenta predstavljaju varijabilne premije tzv. Premium with cap and floor gde je cena fiksna, ali u određenim okvirima. Ona se prilagođava čim dostigne definisane limite.

Efikasnost feed-in tarifa – stavovi stručne javnosti i potencijalnih investitora **3**

Do nedavno, diskusije stručne javnosti su bile fokusirane na razmatranja o pitanju da li je efektivnije i efikasnije korišćenje sistema podsticaja zasnovanih na količini (Quantity-based systems, eng.), gde je najzastupljenija mera uvođenje kvota ili cenovne mere (price-based systems) poput „feed-in“ tarifa. Veliki je broj radova na temu efikasnosti ovih politika.

Zajednički imenitelj većine stavova autora do pre petnaestak godina, zasnovanih na teorijskim pretpostavkama, bio je da količinske mere prevazilaze po ekonomskoj efikasnosti cenovne instrumente (na primer, Kuhn, 1999). Sa podacima iz prakse došlo se od iznenađujućih saznanja o netačnosti teorijskih modela. Poređenje efektivnosti mera pokazalo je bolje rezultate sistema baziranih na ceni. Na primer: (Butler, Neuhoﬀ, 2008), poredeći Veliku Britaniju (količinske mere) i Nemačku (cenovne mere) dolaze do zaključka da britanski sistem ne samo da je manje efektivan već ne mogu dokazati ni da je efikasniji, s obzirom da je cena energije dobijene iz vetra koja je prenetka ka potrošačima iste visine u obe države, uprkos manje povoljnim uslovima i resursima u Nemačkoj (Butler L., Neuhoﬀ K., 2008).

Preovlađuje stanovište da su cenovni modeli, odnosno FIT, efikasniji ako posmatramo rane faze ulaganja i instaliranja kapaciteta. Feed-in premije su znatno efikasnije od razmenjivih zelenih sertifikata u dostizanju postavljenih ciljeva, dok su zeleni sertifikati veoma pogodni kao podsticajna mera kod velikih projekata. Svakako treba imati u vidu da međusobna zavisnost dizajna mera, cene energije i proizvodnih troškova, ima veći uticaj na razvoj održivih izvora energije, nego sama politika (Jenner et al., 2013).

Mnogi autori povezuju uspeh feed-in tarifa sa rizikom za investitore, koji je niži nego kod drugih vidova podrške (Menanteau et al., 2003), što ukazuje na moguću pozitivnu korelaciju između feed-in tarifa i preduzetništva u sektoru održivih izvora energije (Burer J.M., Wustenhagen R., 2009; Ragwitz et al., 2007).

Kako su investitori važna ciljna grupa sa aspekta ulaganja u obnovljive izvore energije, neki autori su doneli novu perspektivu debati o efektivnosti i efikasnosti ovih mera i instrumenata ispitujući stavove investitora. U anketi koju su proveli Burer i Wustenhagen (Burer J.M., Wustenhagen R., 2009) učestvovalo je 60 profesionalnih investitora iz Evrope i Severne Amerike koji su, takođe, potvrdili da FIT smatraju najefikasnijima sa aspekta podsticanja njihove zainteresovanosti za investiranje.

U drugom ispitivanju investitori su istakli da mere poput RPS (kvota) i/ili zelenih sertifikata smatraju usmerenim na velike kompanije, te da ove mere imaju negativan ili makar neutralan uticaj na manje firme i preduzetnike (Toke, D., Lauber, V., 2007) (tabela 3).

Tabela 3. Prednosti i nedostaci mera podrške
Table 3. Advantages and disadvantages of support measures

	CENOVNI PODSTICAJI (FIT)	KOLIČINSKI PODSTICAJI (TGC)
PREDNOSTI	– umanjuje rizik za razvojne projekte, vodi lakšoj dostupnosti kapitala po nižim troškovima (FIT eliminiše nesigurnosti u vezi sa budućim subvencijama ili cenama struje) – niski transakcioni troškovi – lak ulazak na tržište MSP – fleksibilnost-moguća prilagođavanja promenama na tržištu i u tehnologiji – određenost po pitanju vrste tehnologije: više subvencije i dugoročno povoljniji uslovi za tehnologije u razvoju nego za zrele tehnologije.	– umanjuje troškove za društvo jer podstiče razvoj troškovno najpovoljnijih projekata; – finansiranje projekata bez dodatne budžetske podrške – količine energije su unapred poznate pa je moguće: a) definisati unapred maksimalne troškove (ako je zakonima dozvoljen uvoz „zelene“ energije) ili b) izgraditi minimalni kapacitet postrojenja (ako nije dozvoljen uvoz „zelene“ energije)
NEDOSTACI	– Umanjene prilike za uštedu na troškovima kroz međunarodnu trgovinu energijom, jer FIT mera uglavnom zahteva domaću proizvodnju – moguće je da, diferencijacijom uslova radi podrške razvoja određenih vrsta tehnologija dođe do ulaganja u preценjene projekte – ako dođe do pada troškova proizvodnje energije, FIT se ne prilagođavaju automatski, tako da potrošači mogu plaćati visoku cenu ukoliko se cene blagovremeno ne prilagode promenama.	– Rizik buduće cene struje. U slučaju značajnog uvećanja kapaciteta, cena pada bliže nuli i: a) dolazi do pada u profitabilnosti, b) investicije u energiju iz obnovljivih izvora će zavisiti jedino od prihoda od prodaje struje. – u slučaju skupljih projekata izgradnje kapaciteta za OIE, dolazi do uvećanja troškova sprovođenja mera, pada profita i rasta cene struje – nedostatak kapitala udaljava sa tržišta manje učesnike, redukujući inovativnost i likvidnost na tržištu – kvote mogu predstavljati ograničavajući faktor razvoja - nema profita koji bi podsticao izgradnju novih kapaciteta jer profit ostaje u okviru kvota – stvara atmosferu razvoja „kreni-stani“ – složene za dizajn i administraciju – visoki transakcioni troškovi – komplikovani za fina podešavanja i prilagođavanja

Izvori: (Haas at all, 2010), (Poputoaia, D., Fripp, M., 2008), (Mitchell at all, 2006)

MERE PODRŠKE
KORIŠĆENJU
OBNOVLJIVIH
IZVORA
ENERGIJE:
KOMPARATIVNI
PRIKAZ

Mere podrške 4

Za efikasnost mera koje se sprovode važan je njihov dizajn. Takođe, bitno je uzeti u obzir tehničke i ekonomske karakteristike tehnologije koja se koristi, kada se odlučuje o modelu podrške. Ilustracije radi, Tabela 4 predstavlja pregled nekih opcija mera podrške, zajedno sa istaknutim prednostima i nedostacima svake od njih.

Prema dokumentima Evropske komisije, u mnogim zemljama, kompenzacije za energiju vetra su previsoke dok iznosi za PV ne dostižu njihov potencijal po pitanju troškovne efikasnosti, jer nisu dobro definisani. Visoka diferencijacija između različitih tehnologija je važna za dobro dizajnirane cenovne modele podrške (Verbruggen, A., Lauber, V., 2012).

**MERE PODRŠKE
KORIŠĆENJU
OBNOVLJIVIH
IZVORA
ENERGIJE:
KOMPARATIVNI
PRIKAZ**

Tabela 4. Ilustrativni prikaz dizajna mera podrške i njihovih prednosti i nedostataka
Table 4. Illustrative display of supportive measure designs and their advantages and disadvantages

Mera podrške	Prednosti	Nedostaci
"Feed-in" tarifa – fiksna cena	Stabilno okruženje za investicije	Neuključivanje stope inflacije u kalkulaciju negativno se odražava na realnu vrednost prihoda
"Feed-in" tarifa – fiksna cena sa prilagođavanjem inflaciji	Dodatna sigurnost za investitore	Visoke stope radi prilagođavanja inflaciji predstavljaju dodato opterećenje za potrošače
"Feed-in" premije	Kompatibilne sa tržištem	Konstantni iznosi plaćanja vode preplaćenosti/potplaćenosti
Varijabilne premije (premium with cap and floor)	Umanjuju rizik za investiture (cap) i društvo (floor)	Kompleksne za dizajniranje
Premije kao procenat od maloprodajne cene	Veoma pogodne za velike projekte	Rizične jer plaćanje zavisi od eksternih, tržišnih faktora
Kvote	Pospešuje kompetitivnost tržišta. Odražava razvoj tehnologija.	Uključuje cenovni tržišni rizik za električnu energiju i za TGC. Smanjuje troškove za potrošače.

Izvor: prilagođeno prema Couture T., Gagnon Y., 2010 i de Jager et al., 2011

5 Zaključak

Razvoj i korišćenje OIE predstavlja složenu problematiku kojoj DC i LDC posvećuju sve više pažnje. Povećanje korišćenja OIE se uglavnom promoviše usvajanjem različitih mera i politika koje treba da pomognu povećanju učešća OIE u energetskej strukturi zemalja. Mere podrške su prisutne i u EU i podrazumevaju svaki instrument, šemu ili mehanizam podsticaja koju primenjuje pojedinačna ili grupa država članica ili potencijalnih članica. Imajući u vidu sve prethodno izneto može se zaključiti da su se cenovni podsticaji, pre svega, feed-in tarife (FIT), u praksi pokazale kao najefikasniji instrument, posebno kod rane faze ulaganja i instaliranja kapaciteta. Pri tom, za uspeh mera podrške nije najvažniji samo njihov odabir, već i njihov dizajn. Otuda potreba stalnog praćenja efikasnosti njihove primene kao i novih pristupa njihovom dizajniranju.

6 Literatura

1. (CEER), C. o. (2015). Status Review of Renewable and Energy Efficiency Support Schemes in Europe in 2012 and 2013. Council of European Energy Regulators (CEER).
2. Burer J.M., Wustenhagen R. (2009). Which renewable energy policy is adventure capitalist's best friend? Empirical Evidence from a survey of international cleantech investors. Energy Policy 37, 4997–5006.
3. Butler L., Neuhoﬀ K. (2008). Comparison of feed-in tariff, quota and auction mechanisms to support wind power development. Renewable Energy 33, 1854–1867.
4. Canton, J., Johanesson L., A. (2010). Support Schemes for Renewable Electricity in the EU. U European Economy. Economic Papers. Brussels: Economic and Financial Affairs.
5. Council of European Energy Regulators (2015) CEER Status Review of Renewable and Energy Efficiency Support Schemes in Europe in 2012 and 2013, Ref: C14- Ref: C14-SDE-44-03, 15 January.
6. Couture T., Gagnon Y. (2010). An analysis of feed-in tariff remuneration models: Implications for renewable energy investment. Energy Policy 38, 955–965.

7. Direktiva 2009/28/EZ i odluka Ministarskog saveta Energetske zajednice, 18.10.2012.
8. de Jager, D.; Klessmann, C.; Stricker, E.; Winkel, T.; de Visser, E.; Koper, M.; Ragwitz, M.; Held, A.; (2011). Financing renewable energy in the European energy market. Ecofys, Fraunhofer ISI, TU Vienna EEG, Ernst & Young. By order of the European Commission.
9. del Rio, P., Ragwitz, M., Steinhilber, S., Resch, G., Busch, S., Klessmann, K., de Lovinfosse, I., Nysten, J., Fouquet, D., Johanston, A. . (2012). Key policy approaches for a harmonisation of RES-E support in Europe. European Commission, EACI; Intelligent Energy – Europe (IEE).
10. EC Directive, 2009/28/.
11. European Commission's 2020 Climate and Energy Package.
12. (2013). European Commission guidance for the design of renewables support schemes. Brussels: European Commission.
13. Haas R, Resch G, Panzer C, Busch S, Ragwitz M, Held A. (2010). Efficiency and effectiveness of promotion systems for electricity generation from renewable energy sources - Lessons from EU countries. Energy, 1-8.
14. Held A., Ragwitz M., Fraunhofer ISI, Malte Gephart, Erika de Visser, Corinna Klessmann, Ecofys. (2014). Design features of support schemes for renewable electricity. Ecofys 2013 by order of: European Commission, DG ENER.
15. Leep, J. (2007). Lessons for effective renewable electricity policy from Denmark, Germany and the United Kingdom. Energy Policy 35 , 5481–5495.
16. Jenner S., Groba F., Indvik J. (2013). Assessing the strength and effectiveness of renewable electricity feed-in tariffs in European Union countries. Energy Policy 52, 385-401.
17. Kuhn, I. (1999). New competition-based support schemes for electricity generation from renewable energy sources. 1st Austrian-Czech-German Conference: Energy Market Liberalization in Central and Eastern Europe. Prague.
18. Menanteau P., Finon D., Lamy M.L. (2003). Prices versus quantities: choosing policies for promoting the development of renewable energy. Energy Policy 31, 799–812.
19. Mitchell, C., Bauknecht, D., Connor, P. (2006). Effectiveness through risk reduction: a comparison of the renewable obligation in England and Wales and the feed-in system in Germany. Energy policy, 297-305.
20. Poputoaia, D., Fripp, M. (2008). European Experience with TGCs and FITs for RES-E Support. Environmental Change Institute, University of Oxford.
21. Ragwitz, M., Huber, C., Resch, G. (2007). Promotion of renewable energy sources: effects on innovation. International Journal of Public Policy, 32-56.
22. (2015). Renewables Global Status Report (GSR). REN 21.
23. Toke, D., Lauber, V. (2007). Anglo-Saxon and German approaches to neoliberalism and environmental policy: the case of financing renewable energy. Geoforum, 677-687.
24. Ugovor o pristupanju Evropskoj energetske zajednici (jul, 2006).
25. Verbruggen, A., Lauber, V. (2012). Assessing the performance of renewable electricity support instruments. Energy Policy, 635-644.
26. <https://ec.europa.eu/energy/en/topics/renewable-energy>
27. <http://www.res-legal.eu/search-by-country/>
28. <http://www.eurobserv-er.org/eurobserv-er-policy-files-for-all-eu-28-member-states/>

**MERE PODRŠKE
KORIŠĆENJU
OBNOVLJIVIH
IZVORA
ENERGIJE:
KOMPARATIVNI
PRIKAZ**

Primljen/Received: 28.02.2018.

Prihvaćen/Accepted: 19.03.2018.

PREDUZETNIŠTVO I RURALNI TURIZAM *

Otović Slavica ¹, Demirović Dunja ², Košić Kristina ³,
Željka Miličić ⁴

Rezime

Preduzetnički način razmišljanja okosnica je ekonomskog rasta putem struktuirane zapošljivosti u agrobiznisu. Ruralni turizam AP Vojvodine predstavlja konkurentsku prednost u cilju jačanja liderske pozicije u regionu i šire. Primenom probanih menadžerskih i marketinških metoda, uz konstantno inoviranje turističkog proizvoda, moguće je animirati posebne turističke niše i obezbediti siguran plasman. Prirodni resursi, snažan potencijal za razvoj proizvoda koji su u vezi sa ruralnim turizmom: kulturno nasleđe, gastronomija i vino, turizam vezan za različita interesovanja i posebno verski turizam, omogućava mapiranje grupacija potencijalnih turista. Pored bezbednosti, najznačajniji faktor instrumentalizacije ideje predstavlja prekogranična saradnja kulturno umetničkih udruženja i udruženja prijateljstva.

Ključne reči: Preduzetništvo, ruralni turizam, turističke niše potrošača, bezbednost, prekogranična saradnja

ENTREPRENEURSHIP AND RURAL TOURISM

Otović Slavica ¹, Demirović Dunja ²,
Košić Kristina ³, Željka Miličić ⁴

Summary

Entrepreneurial thinking is the backbone of economic growth by means of structured employability in agribusiness. The rural tourism of AP Vojvodina represents a competitive advantage which can strengthen its leadership position in the region and beyond. With the application of tried and tested marketing and marketing methods, with the constant innovation of tourist products, it is possible to animate special tourist niches and ensure safe placement. Natural resources, cultural heritage, gastronomy and wine, tourism related to different interests, and especially religious tourism, enable mapping of groups of potential tourists. In addition to security, the most important factor of realizing this idea is cross-border cooperation between cultural art associations and friendship associations.

Key words: Entrepreneurship, rural tourism, tourist niches of consumers, security, cross-border cooperation

* Rad je deo projekta (47007) podržan od strane Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja i Pokrajinskog sekretarijata za visoko obrazovanje i naučnoistraživačku delatnost broj 142-451-3683/2017-01/02

¹ MSc Slavica Otović, diplomirani ekonomista - master, Opšta bolnica Vrbas, Dr M. Čekica 4, 21460 Vrbas, Srbija, telefon: +381648023215, E-mail: slavicaotovic1@gmail.com (autor za korespondenciju)

² Dr Dunja Demirović, naučni saradnik, Geografski institut "J. Cvijić" SANU, Beograd, Srbija, mob: +381642686290, E-mail: demirovic.dunja2@gmail.com

³ Dr Kristina Košić, vanredni profesor, Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Trg Dositeja Obradovića 3, 21000 Novi Sad, Srbija, E-mail: tinicaus@yahoo.com

⁴ MSc Miličić Željka, profesor, Poljoprivredna škola sa domom učenika Futog, Ulica Carice Milice, 21410 Futog, mt: +381637769220, e-mail: poljosko@eunet.rs

* The research was supported by the Ministry of Education, Science and Technological Development, Republic of Serbia (Grant III 47007) and the Provincial Secretariat for Higher Education and Scientific Research, no. 142-451-3683/2017-01/02.

¹ Slavica Otović, MSc, General hospital in Vrbas, Dr M. Čekica 4, 21460 Vrbas, Serbia, phone: +381648023215, e-mail: slavicaotovic1@gmail.com

² PhD Dunja Demirović, Research associate, Geographical Institute "Jovan Cvijić" SASA, Belgrade, Serbia, phone: +381642686290, e-mail: demirovic.dunja2@gmail.com

³ PhD Kristina Košić, Associate professor, University of Novi Sad, Faculty of Sciences, Department of Geography, Tourism and Hotel Management, Novi Sad, Serbia, e-mail: tinicaus@yahoo.com

⁴ MSc Milčić Željka, Professor, Agricultural school with students Futog, Carice Milice Street, 21410 Futog, Phone: +381637769220, e-mail: poljosko@eunet.rs

1

Uvod

Poslednje godine XX veka i početak XXI veka pokazali su da je turizam, kao svetska privredna grana, po svim bitnim pokazateljima ostvario primat u odnosu na ostale grane privrede. (Ministarstvo poljoprivrede, vodoprivrede i šumarstva, 2008). Izuzetan rast turističkih aktivnosti, u proteklm decenijama, jasno definiše turizam kao najznačajniji ekonomski i društveni fenomen. Broj međunarodnih turista pokazuje rast sa 25,3 miliona 1950. godine, na neverovatnih 1133 miliona u 2014. godini (Milićević, 2016). S obzirom na to da je Republika Srbija pretežno ruralna zemlja, razvoj preduzetništva na selu zavisi i od razvoja ruralnog turizma (i obrnuto), kroz praktične smernice lokalne i regionalne politike, zasnovane na aktuelnim istraživanjima.

Međutim, postoji problematika i samog definisanja ruralnog turizma koja je postala još teža jer se vrlo često u stručnoj literaturi, ali i praksi, pojam ruralni turizam poistovećuje sa pojmom agroturizam. Autori (Di Muzio, 2000; Hall et al, 2003) tvrde da su pojmovi agroturizam i ruralni turizam istovetni, dok druga grupa autora (Kušen, 2007; Sznajder et al, 2009; Adams, 2008; Sirgy, 2001) smatra da je agroturizam samo deo segmentacije ruralnog turizma (pored lovnog, eko, zdravstvenog, kulturnog, vinskog, gastronomskog i drugih). Još veća zabuna nastaje kada se doda termin seoski turizam. Međutim, ova tri pojma se mogu razgraničiti ako se prihvati da je agroturizam „skup turističkih proizvoda, usluga i aktivnosti u agroturističkim smeštajnim jedinicama poput seoskih turističkih domaćinstava“, a da seoski turizam obuhvata turističke aktivnosti u seoskim naseljima, što je svakako širi pojam od agroturizma. Najširi pojam je ruralni turizam koji se tretira kao skup turističkih aktivnosti u ruralnim prostorima (Demirović, 2016).

2

Izvori podataka i metodologija rada

Nakon kabinetskog istraživanja korišćenjem dostupne literature, časopisa, interneta ali i na osnovu razgovora sa predstavnicima udruženja srpsko ruskog prijateljstva, osmišljen je upitnik. Predmet istraživanja je razvoj ruralnog turizma Vojvodine, problem nedovoljna razvijenost, a hipoteza: konkurentska prednost se zasniva na verskom turizmu. Odgovori na pitanja treba da potvrde ili opovrgnu hipotezu kojom bi se mapirala marketinška niša za konkretan plasman turističkih proizvoda i usluga u ruralnim područjima, što je ujedno i pragmatičan cilj istraživanja.

Uzorak obuhvata 100 ispitanika/ca iz Rusije, od kojih je 45 članova kulturnoumetničkog društva koje je za vreme istraživanja u septembru mesecu posetilo nekoliko gradova u Vojvodini. Ostatak ispitanika je kontaktiran internetom i putem društvenih mreža sa ciljem da se uzorak zaokruži, ali i da se izbegne kolektivizacija odgovora.

Pored procentualne analize, korišćene su analitičke, sintetičke, deduktivna i induktivna metoda. Analitičkim pristupom analiziran je svaki odgovor ispitanika u istraživanju, gde se na osnovu metode brojanja, merenja i statičkom obradom podataka nastojala stvoriti prosečna slika odgovora agropreduzetnika. Induktivnom metodom, već prethodno grupisani odgovori, sintetizovani su u zaključke.

S obzirom na to da je, pored naučnog doprinosa, krajnji cilj istraživanja pragmatičan, vršen je i kauzalni način istraživanja, gde je pored deskriptivnog sadržaja, neophodno u potpunosti objasniti hipotezu koje govore o uzročno posledičnim odnosima, da bi se projektovao eksplanacijski zaključak. Takođe, primenjena je i metoda opažanja ispitivača u ličnom kontaktu sa ispitanicima koja je pomogla u širenju okvira naučnog razmatranja.

Razvoj ruralnog turizma kroz preduzetničke **3** aktivnosti

Pristup za preživljavanje koji dominira u vremenu ekonomske krize mogao bi biti zamenjen redefinicijom preduzetničkog pristupa poslovanju na poljoprivrednim gazdinstvima, malim i srednjim prerađivačkim preduzećima i preduzetničkim radnjama sa povezanom delatnošću. Kako navodi Carraresi (2016), mnoga dosadašnja istraživanja potvrđuju da je ključno shvatiti potencijalne izvore konkurentске prednosti (Azevedo&Ferreira, 2007; Esteve-Perez&Manez-Castillejo, 2008; Teece, 2007; Teece, Pisano&Shuen, 1997). Zapravo, primenom zaključaka dosadašnjih istraživanja i konstantnim sprovođenjem novih, uz savremeniju organizaciju i eksploataciju unutrašnjih resursa, postigao bi se bolji odgovor na dinamički promenljivim tržištima (Barnei, 1991; Teece, 2007; Teece et al; 1997; Vilkins, Menzel&Pavlovski, 2004).

Ovakva strategija zasniva se na sopstvenim snagama, koje su bazirane na posebnim karakteristikama, a koje reflektuju distinktivnu prednost u odnosu na konkurenciju. Kako dalje navodi ista autorka (Carraresi, 2016), razviti strateške preduzetničke sposobnosti i kreirati uspešne strategije za postizanje profitabilnosti (Teece 2007; Teece et al. 1997), najbolje je putem objedinjenog agrobiznis sistema koji podrazumeva ne samo poljoprivrednu proizvodnju, prerađu i distribuciju

proizvoda, već i obogaćene, dodatne usluge kroz povezane delatnosti.

Za razvoj ruralnog turizma od izuzetnog značaja je lokalna kultura i "osećaj mesta" jer obuhvata sve što je jedinstveno u određenoj lokaciji. U nekim dosadašnjim istraživanjima potvrđeno je (da su to i one posebne i nezaboravne osobine koje znače nešto lokalnim ljudima i podudaraju sa osobinama posetilaca. Zapravo, oni uključuju skup ličnih, porodičnih i društvenih priča ili nekih vrednosti (mitovi, legende, pristup religiji, istorijskim podacima i sl.) koji uključuju karakteristike mesta. Zajedno, ove priče predstavljaju vezu sa mestom i to je potka koja može dodati stvarnu vrednost - ekonomski, društveno i kulturološki.

Kao što je prikazano u svim najboljim praksama turističke delatnosti (UNWTO, 2011), postoji jasna tendencija u evropskim zemljama u pogledu ruralnih aktivnosti i smeštaja: sve najbolje prakse rezultat su kombinovanja određenog tipa smeštaja i aktivnosti vezanih za odmor prilagođenih ruralnim sredinama u kojima se nalaze. Aktivnosti su razvijene u vezi sa prirodnim resursima. Stoga postoji širok spektar ruralnih proizvoda u zavisnosti od toga koji resurs se koristi: kulturne aktivnosti, poseta istorijskim lokalitetima, manastirima, crkvama, radionice na kojima se koristi lokalna hrana (povrće i voće) i piće (vino), bio doživljaji konzumiranjem prirodnih proizvoda, sportovi koji se izvode na jezerima i planinama, pristup životinjama (kao deo doživljaja na farmi), obrazovanje dece kroz potpuno integrisane obrazovne i rekreativne centre sa raznovrsnim aktivnostima i sl.

Ruralni turizam izgleda i kao prikladno sredstvo revitalizacije napuštenih ruralnih oblasti, koja obezbeđuje njihovu održivost u budućnosti kroz očuvanje ili stvaranje novih radnih mesta i povećavanju raznolikosti zanimanja (Muhi, 2013). Kako naglašava Dan (1991), sociologija turizma tek postaje predmet naučnih istraživanja. S obzirom na to da ne postoji univerzalno prihvaćena sociološka perspektiva, proizlazi da ne može biti jedinstvene "sociologije turizma". Kako bi potkrepili ovu tvrdnju, mnogi sociolozi prate razvoj sociološke teorije i pojavu različitih pristupa ruralnom turizmu. Razlike u perspektivi zauzvrat dovode do alternativnih načina konceptualizacije turizma. One su pogodne za naglašavanje više tema i za propuste kod pojedinih. Na različite načine, dobija se rezultat kolektivnog doprinosa unapređenju i ekonomskog razumevanja višestrukog fenomena turizma.

Ruralni turizam usredsređuje se i na očuvanje prirodnih resursa i daje podršku očuvanju seoskih zanata kao turističke atrakcije. Osnovni cilj ruralnog turizma je da seoskom stanovništvu obezbedi dodatnu zaradu

i time poboljša njegov životni standard i smanji odseljavanje (Muhi, 2013). Takođe, zaštita životne sredine će imati veliki uticaj u budućem turističkom razvoju. Mere koje se preduzimaju u tom smislu, odnose se na razvoj smeštajnih kapaciteta koji su energetski efikasni, eco-friendly turističku infrastrukturu, programe smanjenja emisije ugljen-dioksida u okviru turizma, podršku transportu koji koristi obnovljive izvore energije, organizaciju i promociju događaja koji nemaju negativnih efekata po prirodu, kao što su biciklistički festivali ili pešački maratoni, finansiranje razvoja zelenih turističkih proizvoda i usluga, kao što su planinarenje, biciklističke ture, ekoturizam i seoski turizam (Milićević, 2016).

Konačno, ruralno nije nužno sinonim za udaljeno. Mada, se može reći da nije neobično za ruralna područja da su suviše daleko od urbanih aglomeracija da bi privukli posetioce. Kako navodi Vanneste (2011) u takvim slučajevima prema dosadašnjim istraživanjima (North & Smallbone, 2000; Getz & Carlsen, 2005), pristupačnost može biti veliki problem. Takođe, zbog udaljenosti može postojati i nedostatak velikog broja standardizovanih, pratećih i očekivanih dodatnih usluga.

Primer iz prakse/ Kavkaz:

Dve ruske republike na Kavkazu, Adigeja i Kabardino-Balkarija, poznate su po razvijenom seoskom turizmu: turisti mogu da borave u starom bakarskom planinskom selu na nadmorskoj visini od 2.000 metara, da provedu noć u pastirskoj kolibi u planini, da odsednu u sakljama (tradicionalnim kućama sagrađenim još u 15. veku) i da učestvuju u kosidbi. U Adigeji možete naučiti kako se pravi poznati adigejski sir i odsesti u aulu (kavaskom planinskom selu).

Izvor: https://ruskarec.ru/travel/2016/01/09/etno-turizam-u-rusiji_557933

Bazirajući se na zaključcima koji ukazuju na visoke potencijale (Butler, 2003; Lordkipanidze i sar., 2004; Hall D. et al., 2005; Garrod i sar, 2006), Vanneste (2011) ukazuje da problemi zbog fizičke udaljenosti nisu nepremostivi. Preduslov je da se ruralna zajednica (koja podrazumeva ne samo preduzetnike u turizmu već i širu populaciju) pronađe način za kompenzaciju nepristupačnosti dodatnim uslugama.

