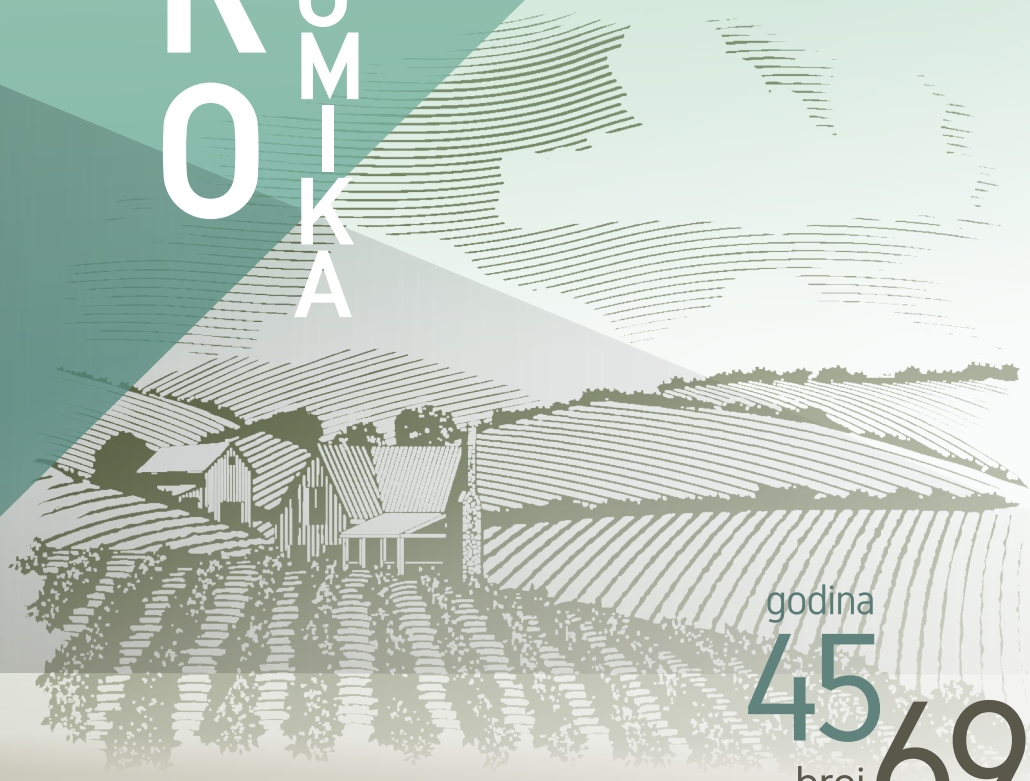


AGRIECONOMICA

AE GRO KONOMIKA



godina
45
broj **69**

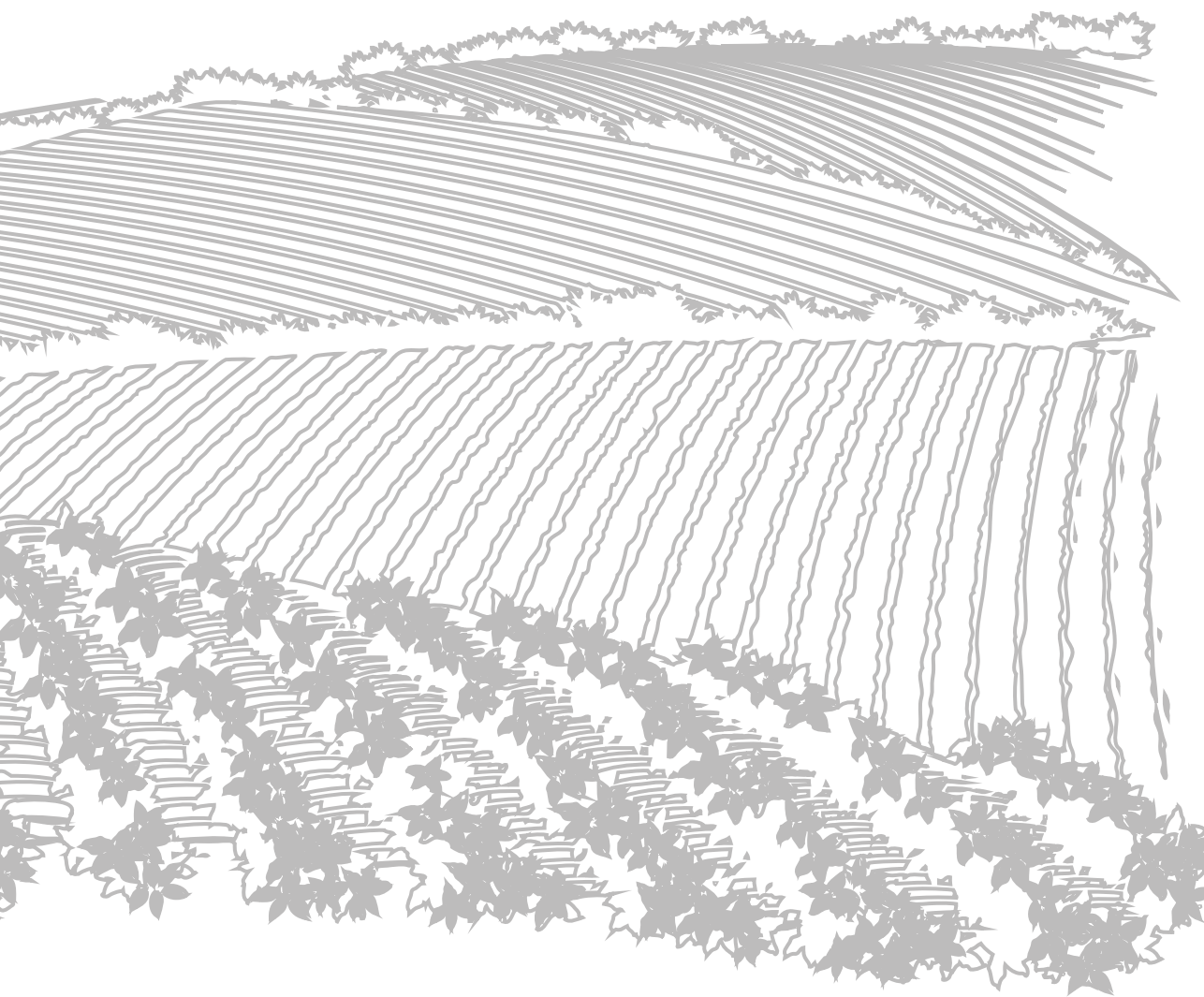
Novi Sad 2016.



DEPARTMAN ZA
E K O N O M I K U
POLJOPRIVREDE I
SOCILOGIJU SELA

POLJOPRIVREDNI FAKULTET
UNIVERZITET U NOVOM SADU

<http://agroekonomika.rs>



AGROEKONOMIKA

AGRIECONOMICA

Novi Sad 2016

godina
45
broj 69

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

Glavni i odgovorni urednik: dr Branislav Vlahović

Uređivački odbor:

dr Nebojša Novković
dr Veljko Vukoje
dr Radovan Pejanović
dr Vladislav Zekić
dr Vesna Rodić

dr Dejan Janković
dr Nedeljko Tlca
dr Todor Marković
dr Branislav Vlahović
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, Fax: 021 6 350 822.

Web: <http://agroekonomika.rs>

Email: redakcija@agroekonomika.rs

Izlazi tromesečno

S A D R Ź A J

Trbojević Milovan

ULOGA KRIZNOG MENADŽMENTA U
POSLOVNIM KRIZAMA 1

Maletić Radojka, Bucalo-Jelić Dana

DEFINISANJE HOMOGENIH UŽIH
PODRUČJA REPUBLIKE SRBIJE 13

Матијашевић-Обрадовић Јелена

ЗАКОНСКИ И СТРАТЕШКИ ОКВИР
УНАПРЕЂЕЊА ТУРИЗМА И
АГРОТУРИЗМА У СРБИЈИ 25

Zarić Vlade, Rakonjac Svetlana,

Urošević Marija
OSNOVNE KARAKTERISTIKE DIREKTNE
PRODAJE POLJOPRIVREDNO-
PREHRAMBENIH PROIZVODA 35

Његован Зоран

АГРОПРИВРЕДА
У ДУШАНОВОМ ЗАКОНУ 47

Vlahović Branislav

TRŽIŠTE ŠEĆERA U EVROPI –
STANJE I OČEKIVANJA 63

Vučičević Vesna, Vukoje Veljko

EKONOMSKA OPRAVDANOST
PROIZVODNJE ČIPSA OD JABUKA 79

**Убипарип Драгана, Радовановић Маја,
Новковић Небојша, Александар Остојић**

АНАЛИЗА И ПРЕДВИЂАЊЕ ИЗВОЗА
ПАРАДАЈЗА ИЗ РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ 87

Prikaz monografije PLANIRANJE I

UPRAVLJANJE RURALNIM RAZVOJEM U
PODUNAVLJU SRBIJE – Gornje podunavlje,
Karpatska oblast i Metropolitensko područje
(Autori: Zoran Njegovan, Radovan Pejanović,
2015, 230 strana) 99

C O N T E N T S

Trbojević Milovan

THE ROLE OF CRISIS MANAGEMENT IN
BUSINESS CRISES 1

Maletić Radojka, Bucalo-Jelić Dana

DEFINITION OF HOMOGENEOUS
AND NARROWER AREAS
OF THE REPUBLIC OF SERBIA 13

Matijašević-Obradović Jelena

LEGAL AND STRATEGIC FRAMEWORK
FOR PROMOTION OF TOURISM AND
AGRITOURISM IN SERBIA 25

Zarić Vlade, Rakonjac Svetlana,

Urošević Marija
BASIC CHARACTERISTICS OF
DIRECT SALE OF AGRICULTURAL
AND FOOD PRODUCTS 35

Njegovan Zoran

THE POSSITION OF AGRICULTURE
WITHIN SERBIAN MEDIEVAL CODES 47

Vlahović Branislav

SUGAR MARKET IN EUROPE -
STATE AND EXPECTATIONS 63

Vučičević Vesna, Vukoje Veljko

THE ECONOMIC JUSTIFICATION
OF APPLE CHIPS PRODUCTION 79

**Ubiparip Dragana, Radovanović Maja,
Novković Nebojša, Aleksandar Ostojić**

ANALYSIS AND PREDICTION OF
TOMATO EXPORT FROM SERBIA 87

ULOGA KRIZNOG MENADŽMENTA U POSLOVNIM KRIZAMA

Trbojević Milovan¹

Rezime

Značaj kriznog menadžmenta odavno su shvatile privredne kompanije i javna preduzeća koja danas posećuju posebnu pažnju upravljanju krizama, smatrajući to svojom veoma važnom funkcijom. Krizni menadžment u širem smislu obuhvata više različitih aktivnosti organizacije: od preventivnog delovanja pre pojave krize, preko upravljanja krizom pa sve do usvajanja novih znanja proisteklih iz analize krize. Naime, kriza se može razviti u svakoj organizaciji, bez obzira na veličinu, u bilo koje vreme, te može dovesti u pitanje čak i njen opstanak. Zbog toga, svaka poslovna i druga organizacija mora, na bazi procene rizika, predvideti moguće krize i načine efikasnog upravljanja istima. Dakle, svaka organizacija bi se trebala intenzivno baviti krizama pre nego što se one dogode, ali mora planirati načine i instrumente da olakša i ubrza oporavak od posledica krize ukoliko ista nebude sprečena. Najvažnije je da krizni menadžment nastupajuću poslovnu i svaku drugu krizu detektuje blagovremeno, na adekvatan način prevaziđe i omogući organizaciji nastavak nesmetanog rada i nove poslovne uspehe.

Ključne reči: krizni menadžment, kriza, poslovna kriza, organizacija

Uvod 1

Savremena postindustrijska društva postala su veoma složena i dinamična. Promene i nestabilnost prenose se na celo čovečanstvo obuhvatajući ne samo komunikacione i tehničko tehnološke inovacije već i etablirane institucije koje bivaju prinuđene na transformaciju i prilagođavanje. Naime, što se društvo više razvija i tehnologija napreduje, ljudska vrsta se suočava sa sve raznovrsnijim i brojnijim krizama. Nažalost, kreatori politike najčešće iz ovih događaja ne izvlače pouke i ne pripremaju na odgovarajući način ni sebe ni javnost.

THE ROLE OF CRISIS MANAGEMENT IN BUSINESS CRISES

Trbojević Milovan¹

Summary

The importance of crisis management was recognized by businesses and public companies long ago, and they are today paying special attention to crisis management, viewing it as a very important part of their work. Crisis management in a broader sense includes several organizational activities: starting from preventive actions before a crisis emerges, through crisis management, to the adoption of new knowledge derived from the analysis of a crisis. In fact, a crisis may develop any time in any organization, regardless of its size, and may even endanger its survival. That is why each business and other organizations must, based on risk assessment, make provisions for possible crises and ways of managing them efficiently. Thus, each organization should work on crisis management before a crisis arises, but must also plan the ways and instruments for facilitation and acceleration of recovery from consequences of a crisis if it was not prevented. The most important thing in crisis management is to detect a forthcoming business and any other crisis in due time, to overcome it in an adequate way and to enable continuation of unhindered work and new business successes to an organization.

Key words: crisis management, crisis, business crisis, organization

¹ Dr Milovan Trbojević, profesor, Akademija za nacionalnu bezbednost, Kraljice Ane bb, Beograd, tel. 063/752-10-62, e-mail: trbojevicmilovan1@gmail.com

Dakle, povećanjem količine ljudskog znanja i moći posredovane tehnologijom kao i razvojem organizaciono-institucionalnih kapaciteta ljudska sposobnost za suprotstavljanje krizama je danas veća nego ikad u istoriji. To, međutim, ne znači, da smo blizu beskriznih društava, niti da je današnji svet bezbednije mesto za život. Naprotiv, druga strana povećanja ljudske moći i savremenih tehnologija je sve veća ranjivost i stvaranje novih vrsta rizika i potencijalnih kriza sa razarajućim, odnosno katastrofalnim posledicama.

Istovremeno, u društvu rizika smanjuje se tolerancija na moguća ugrožavanja i potencijalnu nebezbednost. U iznetim okolnostima stvara se pritisak na donosiocle odluka da stalno preispituju, poboljšavaju i unapređuju institucionalne kapacitete za upravljanje krizama.

Iako većina kriza ima određene zajedničke karakteristike, uzroci njihovog nastajanja, dimenzije, obim i priroda posledica, dinamika i vremenski period se razlikuju od krize do krize. One mogu da budu izazvane skoro u svakoj organizaciji i društvenoj zajednici. Zavisno od širine prostor koji zahvate mogu biti lokalne, regionalne, nacionalne ili čak međunarodne, odnosno globalne.

Istraživanje kriza u svetu danas je vrlo razvijeno, uz poseban naglasak na prevenciji odnosno nastojanju da se krize izbegnu, ali i da se razviju i razrade mehanizmi za saniranje posledica u koliko do istih dođe. Krizni menadžment je predmet istraživanja na brojnim fakultetima i naučnim institutima u svetu. On dolazi u fokus kako u javnom sektoru na nivou države i javnih organizacija, tako i na nadnacionalnim nivou u okviru međunarodnih organizacija i saveza (UN, NATO, EU, itd.), ali i u profitnim sektoru (privatna preduzeća, korporacije, multinacionalne kompanije).

Ne postoje univerzalna i opšteprihvaćena rešenja o organizaciji i institucionalnom ustrojstvu sistema za upravljanje krizama u bilo kojoj organizaciji.

2 Kriza i krizne situacije

Reč kriza potiče iz grčkog jezika i u antičkoj Grčkoj označavao je "presudu" ili "odluku", odnosno trenutak o daljem pozitivnom ili negativnom toku događaja (Kešetović, 2008).

Može se reći da je to jedan od najčešće upotrebljivanih termina u komunikaciji i da skoro ima univerzalno značenje. Koristi se u svakodnevnom životu za opisivanje raznih negativnih pojava, međutim u stručnoj javnosti još uvek nije postignuta saglasnost o jedinstvenoj definiciji. Postoje mnogobrojne definicije koje se jednim delom poklapaju, a drugim razlikuju. Naime, po našem mišljenju, nema jasnog i jednoznačnog pojmovnog sadržaja termina krize, već postoje mnogobrojne i međusobno često različite interpretacije.

S obzirom na fleksibilnost tumačenja ovog pojma, stručna javnost na različite načine definiše pojam krize. Tako Fern-Benks definiše krizu kao "veći događaj sa potencijalno negativnim posledicama koje pogađaju organizaciju, kompaniju ili industriju, kao i njenu ciljnu javnost, proizvode, usluge ili dobro ime" (Fearn-Banks, 1996), dok je Pauçant i Mitrof shvataju kao "po-

remećaj koji fizički pogađa sistem kao celinu i ugrožava njegove temeljne pretpostavke, njegovu samobitnost i suštinu" (Pauchant et. al., 1992). Fink tvrdi da je kriza svaki događaj koji može eskalirati u intenzitetu, doći u žižu interesovanja medija i vlade, ometati normalne poslovne operacije i pogoditi imidž i profit kompanije (Fink, 1986). Barton shvata krizu kao "veći i nepredvidiv događaj koji ima potencijalno negativne rezultate. Taj događaj i njegove posledice mogu značajno oštetiti organizaciju, zaposlene u njoj, proizvode, usluge, finansijsko stanje i reputaciju" (Barton, 1993). Najzad, Person i Kler krizu definišu kao "događaj male verovatnoće i velikih posledica koji ugrožava život organizacije, a karakteriše ga nejasni uzroci, efekti i sredstva za rešenje, kao i uverenje da se odluke moraju donositi brzo" (Pearson et. al., 1998).

Sve krize nije moguće sagledati budući da svaka ima svoje specifičnosti, odnosno međusobno se razlikuju po sadržini, vremenu trajanja, posledicama itd. Međutim, mogu se navesti tri karakteristike koje su zajedničke za sve krize, a to su: neočekivanost, nespremnost i vremenski pritisak.

Neočekivanost. Iako su neka obeležja kriza bila ili su mogla da budu vidljiva pre njenog nastanka, kada kriza nastane ona je svakako neočekivana. Vrlo su retke krize koje nastupaju bez ikakvog prethodnog upozorenja ili predznaka.

Nespremnost. Menadžeri su često nespremni, ponekad i nesvesni činjenice da je okruženje istovremeno kompleksno i nedovoljno pouzdano. Teško dobijaju dovoljno kvalitetnih informacija za odlučivanje, pa često koriste statističke ocene o mogućim opasnostima, što ih može dovesti u zabludu, a ukoliko nastupi neočekivana vrsta krize, posledice su drastičnije.

Vremenski pritisak. Kriza je test za menadžerske sposobnosti, jer u uslovima nespremnosti i neočekivanosti od menadžera se zahteva još brže donošenje odluka, što predstavlja izuzetno stresnu situaciju. Zato je za uspešno upravljanje krizom neophodno da ih menadžeri budu svesni prilikom sačinjavanja odgovarajućih programa upravljanja, pre svega u izgradnji sistema za blagovremeno otkrivanje i planiranje.

Iako je činjenica da sve krize imaju pojedine zajedničke karakteristike, uzroci njihovog nastajanja, dimenzije, stepen socijalnog zahvatanja, nivo posledica i vreme trajanja razlikuju se od krize do krize. One mogu biti izazvane delovanjem prirode ili ljudskog faktora, na nivou organizacije ili lokalne zajednice, a mogu da zahvate širi prostor i da dobiju regionalnu odnosno nacionalnu pa čak i međunarodnu dimenziju. Ponekad su uzroci kriza složeni i čine kombinaciju više različitih faktora, zbog čega je neophodno njihovo klasifikovanje. Ono polazi od osnovne podele na: spoljašnje i unutrašnje uzroke krize (Keković et. al., 2006).

Kada je u pitanju organizacija koja posluje na tržištu spoljašnji uzroci krize nastaju u okruženju i ona na njih nema značajniji uticaj. Među spoljašnje uzroke krize spadaju:

- opšte promene na tržištu,
- promene u branši,
- globalne ekonomske krize,
- političke promene,

- promene zakonodavstva,
- prirodne nesreće.