Neki aspekti konkurentske prednosti ruralnog turizma AP Vojvodine **4**

Empirijski je dokazano da AP Vojvodina poseduje značajne prirodne i društvene resurse koji mogu doprineti razvoju ruralnog turizma. Brojni postojeći turistički proizvodi, poput salaša, etno kuća i događaja, obezbeđuju turistima jedinstveno iskustvo (tabela 1). Međutim, uprkos svim predispozicijama, ruralni turizam u Vojvodini još uvek nema adekvatnu poziciju na tržištu (Njegovan, 2015) jer nije dovoljno planski razvijan.

Tabela 1: SWOT analiza razvoja ruralnog turizma AP Vojvodine**Table 1: SWOT analysis of the development of rural tourism in AP Vojvodina**

Spoljašnji faktori	Unutrašnji faktori
Prilike	Prednosti
Razvoj destinacija Vojvodine kao lidera ruralnog turizma u regionu Gradovi pobratimi u Rusiji, Slovačkoj, Crnoj Gori i Mađarskoj Prilika kroz saradnju udruženja na međunarodnom planu Verski/ istorijski turizam Niska opasnost od terorizma/ BEZBEDNOST	Vojvodina (Srbija) se trenutno pozicionira blizu Mađarske i Češke Republike po pitanju ponude ruralnog smeštaja i konkurentskih proizvoda. Jaki prirodni i kulturni resursi. Jaka konkurentnost za razvoj proizvoda koji su u snažnoj vezi sa ruralnim turizmom kao što su kulturno nasleđe, gastronomija i vino i turizam vezan za posebna interesovanja Saradnje udruženja u Vojvodini
Pretnje	Slabosti
Jaka konkurencija koja trenutno dolazi iz Rumunije i Bugarske uz pretnju povećanja konkurentnosti u budućnosti. Buduća konkurencija koja dolazi iz Mađarske i Češke Republike, budući da i ove zemlje pokušavaju da razviju atraktivnost svojih ruralnih proizvoda i usluga. Potencijalna pretnja od strane Slovačke koja takođe ima prirodne resurse koji su privlačni za ruralni turizam. Postojanje nekih garancija kvaliteta na konkurentnim destinacijama.	Poteškoće u izdvajanju na tržištu ruralnog turizma. Jaka konkurencija u pogledu proizvoda koji su u jakoj vezi sa ruralnim turizmom kao što su poljoprivredni turizam, sportski turizam, avanturistički turizam, porodični i dečiji turizam, kao i kratki odmori. Nedostatak integrisanog razvoja ruralnog turizma. Nedostatak garancije kvaliteta. Nedostatak savremenih vidova promocije Nedostatak integrisanih marketing komunikacija Nedostatak mrežne povezanosti uslužnih delatnosti.

Izvor: (modifikovano prema UNWTO, 2011)

Prema istraživanju Košić i saradnika (2016) u cilju utvrđivanja principa i faktora uspešnog seoskog turizma u Vojvodini, sprovedeno je istraživanje ispitivanjem među 70 domaćinstava uključenih u turizam. Zaključak je da u cilju postizanja najboljeg položaja na međunarodnom tržištu, Vojvodini treba primeniti model razvoja koji će osigurati konkurentsku prednost u sličnim destinacijama. Osnovne aktivnosti za poboljšanje kvaliteta usluga su: poboljšanje kvaliteta smeštajnih kapaciteta, edukacija stanovništva u cilju postizanja višeg kvaliteta usluga, uspostavljanje i primena kriterijima za standardizaciju i kvalitet usluga u seoskom turizmu u Vojvodini i intenziviranje promocije na domaćem i međunarodnom tržištu. Da bi se ostvarili (Gašić, 2015) očekivani efekti od ruralnog turizma neophodno je plansko stimulisanje i organizaciono delovanje u izgradnji turističke ponude sela. Osim toga, potrebno je da ruralni turistički proizvod bude lokalno kontrolisan, zasnovan na autentičnosti i na promociji koja ističe realna očekivanja od korišćenja proizvoda. Zapravo, konkurentske prednosti ruralnog turizma Vojvodine tek treba da budu predstavljene kroz brendiranje mesta, proizvoda i usluga, kao i inovirani vid integrisanih marketing komunikacija.

Primer iz prakse:**OPŠTINA VRBAS (AP VOJVODINA) POBRATIMILA SE SA RUSKIM GRADOM KOSTROMA 12/08/2017 OKO NAS**

Potpisivanjem ugovora između gradonačelnika Kostrome i predsednika opštine Vrbas o dve lokalne samouprave stupile su u pobratimske odnose. Ugovor je svečano potpisan u Kostromi, za Dan grada, a rezultat je višemesečnih pregovora i višegodišnje saradnje koje su se između dve sredine održavale i razvijale. Ovim je Vrbas postao prvi grad u Srbiji sa kojim ruska Kostroma, centar istoimene oblasti, ima ovakve odnose. Sporazum otvara mogućnosti povezivanja u oblastima od obrazovanja i kulture, preko sporta, turizma i zaštite životne sredine, do saradnje u oblastima privrede i lokalne politike.

Izvor: www.okonas.info

Turizam zasnovan na religiji kao neiskorišćeni 5 potencijal

Posebnu vrstu predstavlja takozvani verski turizam koji se prema rečniku turizma definiše kao skup odnosa i uslužnih aktivnosti kojima se zadovoljavaju pretežno duhovne, ali i kulturne i socijalne potrebe vernika koje proizilaze iz njihovog religijskog opredeljenja (Vukonić, 2001).

Kada se spomene turizam zasnovan na veri, postoje različiti stavovi koji isti šire isti na dva polariteta. Ima mišljenja kako navodi Rabotić (2012) da hodočasnici nisu turisti, tj. da ove dve kategorije putnika imaju suprotne identitete. Tako se turizam i hodočašće vide kao dve krajnje tačke na kontinuumu različitih vrsta putovanja. Polaritet između hodočašća i „klasičnog“ turizma rezultat je odnosa sveto – sekularno, a između ta dva ekstrema moguće su bezbrojne kombinacije. Središnji deo kontinuum (niti „čisto“ hodočašće, niti „čisti“ turizam) danas se, uglavnom, označava terminom „religijski turizam“. Kako dalje navodi isti autor razlika je, pre svega, na planu motiva. U tom smislu, Cohen (1992) smatra da hodočasnik teži kretanju ka centru svoje sopstvene kulture, tj. društva, dok se turista udaljava od njega i usmerava ka zanimljivijem i privlačnijem centru neke druge kulture. Hodočasnik sledi verska ubeđenja i na odredištu se ponaša pobožno i smerno, dok turista traži zabavu, razonodu, relaksaciju i često se ponaša hedonistički i raskalašno.

Turizam zasnovan na veri kao osnova za prodor na rusko turističko tržište za Vojvodinu i Srbiju uopšte, može postati aktuelan uz primenu integrisanih marketing komunikacija, ali i jačanjem veza putem lokalnih i nacionalnih udruženja. Slična, ali ipak drugačija kultura zasnovana na religiji može pobuditi interesovanje da se pored razmena dosadašnjih poseta kulturnoumetničkih društava, saradnja produbi i podigne na viši nivo: organizovanja turističkih tura, razmenom poseta stručnih lica na polju agrobiznisa, udruženja preduzetnika, srednjoškolaca i studenata.

6 Analiza rezultata i diskusija

Istraživanje je vršeno na uzorku od 100 ispitanika, u dve etape. Najpre je anketirano 45 ispitanika članova kulturnoumetničkog društva i članova udruženja Srpsko Ruskog prijateljstva - ROD prilikom posete vojvođanskim gradovima u septembru 2017. godine. S obzirom na veličinu potencijalnog tržišta, uzorak je u drugoj etapi dopunjen odgovorima ispitanika koji su kontaktirani putem elektronske pošte i društvenih mreža, a u nastojanju da se dobiju validni statistički podaci. Takođe, s obzirom na to da je grupa umetnika anketirana u istom danu i u istoj prostoriji, dopunom uzorka nastojala se izbeći kolektivizacija, i ostvariti personalizacija odgovora.

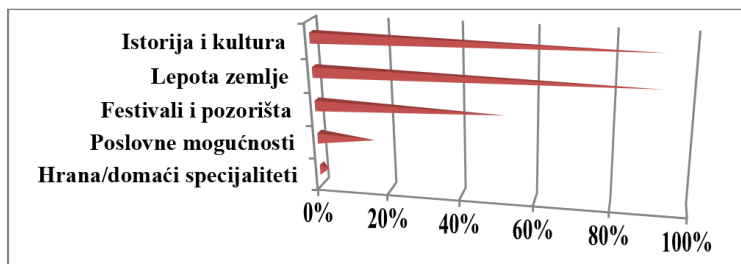
U uzorku su zastupljeni 39 ispitanika i 61 ispitanica. Prvi put su posetili Vojvodinu 32 (32%), drugi put 22 (22%), a treći (ili su Vojvodinu posetili više puta) 26 (26%) ispitanika. Četvoro ispitanika će ove godine posetiti isključivo Vojvodinu (odnosno Srbiju), 46 ispitanika se izjasnilo da će prilikom svoje turističke ture posetiti i druge zemlje istočne Evrope, a osam ispitanika (8%) i predeo oko Sredozemnog mora. Od ukupno anketiranih, 58 (58%) ispitanika nije se izjasnilo uopšte, što već predstavlja poduzorak ispitanika od 58% koji čini potencijalnu nišu ka kojoj treba usmeriti marketing aktivnosti u cilju promocije ruralnog turizma Vojvodine.

Svi ispitanici (100%) će se prosečno zadržati u Vojvodini 3-6 dana, putuju sa prijateljima i pretežno imaju troje i više dece starosti ispod 18 godina. Starosna dob ispitanika/ca je: 18-29 godina je 16%, 30-39 godina je 24%, 40-49 godina 32%, 50 -59 godina je 14% i od 60 – 72 godine je zastupljeno šest ispitanika/ca (6%). Osam ispitanika nije odgovorilo na pitanje o starosnoj dobi, ali ni o stepenu obrazovanja, do su se ostali ispitanici/ce izjasnili, i to: 32% da ima završenu srednju školu, 52% višu, a 8 % da su fakultetski obrazovani. Još uvek studira ili pohađa neki vid nastave njih 24 (24%). U uzorku su uglavnom zastupljeni ispitanici srednjih godina sa maloletnom decom i srednjom stručnom spremom što navodi na dodatne sadržaje za animaciju dece, prilagođene kulturno – verske sadržaje

Na pitanje čime se bave, 36% ispitanika/ca su prosvetni radnici, 8% su zaposleni u zdravstvu, dok se 22 (22%) ispitanika/ca izjasnilo da se bavi privatnim biznisom, odnosno da su preduzetnici/ce. Kao i na prethodna pitanja, ali ovaj put 10% ispitanika nije odgovorilo. Relativno veliki procenat preduzetnika otvara mogućnost poslovnog povezivanja i saradnje, kroz organizaciju poseta ili mini sajмова.

U uzorku su zastupljeni uglavnom ispitanici/ce koji žive u nekom vidu bračne zajednice (44%), razvedenih je 20% i 28% onih koji žive u samostalnom domaćinstvu. Takođe, 10% ispitanika nije odgovorilo na pitanje.

Na pitanje šta Vas je motivisalo na posetu Vojvodini odgovori su bili: Istorija i kultura 92%; Festivali i pozorišta 52%; Lepota zemlje 92%; Poslovne mogućnosti 16%; Hrana/domaći specijaliteti 2% (grafikon 1).



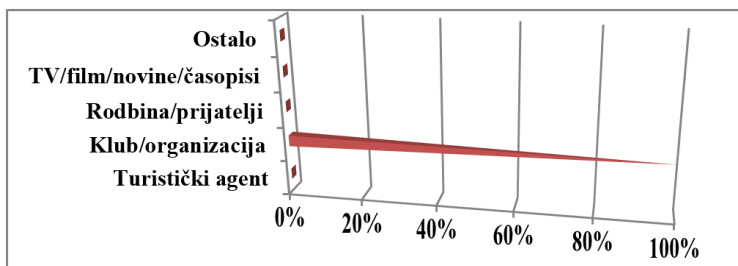
Izvor: Autori na osnovu obrade podataka iz anketnog istraživanja

Grafikon 1. Motiv za posetu Vojvodini

Graph 1. Motive for visiting Vojvodina

Potrebno je naglasiti da, iako je bilo moguće dati višestruke odgovore ispitanici nisu naveli kao razlog posete: povoljnu ponudu, proputovanje, seoski turizam, posetu banjama, lečilištima, muzejima, galerijama, neku vrstu sportskih aktivnosti, dobar provod, gostoljubivost, smeštaj, blage klimatske uslove, što može predstavljati odrednicu ponude i budućih, promotivnih aktivnosti.

Na izbor turističke destinacije – posetu Vojvodini uticao je klub/organizacija (100%), što ukazuje da se plasiranje turističkih paketa upravo može vršiti putem turističke organizacije, ali i putem udruženja srpsko-ruskog prijateljstva (grafikon 2).



Izvor: Autori na osnovu obrade podataka iz anketnog istraživanja

Grafikon 2. Izbor turističke destinacije na osnovu više parametara

Chart 2. Selection of a tourist destination based on several parameters

Prilikom ponude i plasmana proizvoda, pored istraživanja potencijala i segmentacije tržišta, neophodno je istražiti materijalni status i navike potrošača. U uzorku ispitanika/ca 62% u potpunosti se slaže sa konstatacijom da kupuju samo najbolje stvari u životu, 42% da su impulsivni kupci, 60% da kupuju samo ono što je najneophodnije, i 26% ispitanika/ca uvek pregovara kako bi prilikom kupovine dobili što nižu cenu. Iako većina kupuje samo najbolje stvari, većina kupuje i samo ono što je najneophodnije. Pažljivom analizom, neophodno je osmisliti paket turističkih proizvoda kojim će se probuditi želja za rekreativnim odmorom, ali koji je zasnovan na iskonskom i svojstvenom ruskom narodu – istoriji, tradiciji, kulturi i pravoslavlju.

Komentar ispitanika/ca koji su već posetili Vojvodinu je da je to mesto gde turista može zadovoljiti sve svoje potrebe po pitanju osnaživanja kulturnih vidika, kroz prijateljske susrete sa lokalnim stanovništvom, a putem različitih vidova kulturnih manifestacija. Ispitanicima je interesantna poseta spomenicima prirode, ali sagledano kroz komentare, pokretački faktor i realizacija odluke za turističku posetu Vojvodini i Srbiji uopšte, je zajednička verska pripadnost.

Komentare potvrđuju i odgovori na otvoreno pitanje po čemu se Vojvodina (Srbija) razlikuje od ostalih zemalja koje ste posetili: istinsko pravoslavlje; zajednički koreni kulture; razumevanje ruskog naroda; druželjubivost usmerena ka ruskom narodu; Srbija, a naročito Vojvodina je zemlja gde su ljudi po mentalitetu slični Rusima, gde se kako su naglasili ispitanici, i kao turisti osećaju kao kod svoje kuće.

7 Zaključak

U vremenu ekonomske krize preduzetnički način razmišljanja predstavlja jedinu mogućnost zapošljavanja, ekonomskog prosperiteta i razvoja jedne zemlje. Postoje mnogobrojni potencijali, ali s obzirom na brzinu širenja informacija, razvoj novih tehnologija, globalno tržišno poslovanje i snažnu konkurenciju, konkurentsku prednost Vojvodine, pored poljoprivrede, čini, pre svega, ruralni turizam. S obzirom na to da je Vojvodina pretežno ruralna sredina, ključni parametar ne može biti obim proizvodnje, već strukturiranost zapošljavanja kroz umrežavanje, klstersku i zadružnu povezanost agrobiznisa u celini.

Lokalne turističke agencije deluju jednosmerno kao ispostave regionalnih, nacionalnih ili pojedinih svetskih turističkih preduzeća. Turistički proizvodi koje prodaju okrenuti su domaćem kupcu i prilično neorganizovana ponuda aranžmana nasumično je dostupna putem društvenih mreža i internet prezentacija. Samim tim javlja se konfuznost, neisto-

vrstnost marketing ponude kroz promociju, distribuciju, opis mesta, neuporedivost cene ali i u današnje vreme, uslovno rečeno, novi i najznačajniji deo marketing miksa – sigurnost naslonjena na sertifikat o kontroli kvaliteta.

Činjenica je da postoji neujednačenost ponude u različitim delovima Vojvodine, ali u neku ruku blizina može premostiti problem i kreirati dodatnu raznolikost, kao i otvorenost smeštajnih kapaciteta. Mnoga istraživanja ukazuju da turisti ove prostore prepoznaju po odlikama kao što su gastronomija, multietničnost, folklor, naivna umetnost etničkih zajednica i sigurnost. Istraživanje koje je vršeno na uzorku od 100 ispitanika iz Rusije, pored polazne ideje kreiranja turističke niše dejstvom kulturnoumetničkih društava i udruženja srpsko-ruskog prijateljstva, naslanja se i na verski turizam. Odgovori ispitanika potvrđuju hipotezu da je Srbija i posebno Vojvodina kroz sličan kulturološki okvir pobuđuje osećaj pripadnosti putem dobrodošlice, prepoznavanja tradicionalnih vrednosti i pravoslavne vere.

Vera u ovom slučaju ne predstavlja rigidnu odrednicu jer je Vojvodina multietnička i multi konfesionalna sredina, već čini osnovu ali i bazu otvorenosti marketing istraživanju različitosti. Poznato je da se Vojvodina prepoznaje kroz salaše i asocijacija ispitanika iz Rusije ukazuje upravo na toplinu subjektivnog osećaja povezanosti sa seoskim gazdinstvima i lokalnom tradicijom. Takođe, obilazak manastira, crkve, ali i festivali, kulturna dešavanja, prirodne lepote, kao i prihvatljiva cena osnovnog proizvoda, može učiniti primamljivom turističku ponudu (u ovom slučaju) potrošaču „koji kupuje najbolje, ali i samo ono što mu je neophodno“.

Na osnovu kabinetskog, ali i marketing istraživanja putem anketnog upitnika, povezivanje gradova „bratimljenjem“, kao i delovanjem udruženja može se posredno podrediti na ino tržište i mapirati tržišta za, pre svega, turističke, a zatim i ostale proizvode agrobiznisa. U konkretnom slučaju, povezanost putem neposredne saradnje Udruženju srpsko ruskog prijateljstva – ROD sa umetničkim udruženjima iz Rusije, može postati odrednica u daljim aktivnostima u smislu šire organizacije turističkih poseta. Uz pokroviteljstvo lokalne samouprave i lokalne turističke organizacije, po istom obrascu dodatne delatnosti kroz mapiranje turističkih marketing niša, mogu delovati i ostala kulturnoumetnička društva i društva prijateljstva naroda i nacionalnosti.

7 Literatura

1. Carraresi, L. Mamaqi, X. Albisu, L.M. Banterle, A. Can Strategic Capabilities Affect Performance? Application of RBV to Small Food Businesses. *Agribusiness*. Vol. 32 (3). Pp. 416–436. Published online in Wiley Online Library (wileyonlinelibrary.com/journal/agr). Pristup 06.08.2017.
2. Cohen, E. (1992). Introduction Investigating Tourist Arts. *Annals of Tourism Research*. Vol. 20. Pp. 1–8. Printed in the USA. AU rights reserved. Copyright 1993 Pergamon Press Ltd. Available at www.sciencedirect.com/science/article/pii/016073839390108F. Acces 13.08.2017.
3. Dann, G. Cohen, E. (1991). Sociology and tourism. *Annals of Tourism Research*. Volume 18. Issue 1. Pp 155–169. Available at <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/016073839190045D>. Acces 13.08.2017.
4. Demirović, D (2016). Konkurentnost Vojvodine kao destinacije ruralnog turizma – doktorska disertacija. Prirodno-matematički fakultet. Departman za geografiju turizam i hotelijerstvo. Univerzitet u Novom Sadu. Novi Sad.
5. Gašić, M. Perić, G. Ivanović, V. (2015). Razvijenost ruralnog turizma u Republici Srbiji. *Časopis BizInfo*. Volumen 6. Broj 2. Str. 71–81. Dostupno na scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/2217-2769/2015/2217-27691502071G.pdf. Pristup 03.08.2017.
6. Košić, K. Demirović, D. Pejanović, Lazić, L. Stamenković, I. (2015). Key principles of Rural Tourism households Development strategy - case study of Vojvodina. *Economics of Agriculture*. N 4/2015. Pp 975–988. Beograd.
7. Milićević, S. Ervačanin, V. (2016). Uticaj kriza na razvoj turizma u svetu. Turističko poslovanje. Visoka turistička škola strukovnih studija. Beograd. Dostupno na scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0354.../0354-30991618051M.pdf. Pristup 11.08.2017.
8. Ministarstvo poljoprivrede, vodoprivrede i šumarstva (2008). Ruralni razvoj i ruralni turizam. Agromreža. Dostupno na www.ruralinfosrbia.rs/dokumenta/brosura_rrazvoj_i_rturizam.pdf. Pristup. 06.08.2017.
9. Muhi, B. (2013). Ruralni turizam kao komponenta integralnog i održivog razvoja sela u Vojvodini. Str. 130. Dostupno na www.doiserbia.nb.rs/ft.aspx?id=0352-57321342129M. Pristup 06.08.2017.
10. Njegovan, Z. Demirović, D. Radović, G. (2015) Upravljanje održivim razvojem ruralnog turizma u Vojvodini. Škola biznisa. Br. 1/ 2015. Str. 77. Visoka poslovna škola strukovnih studija. Novi Sad. Dostupno na scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1451-6551/2015/1451-65511501068N.pdf. Pristup 06.08.2017.
11. Rabotić, B (2012). Selektivni oblici turizma. Visoka turistička škola strukovnih studija. Dostupno na www.visokaturisticka.edu.rs/skripte/selektivni.../predavanje13.pdf. Pristup. 09.08.2017.
12. UNWTO (Svetska turistička organizacija UN) u saradnji sa konsultantskom kućom „Tourism & Leisure Advisory Services“ (2011). Master plan održivog razvoja ruralnog turizma u Srbiji. Str. 69. Španski Fond za dostizanje milenijumskih ciljeva razvoja (MDG-F). Dostupno na <https://futurehospitalityleaders.files.wordpress.com/.../master-plan-odrzivog-razvoja-r...> Pristup 03.08.2017.
13. Vanneste, D. Ryckaert, L. (2011). Networking and governance as success factors for rural tourism? The perception of tourism entrepreneurs in the Vlaamse Ardennen. *BSGLg*. N. 57. Pp 53–71. Available at popups.ulg.ac.be/0770-7576/index.php?id=692&file=1. Acces 07.08.2017.
14. Vukonić, B. (2001). Rečnik turizma. Masmedia. Zagreb. Republika Hrvatska.
15. www.okonas.info/ 20.08.2017.
16. www.ruskarec.ru/travel/2016/01/09/etno-turizam-u-rusiji_55793

Primljen/Received: 07.02.2018.

Prihvaćen/Accepted: 23.03.2018.

АСИМЕТРИЧНА ТРАНСМИСИЈА ЦЕНА У ЛАНЦУ СНАБДЕВАЊА ХРАНОМ

Јеремић Марија, Зекић Станислав,
Матковски Бојан ¹

Резиме

Као резултат процеса глобализације промене се дешавају у свим областима људског деловања, па тако и у пољопривредно-прехранбеном сектору. Неке од најзначајнијих промена десиле су се и у ланцу снабдевања храном. Како би боље разумели природу промена унутар ланца, економисти све већи значај посвећују и анализи механизма трансмисије цена, односно анализи начина на који се цена креће дуж одређених нивоа ланца снабдевања храном (вертикална трансмисија). Интересовање за анализирањем трансмисије цена је порасло у скорије време, а број студија који се бави истраживањем ове проблематике константно се повећава. Како се ипитување трансмисије цена у ланцу снабдевања храном у великом броју случајева односи на испитување присуства асиметрије у трансмисији цена, циљ рада јесте сагледавања фактора који су довели до појаве асиметрије.

Кључне речи: трансмисија цена, асиметрија, ланац снабдевања храном

ASYMMETRIC PRICE TRANSMISSION IN THE FOOD SUPPLY CHAIN

Jeremić Marija, Zekić Stanislav,
Matkovski Bojan ¹

Summary

As a result of the globalization process, changes have been taking place in all areas of human activity, and so in the agri-food sector. Some of the most significant changes occurred in the food supply chain. In order to better understand the nature of changes within the chain, economists are increasingly paying attention to the price transmission mechanisms and to the analysis of the way in which the price moves along certain levels of the food supply chain (vertical transmission). The interest in analyzing price transmission has increased in recent years, and the number of studies dealing with this issue is constantly increasing. As the transmission of price in the food supply chain in many cases involves examining the presence of asymmetry in price transmission, the aim of the paper is to examine factors that have led to the occurrence of asymmetry.

Key words: price transmission, asymmetry, food supply chain

¹ Марија Јеремић, knezevicm@ef.uns.ac.rs; др Станислав Зекић, zekics@ef.uns.ac.rs; Бојан Матковски, bojan.matkovski@ef.uns.ac.rs; Универзитет у Новом Саду, Економски факултет у Суботици, Сегедински пут 9-11, 24000 Суботица

¹ Marija Jeremić, knezevicm@ef.uns.ac.rs; Phd Stanislav Zekić, zekics@ef.uns.ac.rs; Bojan Matkovski, bojan.matkovski@ef.uns.ac.rs; University of Novi Sad, Faculty of Economics in Subotica, Segedinski put 9-11, 24000 Subotica

1

Uvod

Ланац снабдевања храном представља феномен кретања пољопривредно-прехрамбених производа од пољопривредних произвођача до крајњих потрошача. Eastham, Sharples и Ball (2003) под ланцем снабдевања храном подразумевају везу између пољопривредних произвођача, прехрамбене индустрије и сектора дистрибуције, односно трговине на велико и мало. Vikeviciute и коаутори (2009) наводе да се ланац снабдевања храном састоји из три кључна сектора: пољопривредни сектор, прерађивачка индустрија и сектор дистрибуције који су повезани одређеним трансакцијама.

Деведесетих година прошлог века ланци снабдевања храном прошли су кроз значајан промене. Наиме, најзначајније промене одиграле су се у сектору прераде и малопродаје, а односе се на раст концентрације поменутих сектора. Раст концентрације сектора прераде и дистрибуције проузроковао је њихову тржишну доминацију у односу на пољопривредне произвођаче, која је за последицу имала неравномерну расподелу профита. Постоје многи начини на које је могуће сагледати ефекте структурних промена које су се десиле у ланцу снабдевања храном. Међутим, имајући у виду чињеницу да је цена један од основних механизма који повезује учеснике ланца, највећи број аутора је промене дуж ланца снабдевања храном сагледао анализом вертикалне трансмисије цена.

Студије о трансмисији цена, генерално, испитују природу веза између серија података о ценама на различитим нивоима ланца снабдевања храном (вертикална трансмисија), или на просторно удаљеним тржиштима (хоризонтална, тј. просторна трансмисија). Имајући у виду да трансмисија цена тржишта интегрише вертикално или хоризонтално, такве студије пружају значајне информације о томе да ли се промене цена са једног тржишта преносе на друга, рефлектујући на тај начин ниво до којег тржишта функционису ефикасно (FAO, 2007). Предмет истраживања овог рада представља вертикална трансмисија цена, односно испитивање присуства асиметрије у трансмисији цена и сагледавања фактора који су довели до појаве асиметрије.

2

Вертикална трансмисија цена

Како је већ претходно речено, један од начина како је могуће анализирати ланац снабдевања храном јесте сагледавање начина преношења цена између одређених учесника ланца, тј. анализа

вертикалне трансмисије цена. Промене које су се десиле дуж свих карика ланца снабдевања указују на нужност испитивања формирања и начина преношења цена дуж ланца снабдевања храном. Такође, испитивање вертикалне трансмисије цена може се користити као индикатор (не)ефикасности ланца, и као показатељ степена конкурентности унутар самог ланца (Blažková и Syrovátka, 2012).

Анализа ценовних веза дуж ланца снабдевања храном и оцена вертикалне трансмисије цена постале су једне од најчешћих метода које се користе за оцену функционисања ланца, нивоа конкурентности и тржишне моћи дуж ланца снабдевања храном. Према Vavra и Goodwin (2005) постоје различити аспекти који се разматрају приликом анализе вертикалне трансмисије цена, а то су величина, брзина, и смер трансмисије. У скорије време, бројни аутори су уочили комплекснији аспект трансмисије цена, у смислу постојања асиметричног ценовног прилагођавања. Другим речима, новија истраживања уочавају аспект природе трансмисије. Фокус истраживања студија које анализирају вертикалну трансмисију цена је оцена претходно поменутих аспеката, где се под **величином** трансмисије подразумева обим преношења ценовних промена. Тачније, величина трансмисије указује да ли се ценовне промене једног учесника ланца у истом обиму преносе на остале учеснике. Анализа аспекта **брзине** трансмисије сагледава да ли постоје кашњења приликом преношења ценовних промена једног учесника на остале учеснике ланца и, уколико постоје, колика су. Према Djuric (2014) брзина прилагођавања ценовних промена углавном зависи од активности које предузимају учесници на различитим нивоима ланца снабдевања. Уколико постоје одређење препреке, може доћи до кашњења у преношењу ценовних сигнала, а у екстремним случајевима, промене цена се уопште неће ни преносити. Испитивање **смера** трансмисије подразумева сагледавања ценовних промена дуж ланца, у зависности да ли је смер кретања ценовних промена „на доле“ или „на горе“. Анализом **природе** трансмисије сагледавају се разлике које постоје у трансмисији ценовних промена уколико цена расте, тј. опада, а асиметрија се може десити у било ком аспекту трансмисије. Peltzman (2000) сматра да је појава асиметрије у трансмисији цена правило, а не изузетак.

Обим прилагођавања и брзина којом се цене преносе међу одређеним тржишним нивоима одражава активности појединих учесника ланца снабдевања. Прилагођавање променама цена дуж ланца снабдевања храном од произвођача до нивоа мало-продаје, је важна карактеристика функционисања тржишта. Према Vavra и Godwin (2005), аутори који се баве анализом вертикалне

везе између цена у ланцу снабдевања храном углавном су сконцентрисани на анализу веза између цена пољопривредног произвођача, прехранбене индустрије и малопродаје.

Трансмисија цена од произвођача до малопродајног сектора, и у обрнутом смеру, у великој мери зависи од типа производа. За производе који су кварљиви, или који су прошли минимални степен обраде, као што су воће и поврће очекује се да имају веома брз механизам преношења цена у ланцу. С друге стране, производи који су прошли већи степен обраде и који нису кварљиви, имају спорије механизме преношења цена (Reziti и Panagoropoulos, 2008).

Највећи број аутора у овом пољу је покушао да увиди да ли се пад цена дуж ланца снабдевања храном, и/или између просторно удаљених тржишта преноси на исти начин као што је то случај са растом цена, односно највећи број аутора који се бави овим пољем истраживања, највећу пажњу посвећује асиметричној трансмисији цена.

3 Асиметрична трансмисија цена

Симетрична трансмисија цена постоји уколико се раст или пад цена производа са неког тржишта, у потпуности и без кашњења преноси на друга тржишта. С друге стране, асиметрична трансмисија цена постоји у случају када се пад или раст цена на друга тржишта не преноси тренутно и у пуном обиму. Наиме, асиметрија у контексту трансмисије цена се може класификовати са три аспекта. Према првом критеријуму асиметрија се разматра са аспекта брзине и величине трансмисије. Са становишта другог критеријума асиметрија се разматра као позитивна или негативна, односно разматра се начин преношења пада, тј. раста цене дуж ланца снабдевања храном. У оквиру последњег критеријума асиметрија се разматра у зависности од тога да ли до појаве асиметрије долази у вертикалној или хоризонталној трансмисији цена.

Од претходно наведених типова асиметрије, посебна пажња посвећује се позитивној, односно негативној трансмисији цена. Највећи број аутора у оквиру овог поља научног истраживања покушава да увиди да ли се пад цена дуж ланца снабдевања храном, односно између просторно удаљених тржишта преноси на исти начин као и раст цена. Могућност постојања асиметрије у трансмисији цена је од посебног значаја с обзиром да доводи до неравномерне расподеле профита која не би постојала у случају

симетричне трансмисије цена. Тачније, асиметрична трансмисија цена указује да одређени учесници у ланцу не остварују користи од смањења, односно од раста цена, што не би био случај уколико би постојала симетрична трансмисија цена.

Као што је већ претходно поменуто, постоје различити аспекти који се разматрају приликом анализе трансмисије цена, а то су величина, брзина, природа и смер трансмисије. Асиметрија се може десити у било којем аспект трансмисије. Односно, трансмисија цена може бити асиметрична у брзини и величини трансмисије, што значи да се промене цене са једног тржишта неће у потпуности и тренутно преносити у зависности од тога да ли цена расте или опада.

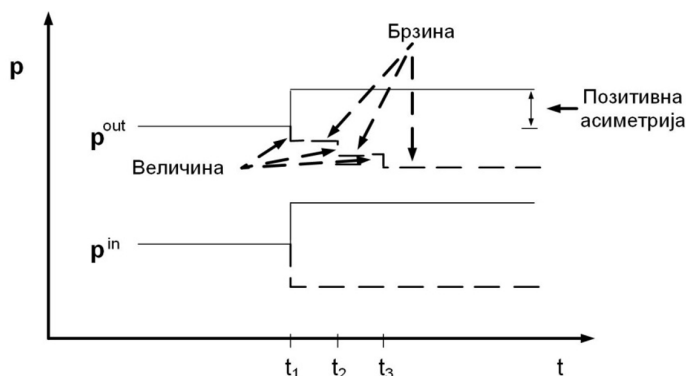
У ланцу снабдевања храном, асиметрична трансмисија се може јавити и у зависности од тога да ли се ценовне промене дуж ланца преносе у правцу „на горе“ (upward) или „на доле“ (downward). Према Vavra и Goodwin (2005) и Wohlgenant (2001) далеко већи број студија, трансмисију цена у ланцу снабдевања храном анализира у правцу „на горе“. Тачније, у већој мери анализиран је утицај промене цена пољопривредних произвођача на цене сектора малопродаје. Међутим, како би се у потпуности разумело функционисање ланца, подједнако је важна анализа трансмисије цена у правцу „на доле“, односно од сектора малопродаје ка пољопривредним произвођачима (Swinnen и Vandeplas, 2014).

Типови асиметричности трансмисије цена 4

Асиметрија у контексту трансмисије цена се може класификовати са аспекта три критеријума. Први критеријум се односи на то да ли су брзина, величина или оба аспекта трансмисије цена асиметрична. Други критеријум асиметрију трансмисије цена класификује као позитивну или негативну, док трећи критеријум асиметрију трансмисије класификује у зависности да ли до асиметрије долази у хоризонталној или вертикалној трансмисији цена.

Прва два типа асиметрије приказана су на Графикону 1, где цена аупута (pout) представља зависну, а цена инпута (pin) независну променљиву чија се промена одражава на промену цене pout. Наиме, када ценовни шок, било позитиван или негативан, није у потпуности (у истом обиму) и у истом тренутку пренет на наредни ниво ланца снабдевања храном постоји асиметрија у брзини и величини трансмисије. Тачније, на Графикону 1 очигледно је да промене цене инпута (pin) нису у потпуности (величина) пренете на цену аупута (pout) ни након одређеног времена (брзина), што је

на графикону приказано са три кашњења (t_1 , t_2 и t_3). Други критеријум асиметрију трансмисије цена класификује као позитивну или негативну. Односно, ако цена аутопута (p_{out}) брже и у већем обиму реагује на пораст цена инпута (p_{in}) него на њен пад, тада се асиметрија сматра позитивном. У складу са тим, негативна асиметрија указује на ситуацију у којој цена аутопута (p_{out}) у већој мери и брже реагује на пад цене инпута (p_{in}) него на њен раст.



Извор: Поповић, Radovanov и Jeremić, 2013.

Графикон 1. Типови асиметричне трансмисије

Figure 1. Types of asymmetric transmission

Трећи критеријум за класификовање асиметричне трансмисије цена јесте у зависности од тога да ли долази до асиметрије у хоризонталној, или у вертикалној трансмисији цена. Као пример асиметрије у вертикалној трансмисији цена, најчешће се наводи случај у којем пољопривредни произвођачи и потрошачи тврде да се раст цена пољопривредних производа брже и у већој мери преноси на малопродајну цену, него што је то случај са падом цена. С друге стране, као пример асиметрије у хоризонталној трансмисији цена наводи се случај када се раст међународне цене пољопривредних производа брже, и у већем обиму преноси на домицилне цене, него што је то случај са падом међународне цене пољопривредних производа (Meyer и Von Cramon Taubadel, 2004).

5 Узроци асиметричности вертикалне трансмисије

Дебата о ценама пољопривредно-прехрамбених производа и њиховим детерминантама се води већ дуги низ година. Значајан сегмент ових истраживања је сконцентрисан на факторе који спречавају да пренос цена дуж ланца снабдевања храном буде симетричан. У том светлу идентификовани су фактори који утичу на појаву асиметричне трансмисије цена како дуж ланца снабдевања

храном, тако и између просторно удаљених тржишта. У овом раду даљи акценат је само на факторима који доводе до појава асиметрије у вертикалној трансмисији цена.

Постоји веома велик број фактора за које се сматра да доводе до појаве асиметричне трансмисије цена дуж ланца снабдевања храном. У даљем тексту дат је преглед фактора за које се сматра да у највећој мери доприносе појави асиметрије.

Тржишна моћ 5.1

Према већини аутора, неконкурентна тржишна структура, односно присуство тржишне моћи у ланцу снабдевања храном се сматра главним узрочником асиметричне трансмисије цена. Под тржишном моћи подразумева се способност предузећа (или групе предузећа) да повећа цену производа и да је одржава изнад конкурентског нивоа. Наиме, пољопривредни произвођачи и потрошачи сматрају да неконкурентно тржиште у секторима прераде и малопродаје доводи до (зло)употребе тржишне моћи. Односно, сматра се да сектори који имају већи степен концентрације воде ценовну политику која им омогућује остваривање профита на рачун осталих учесника ланца, и да ометају пренос ценовних сигнала на остале учеснике. У случају присуства неконкурентске тржишне структуре, учесници тржишта брже и потпуније реагују на позитивне, него на негативне ценовне промене. Сектори са високим нивоом тржишне концентрације, као што су сектор прераде и малопродаје на пољопривредне произвођаче у већој мери преноси пад, него раст цена (Meyer и Von Cramon-Taubadel, 2004).

Трошкови прилагођавања 5.2

Трошкови прилагођавања такође представљају један од кључних узрочника појаве асиметрије у трансмисији цена дуж ланца снабдевања храном (Ball и Mankiw, 1994; Bailey и Brorsen, 1989). Наиме, трошкови прилагођавања расту у случају када предузеће промени количину и/или цену инпута и/или аутпута. Ако су ови трошкови асиметрични у односу на раст или пад количина и/или раст или пад цена, може доћи до појаве асиметрије у трансмисији цена.

Остали фактори 5.3

Постоје још многи други фактори за које се сматра да доводе до асиметричне трансмисије цена, а који се не могу приписати ни присуству тржишне моћи унутар ланца, нити трошковима прилагођавања. Неки од тих фактора дати су у наставку.

Потрошачи сnose трошкове транспорта, тј. горива као и трошкове у смислу времена које утроше у потрази конкурентских цена одређеног производа (search costs). Имперфектно тржиште које је окарактерисано асиметричним преносом информација може такође да резултира и асиметричном трансмисијом цена. Прикупљање информација о ценама производа код конкурентских предузећа може довести до раста трошкова, те потрошачи често морају прихватити цене које им се нуде. С обзиром да потрошачи могу имати ограничено знање када је у питању понуда производа од стране других предузећа, продавци имају могућност злоупотребе потрошача на начин да брзо прилагоде своје цене у периоду када дође до пораста цена, односно да их спорије прилагоде када цене опадају (Miller и Nayenga, 2001).

Стратегија управљања залихама се наводи као фактор који утиче на појаву асиметричне трансмисије цена (Reagan и Weitzman 1982; Balke и коаутори 1998). Наиме, у периоду када је тражња за одређеним производима ниска, предузеће се радије опредељује да повећа залихе производње уместо да смањи цене, док се у периоду раста тражње опредељује за политику раста цена.

Такође, проблем пољопривредних производа који се лако кваре може имати значајну улогу у појави асиметрије у трансмисији цена (Ward, 1982). Наиме, поменути аутор сматра да раст цене неког кварљивог производа на нивоу сектора пољопривреде, неће утицати на раст цене тог производа на нивоу малопродаје, а основни разлог због којег се сектор малопродаје неће одлучити на повећање цене кварљивог производа, јесте ризик продаје. Производи попут поврћа, воћа, свежег млека су кварљиви производи и пролазе минималне степене прераде. Стога, очекује се да ће у случају таквих производа механизам трансмисије цена бити релативно брз. С друге стране, мање кварљиви производи и производи који су прошли одређен степен прераде имају спорији механизам трансмисије цена (Reziti и Panagopoulos, 2008).

Према студији Escroу (2010) међу факторе који утичу на процес трансмисије цена, такође се убрајају и број и разноврсност учесника ланца снабдевања храном, као и степен вертикалне и хоризонталне интегрисаности у ланцу.

Закључна разматрања **6**

Како су се у протеклом периоду бројне промене одиграле у ланцу снабдевања храном, анализа механизма трансмисије цена постаје све значајнија тема. Наиме, како велике, и често неочекиване, промене цена имају веома снажан утицај на доходак учесника у ланцу снабдевања храном, волатилност тржишта представља једно од најзначајнијих поља интересовања аграрних економиста. Такође, проблем волатилности тржишта представља фокус истраживања и са становишта макро аспекта јер се тржишне дисторзије, које су узроковане ценовним променама, често наводе као разлог државне интервенције.

Битно је напоменути да је приликом анализе трансмисије цена потребно анализирати и саму тржишну структуру, као и институционални оквир, с обзиром на то да резултате анализе трансмисије није могуће посматрати засебно јер нису у могућности да укажу на факторе који су довели до (а)симетричне трансмисије. Овим радом сагледани су управо фактори који доводе до асиметрије у трансмисији цена, а као најзначајнији фактор идентификовано је присуство тржишне моћи која доводи до неконкурентне тржишне структуре. Поред тога, до асиметрије у трансмисији цена може доћи због трошкова прилагођавања или трошкова времена проведеног у потрази за ценама конкурентских производа, стратегије управљања залихама и проблема кратког рока, односно кварљивости пољопривредно-прехранбених производа.

Литература **7**

1. Bailey, D., & Brorsen, W. (1989). Price Asymmetry in Spatial Fed Cattle Markets. *Western Journal of Agricultural Economics*, 14 (2), 246-252.
2. Balke, N., Brown, S. P., & Yücel, M. K. (1998). Crude Oil and Gasoline Prices: An asymmetric Relationship? *Economic Review*, 2-11.
3. Ball, I., & Mankiw, G. (1994). Asymmetric Price Adjustment and Economic Fluctuations. *The Economic Journal*, 104, 247-261
4. Blažková, I., & Syrovátka, P. (2012). Price formation and transmission along the food commodity chain. *Acta Universitatis Agriculturae Et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 15 (4), 31-36.
5. Bukeviciute, L., Dierx, A., Ilzkovitz, F., & Roty, G. (2009). Price transmission along the food supply chain in the European Union. 113 EAAE Seminar A resilient European food industry and food chain in a challenging world. Uppsala: European Association of Agricultural Economists.
6. Djuric, I. (2014). Impact of policy measures on wheat-to-bread supply chain during the global commodity price peaks. The case of Serbia. Преузето 15. јануара 2016. са Leibniz-Institut für Agrarentwicklung in Transformationsökonomie (IAMO): https://www.iamo.de/fileadmin/documents/sr_vol76.pdf

АСИМЕТРИЧНА
ТРАНСМИСИЈА
ЦЕНА У ЛАНЦУ
СНАБДЕВАЊА
ХРАНОМ

7. Eastham, J., Sharples, I., & Ball, S. D. (2003). Food Supply Chain Management; issue for the hospitality and retail sectors. London: Butterworth and Heinemann.
8. Ecorys. (2010). Study on the Competitiveness of the European Meat Processing Industry. Luxembourg: European Commission.
9. FAO. (2007). Spatial price transmission in food staples market chains in Eastern and Southern Africa: What is the evidence? Препузео 30. јуна 2011., са: http://www.fao.org/es/esc/common/ecg/17/en/FINAL_AWUDU_PRICE_TRANS_02_04_2007.pdf
10. Meyer, J., & von Cramon-Taubadel, S. (2004). Asymmetric Price transmission: A Survey. *Journal of Agricultural Economics*, 55 (3), 581-611.
11. Miller, D. J., & Hayenga, M. L. (2001). Price Cycles and Asymmetric Price Transmission in the U.S. Pork Market. *American Journal of Agricultural Economics*, 83 (3), 551-562
12. Peltzman, S. (2000). Prices Rise Faster than They Fall. *Journal of Political Economy*, 108 (3), 466-502.
13. Popović, R., Radovanov, B., & Jeremić, M. (2013). Volatile World Milk Prices and its affect to national market- case of Serbian Milk Market. In D. Tomić, M. Ševarlić, K. Lovre, & S. Zekić (Eds.), *Challenges for the Global Agricultural Trade Regime After Doha, Thematic Proceedings* (pp. 267-280). Subotica, Belgrade: Serbian Association of Agricultural Economists, Faculty of Economics in Subotica, University of Novi Sad.
14. Reagan, P., & Weitzman, M. (1982). Asymmetries in price and quantity adjustments by the competitive firm. *Journal of Economic Theory*, 27 (2), 410-420.
15. Reziti, I., & Panagopoulos, Y. (2008). Asymmetric price transmission in the Greek agri-food sector: Some test. *Agribusiness*, 24 (1), 16-30.
16. Swinnen, J., & Vandeplas, A. (2014). Price Transmission and Market Power in Modern Agricultural Value Chains. Препузео 15. маја 2015. са EconPapers: http://econpapers.repec.org/paper/esswpaper/id_3a5787.htm
17. Vavra, P., & Goodwin, B. K. (2005). Analysis of Price Transmission Along the Food Chain. *OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers*, No.3. Препузео 15. јануара 2014. са OECD: http://www.oecd-ilibrary.org/agriculture-and-food/analysis-of-price-transmission-along-the-food-chain_752335872456
18. Ward, R. W. (1982). Asymmetry in Retail, Wholesale and Shipping Point Prices for Fresh Fruits and Vegetables. *American Journal of Agricultural Economics*, 64 (2), 205-2012.
19. Wohlgenant, M. K. (2001). Marketing Margins: Empirical analysis. In i. B. Rausser, *Handbook of Agricultural Economics*, Volume 1 (pp. 934-970). Amsterdam : Elsevier Science B.V.

Primljen/Received: 16.01.2018.

Prihvaćen/Accepted: 12.03.2018.

EKONOMSKA EFIKASNOST RATARSKE PROIZVODNJE PORODIČNIH GAZDINSTAVA RAZLIČITE VELIČINE *

Todorović Saša ¹

Rezime

Prilikom analize ekonomske efikasnosti ratarske proizvodnje na porodičnim gazdinstvima pošlo se od toga da je ona povezana sa kontrolom troškova i ekonomijom obima, pri čemu su i kontrola troškova i ekonomija obima usko povezane sa veličinom porodičnog gazdinstva.

Imajući to u vidu, za merenje ekonomske efikasnosti ratarske proizvodnje na anketiranim porodičnim gazdinstvima korišćeni su pokazatelji koji mere odnos troškova i prihoda ratarske proizvodnje. Svi pokazatelji računati su na osnovu empirijskih podataka prikupljenih anketiranjem 100 nosilaca izabranih porodičnih gazdinstava sa teritorije AP Vojvodine tokom pet proizvodnih godina (2011/2012 - 2015/2016).

Dobijeni rezultati pokazali su da je opstanak većine manjih porodičnih gazdinstava usmerenih na ratarsku proizvodnju bez državnih podsticaja za poljoprivredu u dužem vremenskom periodu doveden u pitanje, naročito ako se ima u vidu proces pridruživanja Evropskoj uniji i sve veća konkurencija na tržištu.

Ključne reči: ekonomska efikasnost, porodično gazdinstvo, ratarska proizvodnja, državni podsticaji, oportunitetni troškovi

ECONOMIC EFFICIENCY OF CROP PRODUCTION ON DIFFERENT SIZED FAMILY FARMS *

Todorović Saša ¹

Summary

As for the economic efficiency of crop production on family farms, we started our analysis from the fact that it is related to the control of costs and economies of scale, bearing in mind that both of them are closely connected to the size of a family farm.

Taking this into account, the indicators measuring the ratio of costs to revenues of crop production were used to measure the economic efficiency of crop production on surveyed family farms. All indicators were calculated based on the empirical data collected by interviewing 100 selected holders of the family farms belonging to the territory of AP Vojvodina during the five-year production period (2011/2012 - 2015/2016).

The results show that the long-term survival of most smaller family farms oriented to crop production without agricultural subsidies may be questioned, particularly if the European Union accession process and increasing competitiveness on the market are taken into account.

Key words: economic efficiency, family farm, crop production, agricultural subsidies, opportunity costs

* Rad je rezultat istraživanja na projektu Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije broj 179028, pod nazivom: „Ruralno tržište rada i ruralna ekonomija Srbije – diverzifikacija dohotka i smanjenje ruralnog siromaštva“.

¹ Todorović Saša, asistent, Univerzitet u Beogradu, Poljoprivredni fakultet, Nemanjina 6, 11080 Zemun, Republika Srbija, Telefon: +381 11 4413 406, E-mail: sasat@agrif.bg.ac.rs.

* The paper is a result of the research conducted within the project of the Ministry of Education, Science and Technological Development of the Republic of Serbia No. 179028, entitled „Rural labour market and rural economy of Serbia - diversification of income and reduction of rural poverty“.

¹ Todorović Saša, Teaching Assistant, University of Belgrade, Faculty of Agriculture, Nemanjina Street No. 6, 11080 Zemun, Serbia, Phone: (+381) 11 4413 406, E-mail: sasat@agrif.bg.ac.rs

1

Uvod

Ekonomisti se slažu da efikasnost ima važnu ulogu u distribuciji ograničenih proizvodnih resursa i postizanju optimalne proizvodnje što je od prvorazrednog značaja za svaku nacionalnu ekonomiju. Stoga je promovisanje efikasne upotrebe proizvodnih resursa integralni deo evropske strategije za pametni, održivi i inkluzivni rast (EC, 2010). Efikasna upotreba proizvodnih resursa sve više dobija na značaju poslednjih godina u svetlu rastuće zabrinutosti oko potencijalne ograničenosti većeg broja kritičnih proizvodnih resursa. Činjenica je da bez eksploatacije prirodnih resursa nema ekonomskog rasta i razvoja, ali isto tako je i činjenica da eksploatacija prirodnih resursa može imati ozbiljan negativan uticaj na životnu sredinu i društvo.

Jevtinija i kvalitetnija proizvodnja postaje sve više imperativ, kako bi poljoprivredni proizvođači postigli i/ili očuvali konkurentne prednosti (Bošnjak i Rodić, 2010a, 2010b). Tokom prethodnih 50 godina, rast produktivnosti u poljoprivredi omogućio je da hrane ima više i da postane jevtinija (Fuglie i Wang, 2013). Ovde se dolazi i do pojma ekonomska efikasnost. Ekonomska efikasnost se obično koristi u mikroekonomiji kada se razmatra proizvodnja. Proizvodnja jedinice proizvoda se smatra ekonomski efikasnom kada je jedinica proizvoda proizvedena po najnižim mogućim troškovima. Ekonomska efikasnost zavisi od cena angažovanih proizvodnih resursa u proizvodnji. Ključna tačka za razumevanje je ideja da se ekonomska efikasnost javlja "kada su troškovi proizvodnje date količine proizvoda što je niže mogući". Međutim, uspešnost strategije niskih troškova može dati rezultate samo ako su poljoprivredni proizvođači sposobni da na duži rok imaju niske troškove proizvodnje po jedinici proizvoda. Pri tome treba imati u vidu da je društveno neprihvatljivo redukovanje agrotehnike i proizvodnja na teret prirodnih resursa u uslovima skupe proizvodnje u težnji da se obezbedi zarada (Bošnjak i Rodić, 2010c).

Cilj ovog istraživanja je da se utvrdi u kojoj meri veličina porodičnog gazdinstva utiče na ekonomsku efikasnost ratarske proizvodnje s obzirom na to da je ekonomska efikasnost ratarske proizvodnje povezana sa kontrolom troškova i ekonomijom obima, pri čemu su i kontrola troškova i ekonomija obima usko povezane sa veličinom gazdinstva.

2

Materijal i metod istraživanja

Ciljna populacija obuhvata samo porodična gazdinstava u čijoj strukturi setve je zastupljen barem jedan od pet izabranih ratarskih useva (kukuruz, pšenica, suncokret, soja i šećerna repa). Pažnja je usmerena

na navedene ratarske useve zahvaljujući činjenici da su se u periodu od 2005. do 2016. godine gajili u proseku na 2.023.142,00 ha odnosno na 79,72% oranica u Republici Srbiji. Pri tome je teritorija AP Vojvodine prepoznata kao najznačajnija za ratarsku proizvodnju u Republici Srbiji s obzirom na to da je AP Vojvodina proizvodno područje koje je prepoznatljivo po povoljnim prirodnim i društveno-ekonomskim uslovima za organizovanje ratarske proizvodnje. U prilog ovoj konstataciji govori pre svega raspoloživi fond oranica koji čini blizu 90% ukupnog poljoprivrednog zemljišta ovog područja (Bošnjak i Rodić, 2011a). Na ovom mestu je potrebno napomenuti da su istraživanjem obuhvaćena porodična gazdinstva upisana u Registar poljoprivrednih gazdinstava (u daljem tekstu: Registar) koja se prema tipu proizvodnje porodičnog gazdinstva svrstavaju u grupu porodičnih gazdinstava specijalizovanih za ratarsku proizvodnju i da su zbog niske relevantnosti (niskog učešća u ukupnim površinama pet izabranih ratarskih useva) iz osnovnog skupa isključena mala i ekonomski slaba porodična gazdinstava (manja od 10 ha i ekonomske veličine manje od 8.000 evra) sa jedne strane i velika i ekonomski jaka porodična gazdinstva (ekonomska veličina veća od 250.000 evra) sa druge strane.

S obzirom na to da nisu raspoloživi potrebni statistički podaci za adekvatnu analizu uticaja veličine porodičnog gazdinstva na ekonomsku efikasnost ratarske proizvodnje izvršeno je detaljno anketiranje 100 nosilaca izabranih porodičnih gazdinstava. Prikupljeni podaci odnose se na pet proizvodnih godina (2011/2012 - 2015/2016) čime je formiran osnovni materijal za ovo istraživanje.

Prilikom analize ekonomske efikasnosti ratarske proizvodnje na porodičnim gazdinstvima pošlo se od toga da je ona povezana sa kontrolom troškova i ekonomijom obima, pri čemu su i kontrola troškova i ekonomija obima usko povezane sa veličinom porodičnog gazdinstva. S tim u vezi, neophodno je analizirati finansijski rezultat ostvaren u ratarskoj proizvodnji. Kao pokazatelj ekonomske efikasnosti ratarske proizvodnje na anketiranim porodičnim gazdinstvima mogu se koristiti različiti merni odnosi (Bošnjak i Rodić, 2006) i pokazatelji finansijskog rezultata (Munćan et al., 2010).

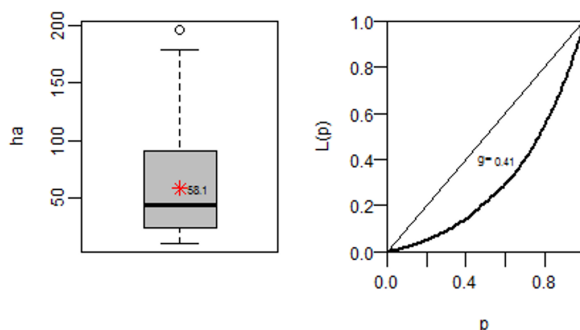
Imajući to u vidu za merenje ekonomske efikasnosti ratarske proizvodnje na anketiranim porodičnim gazdinstvima korišćena su četiri pokazatelja koja mere odnos troškova i prihoda ratarske proizvodnje. Svi pokazatelji računati su na osnovu empirijskih podataka prikupljenih na anketiranim porodičnim gazdinstvima. Prva dva pokazatelja ne uključuju procenu uloženog rada članova porodičnog gazdinstva, poljoprivrednog zemljišta u vlasništvu i sopstvenog kapitala i nazvaće se zaje-

dničkim imenom „ekonomičnost proizvodnje“ sa i bez državnih podsticaja za poljoprivredu, dok druga dva pokazatelja uključuju procenu uloženog rada članova porodičnog gazdinstva, poljoprivrednog zemljišta u vlasništvu i sopstvenog kapitala i nazvaće se zajedničkim imenom „ekonomičnost proizvodnje sa oportunitetnim troškovima“ sa i bez državnih podsticaja za poljoprivredu. Korišćenje sopstvenih resursa na porodičnom gazdinstvu može u kratkom roku omogućiti fleksibilnost u slučaju pojave poslovnih problema kada porodica može izabrati da se odrekne prihoda od korišćenja sopstvenih resursa. Međutim, dugoročno posmatrano, oportunitetni troškovi sopstvenih resursa se moraju uzeti u razmatranje. Uzimajući u obzir rezultate sprovedene analize ratarska proizvodnja na porodičnom gazdinstvu će biti klasifikovana kao „ekonomski efikasna“ kada je odnos troškova i prihoda ispod 1 i „ekonomski neefikasna“ ako je preko 1.