Unutrašnji uzroci krize vrlo često se nalaze u samoj organizaciji, a najčešći su:

- neadekvatna osposobljenost rukovodstva,
- nestručnost rukovodstva,
- nemoralnost rukovodstva,
- potcenjivanje mišljenja javnosti,
- neefikasno delovanje rukovodstva,
- nerealni ciljevi sindikata u preduzeću,
- neefikasan komunikacijski sistem,
- slaba organizaciona kultura,
- nezadovoljstvo zaposlenih,
- nemotivisanost zaposlenih,
- loša organizacija rada,
- oblikovanje neformalnih grupa.

Praksa ukazuje da većina kriza potiče iz kombinacije ljudskih grešaka i organizacionih propusta. Otuda istraživači nastoje da na osnovu analize spoljašnjih i unutrašnjih uzroka identifikuju ključne tačke krize i ukažu na moguća adekvatna rešenja, što je moderan pristup zasnovan na objektivnom multidisciplinarnom izučavanju realnih uzroka kriza.

Na mikro nivou, uzrok većine kriza je ljudski faktor, odnosno ljudska greška. Istraživači kriza nastoje pronaći odgovor na pitanje: kako se kriza može izbjeći i pored ljudske greške? Ili da definišu uslove i okolnosti pod kojima greške mogu da dovedu do krize.

U centru pažnje, na srednjem nivou, su organizacioni faktori i procesi koji mogu biti generator kriza. Oko odgovora, da li organizacija može da kompenzuje faktore koji uzrokuju krizu, kao što su ljudska greška i faktori okruženja, mišljenja istraživača su podeljena. Jedni smatraju, da organizacija nije u mogućnosti da to spreči, dok su drugi mišljenja, da organizacija u svom radu ostvaruje prostor za nove krizne procese, lošim upravljanjem i nedovoljnim sagledavanjem aktuelnih problema.

Na makro nivou, pojavljuje se novo područje potencijalnih uzroka kriza, a to su ogromni razorni tehnološki potencijali koji su pod ljudskom kontrolom (nuklearne elektrane i dr.).

Ukoliko poslovna kriza nastupi ona će proizvoditi određene posledice. One mogu biti: propadanje, smanjenje organizacije, prestanak rada ili oporavak. U tom kontekstu posmatrano, posledice krize mogu biti destruktivne i konstruktivne (Osmanagić Bedenik, 2003).

Destruktivne posledice izazvane krizom su: ne ostvarivanje ili nedovoljno ostvarivanje ciljeva dva najvažnija segmenta unutar organizacije koji su nosioci aktivnosti, a to su zaposleni i oni koji su uložili sopstveni kapital-investitori. Kod destruktivnih posledica krize dolazi do smanjenja stope uvećanja kapitala vlasnika ili do pada vrednosti stečenih prava. Vlasnici mogu izgubiti deo ili celi uloženi kapital, a zaposleni u organizaciji radno mesto i zaradu. Poslovna kriza za zaposlene može značiti potpuno novu orijentaciju na poslovnom i ličnom planu, ukoliko, primera radi, dođe do skraćivanja radnog vremena

ili ukidanje radnih mesta. Krizom su pored zaposlenih obuhvaćeni i poslovni partneri organizacije, vlasnici kapitala, dobavljači, korisnici, pa čak i konkurencija. Poslovni partneri u tom slučaju moraju redefinisati svoje ciljeve, a postoji i opasnost da budu "egzistencijalno" ugroženi. Poslovna kriza može za posledicu imati gubitak korisnika što dovodi u pitanje opstanak malih i srednjih organizacija. Konkurencija može u početku imati koristi od krize organizacije, međutim, ako kriza zahvati šire područje delatnosti, nastaće i za njih negativne posledice jer se mogu povući investitori ili vlasnici kapitala. Na kraju, destruktivne posledice krize imaju uticaja i na celokupnu privredu države, prevashodno kroz finansijske gubitke vezane za ne solventnost

Konstruktivne posledice krize vidljive su ako se kriza percipira kao šansa i pozitivni preokret. Krizna situacija može "osloboditi" dodatne snage i pojačati spremnost "učaurenih" organizacijskih struktura na promene, inicirati inovacije proizvoda i procesa, te stvaralačke potencijale zaposlenih. Uspesno savladana kriza organizacije, koja omogućava dalje poslovanje, najčešće ostavlja za sobom duboke tragove i vodi prema značajnoj varijaciji materijalnog i ljudskog potencijala organizacije.

Postavlja se pitanje: Na koji način preduzeće može rešavati krizu? Pre svega na to pitanje nema univerzalnog odgovora, jer svako preduzeće ima svoje specifičnosti koje opredeljuju postupanje i postavljanje u odnosu na krizu. Za to je pre krize neophodno izvršiti određene pripreme. Međutim, ukoliko organizacija nije pripremljena za krizu, i ne poseduje krizni plan, njeno prevladavanje zavisice od sposobnosti i obučenosti menadžera koji upravljaju organizacijom. Kriza je samo jedna u nizu promena, a sistem se po definiciji protivi promeni. Ne postoji promena čijom će primenom svi faktori (zaposleni, sindikati, lokalna samouprava, bankarski sektor, konkurencija itd.) biti zadovoljni. Bez obzira na to, neophodno je da sistem ostane integrisan.

U normalnim uslovima poslovanja, organizacija postavlja određene vrednosti i ciljeve za koje se zalaže. Može li se tim ciljevima težiti i u kriznim situacijama? Ključna stvar, u prevazilaženju kriznih situacija je redefinisanje misije, vizije i ciljeva organizacije. Ako je organizacija navikla, primer radi, na godišnji rast od 3%, zanemariva je verovatnoća da će to postići u kriznim vremenima. Prvi je korak u otkrivanju mogućih rizika koji mogu proizvesti krize. Iza toga sledi sistemsko istraživanje uzroka, kako bi se uočilo šta u budućnosti može izazvati probleme. Posebnu pažnju treba posvetiti kvantifikaciji rizika u odnosu na njegove moguće posledice i verovatnoću da se ostvari. To će omogućiti da se odrede rizici koji se mogu efikasno neutralisati sopstvenim delovanjem ili osiguranjem. U situacijama kad nije moguće svesti moguće posledice, ili verovatnoću nekih kriza na prihvatljivu ravan, potrebno je izraditi plan za vanredne situacije. Za efikasan i sveobuhvatan plan neophodno je preduzeti sledeće aktivnosti odnosno korake: formiranje tima za planiranje, procenu problema, izradu plana, proveru, te ažuriranje plana (Luecke, 2005).

U cilju rešavanja krize potrebno je brzo i odlučno delovati, otvoreno komunicirati, koristiti tehnike upravljanja projektima, te imati čvrsto rukovodstvo (Luecke, 2005).

Osnovna pravila u rešavanju krize su:

- razvijanje pozitivnog stava prema krizi i nastaloj situaciji;

- odvijanje poslovnih aktivnosti organizacije u skladu s čekivanjima okruženja;
- traženje prilika i šanse u krizi.

S obzirom da je ugled osetljiva kategorija, treba biti oprezan u kriznoj situaciji, jer javnost stvara sliku o organizaciji na temelju komunikacije. Neophodna je temeljna priprema za izveštavanje javnosti. Ukoliko menadžment organizacije nije pripremljen za kriznu situaciju, a naročito za komunikativne aktivnosti tokom krize, ugled organizacije može se uništiti za samo nekoliko minuta.

Imajući to u vidu, krizni menadžment organizacije koja je zapala u krizu treba istinito prikazati situaciju u javnosti, preuzeti odgovornost i obezbediti permanentno obaveštavanje javnosti o mogućim rizicima, čak i u situacijama kada se kriza razvija neželjenim tokom, jer će na taj način pokazati svoje nastojanje da kontrolišu, uklone ili umanje potencijalne opasnosti. Kad je kriza prevaziđena, treba koristiti svaku priliku za učenje. Dakle, učenje iz iskustava nakon završetka krize izuzetno je važno, jer se tako stiču znanja koja će biti primenjena u budućnosti prema takvoj ili sličnoj vrsti krize, kako bi se iste sprečile ili njene negativne posledice svele na najmanju moguću meru. Efikasna zasititi od nove krize može biti alternativno planiranje koje osigurava preduzimanje specifičnih akcija kad se realizuju događaji odnosno okolnosti koji nisu planirani u formalnom procesu planiranja (Lukić et. al., 2010).

Iz izloženog je vidljivo da se, upravljanje u uslovima krize u preduzećima i drugim organizacijama, drastično razlikuje od svakodnevnih aktivnosti. Zbog toga, menadžeri moraju poznavati karakteristike krize, kako bi u slučaju njenog izbijanja sprečili posledice ili ih sveli na minimum, te omogućili organizaciji da se razvija i postiže nove poslovne uspehe.

3 Uloga kriznog menadžmenta u rešavanju poslovnih kriza

Predmet raznih izučavanja i promišljanja, od rimske vojske, rimokatoličke crkve pa sve do današnjih multinacionalnih kompanija i savremenih država, jeste traženje rešenja za efikasno funkcionisanje organizacije.

Nikolo Makijaveli je 1531. godine "definisao" principe koji se i danas mogu primeniti u upravljanju organizacijama:

- a) Organizacija je stabilna ukoliko članovi imaju pravo da iznesu različita gledišta i da reše svoje konflikte unutar nje same;
- b) Jedan čovek može da osnuje organizaciju, ali ona je trajna ako je ostavljena na brigu mnogima i kada mnogi žele da je održe;
- c) Slab rukovodilac da bi održao autoritet može da sledi jakog, ali nikako slabog;
- d) Menadžer koji želi da izmeni utemeljenu organizaciju "treba da zadrži bar senku starih običaja" (Staner et. al., 1995).

Pogled u istoriju jasno pokazuje da su određeni principi organizacije i menadžmenta proizvodi prošlosti. O tome najbolje govori evolucija teorije menadžmenta. Heterogeni pristupi u različitim istorijskim epohama upućuju

na kontinuiranu težnju da se pronađu korisni principi koji bi omogućili bolje upravljanje organizacijama. Međutim, bez obzira na iznete težnje, još uvek se nije došlo do potpune saglasnosti oko definicije pojma menadžmenta, ali većina autora se slaže u pogledu njegovih funkcija koje obuhvataju: planiranje, organizovanje, implementaciju i kontrolu.