3 Rezultati i diskusija

Prosečna površina korišćenog poljoprivrednog zemljišta anketiranih porodičnih gazdinstava iznosi 58,1 ha, a kreće se u intervalu od 10 ha do 197 ha što je znatno iznad proseka Republike Srbije i svakako predstavlja njihovu prednost. To je i razumljivo, s obzirom na to da su istraživanjem obuhvaćena samo porodična gazdinstva koja se prema tipu proizvodnje porodičnog gazdinstva svrstavaju u grupu porodičnih gazdinstava specijalizovanih za ratarsku proizvodnju, koja su veća od 10 ha i čija je ekonomska veličina veća od 8.000 evra, ali i manja od 250.000 evra. Osim toga u pitanju su gazdinstva ravničarskog područja tako da je veličina korišćene površine jedna od najvažnijih determinanti njihovog prihoda. Pri tome treba imati u vidu da osim 2% gazdinstava sa blago ekstremnim vrednostima, koja imaju prosečno 197 ha korišćenog poljoprivrednog zemljišta, površina korišćenog poljoprivrednog zemljišta preostalih 98% gazdinstava kreće se u intervalu od 10 ha do 179 ha (Grafikon 1).

Nejednakost u raspodeli korišćenog poljoprivrednog zemljišta anketiranih porodičnih gazdinstava dobro je ilustrovana Lorencovom krivom i Džini koeficijentom. Sa Lorencove krive jasno je uočljivo da sa gotovo polovinom (50,00%) površina korišćenog poljoprivrednog zemljišta raspolaže svega 20,00% anketiranih porodičnih gazdinstava, dok vrednost Džini koeficijenta ukazuje na tendenciju koncentracije površina korišćenog poljoprivrednog zemljišta na manjem broju anketiranih porodičnih gazdinstava. Dakle, promene u pravcu ukрупnjavanja zemljišnog poseda primetne su na anketiranim porodičnim gazdinstvima što se ogleda u stvaranju većih porodičnih gazdinstava.



EKONOMSKA
EFIKASNOST
RATARSKE
PROIZVODNJE
PORODIČNIH
GAZDINSTAVA
RAZLIČITE
VELIČINE

Grafikon 1. Ukupna površina i raspodela korišćenog poljoprivrednog zemljišta anketiranih porodičnih gazdinstava

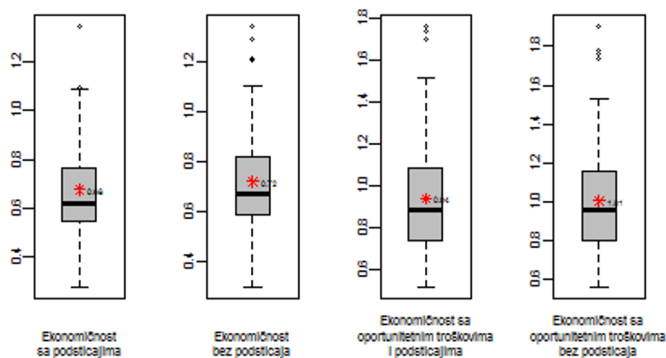
Graph 1. Total area and distribution of used agricultural land of surveyed family farms

Ovo je logičan nastavak procesa započetog ukidanjem mere agrarnog maksimuma koja je u prošlim decenijama zajedno sa ostalim merama agrarne politike zakonski ograničavala uvećanje privatnog poseda (zemljišta u vlasništvu privatnog lica) i razvoj u pravcu tržišno orijentisanih komercijalnih porodičnih gazdinstava.

Pitanje posedovne strukture je naročito važno s obzirom na to da je evidentno da povećanje veličine gazdinstva u osnovi deluje vrlo povoljno na funkcionisanje i efikasnost poslovanja u ratarskoj proizvodnji (Bošnjak i Rodić, 2011b; Munćan, 2011; Todorović, 2014; Todorović i Munćan, 2009; Vasiljević i Sredojević, 2005). U vezi sa tim, može se reći da je posedovna struktura anketiranih porodičnih gazdinstava znatno povoljnija u odnosu na posedovnu strukturu gazdinstava u Republici Srbiji. Pri tome veća gazdinstva, uključujući ona koja nisu porodična, mogu postati efikasnija tokom vremena ako prihvataju tehnološke inovacije, dok mala porodična gazdinstva imaju ograničene mogućnosti da to ostvare (Davidova et al., 2013). Samim tim, konkurencija za ograničenim zemljišnim resursima biće sve veća, pri čemu će poljoprivredni proizvođači koji postižu veću efikasnost ratarske proizvodnje imati komparativnu prednost u njihovom pribavljanju.

Pokazatelji ekonomske efikasnosti ratarske proizvodnje na anketiranim porodičnim gazdinstvima pokazuju osetljivost kako na prisustvo ili odsustvo državnih podsticaja za poljoprivredu tako i na oportunitetne troškove sopstvenih resursa (Grafikon 2). Visina razlike između prosečne ekonomičnosti anketiranih porodičnih gazdinstava sa državnim podsticajima za poljoprivredu (0,68) i bez njih (0,72) pokazuje značaj državnih podsticaja za poljoprivredu za ekonomsku efikasnost ratarske proizvodnje na anketiranim porodičnim gazdinstvima. Istovremeno, to je u skladu i sa istraživanjima koja pokazuju da državni podsticaji u delu troškova pro-

izvodnje, imaju sve značajniju ulogu za poslovanje porodičnih gazdinstava usmerenih na ratarsku proizvodnju (Munćan et al., 2014; Todorović, 2014; Todorović, 2010; Todorović i Filipović, 2010). Ovo bi moglo da dovede do jednostavnog zaključka o ekonomskoj efikasnosti ratarske proizvodnje anketiranih porodičnih gazdinstava.



Grafikon 2. Pokazatelji ekonomske efikasnosti ratarske proizvodnje na anketiranim porodičnim gazdinstvima

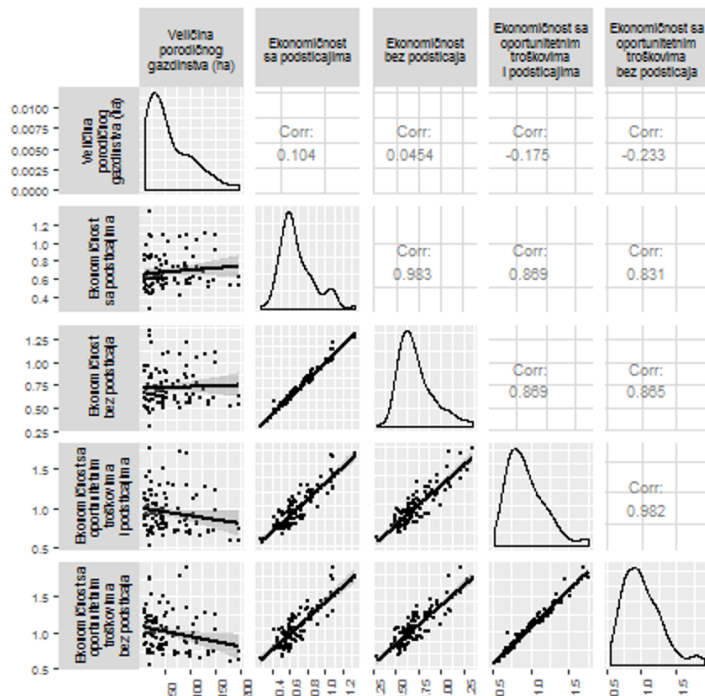
Grafikon 2. Economic efficiency indicators of crop production on surveyed family farms

Međutim, dugoročno posmatrano, oportunitetni troškovi sopstvenih resursa se moraju uzeti u razmatranje. Veoma je važno istaći da bi se ekonomska efikasnost ratarske proizvodnje na anketiranim porodičnim gazdinstvima dodatno značajno smanjila kada bi se vrednovali i sopstveni resursi što pokazuje ekonomičnost sa oportunitetnim troškovima koja se sa državnim podsticajima za poljoprivredu približava jedinici (0,94), a bez državni podsticaja za poljoprivredu prelazi jedinicu (1,01). To još jednom pokazuje značaj državnih podsticaja za poljoprivredu za efikasnost ratarske proizvodnje, jer bez državnih podsticaja za poljoprivredu ratarska proizvodnja na 41% anketiranih porodičnih gazdinstava nije ekonomski efikasna kada se u obračun uključe oportunitetni troškovi sopstvenih resursa.

Imajući u vidu da je ekonomska efikasnost ratarske proizvodnje povezana sa kontrolom troškova i ekonomijom obima, pri čemu su i kontrola troškova i ekonomija obima usko povezane sa veličinom porodičnog gazdinstva, ispitan je i uticaj veličine porodičnog gazdinstva na ekonomsku efikasnost ratarske proizvodnje (Grafikon 3).

Ustanovljeno je da se sa povećanjem veličine anketiranih porodičnih gazdinstava smanjuje ekonomska efikasnost ratarske proizvodnje kada se kao pokazatelj ekonomske efikasnosti posmatra ekonomičnost (koeficijent korelacije 0,104 i 0,0454), dok se povećava u slučaju kada se kao pokazatelj ekonomske efikasnosti posmatra ekonomičnost sa oportunitetnim

troškovima (koeficijent korelacije -0,175 i -0,233). Razloge za to treba tražiti u zakonitosti da se sa porastom površine korišćenog poljoprivrednog zemljišta anketiranih porodičnih gazdinstava povećava učešće poljoprivrednog zemljišta uzetog u zakup (Munčan, 2011; Munčan et al., 2014; Todorović, 2014). Dakle u slučaju kada bi se vrednovali i sopstveni resursi pogoršala bi se ekonomska efikasnost ratarske proizvodnje i to se naročito odnosi na ona gazdinstva koja imaju visoko učešće poljoprivrednog zemljišta u vlasništvu, a to su u slučaju anketiranih porodičnih gazdinstava najmanja gazdinstva. Kretanje navedenih pokazatelja pokazuje da korišćenje sopstvenih resursa na porodičnom gazdinstvu može u kratkom roku omogućiti fleksibilnost u slučaju pojave poslovnih problema kada porodica može izabrati da se odrekne prihoda od korišćenja sopstvenih resursa. Međutim, dugoročno posmatrano, oportunitetni troškovi sopstvenih resursa se moraju uzeti u razmatranje. S tim u vezi, posebno zabrinjava podatak da je opstanak većine manjih porodičnih gazdinstava usmerenih na ratarsku proizvodnju bez državnih podsticaja za poljoprivredu u dužem vremenskom periodu doveden u pitanje, naročito ako se ima u vidu proces pridruživanja Evropskoj uniji i sve veća konkurencija na tržištu.



Grafikon 3. Ekonomska efikasnost ratarske proizvodnje na anketiranim porodičnim gazdinstvima različite veličine

Grafikon 3. Economic efficiency of crop production on surveyed different sized family farms

4 Zaključak

Rezultati sprovedenog istraživanja pokazali su da je ekonomska efikasnost ratarske proizvodnje na porodičnim gazdinstvima osetljiva kako na prisustvo ili odsustvo državnih podsticaja za poljoprivredu tako i na oportunitetne troškove sopstvenih resursa. Pokazan je i značaj državnih podsticaja za poljoprivredu za efikasnost ratarske proizvodnje, jer bez državnih podsticaja za poljoprivredu ratarska proizvodnja na 41% anketiranih porodičnih gazdinstava nije ekonomski efikasna kada se u obračun uključe oportunitetni troškovi sopstvenih resursa.

Posebno zabrinjava podatak da je opstanak većine manjih porodičnih gazdinstava usmerenih na ratarsku proizvodnju bez državnih podsticaja za poljoprivredu u dužem vremenskom periodu doveden u pitanje, naročito ako se ima u vidu proces pridruživanja Evropskoj uniji i sve veća konkurencija na tržištu.

5 Literatura

1. Bošnjak, D., Rodić, V. (2006): Ekonomska obeležja proizvodnje soje. Zbornik radova Instituta za ratarstvo i povrtarstvo 42(2): 117-128.
2. Bošnjak, D., Rodić, V. (2010a): Ekonomska analiza proizvodnje soje, Ratarstvo i povrtarstvo 47(1):193-202.
3. Bošnjak, D., Rodić, V. (2010b): Ekonomska analiza proizvodnje osnovnih ratarskih useva, predavanje po pozivu na 44. savetovanju agronoma Srbije, Zlatibor.
4. Bošnjak, D., Rodić, V. (2010c): Komparativna analiza troškova proizvodnje osnovnih ratarskih useva u Vojvodini. Ekonomika poljoprivrede 57(2): 233-243.
5. Bošnjak, D., Rodić, V. (2011a): Korišćenje oranica u funkciji razvoja ratarske proizvodnje u Vojvodini, Agroznanje 12(3): 337-346.
6. Bošnjak, D., Rodić, V. (2011b): Zemljišni resursi kao faktor povećanja dohotka porodičnih gazdinstava u AP Vojvodini. Ekonomika poljoprivrede 58(SB-2):63-77.
7. Davidova, S., Bailey, A., Dwyer, J., Erjavec, E., Gorton, M., Thomson, K. (2013): Semi-Subsistence Farming – Value and Directions of Development. Study prepared for the European Parliament Committee on Agriculture and Rural Development.
8. European Commission (2010): Europe 2020. A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. Communication from the Commission. COM (2010) 2020 final, 3 March 2010.
9. Fuglie, K. O., Wang, S. L. (2013): New Evidence Points to Robust but Uneven Productivity Growth in Global Agriculture. Global Journal of Emerging Market Economies 5(1): 23-30.
10. Munćan, P. (2011): Zavisnost dohotka porodičnih gazdinstava od veličine poseda i strukture ratarske proizvodnje. Ekonomika poljoprivrede 58(SB-2): 51-61.
11. Munćan, P., Božić, D., Bogdanov, N. (2010): Ekonomska efikasnost proizvodnje ratarskih kultura na porodičnim gazdinstvima u AP Vojvodini. Ekonomika poljoprivrede 57(1): 15-24.
12. Munćan, P., Todorović, S., Munćan, M. (2014): Profitabilnost porodičnih gazdinstava usmerenih na ratarsku proizvodnju. Ekonomika poljoprivrede 61(3): 575-585.
13. Todorović, S. (2010): Uticaj mera agrarne politike na ekonomski položaj proizvođača kukuruza u Republici Srbiji, Zbornik radova sa konferencije - Prvi naučni simpozijum agronoma sa međunarodnim učešćem „AGROSYM 2010“, Jahorina, Bosna i Hercegovina, str. 151-257.

14. Todorović, S. (2014): Mogućnosti unapređenja konkurentnosti porodičnih gazdinstava usmerenih na ratarsku proizvodnju. Magistarska teza. Univerzitet u Beogradu Poljoprivredni fakultet, Republika Srbija.
15. Todorović, S., Filipović, N. (2010): Uticaj mera agrarne politike na ekonomski položaj proizvođača pšenice u Republici Srbiji. u: Agrarna i ruralna politika 3 - Održivost agroprivrede, zadrugarstva i ruralnih područja (str. 61–68). Beograd: DAES i Poljoprivredni fakultet Univerziteta u Beogradu.
16. Todorović, S., Munćan, M. (2009): Optimiranje strukture setve porodičnih gazdinstava u nestabilnim uslovima poslovanja. *Ekonomika poljoprivrede* 56(2): 329–339.
17. Vasiljević, Z., Sredojević, Z. (2005): Investicije na porodičnom poljoprivrednom gazdinstvu. u: Porodična gazdinstva Srbije u promenama (str. 118–142). Beograd: MLADOST-BIRO

EKONOMSKA
EFIKASNOST
RATARSKE
PROIZVODNJE
PORODIČNIH
GAZDINSTAVA
RAZLIČITE
VELIČINE

Primljen/Received: 04.03.2018.

Prihvaćen/Accepted: 21.03.2018.



ЗНАЧАЈ МЕЋУСЕКТОРСКОГ ПОВЕЗИВАЊА УГОСТИТЕЉСТВА И ЛОКАЛНИХ ПОЉОПРИВРЕДНИХ ПРОИЗВОЂАЧА

Драгин Александра ¹, Блешић Ивана ², Пивац
Татјана ³, Кошић Кристина ⁴, Демировић Дуња ⁵

Резиме

Локална, аутентична, јединствена гастрономска понуда представља значајан ресурс за привлачење туриста. Због тога је предмет истраживања био сагледати везу између локално произведених пољопривредних производа и угоститељства. У првој фази истраживања акценат је на примерима добре праксе у свету. Централни задатак је био испитати каква је ситуација поменуте тематике у Србији. За студију случаја је узет Сремски управни округ. Путем анкетног упитника, испитани су ставови локалних угоститеља Срема по питању кључних фактора који на њих утичу да одаберу или не локалне пољопривредне производе за своје потребе и пласирају их потрошачима. Поред историјског метода, коришћена је дескриптивна статистика (SPSS 17). Резултати истраживања дају увид у различите примере међусекторског повезивања угоститељства и локалних пољопривредних произвођача, као и ставове угоститеља поводом употребе домаћих производа на туристичком тржишту.

Кључне речи: локална пољопривредна газдинства, туристички производ, угоститељство, Срем

IMPORTANCE OF CONNECTION OF HOSPITALITY AND LOCAL AGRICULTURAL MANUFACTURERS

Dragin Aleksandra, Blešić Ivana, Pivac
Tatjana, Košić Kristina, Demirović Dunja ¹

Summary

A local, authentic and unique gastronomy is an important resource for attracting tourists. Therefore, the subject of the research was to examine the linkage between locally produced agricultural products and hospitality sector. In the first phase of the research, focus was on examples of good practice in the world. The central task was to examine the situation of the mentioned topics in Serbia. Srem District was taken as a case study. Through the questionnaire, the views of local caterers in Srem were examined regarding the key factors influencing them to select or not local agricultural products for their own needs and qualify them to consumers. In addition to the historical method, descriptive statistics were used (SPSS 17). The results of the research give an insight into different examples of cross-sectoral linking of hospitality and local agricultural producers, as well as the views of caterers regarding the use of domestic products in the tourism market.

Key words: local farms, tourism product, hospitality, Srem

¹ Др Александра Драгин, ванредни професор, Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Трг Доситеја Обрадовића 3, 21000 Нови Сад, sadragin@gmail.com

² Др Ивана Блешић, ванредни професор, Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Трг Доситеја Обрадовића 3, 21000 Нови Сад, ivana.blesic@gmail.com

³ Др Татјана Пивац, ванредни професор, Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Трг Доситеја Обрадовића 3, 21000 Нови Сад, tatjana.pivac@dgt.uns.ac.rs

⁴ Др Кристина Кошић, ванредни професор, Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Трг Доситеја Обрадовића 3, 21000 Нови Сад, tinicaus@yahoo.com

⁵ Др Дуња Демировић, Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Трг Доситеја Обрадовића 3, 21000 Нови Сад, demirovic.dunja2@gmail.com

¹ Dragin Aleksandra, Professor, University of Novi Sad, Faculty of Science, Trg Dositeja Obradovica 3, Novi Sad, Serbia, sadragin@gmail.com

1 Uvod

Гастрономија је често централни део туристичког искуства. Многи актери у туризму (нпр. хотели, ресторани, локална заједница) су схватили значај гастрономије као покретача кретања туриста са једне стране, односно стимулисања локалног, регионалног и националног економског развоја са друге. Да храна постаје један од најдинамичнијих и креативних сегмената туризма потврђују и Уједињене нације документом „Глобални извештај о гастро туризму“, који је UNWTO објавио 2012. године. Овим извештајем је дата опширнија анализа тренутног стања туризма заснованог на храни и пићу (тзв. гастро туризам – енгл. food tourism), идентификован је значај гастрономије у развоју туристичких дестинација широм света и приказани су светски трендови у гастро туризму (World Tourism Organization, 2012).

Типични производи, углавном домаћа храна и вино, добили су улогу, односно одговарајућу функцију да карактеришу туристичку понуду земље или њеног дела као туристичке дестинације и у многим случајевима они јесу главна атракција на територији. Гастро туризам пружа аутентичан доживљај у софистицираном стилу и у пријатном амбијенту, често повезан са економским благостањем, уз конзумирање локално узгајаних производа. Ови производи садрже снажну референцу локалног, јер истовремено на тржишту представљају одређено географско подручје, традицију, културно наслеђе, идентитет локалне заједнице, али и свој идентитет. То су тзв. домаћи производи, ако карактеришу државу национални производи, а ако карактеришу неки народ етно производи (Пивац и др., 2016).

Висок квалитет исхране гостију сваки дан је од суштинског значаја за хотеле, ресторане и све друге угоститељске објекте. Често угоститељи одвајају огромна финансијска средства за набавку хране и пића, где су у многим случајевима изопштени локални пољопривредни произвођачи. У циљу стварања сврсисходне и одрживе везе између туризма и пољопривреде, бројне факторе треба узети у обзир (табела 1) (Belisle, 1984; Cox, Fox, Bowen, 1994; Gomes, 1993; Momsen, 1996).

Чести проблеми у међусекторском повезивању проузроковани су јављањем несклада између понуде и тражње и недостатка подршке посредничких елемената који би требало да формирају спону између купаца и добављача. Иницијативе које подразумевају различите приступе у јачању веза снабдевања често предузимају јавни органи или НВО и повремено приватни сектор (Meyer et. al., 2004), о чему ће кроз конкретне примере у наредном тексту бити више речи.

Табела 1. Фактори који утичу на повезаност туризма и пољопривреде
Table 1. Factors that affect the connection between tourism and agriculture

Фактори који се односе на потражњу	Фактори који се односе на снабдевање	Фактори у сегменту маркетинга и посредништва
• социо-демографски профил посетилаца, • тип туриста, • смештај у погледу облика својине, типа, врсте, величине и категорије, • зрелост туристичке привреде • промоција домаће кухиње.	• физичка ограничења, • укоренења производња (нпр. плантажних усева за извоз), • квантитет и квалитет локалне производње, • високе цене локално произведене хране, • технолошка ограничења.	• маркетинг и инфраструктурна ограничења, • снабдевање слабо прилагођено потражњи, • просторни обрасци снабдевања.

Izvor: Meyer, Ashley, Poultney, 2004 (modifikovano)

ЗНАЧАЈ
МЕЂУСЕКТОРСКОГ
ПОВЕЗИВАЊА
УГОСТИТЕЉСТВА И
ЛОКАЛНИХ
ПОЉОПРИВРЕДНИХ
ПРОИЗВОЂАЧА

МЕТОДОЛОГИЈА 2

Прва фаза истраживања односила се на прикупљање података како би се илустровали примери добре праксе повезаности локалних пољопривредних произвођача и угоститељских објеката у свету. Затим се прешло на локално окружење, а за пример је узет Сремски управни округ. Формирана је базе угоститељских објеката за смештај и исхрану на територији Сремског управног округа, а на основу следећих извора: Општине и региони у Републици Србији (РЗС), базе података Туристичке организације Војводине и Туристичке организације Србије.

Кључна фаза истраживања односила се на утврђивање ставова угоститеља на територији Срема, са циљем детектовања кључних фактора који по њима утичу на куповину локално произведених производа. Истраживање ставова спроведено је на територији свих седам општина Сремског управног округа у периоду од новембра 2014. до фебруара 2015. године. Анкетирање је спроведено електронским путем и личним анкетирањем на терену. Основни скуп је обухватио 29 угоститељских објеката.

Развијен је инструмент за прикупљање адекватних података – анкетни упитник од 10 питања, класификованих у две целине:

1. Општа питања

- основни подаци о угоститељском објекту,
- општи подаци о политици набавке сировина и материјала за производњу јела и пића у ресторанима;

2. Специфична питања

- 16 ајтема о ставовима менаџера угоститељских објеката. Ова питања се баве следећом проблематиком:

ЗНАЧАЈ
МЕЂУСЕКТОРСКОГ
ПОВЕЗИВАЊА
УГОСТИТЕЉСТВА И
ЛОКАЛНИХ
ПОЉОПРИВРЕДНИХ
ПРОИЗВОЂАЧА

- o Да ли су производи из органске/домаће производње, према мишљењу хотелијера/ресторатера, добар начин да угоститељски објекат, односно читава регија, постану препознатљиви на тржишту;
- o Да ли хотелијери/ресторатери мисле да се куповином производа са пољопривредних газдинстава помаже развоју локалне привреде;
- o Да ли се куповином производа са пољопривредних газдинстава добија одличан квалитет хране у ресторанима/хотелима;
- o Да ли је хотелијеру/ресторатеру познато где требају да се потраже информацију/савет везан за домаћу пољопривредну производњу везану за њихово пословање.

На специфична питања (изнету тврдњу) испитаници су одговарали заокруживањем једног од понуђених бројева на петостепеној Ликертовој скали: од 1 - уопште се не слажем до 5 – у потпуности се слажем. Сви подаци су обрађени у SPSS програм (верзија 17).

3 РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Овде су издвојени примери који на конкретан начин илуструју повећање употребе локалних, пољопривредних производа у ланцу снабдевања за потребе туризма (угоститељства), где позитивне мулти ефекте остварује и локална заједница.

„Програм за пољопривреднике“ (Sandals Group - Karibi)
„Програм за пољопривреднике“ који је иницирала и подржала Сандалс група на Карибима представља пример добре праксе када је приватни сектор фокусиран у све три категорије укључивања:

- каналисање и стварање потражње за домаће производе (произвођач – купац);
- подржавање понуде ради пласирања квалитета и потребног квантитета и
- успостављање функционалне комуникације између понуде и тражње.

„Сандалс Група“ је са око 6.000 радника један је од најдоминантнијих послодавац у Карибима. Ланац снабдевања пољопривредним производима је распрострањен на Јамајку, Бахаме, Ст. Луис и Антигве. „Програм Сандалс“ је на Јамајци започет 1996. године са циљем развоја добрих пословних односа између пољопривредника и хотела и то побољшањем квалитета производа,

успостављањем одговарајућих цена и генерално побољшањем комуникације између понуде и тражње. Програм обухвата и маркетинг активности.

Почетни проблеми пољопривредника су се односили на:

- производњу - нпр. недостатак воде или амбалаже;
- продају производа администрација, процедуре, прописи.

У процес се укључио Надлежни орган за развој пољопривреде руралних простора (Rural Agricultural Development Authority – RADA) и пласиран је Програм континуиране едукације из пољопривредне технологије (Continuing Education Program in Agricultural Technology – CEPAT).

Једна од улога RADA органа је био осигуравање комуникационе линије од пољопривредних газдинстава до хотела. Нпр. хотели се две недеље пре датума испоруке обавештавају о доступним врстама пољопривредних култура и могућим количинама за пошиљку, чиме се гарантује да потребне залихе намирница у хотелима буду на време обезбеђене. Поред тога, набавке се договарају на месечном нивоу, са уговореним ценама испоруке са фарми.

Пројекат је започет са 10 пољопривредних газдинстава и два хотела, 2004. године је већ било укључено 80 пољопривредника широм острва, а тренд повећања се у наредним годинама наставио. У року од три године продаја је порасла са око 60.000 на 3,3 милиона америчких долара. Приходи пољопривредника не само да су се повећали, него су постали и поузданији, а хотели су побољшали квалитет понуде, пре свега базиране на локалним производима. Тиме су уштедели на трошковима набавке. Програм се сада проширио на острва Ст. Луис и Антигве (www.radajamaica.com.jm/Marketing/Sandals.htm).

„Једите јамајчанско“ (Super Clubs, Јамајка)

Ефикасан интегрисани приступ који је омогућио повећање употребе локалних производа у ланцу снабдевања за потребе туризма пласирано је компанијом „Super Clubs“ кроз кампању „Једите јамајчанско“.

Кампању је новембра 2003. године покренуло неколико локалних удружења и предузећа у производном сектору, укључујући и Јамајчанско пољопривредно друштво (JAS) и Јамајчанско удружење произвођача (JMA), са циљем промоције локално произведених добара за житеље, посетиоце и извознике. Покренуте су подстицајне мере за локалне фармере и конципиран програм техничке помоћи за чланове JAS-а. Влада је дала смернице хотелијерима и пољопривредним газдинствима ради обостране кори-

ЗНАЧАЈ
МЕЂУСЕКТОРСКОГ
ПОВЕЗИВАЊА
УГОСТИТЕЉСТВА И
ЛОКАЛНИХ
ПОЉОПРИВРЕДНИХ
ПРОИЗВОЂАЧА

сти понуди и тражњи. Од покретања кампање, JAS региструје раст потражње.

„Super Clubs“ је један од водећих all-inclusive туристичких компанија широм света. Поред куповине свежег воћа и поврћа из JAS-a, бави се и маркетиншком кампањом под већ поменутиим слоганом „Једите јамајчанско“ у свим својим одмаралиштима. „Super Clubs“ такође промовише активно укључење осталих актера у туризму кроз овакве кампање. Тренутно, „Super Clubs“ остварује промет локалних производа у вредности од преко 110 милиона америчких долара годишње. Примат је у одржавању високог квалитета производа. „Hedonism III“, један од „Super Clubs“ премијер одмаралишта, започео је 2002. године „Jerkfest“ догађај, којим се приказује традиционално кување на Јамајци. У програм фестивала су укључени острвски кувари, који користе намирнице са локалних фарми, локалне традиционалне занатлије, сликари и вајари, музичари, промовишу се локални сосови, зачини, ликери, рум, кафа и друге врсте пића и напитака (www.superclubs.com/travel_agents/ta_news_release.asp?news_UID=99, www.caribbeanetnews.com/2004/02/08/campaign.htm, www.jamaicaobserver.com/news/html/20040503T010000-0500_59335_OBS_ISSA_SEES_TOURISM_ENHANCEMENT_FEE_AS_NEW_HEAD_TAX_.asp).

„Oxfam Caribbean“ (St. Luis)

„Oxfam Caribbean“ је међународна невладина организација која повезује пољопривреду и туризам и надлежне органе Ст. Луиса, чиме се повећава капацитет за снабдевање туристичких предузећа и повећава животни стандард сиромашних фармера. Њихове активности су усмерене:

- На локалу – на производњу, маркетинг и набавке;
- На националном нивоу – утичу на политичке оквире;
- На регионалном нивоу – утичу на трговинску политику Кариба.

Овим активностима се подстиче продаја пољопривредних локалних производа, односно подиже вредност понуде хотела. На националном нивоу влада подржава ову иницијативу (нпр. пореске олакшице) (www.oxfam.org.uk/what_we_do/where_we_work/esc/programme.htm).

„Гамбијско је добро“ („Haygrove Development Ltd“, Гамбија – Велика Британија)

Овај пример добре праксе је преузет из Гамбије (компаније „Haygrove Development Ltd“ и „Concern Universal“). „Гамбијско је добро“ је пројекат „Haygrove Development Ltd“ водеће компаније

за хортикултурно пословање у Великој Британији. Покренут је у партнерству са „Concern Universal” компанијом, у добротворне сврхе. Пројекат има за циљ успостављање тржишта између локалних пољопривредних произвођача (где спадају и баштовани) и хотела, односно градског тржишта. Пројекат је почео у септембру 2003. године. Истраживања тржишта су показала да би преко 75% локалних хотела, продавница и ресторана волели да купују директно од локалних узгајивача ако би били сигурни у квалитет снабдевања. Међутим, на хиљаде жена баштована у Гамбији се баве производњом која је на ниском технолошком нивоу. Циљ пројекта „Гамбијско је добро“ је да се поставе виши стандарди производње, са добрим маркетиншким приступом. За произвођаче то су:

- Имплементација система оцењивања квалитета производа (убраног и пакованог);
- Обезбеђивање повратних информација произвођачима са тржишта.

За клијенте то су:

- Обезбеђивање иницијалне набавке за четири купца и повећање снабдевања где је то могуће, како би са производима подмирили потребе осталих клијената.

У првој години је 26 произвођача на основу њихових капацитета одабрано да раде на поменутом пројекту. Сваки од ових произвођача је потписао „Уговор о кредиту“ за „Гамбијско је добро“ ради набавке потребне количине семена и ђубрива. Додатни радници су укључени због помоћи при сортирању производа. Пројекат се временом развијао. Поред хотела, клијенти су постали и ресторани, супермаркети, пијаце (www.haygrove.co.uk/development.php).

Омладински хостели (Велика Британија)

Омладински хостели су превасходно понудом усмерени на омладину која тражи јефтин смештај, што укључује и могућност конзумирања три оброка дневно. Као део репозиционирања, омладински хостели у последњих 10 година мењају своју понуду на следећи начин: собе су мањег капацитета, храна квалитетнија, неки објекти се прилагођавају потребама породица и ширег спектра гостију, ревидирају своје меније. Удружење омладинских хостела у Великој Британији (Youth Hostel Association) је преусмерено на локалне производе пољопривредних произвођача. Нагласак на локалним производима је кључни део промена, а наглашавају се и вредности попут еколошке и социјалне савести и хедонизам (гастро чула), што подразумева и нестандартизоване и свеже припремљене оброке.

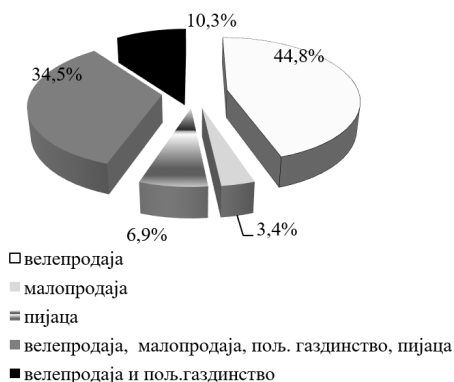
ЗНАЧАЈ
МЕЃУСЕКТОРСКОГ
ПОВЕЗИВАЊА
УГОСТИТЕЉСТВА И
ЛОКАЛНИХ
ПОЉОПРИВРЕДНИХ
ПРОИЗВОЂАЧА

А да ли наши угоститељски објекти набављају производе локалних пољопривредних произвођача, каква је потражња за домаћим, односно органски произведеним намирницама и да ли употребом домаћих производа угоститељи повећавају своју конкурентност на туристичком тржишту само су нека од питања која су разматрана у наредном делу, где је за студију случаја узет Сремски управни округ.

3.1 Истраживања ставова угоститељских објеката

Узорком је обухваћено 29 ресторана на територији Срема. Претежно су мањег и средњег капацитета (79,3%) и већином су новији објекти (послуже до десет година 79,3%).

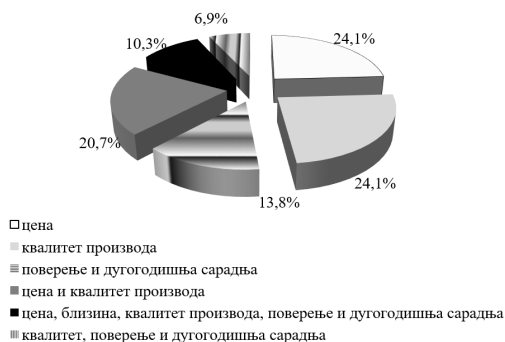
Преко 82,7% испитаника је рекло да су домаћи производи квалитетнији, свих 100% да су укуснији од увезених. У прилог томе иду и подаци да се 82,8% у потпуности, а 17,2% делимично слаже да куповином производа са локалних пољопривредних газдинстава помаже развоју локалне привреде (графикон 1). Критеријум за избор добављача је подједнако квалитет и цена (графикон 2). Велика потражња за домаћим производима (графикон 3) ствара потребу да ти производи буду у понуди.



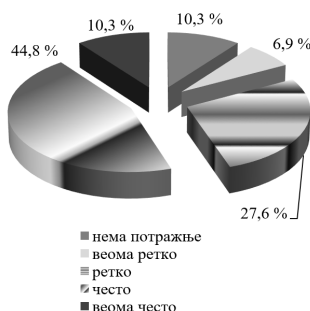
Графикон 1. Добављачи прехранбених сировина, полупроизвода и производа
Graf 1. Suppliers of food raw materials, semi-finished products and products

Када су у питању органски произведене намирнице, ставови испитаника су другачији. Угоститељи су се претежно изјаснили да за припрему јела не користе органски произведене намирнице (89,7%), а као основне разлоге наводе високу цену (44,4%) и ограничену понуду (21,1%). Овакви резултати су у складу са потражњом јела припремљених од органских производа, јер се 55,2% испитаника изјаснило да никада, а 44,8% да су веома ретко имали захтев госта да припреме овакво јело.

ЗНАЧАЈ
МЕЂУСЕКТОРСКОГ
ПОВЕЗИВАЊА
УГОСТИТЕЉСТВА И
ЛОКАЛНИХ
ПОЉОПРИВРЕДНИХ
ПРОИЗВОЂАЧА

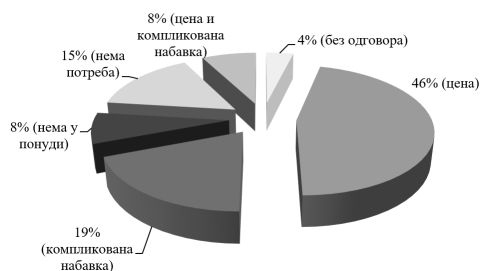


Графикон 2. Основни критеријуми за избор добављача
Graf 2. The main criteria for selection of suppliers



Графикон 3. Потражња јела од домаћих производа
Graf 3. Demand for home-made dishes

С тим у вези је и налаз да испитаници не сматрају производе из органске производње као добар начин за препознатљивост ресторана на тржишту (графикон 4). Могло би се закључити да уколико би се свест потрошача променила, односно потражња за органским производима у ресторанима повећала, и став угоститеља би био другачији.



Графикон 4. Разлози због којих ресторани не користе намирнице из органске производње
Graf 4. The reasons why restaurants do not use ingredients from organic production

Да промоцијом домаћих производа у угоститељском објекту допринесе комплетном имиџу регије (дестинације) сматрају сви испитаници.

Са друге стране, сматрају и да је понуда домаћих производа добар начин да ресторан/хотел постане препознатљив на тржишту (њих 86,2%).

Сви испитаници сматрају да би локалне власти требало да подржавају (субвенционишу) пољопривредна газдинства која производе традиционалне домаће производе (сир, кајмак, сухомеснате производе, ајвар, пекмез, слатко...). Такође сви сматрају да би хотели/ресторани требало да имају неке олакшице (државне) уколико искључиво купују намирнице из домаће пољопривредне производње (Табела 2).

Табела 2. *Дескриптивна статистичка анализа ставова испитаника везаних за употребу домаћих производа и производа из органске производње*

Table 2. *Descriptive statistical analysis of attitudes of respondents related to the use of domestic products and products from organic production*

Питања	Мин. оцена	Макс. оцена	Арит. средина	Станд. девијација
Куповином производа са пољопривредних газдинстава помажемо развој локалне привреде	4	5	4,83	0,384
Куповином производа са пољопривредних газдинстава добијамо одличан квалитет	3	5	4,38	0,677
Домаћи производи су добар начин да нека регија постане препознатљива	3	5	4,62	0,561
Понуда домаћих производа је добар начин да ресторан, хотел постане препознатљив на тржишту	2	5	4,31	0,806
Промоцијом домаћих производа у угоститељском објекту доприносимо комплетном имиџу регије, дестинације	4	5	4,62	0,494
Домаћи производи су одличан начин да се госту приближи национална кухиња	4	5	4,86	0,351
Локалне власти би требало да подржавају пољопривредна газдинства која се баве органском производњом	4	5	4,72	0,455
Локалне власти би требало да подржавају пољопривредна газдинства која производе традиционалне домаће производе	4	5	4,93	0,258
Хотели, ресторани би требали да имају неке олакшице уколико искључиво купују намирнице из домаће пољопривредне производње	4	5	4,86	0,351

4 ЗАКЉУЧАК

У времену у коме је становништво подстакнуто да размишља о здравијој исхрани, а реномирани кувари истичу непријатну страну масовне пољопривреде, локална храна је вредан ресурс који може дати значајан допринос локалној економији и подстаћи разноликост међу сеоским заједницама, омогућујући, при том, локалном пољопривредном произвођачу нове пословне могућности.

Док препреке јасно постоје, покушаји повећања употребе локалних производа у туристичке сврхе, превасходно кроз сарадњу са угоститељским објектима, се манифестују у различитим деловима света. Примери Кариба, Гамбије и Велике Британије показују да сарадња између пољопривредних произвођача и хотела може бити успешна и у комерцијалном смислу и по питању задовољења туриста и да та сарадња може значајно допринети локалном економском развоју.

На примеру Срема налаз упућује да угоститељи у највећој мери набављају намирнице у veleпродаји (44,8%) и од различитих извора (34,5%) – veleпродаја, малопродаја, директно од пољопривредних газдинстава, са пијаце. Основни критеријуми су им цена и квалитет и сматрају да су домаћи производи квалитетнији и укуснији од увозних. Угоститељи сматрају да куповином локалних пољопривредних производа помажу развоју локалне привреде, али и да њима треба помоћи у набавци локалног кроз државне субвенције и друге олакшице на локалном и националном нивоу.

Иако се Србија последњих година промовише кроз гастрономску понуду, са нагласком на традицију и локално, уочава се да органски произведена храна још увек није нашла довољно примене у угоститељству. О томе сведочи и налаз да се свега 10,3% угоститеља Срема изјаснило да користи органски произведене намирнице, јер не постоји већа тражња од стране потрошача.

Захвалност

Средства за спровођење анкетног истраживања обезбеђена су из буџета Аутономне Покрајине Војводине – Секретаријат за пољопривреду, водопривреду и шумарство, у оквиру годишњег програма унапређења саветодавних послова у пољопривреди у АПВ-у, као и пројекта "Ефекти развоја туризма у руралним срединама", 20.11.2017-20.11.2018. године, број 142-451-3683/2017-01/02 Покрајинског секретаријат за високо образовање и научно-истраживачку делатност.

Литература 5

1. Belisle, F. J., Tourism and Food Imports: The Case of Jamaica, Economic Development and Cultural Change, 32, 1984, 819-842.
2. Cox, L. J., Fox, M., Bowen, R.L., Does Tourism Destroy Agriculture?, Annals of Tourism Research, 22, 1994, 210-213.

**ЗНАЧАЈ
МЕЂУСЕКТОРСКОГ
ПОВЕЗИВАЊА
УГОСТИТЕЉСТВА И
ЛОКАЛНИХ
ПОЉОПРИВРЕДНИХ
ПРОИЗВОЂАЧА**

3. Пивац, Т., Драгин, А., Драгићевић, В., Васиљевић, Ђ., Селективни облици туризма – Примери добре праксе у свету и стање у републици Србији, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство (Универзитет у Новом Саду), 2016.
4. Gomes, A.J., Integrating Tourism and Agricultural Development (In Gayle D. J., Goodrich J.N. (eds.) Tourism Marketing and Management in the Caribbean, London and New York: Routledge, 1993, 155-166.
5. Meyer, D., Ashley, C., Poultney, C., Pro Poor Tourism Pilots Programm - Business Implementation of Pro Poor Tourism: Case Study Briefs (No. 3: Tourism-agricultural link: Boosting inputs from local farmers), DFID's Business Linkages Challenge Fun //www.pptpilot.org.za; www.propoortourism.org.uk//, 2004.
6. Momsen, J., Linkages Between Tourism and Agriculture in the Caribbean, Paper presented at International Geographical Union Conference (IGU), August, 1996. The Hague, Netherlands.
7. World Tourism Organization (2012), Global Report on Food Tourism, UNWTO, Madrid.
8. www.caribbeanetnews.com/2004/02/08/campaign.htm (24.10.2016.)
9. www.haygrove.co.uk/development.php (10.01.2017.)
10. www.jamaicaobserver.com/news/html/20040503T010000-0500_59335_0BS_ISSA_SEES_TOURISM_ENHANCEMENT_FEE_AS_NEW_HEAD_TAX_.asp (24.10.2016.)
11. www.oxfam.org.uk/what_we_do/where_we_work/esc/programme.htm (30.11.2016.)
12. www.radajamaica.com.jm/Marketing/Sandals.htm (24.10.2016.)
13. www.superclubs.com/travel_agents/ta_news_release.asp?newsUID=99 (30.11.2016.)
14. <http://www.theguardian.com/travel/2004/may/08/unitedkingdom.guardiansaturdaytravelsection> (30.11.2016.)

Primljen/Received: 14.12.2017.

Prihvaćen/Accepted: 12.03.2018.

UTICAJ NACIONALNE KULTURE NA PRIMENU POZITIVNOG ZAKONODAVSTVA O ZADRUGAMA

Radovanović Maja¹, Veselinović Janko²,
Radovanović Tanja³

Rezime

Napredak i razvoj društva utiče i na promenu razmišljanja po pitanju privrednih subjekata. Različita istraživanja pokazuju da je nacionalna kultura bitan segment svakog oblika organizacije i da ona čini jedan od temelja privrednih subjekata. Zadruga, kao oblik privrednog subjekta na tržištu, zavisi od mnogih spoljnih i unutrašnjih faktora, ali najveću ulogu u njihovom poslovanju imaju zadrugari, koji su društvena bića. Zadruga, gde pojedinac provede deo svog života, utiče na njegovo ponašanje, stavove i ličnost ali i zadrugar utiče na zadrugu, ali i na zadrugarstvo uopšte. Zadruga je oblik organizovanja fizičkih lica, koji na osnovu zadrugarskih principa ostvaruju ekonomske socijalne i kulturne interese. Zemljoradničke zadruge su osnovni oblik udruživanja vlasnika sitnih porodičnih poljoprivrednih gazdinstava na teritoriji Republike Srbije. Ovaj oblik organizovanja pojedinaca je kroz svoj razvojni period u Republici Srbiji imao česte probleme i prepreke od kojih neki proizilaze od subjektivnog odnosa pojedinaca prema normama zadrugarskog zakonodavstva. Čovek kao član zadruge jeste i njen aktivan faktor, sa svojim ličnim osobinama, ali i iskustvom. Primena zadrugarskog zakonodavstva uslovljena je i nacionalnom kulturom zadrugara, koja se stvara u porodicama i kroz generacije.

Ključne reči: zadruga, zadrugarstvo, poljoprivredna zadruga, nacionalna kultura, pozitivno zakonodavstvo

APPLICATION OF POSITIVE LEGISLATION IN COURSES: THE INFLUENCE OF NATIONAL CULTURE

Radovanović Maja¹, Veselinović Janko²,
Radovanović Tanja³

Summary

The progress and development of society also influences a shift of thinking in all theories of economic subjects. Based on various research, there is a belief that culture and cultural dimensions (especially national) are an important segment of every form of organization and that they form the basis of modern and well-developed societies. The cooperative, as a form of business entity in the market, depends on many external and internal factors, but those who make them (cooperatives) play a major role in their business. A cooperative, where one spends part of their life, affects their behavior, attitudes and personality. The cooperative is a form of organizing natural persons who, on the basis of cooperative principles, realize their economic social and cultural interests. Agricultural cooperatives are the basic association form of small family farms owners on the territory of the Republic of Serbia. They allow co-workers, their members, to improve their competitiveness and their results, since they cannot achieve this as independent participants on the market. During its development, this form of organizing has had frequent problems and obstacles in the Republic of Serbia. A member of a cooperative is its active factor with their own personal qualities and experience. The status of cooperatives is conditioned by characteristics of its members and its leaders.

Key words: cooperative, cooperative, national culture, positive legislation

¹ Radovanović Maja, Msc, student doktorskih studija – Agroekonomija, Univerzitet u Novom Sadu, Poljoprivredni fakultet Novi Sad, Trg Dositeja Obradovića 8, Novi Sad, Republika Srbija, e-mail: majushca990@gmail.com

² Veselinović Janko, vanredni profesor, Univerzitet u Novom Sadu, Poljoprivredni fakultet Novi Sad, Trg Dositeja Obradovića 8, Novi Sad, Republika Srbija, e-mail: veselinovic.janko@gmail.com

³ Radovanović Tanja, student master studija na fakultetu Političkih nauka u Beogradu, Politička analitika i društvene promene, Jove Ilića 165, Beograd, t.radovanovic93@gmail.com

¹ Radovanovic Maja, MSc, PhD student, University of Novi Sad, Faculty of Agriculture, Trg Dositeja Obradovica 8, Novi Sad, Serbia, majushca990@gmail.com

² Veselinović Janko, PhD, Professor, University of Novi Sad, Faculty of Agriculture, Trg Dositeja Obradovica 8, Novi Sad, Serbia, veselinovic.janko@gmail.com

³ Radovanović Tanja, CC, MSc student, University of Belgrade, Faculty of Political sciences, Jove Ilića 165, Belgrade, Serbia, t.radovanovic93@gmail.com

1

Uvod

Uloga individue, kao tvorca organizacionog sistema, je velika, jer da nema njenog misaonog i fizičkog učešća, ne bi bilo funkcionisanja, realizacije ciljeva, ne bi bilo bilo kog privrednog subjekta, pa ni zadruga. Pojedinaac, u ovom slučaju jeste osnovni element svakog organizovanog oblika poslovanja, odnosno zadruga. Definisanje ciljeva zadruga je posao pojedinca. Podjela zadatka, kontrola i upravljanje zadrugom je također u rukama ljudi, koji imaju u sebi svoj identitet. Identitet je skup individualnih karakteristika, odnosno osobina po kojoj je određena osoba prepoznatljiva. Najbolje pojašnjenje ovako definisanog pojma o identitetu daje Martin Heidegger: Prema uobičajenoj formuli stav identiteta glasi: $A=A$. Taj stav važi kao vrhovni sud i zakon mišljenja. Za koji trenutak ćemo stav pokušati promisliti jer s njime bismo hteli iskusiti šta identitet jeste. Kao zakon mišljenja važi samo ako je on zakon bitka koji glas - Svakom biću kao takvom pripada identitet, jedinstvo sa samim sobom (Heidegger, 1996). Iako je definicija nacionalnog identiteta dobro određena, teško je odrediti šta stvarno čini nacionalni identitet, odnosno kako prepoznati identitet određene nacije. Prema Briggsu nacionalni je zajednički identitet stanovnika određenog politički i geografski definisanoga prostora, odnosno nacije (Briggs, Cobley, 2005.).

Važno obeležje savremenih ljudi je pripadanje raznim grupama, među kojima je i nacija. Nacije imaju svoja identitetska obeležja, od jezika i pisma, preko običaja, a važan je i ekonomski identitet kao polazište za postojanje svih ostalih identiteta. Unutar nacionalnog identiteta su grupe kojima pripadaju pojedinci i mogu da se sagledaju kao užje ili šire: porodica, selo, grad, škola. U okviru njih, individua obavlja razne aktivnosti i zadatke, ali značajnim delom imajući u vidu vrednosti nacionalne kulture i principa koje su definisane u njoj. Na ovaj način, individua stvara, otkriva i prihvata uloge da bi njihovim ostvarivanjem stekla poziciju i na taj način osigurala svoj opstanak u grupi. Prema Hofstedu nacionalna kultura predstavlja mentalno programiranje: obrazac mišljenja, osećanja i delovanja koje svaka osoba stekne u detinjstvu i zatim primenjuje kroz čitav život (Hofstede, 2001). Dimenzije nacionalne kulture predstavljaju osnovne pretpostavke koje dele članovi jedne nacionalne zajednice o ključnim pitanjima sa kojima je svako društvo suočeno. Za organizaciju je bitno da zna, da se vrednosti koje čine kulturu ne zasnivaju samo na nasleđenom, već i na onom što je stečeno i naučeno, pa se i na osnovu toga mogu utvrditi razlozi ponašanja pojedinaca (Radovanović et.al. 2015). Članove zadruga, odnosno gazdinstva, prožima nacionalna kultura, u

svim svojim segmentima. Nacionalna kultura se nadograđuje i menja i čovek bitno utiče na njene promene i pravac razvoja, ali isto tako ona deluje na pojedinca. Kultura jedne nacije utiče na sve segmente njenog života. Prema Gidensu (Gidens, 2007) kultura predstavlja način života članova nekog društva ili grupa u okviru nekog društva. Ono što se uključuje u sam pojam jesu svi običaji, stavovi, religija, način delovanja, slobodno vreme, norme, vrednosti, principi koji jedno društvo karakterišu. Za privredno društvo je bitno imati u vidu da se vrednosti koje čine kulturu ne zasnivaju samo na nasleđenom, već i na onom što je stečeno i naučeno, pa se i na osnovu toga mogu utvrditi razlozi ponašanja pojedinaca. Što je društvo obrazovanije, kulturnije može kvalitetnije definisati i realizovati svoje zadatke, odnosno ciljeve.

U ovom radu veću pažnju poklanjamo poljoprivrednim zadrugama, jer su one osnovni oblik organizovanja pojedinačnih poljoprivrednih gazdinstava. Zadruga, gde pojedinac provede deo svog života, utiče na njegovo ponašanje, stavove i ličnost. Udruživanjem pojedinačnih porodičnih gazdinstava stvaraju se zemljoradničke zadruge, koje su u Republici Srbiji najrasprostranjeniji oblika zadruga. Razvoj zemljoradničkih zadruga karakterisale su brojne prepreke. U svom razvoju, zemljoradničke zadruge su nailazile na razne faze, a njihovo današnje uređenje odraz je istorijskog nasleđa ali i društvenih okolnosti u kojima je zakonski okvir nastao. Osobine pojedinačnih zemljoradničkih zadruga uslovljene su osobinama njenih članova. Na osnovu navedenog zaključuje se da je predmet ovog rada prikaz zemljoradničke zadruge, njenih osnovnih obeležja, kao i svega onoga čime nacionalna kultura utiče na nju - kako pojedinac funkcioniše unutar zadruge u okviru svoje nacionalne kulture, kako on utiče na radni kolektiv, ali i kako zadruga utiče na njega. Cilj istraživanja je utvrditi da li je u primeni pozitivnog zakonodavstva u zadrugarstvu primetan uticaj nacionalne kulture. Takođe, cilj je da se analizom rezultata istraživanja oceni sadašnji položaj i značaj zadruga, posebno zemljoradničkih zadruga kod nas.

Razvoj zadrugarstva u Republici Srbiji **2**

Sam nastanak zadruga vezuje se za stepen društveno-ekonomskog razvoja jedne zajednice. Zadrugarstvo u Srbiji ima dugu tradiciju. Temelji zadrugarstva, posebno zemljoradničkog, su porodične (krvne) zadruge, koje su pravno definisane Srpskim građanskim zakonom iz 1844. godine. (Ševarlić M., 2012.).

Zadruge su bile proizvod stanja i odraz društva u tom vremenu (nemaština), ali i primer stvaranja kolektivističkog duha, kao dimezije nacionalne kulture. (Veselinović, 2017, p. 126)

Od tog vremena samozaštitna funkcija, tj. filantropska, humanistička, demokratska dimenzija zadruga ostala je duboko utkana u njenu unutrašnju zadružnu strukturu, bez obzira na to u kojoj meri se usavršavala njena tržišna funkcija, prilagođavajući se promenama koje donosi razvoj tržišne privrede (Carić i sar, 2016, p.131). Najstariji zadružni oblik u svetu jesu štedno-kreditne zadruge. U Ročdejlju (Engleska) 1844. godine osnovana je prva zadruga na svetu, kao privredna organizacija koja se razvijala na definisanim vrednostima, principima i pravilima, a sve u cilju da se među pojedincima, koji su bili članovi zadruga, ostvari solidarnost, uzajamna pomoć i jednakost. U Sobotišću 1845. osnovana je kreditna zadruga (Slovačka), a treća formirana zadruga u svetu bila je sa teritorije Vojvodine (Bački Petrovac, 1846), „Gazdovský spolok“. Zemljoradničke ili poljoprivredne zadruge predstavljaju, sa privrednog stanovišta, najznačajniji oblik zadruga, naročito u ruralnim i poljoprivredno intenzivnim područjima. Međutim, one su značajne i u pogledu ravnomernog razvoja Srbije, kao i iz demografskih razloga jer jačanje poljoprivrede u ruralnim područjima može značiti veći ostanak stanovništva u selima. Iako su zemljoradničke ili poljoprivredne zadruge samo jedna od vrsta zadruga, prema Zakonu o zadrugama, ove zadruge predstavljaju sinonim zadrugarstva, naročito na području AP Vojvodine (Veselinović, 2017, p.126).

Samozaštitna funkcija, humanost, demokratija, solidarnost i jednakost svih članova – karakteristike su zadruga od samog početka razvoja ovakvog oblika društva. Zemljoradničke zadruge u XIX veku u Centralnoj Srbiji su bile najdominantniji oblik zadrugarstva. Glavni savez srpskih zemljoradničkih zadruga osnovan je 1895. godine u Smederevu i bio je jedan od jedanaest nacionalnih zadružnih federacija. Poljoprivredni zadružni sektor do 1900. godine je imao blizu 600 zadruga, širom zemlje. U periodu od pojave prve zemljoradničke zadruga do početka Prvog svetskog rata u Kraljevini Srbiji su bile osnovane 782 zemljoradničko kreditne zadruge, sa oko 100.000 zadrugara, što je predstavljalo 18% ukupnog broja seoskih domaćinstava.

U periodu između dva svetska rata zadružni pokret je veoma razvijen, te se javlja najveći broj osnovanih zadruga u našoj zemlji, ukupno 3.674. Od toga 1.077 je bilo kreditnih, 1.819 nabavno-prodajnih i 751 ostalih oblika. Zakonom o privrednim zadrugama zadružno pravo je bilo kodifikovano 1937. godine.

Period nakon II svetskog rata može se podeliti u nekoliko faza:

- kolektivizacija i formiranje opštih zemljoradničkih zadruga (OPZ) i seljačkih radnih zadruga (SRZ) (1945-1953) (Osnovni zakon o zadrugama, 1946, Osnovni zakon o zemljoradničkim zadrugama, 1949);

- reorganizacija OPZ i SRZ i promovisanje podružnjavanja i različitih modela kooperacije u poljoprivredi (1953-1974) (Uredba o zemljoradničkim zadrugama, 1954, Osnovni zakon o poljoprivrednim zadrugama, 1965);
- transformacija zemljoradničkih zadruga i udruživanje zemljoradnika i radnika u osnovne i radne organizacije kooperanata (OOK i ROK), sa preuzimanjem značajnog dela zadružne imovine u društvenoj svojini u korist poljoprivrednih kombinata (1974-1989) (Zakon o udruživanju zemljoradnika, 1979);
- revitalizacija zadrugarstva u skladu sa međunarodnim zadružnim principima (1989-2009) (Zakon o zemljoradničkim zadrugama, 1989, Zakon o zadrugama, 1990) i
- „podržavljenje“ zadružne imovine i poljoprivrednog zemljišta (1992-2006) (Zakon o pretvaranju društvene svojine na poljoprivrednom zemljištu u druge oblike svojine, 1992)

U poslednjoj deceniji, u svetu, ali i kod nas uloga zemljoradničkih zadruga se sve više prepoznaje, u uslovima ruralnog poremećaja, potencijalnog nedostatka hrane i povećavanja cena, s obzirom da je njihova uloga i stvaranje dodatne vrednost poljoprivredne proizvodnje za račun primarnog proizvođača.