Adižes I. navodi da su sinonimi reči menadžmentu: "odlučivati, regulisati, planirati, kontrolisati, organizovati, vladati, postizati ciljeve, rukovoditi" (Adižes, 1979).

Menadžment je posebna naučna disciplina multidisciplinarnog karaktera, koja se bavi istraživanjem problema upravljanja poslovima i društvenim sistemima. On podrazumeva hijerarhijsko organizovanje u poslovnom upravljanju u kome su specijalizovani stručnjaci nosioci i pokretačka snaga procesa.

Činjenica je da se pojam menadžmenta u teoriji i praksi različito tretira i definiše. Tako Kripendorf iznosi da je menadžment «proces upravljanja državom ili rukovođenja nekim poduhvatom, čiji sastavni deo čini razvoj ukupne strategije i dugoročno planiranje, kao i regulacija, koordinacija, finansije, kadrovi, istraživanje, razvoj kao i kontrola svih ovih procesa. Ključ uspešnog menadžmenta jeste adekvatan protok informacija između i unutar strateških, funkcionalnih i operativnih nivoa sa ciljem omogućavanja pravovremenog i valjanog donošenja odluka» (Kripendorf, 1999).

U skladu sa definicijom menadžmenta koja se odnosi na delatnost ili sposobnost upravljanja ili organizovanja nekog preduzeća ili organizacije, podrazumeva planiranje, organizovanje, implementaciju i kontrolu, izvedena je definicija kriznog menadžmenta.

Kešetović i Keković navode Đilotijevu i Ronaldovu kao jednu od definicija kriznog menadžmenta "...kao sposobnost organizacije da postupa brzo, efikasno i efektivno u mogućim operacijama koje imaju za cilj smanjivanje pretnji ljudskom zdravlju i bezbednosti, umanjenu štete na javnoj ili imovini korporacije i smanjenju negativnog uticaja na nastavak normalnog poslovanja ili drugih operacija" (Kešetović et. al., 2006).

Isti autori navode: "Krizni menadžment se može odrediti kao skup funkcija ili procesa koji imaju za cilj da identifikuju, izuče i predvide moguće krizne situacije i uspostave posebne načine koji će organizaciji omogućiti da spreči krizu ili da se sa njom izbori i da je prevaziđe uz minimiziranje njenih posledica i što brži povratak u normalno stanje" (Kešetović et. al., 2006).

Pirsonova i Klerova definicija kriznog menadžmenta smatra se opštom definicijom i ona glasi "Krizni menadžment je sistemski napor da se izbegne organizaciona kriza ili da se upravlja takvim kriznim događajima pre nego što se dogode" (Pearson et. al., 1998).

U oblasti javne komunikacije Vilijams i Olarion su definisali krizni menadžment kao "korišćenje odnosa sa javnošću da se umani šteta organizaciji u vanrednim okolnostima koja može da uzrokuje nepopravljivo oštećenje" (Williems et. al., 1998).

Iz iznetog je vidljiva činjenica da istraživači-naučnici, još uvek nisu ponudili univerzalnu definiciju pojma kriznog menadžmenta, već ga definišu parcijalno u odnosu na svoju matičnu oblast, odnosno naučnu disciplinu ili pak u odnosu na vrstu kriznih situacija za koje je predviđen.

Međutim, za razliku od toga, većina autora se usaglasila oko četiri osnovne faze kriznog menadžmenta u kojima se mora ostvariti sinhronizovano delovanje da bi se zaštitila organizacija ili pojedini njeni delovi: ograničavanje, priprema, odgovor i oporavak (Kešetović, 2008).

- **ograničavanje** (sprečavanje, izbegavanje) - obuhvata širok spektar aktivnosti na planu izbegavanja stanja izazvanih ljudskim faktorom ili prirodom, a koja mogu imati negativne posledice za neku organizaciju ili zajednicu. Ove aktivnosti se preduzimaju pre krize i nisu pod neposrednom kontrolom kriznog menadžera, međutim, on mora da se angažuje u pravcu da drugi subjekti preduzimaju mere iz svoje nadležnosti, kako bi se kriza izbegla.
- **priprema** (planiranje) - obzirom da nema potpune prevencije kriza, krizni menadžeri moraju biti spremni da se suoče sa pretnjama kriza koje se ne mogu izbeći. Da bi to bilo moguće neophodno je preduzeti određene aktivnosti pre izbijanja krize, odnosno izvršiti određene pripreme. Ovo podrazumeva prenošenje ovlašćenja i odgovornosti za postupanje u slučaju krizne situacije, te obezbeđivanje resursa koji to omogućavaju. Nadalje, osoblje mora proći obuku, oprema se mora permanentno održavati, a periodično je neophodno organizovati proveru spremnosti kroz vežbe. Svi elementi koji se odnose na ovu fazu obuhvaćeni su odgovarajućim planovima.
- **odgovor** na krizu realizuje se kroz pet etapa: upozorenje i obaveštavanje, uzbuna, zaštita ljudi i imovine, obezbeđivanje javne dobiti i obnova.
- **oporavak** - uključuje preduzimanje radnji koje će dovesti do normalizacije života na određenom prostoru ili organizaciji.

Svaka faza prelazi iz prethodne i postavlja zahteve za sledeću fazu.

Sastavni deo strategije uspešnih kompanija koje danas funkcionišu na globalnom tržištu, kao i država sa stabilnom strukturom vlasti, su principi efikasnog kriznog menadžmenta. Realnost je da niko nije imun na krize.

Uspešno suočavanje sa krizama je zasnovano na postojanju jasne svesti o potencijalnim opasnostima. U situacijama kada rizici i opasnosti nisu bili predviđeni, nije kreiran ni odgovarajući odgovor kroz krizni menadžment. Zbog toga je u svakoj organizaciji neophodno definisati određene rizike, sagledati raspoložive kapacitete i, shodno tome, projektovati odgovor i upravljanje krizom.

Rešenje efikasnog upravljanja krizom sadržano je u adekvatnom koncipiranju i permanentnom procenjivanju predviđenog programa, povezanog sa pomenutim fazama.

Krizni menadžment ima brojne specifičnosti, koje su produkovane karakteristikama same krize. Naime, adekvatan odgovor na krizu, u preduzeću odnosno organizaciji, je izuzetno složen proces, jer zahteva donošenje kritičnih odluka u vrlo kompleksnim uslovima. Krizni menadžeri, pod stresom, u kratkom vremenskom intervalu, moraju da rešavaju probleme izazvane krizom bez dovoljnog broja relevantnih informacija. Nadalje, specifičnost kriznog menadžmenta ogleda se u tome što krize nastaju prvenstveno neočekivano i tada postojeći sistem rukovođenja u celini ili delimično postaje neefikasan, a u pojedinim slučajevima i neupotrebljiv. Zbog toga je neophodno hitno

donošenje adekvatnih odluka, odnosno kontra mera, koje će "stabilizovati", odnosno uspostaviti funkcionisanje sistema. Dakle, aktuelni planovi rada u preduzeću ne odgovaraju novonastaloj situaciji, izazvanoj krizom, pojavljuju se novi zadaci kao i mnogobrojne informacije koje treba obraditi i analizirati. Tada postoji opasnost da dođe do izazivanja panike. U tom kontekstu treba imati u vidu da menadžeri nižeg nivoa, zatečeni novonastalom situacijom, ukoliko nemaju od ranije razrađene planove za postupanje, ili nemaju precizna instrukcije od pretpostavljenih rukovodilaca, mogu da podlegnu panici i preduzmu neadekvatne poteze i na taj način dodatno usložne krizu. Zbog toga krizni menadžment treba biti obučen i pripremljen za suprostavljanje što većem broju raznih kriza.

Strategije za rešavanje kriznih situacija 4

Izučavanje kriza u poslovnoj sferi na našim prostorima još uvek nije na odgovarajućem nivou, a rezultat toga je neadekvatno praktično postupanje u kriznim situacijama. Krizni menadžeri najčešće odgovaraju na krizu bez strateške vizije i bilo kakvog, kratkoročnog ili dugoročnog, plana. Naime, to više liči na instiktivnu reakciju, nego na osmišljeni odgovor na kriznu situaciju, iako posledice po organizaciju mogu biti pogubne. U kriznim situacijama treba težiti ostvarivanju pretpostavki za opstanak organizacija. Razvojna strateška opredelenja ostavljaju se po strani jer se organizacija mora orijentisati prema sopstvenom oporavku. Ako ne postoji strateška isplativost opstanka organizacije potrebno je razmotriti neku od izlaznih strategija.

Strategije za rešavanje kriznih situacija zapravo su skup menadžerskih aktivnosti i odluka kojima se uvode promene usmerene u pravcu, zaustavljanja procesa propadanja i oporavka organizacije.

U nauci, kao i u praksi poznate su razne strategije kao odgovor na krizu:

- **Strategije poricanja** tvrde da nema krize ili pokušavaju dokazati da organizacija nema odgovornosti za krizu.
- **Strategije umanjenja** pokušavaju minimizirati organizacijsku odgovornost i/ili ozbiljnost krize.
- **Strategije ponovne izgradnje** nude nadoknadu i/ili izvinjenje za krizu.
- **Strategije pojačanja** uključuju prikaz stanja o dobrom delovanju u prošlosti i veličanju subjekata. Strategije pojačanja samo su dopunske i moraju biti korištene s jednom od ostalih triju strategija (Heath et. al., 2006).

Najčešće za rešavanje kriznih situacija u privrednoj organizaciji primenjuje se jedna od sledeće dve strategije: strategija konsolidacije i obnavljanja i strategija napuštanja delatnosti (Buble et. al., 2005).