Osnovna obeležja, vrste, osnivanje, poslovanje i prestanak rada zadruga 3

Zadruga je pravno lice, koja predstavlja poseban oblik organizovanja fizičkih lica (u daljem tekstu zadrugari) koja poslovanjem na zadružnim principima ostvaruju svoje ekonomske, socijalne, kulturne i druge interese i koja upravljaju i kontrolišu poslovanje zadruge. (Zakon o zadrugama, 2015).

U zavisnosti od ciljeva osnivanja i potrebnih sredstava za osnivanje, zadruge se mogu osnivati i poslovati sa udelima ili bez udela, a sve u skladu sa ugovorom o osnivanju i zadružnim pravilima. Autentične zadružne vrednosti su: samopomoć, demokratičnost, jednakost i solidarnost, moralno-etičke vrednosti (iskrenost, otvorenost, društvena odgovornost i briga za druge). Ovako formulisane vrednosti zadruga u praksu se prenose putem primene zadružnih načela, koja su definisana na osnovu međunarodnih zadružnih principa, koje je usvojio Međunarodni zadružni savez (Međunarodni zadružni principi ICA, 1995) Zadružna načela su: načelo dobrovoljnosti, načelo solidarnosti, demokratičnosti, ekonomskog učešća, jednakog prava upravljanja, samostalnosti, zadružnog obrazovanja i međuzadružne saradnje.

Okosnicu zadruga čine zadrugari, koji se u nju dobrovoljno udružuju i koja treba da služi i njima i zajednici na čijem području se osniva. Moglo bi se reći da, za razliku od privrednog društva, kod kog je društvena osetljivost „fakultativna“ zadruga tu osetljivost i brigu za zajednicu ima već u svojim temeljima (Veselinović, 2017). Zadrugari u zadrugu donose svoje navike i nacionalnu kulturu i imajući u vidu karakter zadruga, delovanje tih činioca na zadrugu je snažnije nego na privredna društva.

Zadrugar se kod nas definiše kao fizičko lice koje je član zadruga i u celosti ili delimično posluje preko zadruga, odnosno koje preko zadruga prodaje svoje proizvode odnosno usluge, nabavlja proizvode ili koristi usluge potrebne za obavljanje svoje delatnosti ili na drugi način neposredno učestvuje u obavljanju delatnosti radi kojih je zadruga osnovana. (Zakon o zadrugama, 2015) Zakon je prihvatio načelo saglasnosti po pitanju pristupanja zadrugi, pa se status zadrugara ne može steći samo na osnovu uplate uloga ili članarine, odnosno unosa uloga. I ove zakonske odredbe uvažavaju specifičan karakter zadruga, pa se može nametnuti zaključak da zadrugari mogu da odbiju da daju saglasnost za status zadrugara nekome za koga oni pretpostavljaju da bi remetio osnovna zadružna načela, ili ustaljene običajne norme zadružnog kolektiva.

Da bi se zadruga osnovala, neophodno je da prođe dve faze (Carić, et.al. 2011): fazu osnivanja zadruga u užem smislu i fazu nastanka zadruga kao pravnog lica, odnosno legalizacija zadruga. Članovi zadruga, u skladu sa načelom demokratske uprave, su u upravljanju njihove organizacije ravnopravni i za sve njih važi pravilo „jedan zadrugar jedan glas“.

Prema kriterijumu osobine članova i prirode delatnosti, zadruga se klasifikuju na (Carić, et.al. 2011): zemljoradničke zadruga, stambene zadruga, potrošačke zadruga, zanatske zadruga, omladinske i studentske zadruga, štedno-kreditne zadruga, učeničke zadruga. Zadruga je pravno samostalno lice i kao tako u pravnom prometu radi u svoje ime i za svoj račun.

Zadrugari za obaveze zadruga odgovaraju samo do visine svog uloga, tako da ne odgovaraju svojom ličnom imovinom. Zadruga, odnosno zadrugari sami biraju delatnost kojom će se zadruga baviti, uz zakonska ograničenja i na osnovu zajedničkog interesa zadrugara.

Zadruga u pravnom prometu može da istupa u svoje ime i za svoj račun, u svoje ime i za račun zadrugara ili u ime i za račun zadrugara. I u ovom pogledu zadruga se razlikuje u odnosu na privredna društva jer normativno uobličava čvršću vezu zadruga i zadrugara.

Pojedinac gubi status zadrugara u slučaju isključenja, istupanjem iz zadruge ili smrću. Zadruga prestaje u sledećim slučajevima (Zakon o zadrugama, 2015):

- na osnovu pravnosnažne odluke suda ili drugog organa;
- ako je protiv zadruge izrečena mera zabrane obavljanja delatnosti, a u roku određenim u izrečenoj meri ne ispuni te uslove, odnosno ne promeni delatnost, niti otpočne postupak dobrovoljne likvidacije;
- ako se broj zadrugara smanji ispod zakonom propisanog minimuma, a u roku od šest meseci se broj zadrugara ne poveća i Registru se ne prijave novi zadrugari;
- ako se novčani deo osnovnog kapitala smanji ispod propisanog minimuma, a u roku od šest meseci se ne poveća na minimum propisan ovim zakonom;
- ako nije organizovana u skladu sa zakonom, zadružnim pravilima i principima.

Zadruga može prestati sa radom po osnovu: 1) sprovedenog postupka likvidacije ili prinudne likvidacije; 2) sprovedenog postupka stečaja; 3) statusne promene koja ima za posledicu prestanak zadruge.

Zadruge se kod nas mogu povezivati u složene zadruge i zadružne saveze. (Zakon o zadrugama, 2015) Dve ili više zadruga mogu osnovati složenu zadrugu. Zadružni savez je samostalna, interesna, poslovna i stručna organizacija, koju osnivaju zadruge i drugi zadružni savezi radi ostvarivanja, usklađivanja, unapređivanja, poslovnog povezivanja, zaštite i zastupanja zajedničkih interesa zadruga i zadrugara.

Perspektiva i analiza stanja u zemljoradničkom zadrugarstvu u Republici Srbiji 4

Naša zemlja kao najčešći oblik organizovanog zadrugarstva ima zemljoradničke zadruge. Tradicionalno, u Republici Srbiji postoji tri prepoznatljiva oblika poslovanja poljoprivrednih gazdinstava: 1. porodična poljoprivredna gazdinstva (PPG); 2. poljoprivredna preduzeća (PP); 3. zemljoradničke zadruge (ZZ). Zbog čestih promena u društvu, politici i državi, ovi oblici su se prilagođavali novim društvenim uslovima (tabela 1).

Na osnovu tabele, se zaključuje da dominiraju porodična poljoprivredna gazdinstva (99,4% gazdinstva sa 82,2% zemljišta), sa malim posedom (4,55 ha). Prate ih poljoprivredna preduzeća (0,2% zadruge i 10% zemljišta) sa najvećom prosečnom površinom poseda (335 ha). Takođe, zemljoradničke zadruge obuhvataju relativno veći posed (170,51 ha), ali je njihovo učešće malo (0,1% gazdinstava i 1,4% zemljišta). Pored ovih oblika, u našoj strukturi obuhvaćeni su i gazdinstva ostalih pravnih lica (farmerska gazdinstva) koja imaju veliki značaj (0,3% gazdinstava i 6,4%

Tabela 1. Oblici poljoprivrednih gazdinstava u Republici Srbiji (2012)

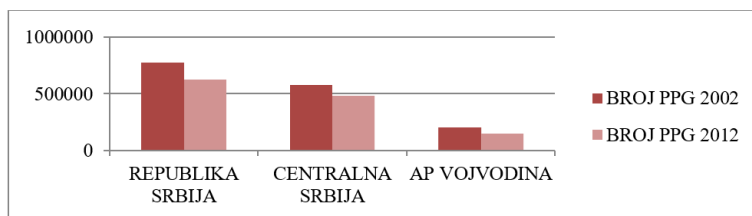
Table 1. Forms of agricultural holdings in the Republic of Serbia (2012)

Gazdinstva	Sva gazdinstva		Gazdinstva bez zemljišta		Korišćena poljoprivredna zemljišta			
	BROJ	%	BROJ	%	BROJ	Ha	%	ha/gazdinstvo
PPG	628.311	99,4	9.415	88,6	1,5	2.818.545	82,2	4,55
PP	1.358	0,2	331	3,1	24,4	344.041	10,0	335,00
ZZ	421	0,1	144	1,4	10,6	47.231	1,4	170,51
OPLiP	1.728	0,3	731	6,9	42,3	220.939	6,4	221,60
UKUPNO	631.818	100	10.621	100	1,7	3.430.755	100,0	5,55

Izvor: Statistički godišnjak, 2013. godina

ukupne poljoprivredne površine). Ovi podaci ukazuju na potrebu razvoja zemljoradničkog zadrugarstva i udruživanje velikog broja malih porodičnih poljoprivrednih gazdinstava, koja zbog globalizacije, nemaju mogućnost samostalne tržišne održivosti. Neophodno je istaći da je u tranzicionom periodu smanjen ukupan broj ovih zadruga. Posebno se može analizirati koliko nacionalna kultura utiče na ovu strukturu poljoprivrednih gazdinstava, što ćemo kasnije i pokazati.

Na strukturu porodičnih poljoprivrednih gazdinstava, osim nacionalne kulture, poslednjih decenija tranzicija je ostavila značajan trag. Ubrzan proces promena i težnja da se što pre sprovede proces privatizacije, uticali su na to da se u poslednjih deset godina ugasi svako peto PPG u Republici Srbiji. U periodu od donošenja dva zakona o pretvaranju društvene svojine u druge oblike svojine (1991, 1992) zadruge nisu mogle slobodno da raspolazu poljoprivrednim zemljište i drugom imovinom. U odnosu na druge privredne subjekte, ovaj oblik zadruga nije bio u mogućnosti da ekonomski ravnopravno učestvuje u poljoprivrednoj proizvodnji. Zbog dugotrajne nesposobnosti plaćanja dospelih obaveza, od 2009. godine (Zakon o stečaju, 2009) izvršen je ubrzani stečaj 736 zemljoradničke zadruge (38,1% od ukupnog broja poljoprivrednih zadruga na području zemlje) (grafik 1).



Izvor: prilagođeno prema Statističkom godišnjaku, 2013. godina

Grafik 1. Broj PPG (2002 i 2012)

Chart 1: Number of agricultural holdings (2002 and 2012)

Pravci razvoja zadrugarstva u Republici Srbiji i uticaj nacionalne kulture **5**

UTICAJ
NACIONALNE
KULTURE NA
PRIMENU
POZITIVNOG
ZAKONODAVSTVA
O ZADRUGAMA

Ono što karakteriše Srbiju, posebno AP Vojvodinu, jeste njena multikulturalnost, odnosno veliki broj nacionalnih zajednica koje žive zajedno sa većinskim narodom. Pored Srba, kojih je 83,3 odsto (Popis stanovnika Srbije, 2011) u Srbiji žive Mađari, Romi, Bošnjaci, Albanci, Hrvati, Slovaci, Crnogorci, Vlasi, Rumuni, Rusini i druge manjine. Sve nacionalne manjine karakterišu različiti identiteti, stavovi, verovanja, moralne norme i druge posebnosti, čak i radne navike i odnos prema kolektivizmu. Multikulturalnost je naročito izražena u Vojvodini u kojoj pored Srba, koji čine 66,76% populacije živi preko 20 nacionalnih manjina, od kojih su najbrojniji Mađari, sa 13% udela.

Za zadruge, kao i za privredna društva, je bitno da se vrednosti koje čine kulturu ne zasnivaju samo na nasleđenom, već i na onom što je stečeno i naučeno, pa se i na osnovu toga mogu utvrditi razlozi ponašanja pojedinaca. Pojam koji se vezuje za nacionalnu kulturu je izrazito bitan i za organizaciju. Takođe, definisani su i transfer kulturnih vrednosti koji bitno određuju način i funkcionisanje nacionalnih vrednosti (Žnideršić, et.al. 2007). Poje-dinac u zajednicu ulazi sa svojim identitetom, koji prema Harala-mbosu (Haralambos, 2002.) može biti društveni ili socijalni. Socijalni je onaj koji se smatra individualnom karakteristikom po kojoj je osoba prepoznatljiva, odnosno po kojoj je određena društvena zajednica znana (ako se posmatra grupa ljudi), i gde su vrednosti i norme koje pojedinac nosi u sebi prepoznatljive. Sa druge strane, psiholozi smatraju da se identitet odnosi na vlastitu sliku o sebi, kao pojedincu, koja se ne mora nužno podudarati sa stvarnošću.

Nacionalna kultura definiše odnose među ljudima, odnosno daje odgovore na pitanja: „Da li su ljudi jednaki i da li treba da budu jednaki ili neki treba da budu moćniji od drugih?“, „Kakav je odnos pojedinca i kolektiva?“. Odgovori na ova pitanja daju i dobro organizovane strukture unutar bilo kog oblika zadruge, ili privrednog društva.

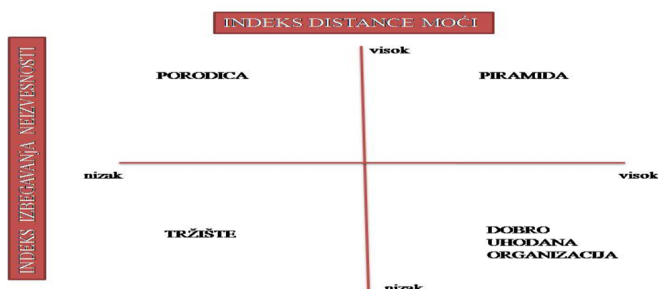
Vredno pažnje je preplitanje jedne nacionalne kulture sa drugim nacionalnim kulturama i uticaj na zadrugu kao kolektiv. Stavljajući nacionalnu kulturu u funkciju delovanja, pretpostavlja spoznaju da je ona oblik mentalnog programiranja, odnosno „obrazac mišljenja, osećanja i delovanja koje svaka osoba stekne u detinjstvu i zatim primenjuje kroz čitav život“ (Janićijević, 2008). Najznačajnije, do sada, istraživanje iz oblasti nacionalne kulture, koje je sproveo holandski profesor Geert Hofstede (2001), omogućava da se razume i prihvati koliko je ona bitna za poslovanje. Po dobijanju rezultata ovog istraživanja, Hofstedu definiše četiri osnovne dimenzije nacionalne kulture, i to:

- *distanca moći* - pokazuje stepen u kojem društvo prihvata činjenicu da je moć u privrednim društvima raspoređena nejednako, odnosno pokazuje stepen u kojem članovi jedne nacionalne kulture misle da je očekivano i normalno da moć bude neravnomerno raspoređena i ona može biti visoka ili niska distanca moći;
- *izbegavanje neizvesnosti* - pokazuje stepen ugroženosti koji osećaju članovi društva ili organizacije u nejasnim, neizvesnim ili okolnostima na koje nisu navikli (visok ili nizak stepen izbegavanja neizvesnosti);
- *individualizam nasuprot kolektivismu* – pokazuje stepen odgovornost za sopstvenu sudbinu. Individualizam je dimenzija koja podrazumeva da je svaki pojedinac odgovoran za sebe i za svoju najbližu porodicu, dok kolektivismus predstavlja oblik funkcionisanja pojedinaca gde je za njegovu sudbinu odgovoran kolektiv kojem pripada, bilo da je to porodica, organizacija u kojoj je zaposlen ili društvo u celini i
- *„muški“ nasuprot „ženskih“ vrednosti* - u kulturama gde su dominantne „muške“ vrednosti najviše se ceni rezultat, dostignuće pojedinca, upornost, sticanje materijalnog bogatstva, preduzetništvo, promene, inovativnost i veoma često agresivnost, dok „ženske“ nacionalne kulture predstavljaju one u kojima se javljaju vrednosti bitne za žene, kao što su: međuljudski odnosi, kvalitet života, sklad, ravnoteža, status u društvu, harmonija, ali i osećaj stabilnosti i blagostanja.

Na osnovu slike 1 se vidi da će zadruga uspeti u bilo kom obliku, ali će kod svakoga morati primeniti drugačiju strategiju.

U slučaju da zadruga funkcioniše u takvim uslovima gde je indeks distance moći nizak, ali isto tako i indeks izbegavanja neizvesnosti nizak, dospeće do idealnog i poželjnog tipa organizacije. U takvim organizacijama javiće se vertikalna podela i autonomija i često ničim izazvan konflikt. Ovakav tip se najčešće javlja u skandinavskim zemljama. Međutim, ako uzmemo organizacije gde je indeks distance moći nizak, a indeks izbegavanja neizvesnosti visok, dobićemo takav tip društva gde svako zna šta i na koji način treba da radi, zbog tačno

definisanih pravila i propisa, gde naređenja gotovo i nisu potrebna i gde je konflikt sveden na minimum. Najbolji primeri dobro uhodanih organizacija karakteristični su za Nemačku. Indeks distance moći nacionalne kulture, meren dok je naša zemlja bila u okvirima SFRJ, svrstavao je tadašnju državu među zemlje sa visokom distancu moći. Nalazili smo se na 12 mestu, od 53 zemlje, dok su najmanju distancu moći imale Danska, Izrael i Austrija. I po indeksu izbegavanja neizvesnosti nalazili smo se na vrlo visokom osmom mestu, dok smo po indeksu individualizma/kolektivizma bili na sredini, na 27 mestu. (Janićijević, 2014)



Izvor: www.ekof.bg.ac.rs

Slika 1. – „Idealni” tip organizacije

Figure 1. – “Ideal” type of organization

Relativno loš rezultat na zadružnoj organizaciji mogao bi biti još lošiji, jer u kategorije distance moći ulazi i ubeđenje pojedinaca pripadnika nacionalne kulture da se “ljudi tretiraju kao potencijalna opasnost po vlastitu moć i ne može im se verovati”(Janićijević, 2014). Janićijević je svoje analize radio na osnovu Hofsedovog dimenzioniranja nacionalnih kultura.

Karakteristika koja se vezuje za organizacione strukture zadruga jeste nizak stepen birokratije, ali isto tako i sve manji stepen kolektivizma, koji je svoj početni oblik imao u porodici. Još u doba kada su delovi današnje Srbije bili pod vlašću Osmanskog carstva, pojedinci su gledali da zaštite sebe i porodicu pa su često gradili svoja sela u zabačenim delovima i gotovo bez puteva. Već tada, osnova nacionalne kulture je bila u proširenoj porodici – „zadruzi“, koja je činilo dvadesetak članova, gde se vidi visok stepen kolektivizma, koji će se i u kasnijim oblicima organizovanja samo potvrđivati. Na samom vrhu ovakvih zadruga bio je otac, dok su delovi iste sačinjavali majka sa sinovima i njihovim porodicama.

Podela rada vršila se na dnevnoj ili nedeljnoj osnovi, gde su se za osnovu uzimali godine pojedinaca i njihove fizičke sposobnosti. Svako dobro koje su stekli pripadalo je porodici, odnosno zadruzi dok je njenu podelu, na osnovu jednakosti i potreba činio otac. Već tada

je bila definisana „top-down“ struktura zadruga, ali je tada razlika u polovima bila manja nego u ostalim kulturama. Na osnovu sprovedenih istraživanja i činjenica može da se kaže da danas nacionalnu kulturu Srbije čine jedinstvena kombinacija visoke distance moći, visokog izbegavanja neizvesnosti i kolektivizam, kao i niži stepen „ženskih“ vrednosti. Izbegavanje neizvesnosti i kolektivizma može da znači i oprez prilikom formiranja zadruga ili sticanja statusa zadrugara, pa i zakonodavac ali i promoteri ideje zadrugarstva moraju da računaju na ove okolnosti. Da je to tako, potvrđuje i stav da u našim organizovanim društvima ne dolazi do prave podele moći, odnosno distribucija moći je nejednaka i veoma često se menja. To se odražava i na visok stepen centralizacije unutar radnog kolektiva. Kada se dogodi konflikt među pojedincima, izjednačavanje moći nije rešenje, autoritet nadređenih još više raste. Sam rizik, zadruga ne prihvataju tako lako, ali i ne koriste sredstva koja bi uticala na to da se ne ponovi već viđeno. Često se oslanjaju na već dobro definisane osnove poslovanja i ne žele da ih promene, kako se stanje ne bi još više pogoršalo. Razlog niskog stepena prihvatanja rizika kod pojedinaca jeste težnja da se sami neuspesi redukuju.

Zadrugarstvo je kroz svoj vek postojanja prošlo kroz mnoge oblike i forme. Postavlja se pitanje koji su to pravci razvoja zadrugarstva, posebno zemljoradničkog i koliki je uticaj vrednosti, principa, normi pojedinaca izražen u njima. Kako bi mogla da prati razvijene zadruga iz sveta i Evrope, zadruga iz Republike Srbije bi trebale da utiču na poboljšanje kvaliteta i povećanje nivoa obrazovanja svih pojedinaca koji su već uključeni u ovaj sistem, onih koji su potencijalni zadrugari i posebno rukovodioca i stručnih kadrova u zadrugama. Bitno je uticati na razvoj institucionalnog obrazovnog sistema, kao i fakultativnog zadrugnog obrazovanja. Indikativno je da se ni na pravnim ali ni na agroekonomskim fakultetima zadrugno pravo ne izučava ni kao osnovni, ali ni fakultativni predmet. Nedostaju i empirijska istraživanja u zadrugarstvu putem nacionalnih i međunarodnih projekata. Da bi se sve ovo lakše sprovedo, neophodno je analiza postojećeg zakonskog okvira, ali i mera za njegovo sprovođenje. Postojeći zakon je izbegao normirati zadruga, koje se osnivaju kao akcionarska društva. Postavlja se pitanje potrebe donošenja posebnog zakona o zemljoradničkim zadrugama. Posebnu pažnju treba usmeriti na regulisanje nerešenih imovinsko-pravnih odnosa u „starim“ zadrugama. Jedno od mogućih rešenja jeste i transformacija sadašnjih zadrugnih saveza u poslovne asocijacije. Zadruga se i u pravnom normiranju moraju posmatrati u fokusu razvoja lokalne zajednice, pa se o tome mora voditi računa i u poreskom zakonodavstvu, ali i lokalni planovi razvoja treba da inkorporiraju potencijale zadruga. Posebno pitanje za analizu je revizija uloge zadrugnih saveza (tabela 2).

Tabela 2: Karakteristike nacionalne kulture Republike Srbije
Table 2: Characteristics of national culture in the Republic of Serbia

KARAKTERISTIKE	REPUBLIKA SRBIJA
ZAPOŠLJAVANJE	Kratkotrajna, otpuštanja česta
OCENJIVANJE I PROMOCIJA ZAPOSLENIH	Značajnija unapređenja se mogu dogoditi brzo
PUT KARIJERE	Jedinstven, centralizovan, nemogućnost upoznavanja sa drugim oblastima
DONOŠENJE ODLUKA	Individua
KONTROLA	Vrlo formalna
ODGOVORNOST	Lider preuzima na sebe
BRIGA ZA ZAPOSLENE	Ne postojanje brige za zaposlene, gotovo nikada

UTICAJ
NACIONALNE
KULTURE NA
PRIMENU
POZITIVNOG
ZAKONODAVSTVA
O ZADRUGAMA

Zaključak 6

Na osnovu istraživanja može se doći do zaključka da su nacionalna kultura i njene dimenzije bitan segment svakog pravnog lica, privrednog društva pa i zadruga. Uticaj nacionalne kulture na zadrugu je dominantan. Vrednosti, stavovi, norme i verovanja koja čine jednu nacionalnu kulturu odražavaju se i na organizacionu kulturu unutar zadruga. Postoje različite vrednosti koje se javljaju unutar same nacionalne kulture. Uticaj nacionalne kulture na zadrugu u različitim društvima je različit. Karakteristično za Srbiju, posebno za Vojvodinu je činjenica da se na njenom području prepliću više nacionalnih kultura, koje imaju sličnosti ali i razlika. Zakonopisci u oblasti združnog zakonodavstva treba da imaju u vidu uticaj nacionalne kulture na poziciju zadrugara, zadrugu i zadrugarstva. Pošto su zadrugu dobrovoljni oblici organizovanja, a zadrugu se ne formiraju samo u cilju ekonomskog osnaživanja pojedinaca zakoni treba da daju širok okvir za zadrugare, imajući u vidu i njihovu nacionalnu kulturu. Zakoni ne bi trebalo da prave "temelje" za distance pojedinaca prema zadruzi ili prema drugim zadrugarima. Posebno treba imati u vidu postojanje visokog stepena distance u društvu prema kolektivizmu i riziku. Ona sigurno jednim delom proizilaze iz akumuliranog iskustva generacija.

Iako su zadrugu najznačajniji oblik udruživanja i organizovanja zemljoradnika, a one imaju cilj ekonomsku, socijalnu, ekološku održivost poljoprivrede, zakonodavna i izvršna vlast nisu našle način da adekvatnim normama i merama pospeše njihov razvoj i opstanak. Nisu uvažavane kao jedan od značajnijih oblika privrednog organizovanja poljoprivrednika, koji može bitno da utiče na razvoj privrede, ali nisu uvažavane ni njene posebnosti, pa ni uticaj nacionalne kulture na njen razvoj. Razvijanje svesti o potrebi samostalnog organizovanja pojedinačnih zemljoradnika i njihovo povezivanje treba da uvaži uticaj nacionalne kulture, mentalitetske i identitetske specifičnosti. Takođe, uticaj na formalno i neformalno obrazovanje zadrugara je veoma važno, jer bez dodatnog obrazovanja nije moguće implementirati moderno združno zakonodavstvo i pripremiti zadrugu za ostvarivanje postavljenih ciljeva.

7 Literatura

1. Carić S. Vitez M. Mijatović Dukić M. Veselinović J. (2011): Privredno pravo, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment, Novi Sad
2. Carić S. Vitez M. Raičević V. Veselinović J. (2016): Privredno pravo, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment, Novi Sad
3. Giddens A. (2007): „Sociology”; Ekonomski fakultet; Beograd;
4. Haralambos M. i Holborn M. (2002): „Sociologija – Teme i perspektive” Golden Marketing, Zagreb;
5. Hofstede G. (2001) Diference and Danger: Cultural Profiles of Nations and Limits to Tolerance. In Albrecht M. (ed), International HRM: Managing Diversity in the Workplace. London: Blackwell
6. Janićijević N. (2008): „Organizaciono ponašanje”; Ekonomski fakultet; Beograd;
7. Janićijević N. (2014) Pojam i dimenzije nacionalne kulture, Beograd
8. Međunarodni zadružni principi ICA, (1995), Međunarodni zadružni savez ICA, redefinisani na Mančesterskom ICA kongresu 1995.
9. Osnovni zakon o zadrugama, Službeni list FNRJ, Beograd, 2, 1946.
10. Osnovni zakon o poljoprivrednim zadrugama, Službeni list SFRJ, Beograd, 21, 1965
11. Osnovni zakon o zemljoradničkim zadrugama, Službeni list FNRJ, Beograd, 5, 1949.
12. Radovanović M. Ubiparip D. (2015): Organizaciona kultura kao deo poslovnog sistema, Agroekonomika, Novi Sad, br. 67.
13. Randelović V. i sar. (1994): „100 godina zemljoradničkog zadrugarstva u Srbiji”, ZSS, Beograd;
14. Statistički godišnjak Republike Srbije za 2012. godinu, Republički zavod za statistiku, Beograd;
15. Ševarlić M. i sar. (2012): „Strategija razvoja zemljoradničkog zadrugarstva u Republici Srbiji”, DAES, Beograd;
16. Uredba o zemljoradničkim zadrugama, Sl. list FNRJ, Beograd, br. 10, 1954.
17. Veselinović J. (2017): Privredno pravo, Poljoprivredni fakultet Novi Sad
18. Vujičić M. (2003): „Srpsko porodično zadrugarstvo”, Kulturno prosvetna zajednica Srbije, Beograd;
19. Zakon o pretvaranju društvene svojine na poljoprivrednom zemljištu u druge oblike svojine,
20. Zakon o stečaju, Sl. Glasnik RS, br. 104, 2009.
21. Zakon o udruživanju zemljoradnika, Sl. glasnik SR Srbije, br 12, 1979.
22. Zakon o zadrugama, Sl. list SRJ, br. 41, 1996.
23. Zakon o zemljoradničkim zadrugama, Sl. glasnik SR Srbije, br. 59, 1989.
24. Zakon o zadrugama, Službeni glasini Republike Srbije, br. 112, 2015.
25. Zimanji V. Štangl Šušnjar G. (2005): „Organizaciono ponašanje”; Ekonomski fakultet; Subotica;
26. Žnideršić R. Marić D. (2007): „Društvene determinante ponašanja potrošača”; Ekonomski fakultet; Subotica.

KORIŠĆENE INTERNET STRANICE

http://www.ekof.bg.ac.rs/nastava/posdiploma/organizaciona_kultura/;
15. VI 2017. godine; 20:05.

<http://popis2011.stat.rs/>; 19.02.2018. godine; 22:44

Primljen/Received: 25.02.2018.

Prihvaćen/Accepted: 12.03.2018.

ДОПРИНОС КОСТЕ ГЛАВИНИЋА УНАПРЕЂЕЊУ ПОЉОПРИВРЕДЕ У СРБИЈИ

Гарић-Петровић Гордана ¹

Резиме

У раду представљен допринос Косте Главнића унапређењу пољопривредне производње у Краљевини Србији. Коста Главинић је данас, пре свега, познат као професор Велике школе и председник Београдске општине у више наврата. Као свестрана личност, Коста Главинић је усмерио своје креативне напоре да на различите начине да допринос модернизацији тада најзначајније привредне гране Србије. Као грађевински инжењер, он је конструисао тада модерну сушницу за шљиве. Био је члан добротвор Српског пољопривредног друштва. Писао је књиге и текстове о пољопривреди. У периоду од 24. августа 1908. до 24. фебруара 1909. године под његовом непосредном надлежношћу, као министра народне привреде, налазила се и област пољопривреде.

Кључне речи: Коста Главинић, пољопривреда, Министарство народне привреде, Краљевина Србија, суве шљиве

KOSTA GLAVINIĆ'S CONTRIBUTION TO THE IMPROVEMENT OF AGRICULTURE IN SERBIA

Garić-Petrović Gordana ¹

Summary

The paper discusses the contribution of Kosta Glavić to the improvement of agricultural production in the Kingdom of Serbia. Kosta Glavić is known as a professor of the Great School and President of the Belgrade Municipality on several occasions. As a versatile person, Kosta Glavić directed his efforts towards the modernization of the Serbian agriculture. As a construction engineer, he constructed a modern plum dryer. He was a member of the Serbian Agricultural Society. He wrote books and texts on agriculture. In the period from August 24, 1908 to February 24, 1909, he oversaw the agriculture as a minister of national economy.

Key words: Kosta Glavić, agriculture, Ministry of National Economy, Kingdom of Serbia, dry plums

¹ Др Гордана Гарић-Петровић, истраживач сарадник, Историјски институт Београд, Кнеза Михаила 36, 11000 Београд; gordana.garic.petrovic@iib.ac.rs

¹ Gordana Garić Petrović, Ph.D., research assistant, the Institute of History Belgrade, Kneza Mihaila 36, 11000 Belgrade; gordana.garic.petrovic@iib.ac.rs

1

Увод

Коста Главинић је рођен 1858. године у Београду у трговачкој породици Димитрија Главинића (Павловић 1939, 1). Школовао се у Шапцу и Београду, да би потом завршио студије на Техничком факултету Велике школе. На Високој техничкој школи у Берлину је студирао од 1880. до 1884. По завршетку студија вратио се у домовину, где је кратко време радио у Железничком одељењу Министарства грађевина. Почев од 1884. године ради на Техничком факултету у Београду, прво као суплент а потом професор. У два наврата је био декан и једном ректор. Од 1886. постаје општински одборник. У више наврата је био председник Београдске општине (1903-1905; 1906-1907; 1910; 1918). За време његових мандата завршен је водовод, израђени су планови за канализацију, започет је катастарски премер, подигнуто је више основних школа, пројектован је и засађен парк Доњег Калемегдана, засађено је више паркова и скверова, подигнути су први јавни нужници (ИАБ – 1119 – К 1 1. 13; Поповић 1939, 7; Латинчић 2012, 93; Јешић 1939, 4). Дужност министара народне привреде Коста Главинић је вршио у периоду од 24. августа 1908. до 24. фебруара 1909. године. Након оставке, био је министар на располагању све док није пензионисан 11. фебруара 1910. Поново је активан већ следеће године, када постаје владин комесар у Народној банци Краљевине Србије. Са овог положаја је отишао у пензију 1924. године, у шесдесетосмој години живота (ИАБ – 1119 – К 1 1. 13). Коста Главинић је познат као један од најпреданијих председника Београдске општине и конструктор посебне сушаре за шљиве.

2

Главинић као конструктор пољопривредних сушара и винских подрума

Пројектовање сушаре за шљиве, у народу познате као Главинићева сушница, било је повезано са интересовањем које је од младости показивао за унапређење пољопривреде и квалитета пољопривредних производа. Томе је свакако допринело одрастање у трговачкој породици, која се бавила извозним пословима. Накнадно стечено инжењерско образовање усмерио је, између осталог, и на побољшање начина сушења шљива, које постају у то доба један од најзначајнијих српских извозних артикала.

До појаве савременијих сушара, у Србији шљиве су сушене у примитивним пушницама – јамишанама или мишанама. Оне су углавном биле дрвене и примитивне са хоризонтално поређаним лесема од прућа, по којима су растиране шљиве. Испод леса налазила се примитивна пећ у облику куполе. Ове пећи су прављене тако што би од лесовог прућа био направљен густ свод. По овом купастом своду био би налепљен дебео слој иловаче испод кога би била наложена јака ватра од које би пруће изгорело а иловача се испекла задржавајући облик куполе. Веће пушнице су обично биле озидане од камена, цигле или ћерпича, под двостраним кровом, са ајатом. У њима се налазило по четири до осам пећи ("фуруна", "пећина") које су ложене из ајата. Изнад њих су постављане лесе за сушење шљива - шест или десет леса на једну пећ (Гарић Петровић 2017, 140).

Овај начин сушења шљива није задовољавао све веће потребе извозне трговине. Стога се у Србији граде и прве приватне и државне сушаре. Још као студент Високе техничке школе у Берлину 1882. године Коста Главинић је руководио грађењем првих таквих сушара за сушење шљива француског Исартијевог система у Јаребицама и Косијерићу. Ове сушаре он је обишао 1886. вршећи различите пробе за рачун Министарства народне привреде. (ИАБ – 1119 – К 4 3.4.7.1; Главинић 1935, 545-546; Јешић 1939, 5) Овај рад му је би подстрек да се и сам окуша у пројектовању и конструисању новог типа сушаре која ће више одговарати тадашњим приликама и навикама у Србији а која ће сушити поред шљива и друго воће, поврће и кукуруз у клипу. Трудио се да сушара буде квалитетна, што јефтинија и једноставнија за руковање (ИАБ – 1119 – К 6 5. 136). Тако је конструисао, задржавши Исартијев принцип, сушару са лименом пећи, 12 леса и спољном конструкцијом као код старих домаћих пушница (Главинић 1900б, 11; Поповић 1939, 5).

Код Главинићевих сушница пећ је била смештена испод такозваног сушилишта у коме се налазило 12 леса. До шљива је топао ваздух доспевао из шест канала, покривених опеком. Такође, водена пара је одвођена кроз посебне отворе, док дим није ни долазио у додир са шљивама, јер је одвођен посебним цик-цак лименим чунком. Спољна конструкција се није разликовала од домаћих пушница. Прва таква сушара саграђена је у Топчидеру 1889. године (Главинић 1900, 4-5; Главинић 1903, 1-16; Главинић 1935, 546).

Због неекономичности модерних сушара, које су подигнуте о трошку Министарства народне привреде и самог краља Милана, чији капацитети нису били у потпуности искоришћавани због велике потрошње дрва, Министарство народне привреде је расписало 1897.

конкурс за избор најбоље сушаре. На њему се најбољом показала Главинићева сушара која је од 100 килограма свежих шљива давала 29,42 килограма сувих. Време сушења је било 33 часа и 56 минута а при томе је трошено 196,4 килограма дрва. Овом приликом су нешто слабије резултате, нарочито у потрошњи дрва показале Рибова (272 килограма дрва) и Казнилова (284 килограма дрва) сушара, док је обична домаћа пушница потрошила три пута више дрва од Главинићеве сушаре. Након мањих дорада ова сушара је препоручена од Министарства народне привреде као сушара најподеснија за наше прилике (Гарић-Петровић, 2017:141-142). Следеће године план Главинићеве сушнице је награђен похвалницом на изложби држаној у време друге прославе славе Српског пољопривредног друштва. Исте године конструкција сушнице је награђена златном медаљом на смотри пољопривредних направа Пожешког среза. Овако добра оцена Главинићеве сушаре потврђена је и на Светској изложби у Паризу, на којој је освојила бронзану медаљу (ИАБ – 1119 – К 6 5. 3- 6; ИАБ – 1119 – К 6 5. 37).

Пошто је Главинићева сушара званично препоручена од стране Министарства народне привреде, било је неопходно подићи што већи број сушара у областима богатим шљивицима. Почетком 20. века то су били окрузи централне и западне Србије, посебно Крагујевачки, Ваљевски и Подрински (Гарић Петровић 2017, 160). Стога је у овим крајевима 1898. и 1899. године подигнуто шест Главинићевих сушара а Министарство народне привреде је 1901. године материјално помогло курсеве за обуку сеоских зидара за зидање оваквих сушара у Ужичком, Ваљевском и Подринском округу, које је лично држао Коста Главинић (ИАБ – 1119 – К 6 5. 136; Главинић 1900б, 43).

У циљу поспешивања извоза сувих шљива и у складу са политиком све веће контроле пољопривредних производа, Влада је на почетку Царинског рата одлучила да се из прихода Класне лутрије издвоји 15.000 динара за набавку Главинићевих сушница и тријера (Ђорђевић 1962, 350-351). Помоћ владе и Добра прилагођеност домаћим приликама, јефтина израда и квалитет производа утицали су на све распрострањенију употребу Главинићеве сушнице. Према подацима Министарства народне привреде до 1913. године их је било 915 у употреби. (Аноним 1913, 365).

Поред основног типа сушнице, Главнић је пројектовао и још упрошћену и комбиновану сушницу. Прве упрошћене сушнице саграђене су 1902. године на имању Српског пољопривредног друштва и у Школи за винодеље и воћарство у Букову. Код комби-

новане сушнице, уз простор за сушење шљива налазили су се и просторије са казанима за печење ракије и кување пекмеза. Оваква сушница је подигнута у оквиру Средње пољопривредне школе у Ваљеву 1934. године. (ИАБ - 1119 – К 5 3.4.1 57; ИАБ – 1119 – К 5 2.1; 1119 К 5 4.2.60; Главинић 1935, 546; Јешић 1939, 5)

Своје инжњерско знање усмерено ка пољопривреди Главинић није само искористио за пројектовање чувене сушаре. Он је, такође, био заинтересован и за пројектовање и изградњу великих винских подрума, житница, млинова и пекара. Како би се упознао са најмодернијим тенденцијама у тој области, 1912. године је обишао поједине области у Немачкој. Као плод овог пута настали су планови за задружне подруме за јовачку, јелићку, кавадарску, и смоковачку задругу. Помогао је саветима и упутствима израду планова за задружни подрум Венчачке виноградарске задруге у селу Бањи (ИАБ – 1119 – К 6 5. 137-138; Поповић 1939, 6-7).

Друштвено-политички рад Косте Главинића **3**

Паралелно са практичним радом, Коста Главинић је био и велики пропагатор напреднијих начина производње и прерађивања пољопривредних производа. На том пољу деловао је, пре свега као члан Српског пољопривредног друштва. Учлањењем у ово стручно удружење Коста је следио пут свог оца, који је учествовао у раду Српског пољопривредног друштва још од самих почетака 1869. године (ИАБ – 1119 – К 6 5. 3-6; Поповић 1939, 1). Интересујући се за пољопривредну проблематику, Коста је објавио велики број чланака у друштвеном органу „Тежак“ (ИАБ – 1119 – К 6 5. 37; Јешић 1939, 4). Као посебне монографије штампано му је 12 радова о преради воћа и виноградарству, од којих су неки имали два издања.²

Коста Главинић је, такође, био и један од оснивача Воћарско-пчеларске задруге, као и члан и председник Српског пчеларског друштва (ИАБ – 1119 – К 5 3.4.1 47-51; ИАБ – 1119 - К 5 2.1; Јешић 1939, 4).

Рад на питањима привредног и културног преображаја села неминовно га је усмерио ка задругарском покрету. Непуну деценију по формирању прве српске земљорадничке задруге, Коста Главинић

² Главинићева сушница, Главинићева сушница за сушење шљива а највише шљива, Комбинована Главинићева сушница, Кратко упутство за резивање винограда подигнутих калемљеном лозом, О користима задружне прераде шљива, О подизању винограда домаћом лозом на живоме песку, О савршенијим сушницама за сушење шљива и њиховом значају за пољску привреду у Србији, Пећ за сељачке домове, Сушница за воће, Упрошћена Главинићева сушница, Упутство за сузијање пероноспоре, Упутство за сузијање пероноспоре, оидиума и еринозе, Значај Главинићеве сушнице за производњу сувих шљива у Србији.

нић је 1902. године постао дописни члан Главног савеза српских земљорадничких задруга. Од 1904. до 1923. био је члан Управног одбора а од 1923. до 1927. године председник Надзорног одбора. Његов вишедеценијски рад у оквиру задругарског покрета награђен је 1934. године златном задругарском медаљом (ИАБ – 1119 – К 6 5. 9; ИАБ – 1119 – К 6 5. 30-31; ИАБ – 1119 – К 6 5. 3-6).

Као и већина друштвених прегалаца оног доба, Коста Главинић је био и политички ангажован. Као члан Самосталне радикалне странке, он је 24. августа 1908. године био постављен за министра народне привреде у влади Пере Велимировића, оставши на њему до пада владе 24. фебруара наредне године (Љушић *et al.* 2005, 219-220). На овај положај Главинић је предлаган још 1903. године, али је наименовање одбио због обављања дужности председника Београдске општине. (ИАБ – 1119 – К 6 5. 21) У тренутку када је преузео дужност министра народне привреде 1908. године, Србија а нарочито њена привреда биле су већ пар година под ударом последица Царинског рата, да би у току његовог мандата избила и Анексиона криза. Доласку на чело министарства привреде Косте Главинића и формирању владе Пере Велимировића претходио је период дубоке политичке кризе изазване новим уговором са Аустроугарском, који је изазвао опште незадовољство у народу. Иако је то био увод у крај Царинског рата, одредбе којима је забрањен извоз живе стоке, смањени извозни контингенти заклане стоке и уведени аустроугарски ветеринари у српске клинице били су за многе неприхватљиве, посебно Самосталну радикалну странку. Споразумом радикала и самосталаца, ипак је обезбеђено да у току мандата нове владе Пере Велимировића, овај спорни уговор буде изгласан у Скупштини (Ђорђевић 1962, 460-462).

Ступајући на дужност министра народне привреде, Коста Главинић је преузео старање о српској пољопривреди у којој су већ примењивана решења за већину горућих питања проистеклих из аустроугарске блокаде. Отворене су нове трговинске агенције у иностранству, пронађени су нови путеви извоза српске робе, склопљени су трговински уговори. Тада се, да би се превазишли новонастали проблеми у трговини стоком, нагло развија месна прерађивачка и кланична индустрија, а расте извоз масти и јаја. Истовремено превазиђен је проблем са извозом житарица и то појачаним извозом преко Солуна и Варне. Извоз треће важне групе извозних артикала – сувих шљива и пекмеца, такође је 1906. године доживео скок (Ђорђевић 1962, 338, 348, 363, 374-378, 481).

Иако се чинило да је 1908. године завршен Царински рат, Анексиона криза која је отворена 6. октобра 1908. године отвориће ново поглавље у Царинском рату. У октобру када је избио спор Аустроугарске и Румуније око извозних контингента стоке, Аустроугарска је зауставила процес ратификације уговора са Србијом и само га провизорно продужила на три месеца. У тим тренуцима Влада и Министарство привреде настављају са политиком осамостаљивања српског извоза са све мањом интервенцијом државе и подстицањем све већег укључивања крупног капитала, као и контролом квалитета производа. Све ове мере уродиле су плодом јер је српска трговина у потпуности издржала губитак суседног тржишта (Ђорђевић 1962, 465, 471).

Нове и бурне прилике покренуте Анексионом кризом довешће у питање савез радикала и самосталаца. Као повод за пад владе послужиће једно спорно питање везано лично за Косту Главинића. Он је као министар народне привреде одобрио смањење таксе за сечу шуме на Три и Копаонику Пословној банци и Божи Јелићу, предузетнику из Бруса, како би се рашчистили оболели делови шуме, што је наишло на неодобравање дела посланика на челу са Драгомиром Радуловићем. Невешт у политичким играма, Главинић није успео да се избори са нападима. Одбијање Скупштине да се на дневни ред стави питање анкетног одбора, који би утврдио истину, пресудило је да поднесе оставку (ИАБ – 1119 – К 1 3.2 ; ИАБ – 1119 – К 5 3.4.1 1-3; Ђорђевић 1960, 217).

Лоше искуство с краја министарског мандата није поколебало Главинића да настави са својим друштвеним ангажманом. Он се након Првог светског рата нашао на челу Главног одбора за обнову пољопривреде у Србији при Министарству пољопривреде (ИАБ – 1119 – К 5 3.4.1 5-10).

Поред бриге о унапређењу пољопривреде, Коста Главинић је био члан више друштава која су имала за циљ побољшавање услова живота на селу. Као члан управног одбора Друштва за чување народног здравља, он је 1908. године конструисао нови тип пећи за сељачке домове са циљем да се побољшају хигијенски услови живота на селу. Већ у пензији, 1935. године, покренуо је оснивање и касније руководио радом задруге „Рукотворине“, која је имала за циљ да спречи одумирање ручног рада и традиционалних сеоских заната (ИАБ – 1119 – К 2 3.3.2.2; ИАБ – 1119 – К 2 3.3.2.3; Поповић 1939, 9). У истом духу је био и његов рад у оквиру Комитета за одевање села, који је пропагирао већу независност села од тржишта одевних предмета и тканина (ИАБ – 1119 – К 2 3.3.2.8). Осим у наведеним задругама деловао је и у оквиру Главне задруге за народно просвећивање (ИАБ – 1119 – К 4 3.4.5).

Своје интересовање за пољопривреду и љубав према селу, Коста Главинић је пренео и на своју децу. Још као ученик осмог разреда гимназије, његов син Милан је награђен похвалницом Српског пољопривредног друштва за пуну кошницу са покретним саћем, цеђени мед и мед у саћу изложене на изложби у Београду (ИАБ – 1119 – К 6 5. 3-6).

По ослобађању Србије 1918. Коста Главинић је послао своје три кћери Славку, Добрилу и Косару у Швајцарску, Француску и Енглеску, како би се тамо обучиле за рад на просвећивању женске омладине на селу. У Швајцарској, оне су обишле пољопривредне и домаћичке школе у Женевском, Циришком и Бернском кантону. У Француској су посетиле пољопривредне школе за женску децу. Потом су отпутовале у Енглеску, где су завршиле 1919-1920 деветомесечни курс у домаћичкој школи у Истборну. Затим обилазе пољопривредне женске колеџе у Брајтону, Пристону и Кингстону. Слушале су предавања и вршиле пољопривредну праксу у колеџима у Принстону и Кингстону. Потом су све три завршиле курс из живинарства у Мидлендској пољопривредној школи у Дарбију. Вративши се у Краљевину Срба Хрвата и Словенаца отишле су у Љубљану где су код Мартина Хумека похађале течај из пчеларства (ИАБ – 1119 – К 6 5. 32). По повратку у Србију Славка и Косара су организовале Домаћичке школе у Ужичкој Пожеги и Лазаревцу (ИАБ – 1119 – К 6 5. 61).

Осим у наведеним удружењима чији је рад био везан за пољопривреду и село, Коста Главинић је био и члан Удружења за заштиту животиња и растиња, Српског бродарског друштва, Српског инжењерског удружења а касније Југословенског удружења инжењера и архитектата (ИАБ – 1119 – К 5 3.5. 45).

Учествовао у ратовима 1876-1878 и 1885, а као главни инспектор болница и у балканским ратовима. Одликован је: Споменицом за рат 1876-1878; Орденом Светог Саве II степена; Таковским крстом IV степена; Карађорђевоом звездом III степена и Орденом Белог орла V степена (ИАБ – 1119 – К 1 1.13; Латинчић 2012, 94).

Пред крај живота одлучио је да своју богату библиотеку завешта своме народу. Многобројне наслове из пољопривредне и задругарске тематике поклонио је највећим делом Пољопривредном факултету (75 наслова), а мањим Српском пољопривредном друштву (31) и Шабачкој читаоници (7) (ИАБ – 1119 – К 5 3.5 4).

Коста Главинић је умро 25. септембра 1939. године у Београду, у осамдесетпрвој години (ИАБ – 1119 – К 1 1.12).

Литература 4

ДОПРИНОС
КОСТЕ
ГЛАВИНИЋА
УНАПРЕЂЕЊУ
ПОЉОПРИВРЕДЕ
У СРБИЈИ

1. Аноним 1913, Колико и каквих имамо сушница у Србији, Тежак 44, 365.
2. Гарић Петровић, Г. 2017, Земљорадња у Србији (1878-1912), Београд.
3. Главинић, К. 1900, Главинићева сушница за сушење воћа а највише шљива, Београд.
4. Главинић, К. 1900б, О савршенијим сушницама за сушење шљива и њиховом значају за пољску привреду у Србији, Београд.
5. Главинић, К. 1903, Упрошћена Главинићева сушница, Београд.
6. Главинић, К. 1935, Комбинована Главинићева сушница, Тежак 62, 545-556, 576-581.
7. Ђорђевић, Д. 1960, Образовање и распад владе четворне коалиције у Србији 1909. године, Историјски часопис 11, 213-230.
8. Ђорђевић, Д. 1962, Царински рат, Београд.
9. Јешић, С. 1939, Коста Главинић (некролог), Пољопривредни гласник 19/23, 4-5.
10. Латинчић, О. 2012, Константин Коста Главинић – прилози из Историјског архива Београда, Наслеђе 13, 93.
11. Павловић, Ж. 1939, Коста Д. Главинић, Шабац.

Необјављени извори:

Историјски архив Београда (ИАБ) –
Породични фонд Главинић (1119)

Primljen/Received: 10.02.2018.

Prihvaćen/Accepted: 12.03.2018.

КАЛЕНДАР ПОЉОПРИВРЕДНИХ РАДОВА У ВИЗАНТИЈИ У X ВЕКУ*

Симоновић Зоран¹

Резиме

Аутор нас у раду упознаје са календаром пољопривредних радова у Византији у X веку. Календар радова у пољопривреди је дат према „Геопоници“, знаменитој енциклопедији из пољопривреде. Радови у пољопривреди у средњем веку су зависили од временских прилика. Византија се са географског становишта развијала у контексту који је био у основи, мада не искључиво, оријентисан на простор Медитерана. У том контексту медитеранска климатска зона је била заступљена на већој територији Царства. Са друге стране на местима у унутрашњости полуострва као што су северни Балкан и Анадолија, континентална клима је имала преовлађујући утицај.

Кључне речи: Календар пољопривредних радова, Геопоника, Византија, пољопривреда.

CALENDAR AGRICULTURAL WORKS IN BYZANTIUM IN THE TENTH CENTURY

Simonovic Zoran¹

Summary

In this paper, the author introduces us to the calendar of agricultural works in Byzantium in the 10th century. The calendar of works in agriculture is presented according to the Geoponika, the famous agricultural encyclopedia. Agricultural work is dependent on weather conditions. From the geographical standpoint, Byzantium basically, but not exclusively, developed by focusing on the area of the Mediterranean. Therefore, most parts of the Empire had the Mediterranean climate. On the other hand, the places in the interior of the peninsula, such as the northern Balkans and Anatolia, had continental climate as a dominant influence.

Key words: Calendar agricultural works, Geoponika, Byzantium, agriculture

* Рад је део истраживања на пројекту 46006 "Одржива пољопривреда и рурални развој у функцији остваривања стратешких циљева Републике Србије у оквиру дунавског региона" финансираног од стране Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије

¹ Др Симоновић Зоран, Научни сарадник, Институт за економику пољопривреде, улица Волгина 15, 11060 Београд, Србија, телефон: +381 11 697 28 58, E-mail: zoki@medianis.net

¹ Dr Simonović Zoran, Scientific Associate, Institute of Agricultural Economics, Volgina Street 15, 11060 Belgrade, Serbia, telephone: +381 11 697 28 58, E-mail: zoki@medianis.net.

1

Увод

Главни извор за проучавање календара пољопривредних радова у Византији је Геопоника ¹. Ово знаменито дело представља једину сачувану енциклопедију о пољопривреди и сточарству која је написана на грчком језику. Настала је као део великог енциклопедијског подухвата византијског цара Константина VII Порфирогенита (913-959). Увод овог дела посвећен је цару, али није, као што се раније мислило био, његов рад. Већина поглавља ове енциклопедије су написана у времену пре владавине цара Константина VII. Име аутора односно редактора овог дела које је настало у X веку је непознато.

Пољопривреда као грана привреде је имала велики утицај на економију Царства. Зато нас и не чуди царско интересовање за њу. Из то разлога Константин VII је наредио да буду пронађени сви текстови античких писаца који су писали на тему пољопривреде. Да се њихови радови идентификују, сакупе, преведу и објаве на једном месту. (Koutava-Delivoria, 2002, р. 367-370). Са тиме нас упознаје и састављач Геопонике који сам истиче да његов рад није оригинално дело, већ да представља компилацију, која је направљена коришћењем других извора, укључујући и оне који су постојали као зборници разних других компилација.

У античкој литератури, пољопривреда је заузимала посебно место. Она је била важна грана привреде. Нама су данас познати текстови неких латинских агронома. На првом месту то су Катон, Варон и Колумела. Са друге стране дела грчких аутора скоро да нису нигде сачувана. И поред тога дела која се односе на тему економије пољопривреде, а које су сачувана до данашњих дана, сведоче о богатству традиције писања текстова на ову тему. Ова традиција је била важна у хеленистичкој и римској ери. Познато је да су ова дела, прикупљена у касноантичким компилацијама, касније укључена у јединствену византијску колекцију, која је добила наслов Геопоника. (Симоновић, 2016, стр.799).

Прву Енциклопедију из пољопривреде, односно Зборник текстова или Еклогу, написао је Касијан Бас у VI веку, од кога је анонимни редактор из X века преузео текстове које је потом посветио цару Константину VII. На жалост, овај текст је потпуно изгубљен. (Липшиц, 1960). Сачуване су, ипак, неке верзије текстова које су настале у источном делу Византијског царства.

¹ Геопоника-геор'оника - латински у односу на грчку реч γεωπονική: која је настала од речи γε - земља и понео - радити.
1) Заједноове две речи чине речеземљорадња. 2) Скуп знања која су у вези са радом у пољу и врту. Чудинов А.Н., (1910).
Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка.

Текстови се могу квалификовати у мање вредне изворе. И поред тога, ови текстови нам дају добар увид, помоћу кога можемо да покушамо да утврдимо колико је текст анонимног византијског приређивача директно зависио од модела писања који су се примењивали у касној антици и који би у случају Геопонике представљали резултат рада ревизије и модернизације од стране новог компилатора, односно редактора. (Amato, 2006, стр 1-6).

Енциклопедија дакле представља компилацију информација о пољопривреди које су настале у грчком и римском свету. Те информације су настале од разних искуства која су стечена експериментисањем, с нагласком на доброј пракси, али са истакнутом свести о естетици, као што је расправа о смештају и уређењу природне околине око села. Многе одреднице које се налазе у овом тексту су, ипак, више маштовите него реалне, и у пракси представљају више резултат размишљања која се граниче са нестварношћу, као што је на пример рецепт који ствара неплодна стабла плодним, спречавајући на тај начин да их посеку, стварање хибрида калемљењем дуда на белој тополи, производњу белих бобица или стављање посебних ознака на воћу које настају гравирањем на семену из којих се стабло узгаја.

Утицај временских прилика на квалитет земљишта које се обрађује **2**

Са географског становишта, Византија се развијала у контексту који је био у основи, мада не искључиво, оријентисан на Медитеран. Релевантни критеријум за одређивање медитеранске климатске зоне је првенствено тај где се маслине могу узгајати, и то често заједно са житима које се не наводњавају, као и виновом лозом. Та територија се углавном односила на уска и увучена полуострва Италије и Грчке, оштре западне обале предње Мале Азије и острва која су се налазила на целом Средоземном мору. Медитеранску климу карактеришу врла топла, жарка и сува лета, и такође, топле зиме, готово у потпуности без мраза, са различитом количином падавина. Овај тип климе се назива и климом "маслиновог дрвета" пошто средња температура током најхладнијег месеца не пада испод 0 степени. Тиме је омогућено гајење маслина, у већем делу приморских области Византије. (Кодер, 2011, 39).