Strategija konsolidacije i obnavljanja

Ova strategija ima za cilj preživljavanje preduzeća u ključnim delatnostima putem podizanja njegove konkurentske sposobnosti. Naime, ako trenutni položaj preduzeća nije stabilan nužno je provesti akcije za promenu postojećeg sta-

nja, kako bi poduzeće prevladalo krizu. Konsolidacija ili strateško obnavljanje bazira se, na identifikaciji zdrave poslovne celine koju treba sačuvati, poslovnih celina koje treba odbaciti i poslovnih celina koje treba razvijati, te izgraditi scenarije i strategije odbacivanja, obnavljanja i razvoja. Dakle, poduzeće ima na raspolaganju sledeće opcije: strateški zaokret, probir i fokusiranje, te kontrakcija.

• **Strateški zaokret**

Strateškog zaokret ima za cilj, uspostavljanje narušene harmonije, između preduzeća i njegove okoline, promenom strateške pozicije preduzeća. Strateški zaokret se preduzima kad je poslovna kriza vidljiva i kada je ugrožena egzistencija organizacije zbog pada profitabilnosti ili pada prodaje, kao i negativnog trenda relativnih pokazatelja uspešnosti. Dakle, svrha je preokrenuti negativne trendove i vratiti preduzeće na stazu uspeha.

• **Probir i fokusiranje**

Loši rezultati mogu biti posledica neadekvatnog izbora delatnosti i tržišta na kojima je preduzeće prisutno. Konsolidacija tada znači izbor strategije probira, kako bi se preduzeće fokusiralo na one delatnosti koje mu nude vizije za ostvarivanje konkurentске prednosti.

• **Kontrakcija**

Kontrakcija je strategija kojom se smanjuje veličina preduzeća. Cilj je ponovno svrstavanje resursa i imovine kako bi se stvorile pretpostavke za kvalitetno strateško repozicioniranje organizacije.

Strategije napuštanja delatnosti

Ako se strateškom analizom utvrdi da neka od delatnosti nema perspektivu u budućnosti, onda je preduzeće može napustiti bilo prodajom, gašenjem ili promenom poslovanja u drugu delatnost. Strategija napuštanja delatnosti je, kao što i samo ime govori, situacija kod koje preduzeće izlazi iz delatnosti u kojoj je poslovalo. Razlozi za to mogu biti neprevladana krizna situacija i loše poslovanje ili finansijski motivi vlasnika preduzeća. Tri su osnovna tipa strategije napuštanja delatnosti. To su: ubiranje plodova, prodaja preduzeća ili dela preduzeća i likvidacija.

• **Strategija ubiranja plodova**

To je posebna vrsta izlazne strategije kojom se žele maksimizovati kratkoročni poslovni rezultati organizacije. U tom cilju menadžment smanjuje kapitalna ulaganja, održavanje, propagandu, istraživanje, broj proizvoda u asortimanu, eliminiše manje korisnike, kako bi smanjio troškove i time povećao novčanu dobit organizacije u kratkom roku. Navedena strategija najčešće završava prodajom ili likvidacijom organizacije, odnosno preduzeća.

• **Prodaja preduzeća ili njegovog dela**

Strategija brzog napuštanja delatnosti prodajom preduzeća ili njegovog dela rešenje je kad ne postoji održiva konkurentska prednost organizacije, kad se znatno menja njena misija i vizija ili ako postoje posebni finansijski motivi vlasnika.

• Likvidacija preduzeća ili njegovog dela

Ako je izlazak iz delatnosti jedina strateška opcija, tada se može provesti likvidacija, odnosno gašenje preduzeća ili njegovog dela. Likvidacija kompletnog preduzeća ili njegovog dela izvršava se rasprodajom imovine i obustavljanjem kompletnih operacija. Navedena strategija koristi se tek kad nijedna druga strategija nije dala rezultat.

ULOGA KRIZNOG
MENADŽMENTA
U POSLOVNIM
KRIZAMA

Zaključak 5

U kriznim situacijama treba težiti ostvarivanju pretpostavki za opstanak poslovnih organizacija. Razvojni strateški planovi se "zamrzavaju", jer se preduzeće, odnosno organizacija, mora orijentisati prema sopstvenom oporavku. Ako ne postoji ekonomska isplativost opstanka preduzeća potrebno je razmotriti neku od izlaznih strategija. Organizacija mora posvetiti pažnju obeležjima kriznog perioda, te izgraditi instrumente efikasnog upravljanja poslovnim krizom i njima se koristiti. Kriza može pogoditi bilo koju organizaciju bez obzira na veličinu, i u bilo koje vreme, i dovesti je u situaciju koja prethodi njenom opstanku.

Karakteristično za sve krize je da one u sebi sadrže određenu pretnju i opasnost za organizaciju. Ukoliko se kriza uspe razviti, to često dovodi do restrukturiranja organizacije. Neka preduzeća se preorijentišu na drugu delatnost, neka prodaju deo, a pojedina prestaju raditi s delom poslovnog sistema ili u potpunosti menjaju vlasničku strukturu. U najgorem slučaju preduzeće, odnosno, organizacija prestaje u potpunosti s radom. Najvažnije je da se kriza prepozna što ranije, na adekvatan način prevlada, i omogućiti organizaciji put prema novim poslovnim uspesima. Krizni menadžment treba shvatiti kao važan segment odgovornog upravljanja preduzećem, odnosno organizacijom. Prepoznavanje postojećih potencijala, osim sagledavanja grešaka i nedostataka, odlučujuće je za prevazilaženje kriza.

Literatura 6

1. Adižes, I., (1979): Upravljanje promenama, Prometej, Novi Sad
2. Barton, L., (1993): Crisis in Organizations: Managing and Communicating in the Heat of Chaos, South-Western Publishing Company, Cincinnati, OH
3. Buble, M., Cingule, M., Bujanić, M., Dulčić, Ž., Gonan Božec, M., Galetić, L., Ljubić, F., Pfeifer, S., Tipurić, D., (2005): Strateški menadžment, Sinergija
4. Fearn-Banks, K., (1996): Crisis Communications: A Casebook Approach, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Mahwah, NJ
5. Fink, S., (1986): Crisis Management: Planning for the Inevitable, Amacom, New York
6. Heath, R., Coombs, T., (2006): Today's Public Relations, Thousand Oaks, London
7. Кековић З., Кешетовић Ж., (2006): Кризни менаџмент I - превенција кризе, Факултет безбедности, Београд

8. Кешетовић, Ж., (2008): Кризни менаџмент, Факултет безбедности/ Службени гласник, Београд
9. Кешетовић, Ж., Кековић, З., (2006): "Криза и кризни менаџмент - прилог концептуалном и термилошком разграничењу", у: Кековић З., Кешетовић Ж., Кризни менаџмент I – превенција кризе, Факултет безбедности, Београд
10. Krippendorf, J., (1999): Holiday makers, Butterwarth-Heinemann, London
11. Luecke, R. (2005): Upravljanje kriznim situacijama, Zgombić&Partneri, Zagreb.
12. Lukić, S., М., Živanović, N., Bakić, R. (2010): Upravljanje rizikom kao zaštita od potencijalne krize tvrtke, zbornik radova III. međunarodne konferencije "Dani kriznog upravljanja" od 27. do 28. svibnja 2010. godine, Veleučilište Velika Gorica, Velika Gorica
13. Osmanagić Bedenik, N. (2003): Kriza kao šansa; Kroz poslovnu krizu do poslovnog uspjeha, Školska knjiga, Zagreb
14. Pauchant, T.C., Mitroff, I.I., (1992): Transforming the Crisis-Prone Organizations: Preventning Individual, Organizational, and Environmetal Tragedies, Jossey Bass Publishers, San Francisco, CA
15. Pearson C. M., Clair, J. A., (1998): "Refarming Crisis Management", Academy of Management Review, 23 (1)
16. Staner, J. A. F, Freeman, R. E., Gilbert Jr, D. R., (1995): Managment , Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs
17. Williems, D. E., Olaniran, B. A., (1998): "Expanding the Crisis Planning Function: Introducing Elements of Risk Communication to Crisis Communication Practice», Public Relation Review, 24 (3), 1998.

Primljen/Received: 30.01.2016.

Prihvaćen/Accepted: 24.03.2016.

DEFINISANJE HOMOGENIH UŽIH PODRUČJA REPUBLIKE SRBIJE¹

Maletić Radojka², Bucalo-Jelić Dana³

Rezime

Područje Republike Srbije je izuzetno heterogeno kako zbog vrlo različitih klimatskih i geo-morfoloških, tako i društvenih-ekonomsko-socijalnih-poljoprivrednih faktora. Zato u R. Srbiji beležimo velike regionalne razlike, a rešavanje njihovih problema, kao i problema smanjivanja istih, te i mogućnost njihovih finansiranja su pitanja koja su posebno aktuelizovana sa početkom pregovora za pridruživanje Evropskoj uniji. Cilj rada je da se na dostupnim indikatorima (ukupno 33) RZS na osnovu Popisa iz 2012g, koja prate neke od društvenih, ekonomskih, socijalnih i poljoprivrednih svojstava opština R. Srbije, izvrši grupisanje istih. U tu svrhu korišćena je klaster analiza. Izdvojeni klasteri predstavljaju homogene celine, te opštine koje im pripadaju imaju slične osobine. Tako se izdvaja šest karakterističnih i različitih grupa/klastera. Pokazalo se da klaster metod ima značajno mesto u analitičkom i metodološkom definisanju homogenih celina teritorija, te može poslužiti kao vrlo značajan instrument u politici regionalnog razvoja.

Ključne reči: grupisanje opština, Srbija, klaster analiza.

Uvod 1

Regionalna neravnomernost pojedinih opština, kao i čitavih teritorija u Republici Srbiji, predstavlja jedno od najkompleksnijih razvojnih problema zemlje. Sadašnja ekonomska politika dovodi do još većeg razdora između razvijenijih i nerazvijenijih teritorija. Naime, razvijenije opštine postaju još razvijenije i bogatije, a nerazvijenije još više zaostaju u svom razvoju. Utvrđivanje stepena

DEFINITION OF HOMOGENEOUS AND NARROWER AREAS OF THE REPUBLIC OF SERBIA¹

Maletić Radojka², Bucalo-Jelić Dana³

Summary

The area of the Republic of Serbia is extremely heterogeneous due to very different climatic and geo-morphological, as well as societal-economic-social-agricultural factors. Therefore, in the Republic of Serbia, great regional differences have been recorded, and solving their problems as well as problems of their reduction and the possibility of their financing are the issues that are especially actualized with the opening of EU accession negotiations. The aim of this paper is to use available indicators from Statistical Office of the Republic of Serbia from the 2012 Census, which accompany some of the societal, economic, social and agricultural properties of municipalities of the Republic of Serbia, and to perform grouping of the same. For this purpose, cluster analysis was used. The chosen clusters represent homogeneous wholes and the municipalities belonging to them have similar characteristics. In that way, eight characteristic and different groups / clusters stand out. It turned out that the cluster method has an important place in the analytical and methodological definition of homogeneous wholes of territories, so it can serve as a very significant instrument in the regional development policy.