Одлика континенталне климе је да су температуре понегде имале екстремне разлике, са обично ниском влажношћу ваздуха и количином падавина које су се разликовале од области до области. На местима у унутрашњости полуострва као што су се-

На местима у унутрашњости полуострва као што су северни Балкан и Анадолија, континентална клима је имала преовлађујући утицај. Такав је случај био и са Сиријом, где на већој надморској висини клима била хладна и влажна. Утицај медитеранске климе је био смањен и ограничен само на уски појас дуж обале. Таква ситуација је била присутна и унутрашњости Балканског полуострва (територија бивше Југославије и дуж јужне обале Мале Азије која се налазила испред Анадолије). Медитеранска клима је била заступљена на већини територија. Није била заступљена у унутрашњости Балканског полуострва и у регионима око реке Дунава или дуж јужног приморја Црног мора (Трапезунт). Медитеранска клима је била под утицајем различитог степена деградације, који су настајали од суседних био климатских зона.

На примеру јужне Италије можемо да приметимо које су пољопривредне културе гајене. Једина жита, која се помињу у текстовима, су пшеница и јечам. Пшеница се чешће наводи од јечма. У Пуљи, обиље каснијих докумената указује на то да су само ове две врсте жита гајени, као што је било уобичајено у врло сувој клими са високим летњим вршинама. Међутим, у Калабрији, клима има више нијанси и разликује се од места до места. Дакле, поставља се питање да ли, су као у Кампањи, гајена друга жита. Са ове временске дистанце, тешко је то рећи. Не помињу се ни махунарке. Живот светог Фантина нас упознаје са тим да су монаси овог доба јели пасуљ, леблебије и грашак. Ове биљке су такође узгајале у Кампањи. У Пуљи супротно, од тога први пут се помињу махунарке око 1100. године. Мислимо да су се ове биљке појавиле релативно касно. Разлог за ову тврдњу треба тражити у чињеници да је овде највлажнија клима у целој Тиренској области и различита надморска висина, који различито утичу на исте усеве. Описи гајења винове лозе, боље заступљени у документацији (Jean-Marie, & Ghislaine, 1989, 575-576).

Умерено континентална и медитеранска клима су утицали на разноврсност воћа које се узгајало. На првом месту то су: јабуке, крушке, дуње, вишње, брескве, ораси, кестен, шипак, бадем, пистаћи итд. Производња пистаћа су били специфичност византијске (и исламске) пољопривреде у односу са оном на Западу. Воће не само да је имало важну улогу у исхрани сељака, оно је истовремено било и извор прихода за пољопривреднике који су живели у близини великих или мањих градова или за друга подручја у која су могли да извозе и суво воће. (Kaplan, 1992, 36). У IX веку у шумама Македоније и јужне Италије, кестен је узгајан или је једноставно сакупљан. (Brubaker, 1998, 229-243). Бољи климатски услови од почетка IX века, и касније, утицали су на повећање пољопривредне производње. (Geyer, 2002).

Временске прилике су утицале на квалитет земљишта које се користило у земљорадњи. Када говоримо о врстама земљишта која су се користила у пољопривредној производњи неопходно је да прво размотримо како су пољопривредници сами одређивали и разумевали квалитете земље коју обрађују. Њихов приступ свакако није био научни. Они су о квалитету земље коју обрађују судили емпиријски, и то тако што су мерили свој принос у производњи и то у односу према различитим методама гајења и различитим културама које су сејали целе године. Том приликом они су обрађали пажњу на карактеристике боје, текстуре и друге физичке аспекате земљишта. Водили су рачуна колико се задржава вода на земљишту. Мерили су дубину земљишта које су обрађивали. Тако да се у Геопоница 2.9.1. наводи да су најбоља земљишта она која су црна, што указује на несумњиву предност коју су имала муљевита и алувијална земљишта, која су се углавном налазила дуж обале и у областима Месопотамије. Други су одређивали њен квалитета према очигледним особинама: "ако је дрвеће које на њој расте високо и разгранато, онда се она може сматрати одличном; ако је дрвеће средњег квалитета, онда је и земља таква; ако је обрасла трњем, ситним жбуњем и ниском травом, онда значи да је земља слаба и не вреди много" (Геопоника 2.10.2). Трећи су квалитет земљишта одређивали према топлоти, или укусу. Ако су слатка по укусу сматрана су да су најбоља за садњу винове лозе и дрвећа. Земље које приликом пробе на укус била слане њих је требало избегавати. Према Анатолију само урма може да преживи на сланим земљиштима (Геопоника 2.10.8.9). Урма је највероватније била сађена на плантажама у Анатолијевој родној Феникији (Либан). Одатле толико његово интересовање за ову биљку. Поред тога, неке врсте култура је боље садити на одређеним врстама земљишта: "Жита је боље сејати на плодној земљи и у равници; јечам – на земљи средњег квалитета; махунарке – на лошој. Махунарке се могу сејати и у равницама одмах после жетве жита. Захваљујући њима земља се одмара и постаје растресита зато што им је корен, осим код грашка, танак" (Геопоника 2.12). Из овог Тарантиносовог текста који је уврштен у Геопонику сазнајемо како су се сејале одређене пољопривредне културе. Из овог примера можемо да приметимо присуство сложене система ратарских култура, у чијој обради се користило релативно интензивно орање са коришћењем техника, који су биле познате у античким временима и средњем веку, а доприносиле су повећању приноса усева. Ратарство је у раном средњем веку имало екстензиван карактер. Током овог периода дошло је до напуштања метода који су важили у пољопривреди у време постојања Римског царства. Разлоге за то треба тражити у смањењу становништва, земље је били много, исцрпљена земља се остављала без обраде, јер се могла обрађивати друга земља. Због оваквог начина обраде земље приноси су били мали. (Simonović, Đurić, Kostić, 2015, 17).

Из свега изложеног може да се закључи да земљишта морају бити правилно упарена са усевима, добро управљање са њима је потребно наставити ради одржавања плодности, а то је представљало константан напор сељака овог времена. Квалитет земљишта зависи и од усева који се узгаја на њему. (Winiwarter, 2014, 79-119).

3 Календар радова у пољопривреди

Годишњи календар о радовима у пољопривреди који се налази у „Геопоници“ нам пружа доста информација које радикално мењају слику, која је била позната из других извора. Треба рећи да су питања која су везана за ратарство, нису довољно добро обрађена од стране редактора. Када читате текст, можете да уочите да редактор фаворизује само оне сфере економике пољопривреде, које је он лично проучавао и наравно описао их са више детаља. Међу ауторовим текстовима нема описа поступака који се примењују приликом орања. То нам указује на његову незаинтересованост за ову проблематику. Али, и поред тога добијамо прилично комплетну слику, мада са неким противречностима у смислу радова у пољопривреди који се могу објаснити различитим климатским условима који су владали у провинцијама које су описане у овој византијској енциклопедији.

У том духу, редактор је пренео Варонов текст у коме се каже: 1. Не обрађује се сва земља исто. Збијена земља, у којој има много корења, зарасла у жбуње, копа се дубоко за време јаке суше. 2. Земља тада постаје растресита, а сунце спаљује корење тако, да се не може примити од снаге сунчевих зрака. 3. Плодну земљу, тврду и тешку такође је корисно окопавати баш када је суша. 4. Посно земљиште под зрацима сунца гори и претвара се у прашину: сва масноћа која се у њему налази гори и нестаје. 5. Зато такву земљу треба обрађивати око јесене равнодневице и то не мотикама, нити лопатама, већ плугом, и, пооравши је, одмах је ђубрити. 6. Таквој земљи посебно помаже ђубрење. У Арабији, међутим, избегавају да подижу посно земљиште: оно нема много снаге и приликом преоравања она губи влагу коју има. 7. Они који су у такозваном Гордату сејали јечам на непоораној земљи, добили су добар род, зато што тамо пада много кише. 8. Јарко-црвену земљу, црвену, песковиту, црну, белу, суву, лаку, белу глину и брдовиту обрађуј исто као и плодну земљу, током зиме. 9. Слану земљу почетком зиме после кише подигни малим плуговима, поспи плевом, најбоље од махунарки: ова плева је најбоља; за њом су јечмена и пшенична. 10. Трулећи, она слану земљу чини погодном за сетву и слатком и она више не прима, као

обично, слану влагу из ваздуха. 11. Затим, оставивши је читаву годину да се одмори, на јесен је нађубри крављим или коњским ђубривом, зато што је у њему више слаткоће. Затим посеј јечам и махунарке које немају дубок корен. 12. Места брдовита, хладна, веома сеновита и окренута северу обрађуј лети, по врућини, исто као и плодну земљу коју је, како смо већ рекли, најбоље окопавати мотикама. 13. Ако обрада мотикама није могућа зато што је земље много, онда се она може поорати и лети. Орање треба почети увече и орати читаву ноћ, до изласка сунца, како би се очували влага и масноћа, заклоњени грумењем, а и да волови не страдају од врелине и да би им било лакше да раде, пошто је земља после ноћног рада донекле мекша. 14. Приликом орања треба упрегнути не два, већ четири вола, правећи тако такозвану дуплу запрегу. Приликом другог или трећег орања треба користити теже раонике, како би они дубоко орали масну земљу, преврћући њено грумење. (Геопоникаll.23.).

То значи да се, према овом календару, у неким областима у јануару се врши ђубрење луцерке. Процес развоја семена зависи од сунчеве светлости и да ли сте орали оранице у октобру. Због обиља сланог земљишта у подручјима близу мора, најбоље је да се у то време да предузме мере у циљу побољшања квалитета земљишта и то орањем лаким плугом и сађењем пасуља и пшеничних мекиња.

У фебруару је потребно претходно припремити земљу за производњу летњих усева, и то је најбоље учинити три месеца пре сејања пшенице. Исто тако, треба поступити и приликом садње сусама¹ и конопље.

Главни послови плугом раде се у марту. На пример у марту се оре за први род пшенице која је бела и дугуљаста и позната је као Александријска. Истовремено, на земљишту са кога је раније уклоњена жетва жита (пшеница), поново смо посејали пшеницу која се користи у производњи хлеба. Приликом радова у пољу у ратарству током сетве коришћен је систем плодореда у комбинацији са другим пољопривредним културама. Као што смо то већ истакли напред у нашем тексту овај метод је био познат и широко распрострањен у Византији.

У марту, као и у претходном месецу, сади се сусам и конопља. У „Геопоници“ се такође помињу сетве, проса и јечма које се врше на одговарајућим земљиштима. Истовремено у месецу марту сејана су поља луцерком, и то у другом орању плугом.

¹ Сусам води порекло од породице махунарки. Од његовог плодова се од античких времена као и сада прави уље, који се користи за исхрану и за осветљење

У неким областима, у мају и јуну се припремају поља за нове усеве. Током ових месеци према редактору „Геопоники“ треба припремити терен ђубрењем са природним ђубривом односно стајњаком и то ако се сеју жита. Биљку Вучјак покосите до средине маја. Поље се оре плугом тек када се покоси Вучјак. Много пажње редактор посвећује уништавању корова. У јуну, се сеју и сточне траве (грахорица). Након кошење одмах се предузимају мере да се од ливада направе оранице и то орањем плуговима. У том смислу, у „Геопоници“ је написано следеће: „Ако се у земљи налази много корења, посеј на њој обрнику, покоси је у цвату, поори земљу како би покрио то што је пожњевено, затим посипај по њој ситно ђубриво и остави тако. После дванаест дана поново поори и посеј оно што се може посејати на тој земљи, додајући семењу малу количину сочива.“(III, 10, 8-9).

У месецу јуну почиње припреме за прву вршу: „Почев од деветог дана пре јулских календи треба кренути са вршом зато што тих дана нема ни кише, нити росе.“(III, 6, 8). У месецу јулу добро је: „...преорати земљу са које су побране махунарке: одмах после жетве треба поорати земљу да се не осуши.“(III, 10, 5). Током лета до краја августа најбоље је обавити вршу жита. „До деветог дана пре септембарских календи обавићемо вршу зато што тих дана нема ни росе, ни кише.“(III, 11, 9).

Од почетка јесени, односно од краја септембра, може се почети са сејањем вучике посебно на сувом терену. Од тада почиње период који је погодан за сејање жита, нарочито јечма, а затим и пшенице. (III, 13, 9-10). Као крајњи датум за сетву жита према „Геопоници“ је крај децембра (II, 14). У овом дугом периоду, у зависности од терена и климатских услова који владају, а утичу на календарску различитост сетве на појединим сеоским газдинствима. У децембру се предузима читав низ радњи. Тако на пример: „У децембру се такође може садити винова лоза. У новембру и децембру је потребно, чим младо вино престане да превире, очистити га и истрљати пискавицом или чистим рукама нечистоћу и пену са грлића бокала. У децембру и новембру је добро садити младице свог дрвећа које рано цвета, а такође калемити дрвеће и сећи када је млад месец дрва за градњу. Треба такође окопати младу винову лозу, а нађубрити старију; није обавезно ђубрити младу. Пошто се уберу плодови, маслине треба на време резати зато што ће на младим изданцима род бити већи. Сада је право време да се окопају маслине и остало дрвеће и да се око слабијег дрвећа положи довољна количина козјег ђубрива или да се полије са 20 чаша талог од маслина. Сада је добро садити кестење и право је време да се сеју махунарке.“(III, 15, 1-7).

Преглед најважнијих радова на пољу, са којима нас упознаје редактор, указује на присуство сложеног система ратарских култура, у чијој обради се користило релативно интензивно орање са коришћењем техника, који су биле познате у античким временима и средњем веку, а доприносиле су повећању приноса усева. Ратарство је у раном сре-

дњем веку имало екстензиван карактер. Током овог периода дошло је до напуштања метода који су важили у пољопривреди у време постојања Римског царства. Разлоге за то треба тражити у смањењу становништва, земље је били много, исцрпљена земља се остављала без обраде, јер се могла обрађивати друга земља. Због оваквог начина обраде земље приноси су били мали. Чак и са општим упознавањем са одредницама које су дате у „Геопоници“ немогуће је а не закључити да описани систем обраде поље је у супротности са оним што описује други познати извор битан за сагледавање пољопривреде Византије, односно „Земљораднички закон“, али и други извори који су настали у то време.

Често, када говори о „античким изворима“, редактор сматра да је потребно истаћи своје слагање или неслагање са њима. Тако на пример, у књизи I.11.6. можемо да прочитамо следеће: „Флорентин (ми се са њим слажемо) говори да зефир више од свих осталих ветрова одговара земљорадњи“. Или, укњига II.3.6.: „Неки сматрају да кућа треба бити окренута ка југу како би у њој било више сунца. Ја сматрам да је бољи дом који је окренут ка истоку, зато што је ветар који дува са југа влажан, силовит и изазива болест.“

Одбрана од града 4

Морамо да истакнемо да текст који се односи на одбрану од града налази у првој књизи Геопонике. Ово поглавље написано је нејасно. Садржи списак неколико метода за спречавање евентуалне штете која може настати од града (Геопоника I. 14). Ауторство ове главе се приписује Јулијану Африканцу. Цела ова глава даје савете за одбрану од града са применом неких од начина. Начини одбране од града, који се нуде са ове временске дистанце изгледају доста нестварно. Претпостављамо да је аутор за писање ове главе користио античке изворе. Ово поглавље било је од посебног интереса за научнике који се баве магијским радом у антици. Један од тих аутора био је Еуген Фехрле током 1920. године (Fehrle, 1920). У свом делу он даје детаљно објашњење овог проблема. У Геопоници текст који се односи на град налази се заједно са информацијама о календару, годишњим добрима, звездама, и времену. Бољим увидом откривамо да је текста који се односи на град више у складу са другим текстовима из пољопривреде, који се односе на питања виноградарства. У овом тексту су дате углавном препоруке узгајивачима како би им се помогло да избегну оштећење која би била проузрокована градом у њиховим виноградима (Rodgers, 1980, 1-11).

Као што смо већ написали за главног аутора текстова наводи се Јулијан Африканац (Rose, 1933, 65). Редактор Геопонике, нема ништа против лаковерности и незнања која су исказана у текстовима које је преузео. Он текстове преноси са задивљујућом непристрасношћу, а затим им додаје и шарм.

Према овим текстовима град се спречава наследеће начине:

1. Ако жена за време периоде покаже је граду, одвратиће га. Од њеног изгледа и звер ће побећи. 2. Ако се баци насред поља прва девичанска крпа, ни лоза ни семе неће страдати од града. 4. Неки говоре, да ако се покаже огледало наткриљеном облаку, онда ће град проћи мимо. 5. Град неће пасти, ако опашеш цело место кожом хијене, крокодила или фоке и ако је обесиш испред врата куће. 6. Ако окачиш око целог места на конопима мноштво кључева од разних просторија, онда ће град проћи мимо. 7. Веома ће бити корисно, ако поставиш на крововима дрвене стубове. 8. Ако нађеш у блату корњачу, окренеш је на леђа у десној руци и прођеш око целог винограда и обишавши га станеш насред винограда, положиш живу корњачу на леђа, наспеш око ње мало земље да се она не би могла окренути и отпузати назад; она то неће моћи зато што ће земља код ње да се слегне и она нема зашта да се ухвати; она ће тако и остати на том месту. Ако све то урадиш, град неће пасти ни на њиве, ни на то место. 9. Постоје и они, који говоре, корњачу треба носити у круг и оставити у шест сати дана или ноћи. 12. Парчад коже воденог коња на свакој међи одвраћају град. (Геопоника I.1-2.,4-9, 12.).

Редактор је у ово поглавље унео текстове других антички писци који су писали на тему одбране од града. Овде мислимо на Филострата и Апулеја. Филострат прича о својим "искуствима", тако, ако окачи на највиднијој лози каиш од фокине коже, онда виноград неће страдати од града. Апулеј – Римљанин говори да ако нацрта грозд и освешта га у винограду при заласку сазвезђа Лире, онда ће се род сачувати у целини. Лира почиње да залази за десет дана до децембарских календи и завршно залази првог дана фебруарских нона. У следећем пасусу Апулеј наставља: "Тако говоре старине. Ја неке од наведених савета сматрам апсолутно лошим, који заслужују потпуно пренебрегавање. Ја саветујем да се уопште не обраћа на њих пажња. Ја сам их записао зато да се не помисли да сам нешто пропустио од реченог у древно време." (Геопоника I. 3.10-11.).

Јулијан Африканац је писао о спречавању удара муње и грома. Закопај кожу воденог коња насред имања и муња ту неће пасти. (Геопоника I. 16).

5 Закључак

Временске прилике су имала велики утицај на пољопривредну производњу у Византији. Пољопривредни произвођачи овог времена су

своју производњу прилагођавали са годишњим календаром радова. Календар радова у пољопривреди дат је према Геопоници и представља добар пример који нам са ове временске дистанце даје увид када и у ком месецу су се вршили одређени радови. У складу са духом времена у Геопоници су записана разна сујеверја и празноверице које са ове временске дистанце изгледају нестварно. И поред тога овакви ненаучни текстови, којих у целини узев нема много не умањују вредност и значај пољопривредне енциклопедије "Геопонике". Она је за нас једини извор са детаљним и систематски представљеним информацијама о пољопривредној производњи у Византији. Овај извор у суштини није потпуно истражен. Наше је мишљење да овај извор и даље треба проучавати. У последњих десетак година поново долази до великог интересовања за овај текст. Надамо се да ће се будућности наставити тренд интересовања за ово изванредно дело.

Литература 6

1. Bassus K., Mikolajczyk, (2012). *Geoponika Bizantynska Encyklopedia Rolnicza*, Wydawnictwo Naukowe, Uniwersytet u Mikola Kopernika, Torun
2. Baso, C. (1998). *Geopónica o extractos de agricultura de Casiano Baso. traducción y comentarios de María José Meana; José Ignacio Cubero; Pedro Sáez. Monografías INIA*
3. Cato, Varro, (1934). *On Agriculture*, Translated by W. D. Hooper and Harrison Boyd Ash, Loeb Classical Library 283.
4. Columella, (1941, 1954, 1955). *On Agriculture*, Volume I- III, Books 1-4, 5-9, 10-12., Translated by Harrison Boyd Ash and Edward H. Heffner, Loeb Classical Library 361, 407, 408.
5. Dalby, A., Bassus, C., & Constantine, V. I. I. (2011). *Geoponika: Farm Work: a Modern Translation of the Roman and Byzantine Farming Handbook*. Prospect Books
6. Gréol Jean- Pierre et Lefort Jacque, (2012). *Géoponiques*, Collège de France – CNRS Centre de recherche d'histoire et civilisation de Byzance, Mono- graphies, 38. Paris: ACHCByz
7. Липшиц Е. Э., (1960). *Геопоники: Византийская сельскохозяйственная энциклопедия X Века, В ведение перевод с греческого и комментарий, Издательство Академии наук СССР, Москва—Ленинград*
8. Amato E. (2006). *Costantino Porfirogenito ha realmente contribuito allareda zionedei Geoponica?* GFA. *Göttinger Forum für Altertumswissenschaft*, 9(9), 1-6.
9. Brubaker, L. (Ed.). (1998). *Byzantium in the Ninth Century: Dead or Alive?* Ashgate, 229-243
10. Fehrle, E. (1920). *Studien zu den griechischen Geponikern*. BG Teubner
11. Geyer, B. (2002). *Physical factors in the evolution of the landscape and land use. The Economic History of Byzantium, from the 7 th through the 15 th centuries*, 31-45.
12. Jean-Marie, M., & Ghislaine, N. (1989). *Les campagnes de l'Italieméridionale byzantine (Xe-XIe siècles)*. *Mélanges de l'Ecolefrançaise de Rome. Moyen-Age*, 101(2), 559-596
13. Kaplan, M. (1992). *Les hommes et la terre à Byzance du VIe au XIe siècle: propriété et exploitation du sol (Vol. 10)*. Publications de la Sorbonne.
14. Koutava-Delivoria, B. (2002). *La contribution de constantinporphyrogène à la composition des Geoponica*. *Byzantion*, 72(2), 365-380
15. Кодер, Ј. (2011). *Византијски свет, Увод у историјску географију источног Медитерана током византијске епохе, Утопија, Београд*.

16. Rodgers, R. H. (1980). Hail, Frost, and Pests in the Vineyard: Anatolius of Berytus as a Source for the Nabataean Agriculture. *Journal of the American Oriental Society*, 1-11
17. Simonović, Z., Đurić, A., & Kostić, A. (2015). Tarantinos texts that have been preserved in Palladius work 'Opus Agriculturae' and Agricultural encyclopedia: *Geoponika. Ekonomika*, 61(4), 11-20.
18. Симоновић, З. (2016). „Геопоника – дело анонимног редактора“, *Зборник матице српске за друштвене науке*, 67(4), 797-813.
19. Simonović, Z. (2016). Varro texts from agriculture in Byzantine encyclopedias *Geoponika. Teme*, 40(4), 1421-1440
20. Winiwarter, V. (2014). Environmental History of Soils. In *The Basic Environmental History* (pp. 79-119). Springer International Publishing.
21. Rose, H. J. (1933). The folklore of the Geoponica. *Folklore*, 44(1), 57-90.

Primljen/Received: 11.01.2018.

Prihvaćen/Accepted: 12.02.2018.

UPUTSTVO AUTORIMA (od 30.04.2018)

Radove slati na Email: redakcija@agroekonomika.rs

Dodatne informacije potražiti na <http://agroekonomika.rs>

Radove tehnički pripremiti na sledeći način:

1. Autori šalju radove na engleskom, srpskom jeziku ili jezicima okruženja (hrvatski, bosanski i sl.). Radovi na srpskom jeziku mogu biti na latinici ili ćirilici,
2. Rad treba pripremiti na računaru, program Microsoft Office, Word for Windows,
3. Radovi mogu da imaju do 12 strana, a samo izuzetno mogu biti duži.
4. Format papira: Envelope B5 (176 x 250) mm, margine: gore/levo/dole/desno 3.1cm, font Times New Roman, Line Spacing Single, spacing before=6 i after=6,
5. Naslov rada: centriran, size 12, bold, sva slova velika i najviše u dva reda,
6. Prezime i ime autora, size 11, bold, italic, samo prvo slovo veliko,
7. U fusnoti navesti: prezime i ime, akademsko/naučno zvanje, organizaciju/instituciju, punu adresu, broj telefona i e-mail adresu. Sve fusnote formata: size 10,
8. Jedan red prazan (11pt). Reč "**Rezime**", centrirano, size 11, bold, italic,
9. Sadržaj rezimea do 150 reči, justify, size 11, italic, spacing before=6 i after=6,
10. Reč "**Ključne reči**" i ključne reči, size 11, Italic, navesti najviše 5 ključnih reči,
11. Glavni naslovi (npr. 1. **Uvod**) imaju redni broj, prvo slovo veliko, size 11 bold, centrirano, spacing before=12 i after=6,
12. Tekst rada size 11, ravnanje justify, spacing before=6 i after=6,
13. Podnaslovi imaju redni broj naslova i redni broj podnaslova (npr. 1.1. Uvodne napomene), prvo slovo veliko, size 11, centrirano, spacing before=12 i after=6,
14. Svakoј tabeli ili grafikonu prethodi tekst koji je najavljuje.
Naslov tabele pisati iznad tabele, a naslov grafikona/slike/šeme ispod grafikona/slike/šeme, Size 10, bold, italic, spacing before=6 i after=0, ravnanje, Justify na srpskom i engleskom jeziku (Table 1./ Graph 1./ Figure 1/ Sheme 1.),
15. Kompletна tabela size 10, normal, a izvor tabele/grafikona/slike/šeme pisati ispod tabele/grafikona/slike/šeme, size 10, Italic, ravnanje desno, spacing before=0 i after=6,
16. Citiranje autora se navodi u zagradi a počinje prezimenom prvog autora i slovima "et.al." (ako ima više autora) i navođenjem godine citiranog izvora,
17. Za citiranje Web izvora je potrebno u tekstu navesti osnovnu Web adresu, a celu adresu sa datumom zadnjeg pristupa navesti u literaturi,
18. Literatura se navodi abecednim redom prema prezimenu autora, sa rednim brojem, font size 11, spacing before=0 i after=3. U spisku literature se mogu naći samo citirani naslovi, a u tekstu samo prozvane tabele/slike/grafikoni,
19. Citirane internet adrese se navode kao kompletan link a u zagradi se navodi datum zadnjeg pristupanja,
20. Na novoj stranici napisati naslov rada na engleskom jeziku, prezimena i imena autora (u fusnoti podatke o autorima), Summary, tekst rezimea na engleskom i Keywords po pravilima koja važe i za tekst na srpskom.

Rad koji nije pripremljen na napred navedeni način neće se prihvatiti za štampu.

Uređivački odbor časopisa „Agroekonomika“

CIP - Каталогизacija y publikaciji
Библиотека Матице српске , Нови Сад

338.43

AGROEKONOMIKA = Agrieconomica : časopis Departmana za ekonomiku poljoprivrede i sociologiju sela Poljoprivrednog fakulteta Univerziteta u Novom Sadu 1 glavni i odgovorni urednik Branislav Vlahović. - 1972, br. 1- , - Novi Sad : Poljoprivredni fakultet, Departman za ekonomiku poljoprivrede i sociologiju sela, 1972-, - 23cm

Tromesečno ,
ISSN 0350-5928 = Agroekonomika (Novi Sad)
COBISS.SR-ID 28370439

Departman je u okviru Fakulteta naučno-obrazovna institucijasa dugom tradicijom i velikim naučnoistraživačkim iskustvom. U Departmanu radi dvadesetak naučnih radnika, uglavnom uglednih profesora i mladih talentovanih i perspektivnih saradnika.

Departman je organizator i realizator, zajedno sa kolegama sa drugih departmana, osnovnih studija agroekonomskog smera i smera za agroturizam i ruralni razvoj, kao i master i doktorskih studija iz ovih oblasti.

Departman je ovlašćena institucija za procenu vrednosti kapitala preduzeća i drugih subjekata iz agrobiznisa. Pored toga, uspešno radi i studije ekonomske isplativosti (fisibility studies), biznis plan, marketinška istraživanja i analizu tržišta, studije razvoja vodoprivrede, ekonomske, ekološke i agroekonomske ekspertize, studije upravljačko-organizacionog i finansijskog restruktuiranja, ocenu boniteta preduzeća, računovodstvenu reviziju, statističke, demografske i sociološke studije, informatičke, konsultantske i savetodavne usluge, kao i projekte ruralnog razvoja.

Departman je moderna naučna ustanova koja raspolaže kadrovima, kapacitetima, znanjem, iskustvom, tačnim i pravovremenim informacijama, moćnim pojedincima i uspešnim timovima. Naše ime i naše preporuke se respektuju i uvažavaju. Na tržištu intelektualnih usluga, iz svojih oblasti, Departman je jedna od naših vodećih, kompetentnih i cenjenih naučno-obrazovnih kuća.



UNIVERZITET U NOVOM SADU
POLJOPRIVREDNI FAKULTET
DEPARTMAN ZA EKONOMIKU POLJOPRIVREDE
I SOCIOLOGIJU SELA

21000 Novi Sad, Trg Dositeja Obradovića br. 8
Tel: +381 21 458 138, +381 21 475 02 76, Faks: 021 63 50 822
E-mail: redakcija@agroekonomika.rs