Key words: Clustering of Municipalities, Republic of Serbia, Cluster Analysis.

¹ Rad je rezultat istraživanja projekta koje finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja: OI179028 „Ruralno tržište rada i ruralna ekonomija Srbije-diverzifikacija dohotka i smanjenje ruralnog siromaštva“

² Prof. dr Maletić Radojka, redovni profesor, Univerzitet u Beogradu, Poljoprivredni fakultet, Zemun, e-mail: maletic@agrif.bg.ac.rs, tel: +381 11 2615-315/3410.

³ Dipl. mat. Bucalo-Jelić Dana, asistent, Univerzitet u Beogradu, Poljoprivredni fakultet, Zemun, e-mail: bucalo@agrif.bg.ac.rs, tel: +381 11 2615-315/3419.

¹ Work is the result of research funded by the Ministry of Science and Technological Development: OI 179028 "Rural Labour Market and Rural Economy of Serbia - Income Diversification as a Toll to Overcome Rural Poverty"

² Prof. dr Radojka Maletić, full professor, University of Belgrade, Faculty of Agriculture, Nemanjina 6, Zemun, e-mail: maletic@agrif.bg.ac.rs, phone: +381 11 2615-315/3410

³ BSc of math, Dana Bucalo Jelić, teaching assistant, University of Belgrade, Faculty of Agriculture, Nemanjina 6, Zemun, e-mail: bucalo@agrif.bg.ac.rs, tel: +381 11 2615-315/3419.

ekonomske razvijenosti regiona ili njihovih delova zahteva uporedno praćenje više faktora. Neki od faktora ekonomskog razvoja regiona su: socio-demografske promene, veličina teritorije, ljudski resursi, društveno-ekonomske promene, uticaji savremenih tokova urbanizacije, promena raspoloživih poljoprivrednih resursa i sl. Osnovni zadatak politike i strategije razvoja pre svega nerazvijenih, ali i daljeg unapređenja razvijenih regiona treba da se bazira na diferencijalnim prednostima određene teritorije. U svrhu definisanja sličnosti ili razlike pojedinih regiona značajno mesto zauzimaju matematičko-statističke metode (Maletić et al., 2014). U ovom istraživanju se koristi faktorska i klaster metodologija. Međutim, za razliku od nekih ranijih istraživanja (Popović, 2006 i Popović, 2009) u ovom radu rezultati faktorske analize nisu bili predmet našeg posmatranja. Oni su upotrebljeni samo za definisanje početne baze podataka za primenu klaster analize.

Stoga, cilj ovog rada je da se izdvoje homogene teritorijalne celine upotrebom klaster analize, te definišu njihove osobenosti koje daju specifičnost svakoj grupi. Nadalje, to bi moglo da posluži za potrebe strategije regionalnog razvoja, vrlo razuđene, teritorije Srbije, za određivanje optimalne proizvodne orijentacije pojedinih područja i razvoj programa poljoprivredne proizvodnje.

2 Materijal i metod rada

Za ostvarivanje postavljenog cilja kao predmet posmatranja su poslužile 169 opština Republike Srbije, i izbarana su 33 društveno-ekonomska i poljoprivredna pokazatelja (tabela 1.). Kao izvor podataka korišćeni su podaci Republičkog zavoda za statistiku, dobijeni na osnovu Popisa iz 2012 godine (<http://webrzs.stat.gov.rs/>).

Tabela 1. Deskriptivna statistika analiziranih indikatora na nivou R. Srbije*

Table 1. Descriptive statistics of analyzed indicators at the level of the Republic of Serbia

Varijable	Prosek	Medijana	Cv (%)	Varijable	Prosek	Medijana	Cv (%)
% KPZ u ukup. zemljištu	64.279	66.300	31.64	broj UG živine po gazd.	14.182	11.400	54.06
% neiskoriš. zemlj. u ukup. raspoloživom	9.153	6.400	104.12	broj UG ovaca po gazd.	75.851	38.200	178.01
% šumskog zemljišta u ukupnom rasp.	17.150	14.200	89.86	KPZ/GRJ (ha)	6.024	4.200	74.36
% oranica u KPZ	66.311	71.300	40.08	UGS/GRJ	3.178	2.800	55.57
% stalnih zasada u KPZ	8.007	4.700	112.92	br. gazd. 0-1999	46.206	44.500	27.91
% travnjaka u KPZ	24.785	15.400	94.84	br. gazd 2000-3999	21.943	21.900	18.04
prosečno KPZ/gazd (ha)	5.814	4.310	69.12	br. gazd 4000-7999	17.443	17.600	31.94
struktura br gazd do 2 ha	50.064	48.700	29.58	br. gazd 800-14999	8.248	8.400	51.61

struktura br. gazd. 2-10ha	41.306	42.300	31.64	br. gazd. 15000-24999	3.008	2.200	82.94
struktura br. gazd. 10-20ha	5.163	4.900	68.17	br. gazd. 25000-49999	1.928	0.800	118.09
struktura br. gazd. preko 20ha	3.469	1.300	125.78	br. gazd. 50000-99999	0.022	0.000	261.10
struktura površ. do 2 ha	12.937	9.000	92.780	br. gazd. 100.000 i više	1.225	0.300	145.30
struktura površ 2-10ha	43.089	50.700	46.62	RS-% zaposlen. u primarnom sektoru	24.600	22.800	69.90
struktura površ 10-20ha	11.858	11.600	53.73	RS-GRJ/gazd.	0.997	0.980	22.12
struktura površ preko 20ha	32.114	20.500	85.03	RS-% mlađih od 45	15.931	14.600	33.40
broj UG goveda/ gazd.	7.375	4.330	225.63	RS-% starijih od 65	32.825	32.400	23.14
broj UG svinja po gazd.	9.713	7.300	109.15				

Izvor: Obračun autora na osnovu podataka RZS

*Napomena: KPZ/GRJ (ha)= korišćeno poljoprivredno zemljište/godišnja radna jedinica

UGS = uslovno grlo stoke

SO = standardni output

RS = radna snaga

Grupisanje opština Republike Srbije u grupe sličnih svojstava izvršeno je klaster analizom. U društvenim, ali i drugim naukama klaster analiza je prepoznata kao najprikladnija tehnika za svrstavanje jedinica posmatranja u grupe sličnih karakteristika (Popovic et al., 2007; Maletic et al., 2013). Grupisanje opština u grupe se zasniva na posmatranju različitih karakteristika koje se mere kod svake opštine. Drugim rečima, klaster analiza se zasniva na principu utvrđivanja odstojanja svake opštine od ostalih i na izdvajanju onih čija su ukupna međusobna rastojanja najmanja u pojedinim iteracijama primenjenog postupka. Tako se opštine grupišu u pojedine klastere (grupe) i formiraju homogene celine.

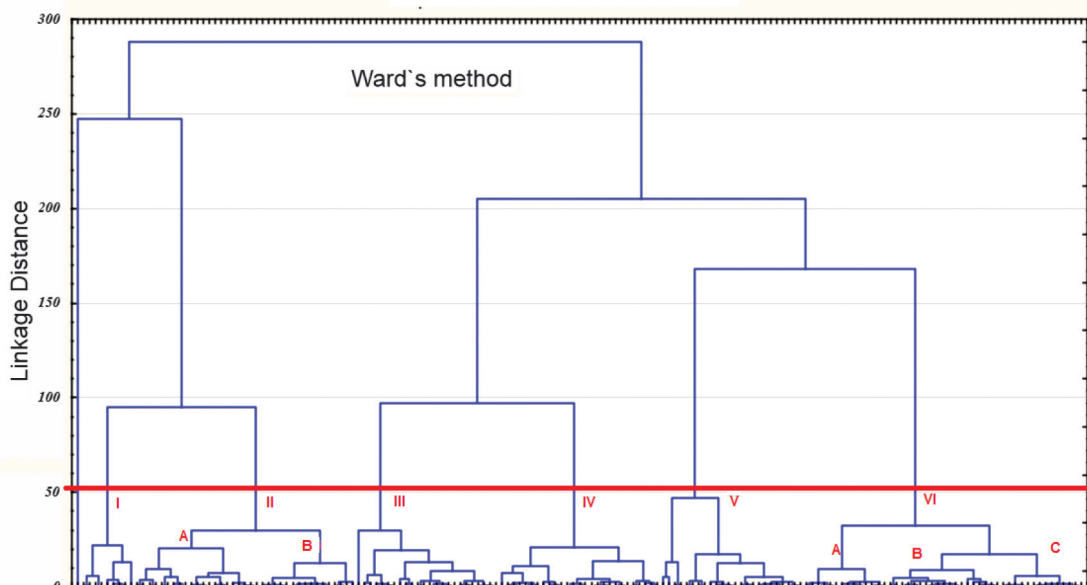
Za ulazne promenljive klaster analize korišćeni su faktorski skorovi (Hair, 2010; Morrison, 1987; Kovačić, 1994). Broj faktorskih skorova je izdvojen na osnovu Cattelijevog dijagrama (*Cattelijev scree dijagram*) za 33 inicijalne varijable. Faktorski skor pokazuje stepen povezanosti entiteta sa grupom obeležja koja imaju visoko opterećenje na nekom faktoru. Međutim, kako rezultati faktorske analize nisu predmet posmatranja i analize u ovom radu to ih nećemo detaljnije objašnjavati.

Na osnovu ulazne matrice podataka $n \times p$ (169 opština $\times$ 5 faktorskih skorova) formirana je matrica bliskosti $n \times n$ čiji elementi mere stepen sličnosti ili razlike između svih parova opština iz matrice podataka. U literaturi je definisan relativno veliki broj mera odstojanja, a mi smo u radu primenili Ward-ov hijerarhijski postupak za identifikaciju broja klastera i grupne centroide (detaljnije o ovoj metodi pogledati Maletić, 2000). ANOVA testom na nivou značajnosti 0,05 definisana je statistička značajnost definisanih klastera po svim izdvojenim faktorima. Za primenu svih metoda i obradu početne baze podataka korišćen je statistički paket SPSS v. 21.

3 Rezultati primene klaster analize u definisanju homogenih celina

Kao što je rečeno za grupisanje jedinica lokalne samouprave Srbije na osnovu sličnosti u homogene grupe, a na osnovu ispitivanih društveno-ekonomskih-socijalnih-poljoprivrednih indikatora, korišćena je klaster analiza. Međutim, zbog velikog broja ulaznih, inicijalnih indikatora neophodno je da se prvo primeni metod faktorske analize, kako bi se definisao manji broj latentnih varijabli. Kao rezultat faktorske analize, a na osnovu Cattelijevog dijagrama, izdvojilo se pet faktora. Izdvojenih pet faktora objašnjavaju 76,46% varijabiliteta početnih (ulaznih) varijabli, što je za društvena istraživanja sasvim zadovoljavajuće. Prvi faktor objašnjava 28,30%, drugi 20,67%, treći 14,39%, četvrti 6,69% i poslednji, peti faktor objašnjava 6,40% varijansu posmatranih varijabli. Za dalju analizu i primenu klaster metodologije za ulazne promenljive korišćeni su faktorski skorovi.

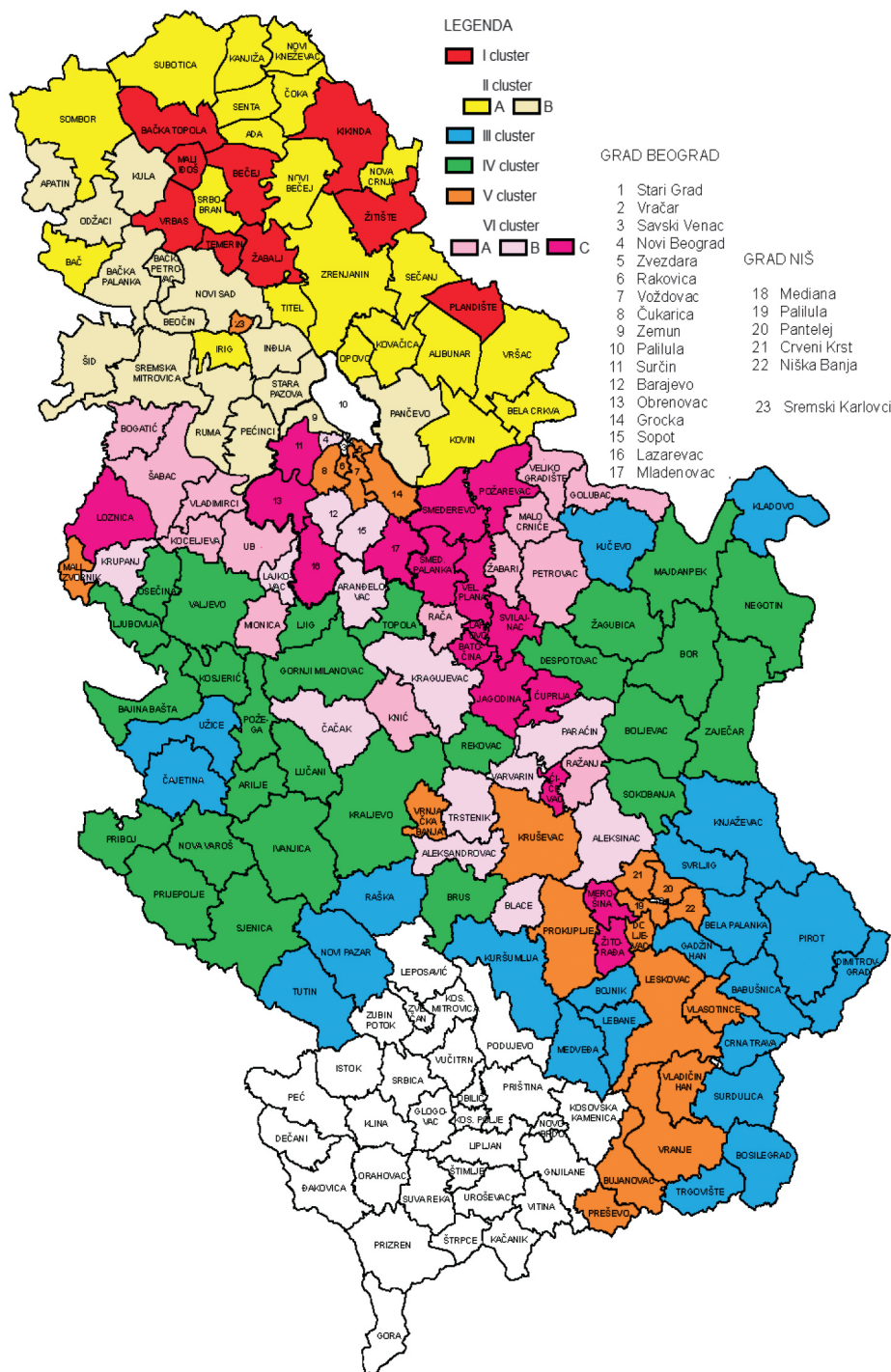
Pomoću Ward-ove metode definisani su klasteri, a njihov raspored je prikazan na dendrogramu (graf. 1). Na osnovu hijerarhijskog rasporeda na dendrogramu izdvaja se šest klasa opština koje čine određene homogene celine, kao i beogradska opština Palilula koja ne pripada ni jednom klasteru. Takođe, drugi klaster zbog svojih specifičnosti podeljen je na dva podklastera, kao i VI grupa koja se može podeliti na tri dela, od kojih svaki ima specifična svojstva.



Graf. 1. Dendrogram opština Srbije

Graph. 1. Dendrogram of municipalities in Serbia

Rezultati klasifikacije, tj. izdvojeni klasteri opština prikazani su na Kartogramu br. 1. Izdvojeni klasteri su različite veličine od malih koji broji svega nekoliko opština, do veoma brojnih.



**DEFINISANJE
HOMOGENIH
UŽIH PODRUČJA
REPUBLIKE SRBIJE**

Kartogram 1. Raspored opština Srbije po klasterima
Cartogram 1. Disposition of Serbia municipalities by clusters

Prvi klaster obuhvata najmanje, svega devet vojvođanskih opština. Reč je o ravničarskom području sa izuzetno kvalitetnim zemljištem, koje se u najvećoj meri koristi kao oranice. U strukturi korišćenih površina dominira veličina gazdinstava preko 20 ha. Dakle, radi se o velikim proizvodnim kapacitetima gde se može primeniti i savremena mehanizacija koja i te kako doprinosi vrlo velikim proizvodnim rezultatima. Veći broj posmatranih varijabli u ovom regionu dostiže svoje maksimalne vrednosti u odnosu na sve ostale klastere. Tako npr., najveći je:

- % KPZ u ukupnom zemljištu (90,94%)
- % oranica u KPZ (95,87%)
- prosečno KPZ/gazdinstvu (ha) (12)
- struktura površina veličini gazdinstava preko 20ha (76,49%)
- broj UG goveda po gazdinstvu (14,49)
- broj UG svinja po gazdinstvu (28,21)
- broj UG ovaca po gazdinstvu (438,89)
- uslovno grlo stoke/godišnja radna jedinica (4,95)

Svi pobrojani indikatori imaju vrednost u ovim opštinama znatno veću (kod nekih i po nekoliko puta) u odnosu na republički prosek. Takođe, uočava se da ove opštine, u odnosu na sve ostale, iz razumljivih razloga, imaju najmanji:

- % neiskorišćenog zemljišta u ukupno raspoloživom (2,28%)
- % šumskog zemljišta u ukupnom raspoloživom (0,30%)
- % stalnih zasada u KPZ (0,58)
- % travnjaka u KPZ (3,26)

Drugi klaster obuhvata 37 vojvođanskih opština. Zbog velike teritorijalne razduženosti, kao što to kartogram slikovito pokazuje, može se izvršite podela na dve podgrupe, od čega prva broji 21, a druga 16 opština.

Opštine ove homogene grupe imaju vrednost svih posmatranih indikatora znatno iznad republičkog proseka, ali ni jedan od njih ne dostiže maksimalnu vrednost u odnosu na ostale klastere. Kao i prethodni klaster i ovaj ima vrlo razvijenu poljoprivrednu proizvodnju, ali posmatrani indikatori su ovde ipak nešto niži u odnosu na prvi klaster. Reč je o opštinama koje imaju visok procenat KPZ u ukupnom zemljištu (preko 80%) koje se pretežno koristi kao oranice. Takođe, i ovde je veliko učešće većih poljoprivrednih površina. Pretežno je zastupljeno gajenje živine i svinja, ali se beleži i veliki broj uslovnih grla ovaca, ali i goveda po gazdinstvu. Nosioci gazdinstava su pretežno mlađa radna snaga. Međutim, ako se pogleda vrednost posmatranih indikatora po opštinama onda se može zapaziti da pojedne varijable se znatno razlikuju od opštine do opštine. To naravno potvrđuje i sam dendrogram, gde on dalje deli ovu homogenu grupu na dve podgrupe (na dendrogramu i kartogramu obeležene A i B).

Prvi podklaster (A) obuhvata teritoriju iznad grada Novog Sada, tj. severoistočni deo Vojvodine, dok druga podgrupa obuhvata vojvođanske opštine zapadnog dela Vojvodine. Prva izdvojena podgrupa, u odnosu na drugu (B) ima veći % KPZ u ukupno korišćenom zemljištu (respektno 84%, 73%), što rezultira i znatno većom površinom korišćenog poljoprivrednog zemljišta po gazdinstvu (podgrupa A= 12,98%, a B=8,26). To dalje implicira da podgrupa A ima, znat-

no manje učešće šumskog zemljišta u ukupno raspoloživom (A=1,81%, B=9,22%), manji % stalnih zasada (A=1,70%, B=2,19%), oranica (A=88%, B=94%), ali nešto veći procenat neiskorišćenog zemljišta u ukupno raspoloživom (4,76%), u odnosu na podklaster B (3%). Opštine koje čine podgrupu B, u odnosu opštine iz grupe A, imaju veći broj gazdinstava koja raspolažu do 2 ha. Sa porastom veličine poseda opada učešće broja gazdinstava, te opštine iz prve podgrupe prelaze u vodstvo. Drugim rečima, prvu podgrupu ovog klastera karakterišu gazdinstva većeg poseda (preko 2 ha), a u drugoj podgrupi dominiraju gazdinstva sitnijeg poseda, do 2 ha. Ove činjenice ukazuju da je odnos KPZ/GRJ iskazan u ha znatno veći kod opština prve podgrupe (A=14, tj. B=8). Takođe, procenat zaposlenih u primarnom sektoru kod opština koje čine podgrupu A je duplo veći (26,06%) nego kod opština iz podgrupe B (13,81%). Ono po čemu se ove dve podgrupe opština znatno razlikuju jeste i broj uslovnih grla živine po gazdinstvu. Opštine iz prve podgrupe imaju gotovo 25 grla po gazdinstvu, dok opštine iz druge podgrupe u proseku broje tek 14 uslovnih grla/gazdinstvu. Broj uslovnih grla ostale vrste stoke koji se posmatra u ovom istraživanju (svinje, ovce, goveda) ne beleže velike razlike.

Imajući sve ovo u vidu, i pored toga što ove dve podgrupe opština čine jednu homogenu celinu, jasno je da se u značajnoj meri razlikuju vrednosti brojnih indikatora između izdvojenih podgrupa opština. Kao što se vidi postoje indikatori koji daju osobenosti prvoj, odnosno drugoj podgrupi. Stoga te specifičnosti moraju biti uzete u obzir u procesu razvijanja pojedinih opština i regiona.

Treći klaster obuhvata 24 opštine brdsko-planinskog, pretežno južnog dela Srbije i opštine koje se po svom položaju graniče sa teritorijom Kosova i Metohije, celokupan pirotski okrug, kao i opštine Užice i Čajetina na zapadu Srbije, te Kladova i Kučeva u istočnom delu Republike. Reč je o opštinama koje u odnosu na sve ostale, imaju najveći procenat neiskorišćenog zemljišta u ukupno raspoloživom (22,78%), kao i najveći procenat travnjaka (58,70%), ali i najmanji procenat korišćenog poljoprivrednog zemljišta. Ovi podaci ukazuju zašto je ovoj homogenoj grupi, koja obuhvata privredno vrlo ne razvijene delove Srbije, pripale i neke opštine razvijenijeg dela Srbije (npr. Užice, Čajetina). Najveći broj gazdinstava ima manje površine (do 2 ha preko 52%), dok većih poseda preko 20 ha može se reći da ima u tragovima (0,70%). S obzirom da se gazdinstva bave ekstenzivnom proizvodnjom i da je veliko učešće neiskorišćenog poljoprivrednog zemljišta to broj uslovnih grla goveda, ovaca i svinja po gazdinstvu beleže najnižu vrednost u odnosu na sve ostale klasterne. Stoga su ostvareni ekonomski rezultati gazdinstava izuzetno mali i u najvećem obimu se kreću do 4000 eura na godišnjem nivou. Ono što posebno izdvaja opštine ovog regiona u odnosu na sve ostale je najveće učešće staračkih domaćinstava (oko 41%).

Dakle, sa sigurnošću se može reći da ovaj klaster čine opštine naseljene staračkim gazdinstvima koja imaju male obradive površine, te stoga izuzetno skromne ekonomske rezultate proizvodnje.

Četvrti klaster obuhvata ukupno 27 opština istočnog i zapadnog dela Srbije. U najvećem obimu obuhvata opštine zlatiborske oblasti (Arilje, Požega, Bajina Bašta, Sjenica, Nova Varoš, Priboj, Prijepolje), jednim delom kolubarski rejon (Osečina, Valjevo, Ljig), preko pomoravskog reiona (Rekovac, Despotovac), obuhvata opštine moravičkog okruga (Lučani, Ivanjica), pa i neke opštine borskog

okruga (Bor, Negotin). Najjužnija opština je Brus. Obzirom da se radi o brdovito-planinskim predelima opštine koje ga čine imaju najveće učešće šumskog zemljišta u ukupno raspoloživom (33,25%), ali i značajne površine pod travnjacima (49,41%). Kao i prethodni i ovaj klaster raspolaže sa malim oraničnim površinama, kao i stalnim zasadima što je za očekivati obzirom na reljef područja. Najveći broj gazdinstava raspolaže površinom od 2 do 10 ha (oko 55%). U odnosu na sve ostale izdvojene homogene celine ovaj klaster ima najmanji broj gazdinstava čije se korišćene površine kreću do 2 ha (36%). Pretežno se bave ovčarskom proizvodnjom (34 UG/gazdinstvu). Zbog ekstenzivne proizvodnje gazdinstva koja se nalaze na ovoj teritoriji imaju najveći utrošak GRJ (1,17) i reč je pretežno o staračkim domaćinstvima.

Peti klaster obuhvata teritoriju od 24 opštine, pretežno velikih gradskih centara, i to šest niških lokalnih samouprava (grad Niš, Niška Banja, Niška Palilula, Pantelej, Medijana i Crveni krst), pet beogradskih opština (Zvezdara, Grocka, Čukarica, Rakovica i Voždovac), kao i dve vojvođanske lokalne samouprave Petrovaradin i Sremski Karlovci. Ostale opštine su pretežno locirane južnije od grada Niša izuzev opštine Mali Zvornik. Imajući u vidu da se radi o većim tržišnim centrima koji su smešteni u ovim opštinama, kao i blizini samog gradskog jezgra, dobru infrastrukturu ovaj region ima izuzetno visok procenat iskorišćenog poljoprivrednog zemljišta, oranica, ali u odnosu na ostale klastere najveće učešće stalnih zasada (17,89%). Međutim, upravo iz razloga što je reč o većim gradskim centrima ovde su zastupljena pretežno gazdinstva koja raspolažu posedom do 2 ha (preko 73%), dok je broj gazdinstava većih obradivih površina (preko 20 ha) gotovo zanemajuće mali (0,34%), što se pokazalo da je najniža vrednost u odnosu na sve ostale klastere. Stoga je i razumljivo što je vrednost KPZ/GRJ (ha), kao i UGS/GRJ najniža u odnosu na sve ostale klastere (respektno 2,35, tj. 1,48). Naravno to implicira da vrednost pokazatelja GRJ/gazdinstvu dostiže svoju najmanju vrednost (0,83) u odnosu na ostale homogene celine. Interesantno je da gazdinstva koja se nalaze na ovoj teritoriji, na godišnjem nivou, ostvaruju u najvećem broju ekonomske rezultate do 2000 eura (preko 65%), dok iznos istog indikatora preko 4000 eura ostvaruje najmanji broj gazdinstava u odnosu na sve ostale klastere.

Šesti klaster, reč je o najbrojnjem klasteru koji ukupno obuhvata 47 opština, raspoređene pretežno u centralnom i zapadnom delu Srbije. Reč je o teritoriji kod koje veći broj indikatora ima vrednost na nivou republičkog proseka ili nešto ispod. Ova grupa opština ni po jednom ispitivanom obeležju nema maksimalnu vrednost u odnosu na ostale homogene celine. Međutim, zbog velike razuđenosti terena koji je obuhvaćen ovim rejonom isti se može podeliti, našta ukazuje i dendrogram, na tri podgrupe (A, B i C) od kojih svaka ima svoje specifičnosti i osobenosti.

Podgrupu A čine opštine (ukupno 14) pretežno locirane u mačvanskoj oblasti (Šabac, Bogatić, Koceljeva, Vladimirci), preko kolubarske oblasti (Ub i Mionica), manjim delom šumadijske (Knić, Rača) do braničevske oblasti (Žabari, Petrovac na Mlavi, Malo Crniće). Ove opštine imaju veći procenat KPZ u odnosu na ostale podgrupe posmatranog klastera (A=74,90%, B=59,20% i C=70,66%), te i veću površinu KPZ po gazdinstvu (A=5 ha, B=3 ha i C=3,7 ha). Takođe, najveći broj gazdinstava ima obradivu površinu od 2-10 ha i znatno veći broj uslovnih

grla goveda u odnosu na druge dve podgrupe (A=13, B=7 i C=9). Ono što posebno izdvaja ovu podgrupu opština je jako veliki procenat zaposlenih u primarnom sektoru (A=47,90%, B=24% i C=15%).

Osobnosti drugog podklastera (B) se ogledaju u većim površinama pod šumama, travnjacima i dugogodišnjim zasadima. U strukturi ukupnih korišćenih površina najveće učešće zauzimaju površine veličine od 2 do 10 ha. Ovaj rejon obuhvata ukupno 14 opština skoncentrisane u centralnom delu Srbije, počev od Novog Beograda, preko Lajkovca, Čačka, Arandjelovca, Kragujevca, Trstenika, Aleksandrovca, do Aleksinca.

Treća podgrupa (C) je nešto brojnija u odnosu na prethodne dve i ona obuhvata ukupno 19 opština koje se uglavnom nalaze u neposrednoj blizini grada Beograda (Surčin, Obrenovac, Požarevac, Smederevo, Velika Plana, Lazarevac), nešto dalje područje Pomoravske oblasti (Jagodina, Čuprija, Svilajnac), preko Čičevca do Žitorađe. Osobnosti ove podgrupe, u odnosu na prethodne dve, se ogledaju u znatno većim nekorišćenim površinama u ukupno raspoloživim (C=7,57%, B=5,87% i A=4,71%), ali i većim oraničnim površinama (C=84,66%, A=80,89% i B=67,05%). Gazdinstva u ovim opštinama imaju u najvećem broju površine do 2 ha (C=51,26%, B=48,58% i C=33,09%), kao i znatno veći broj uslovnih grla ovaca po gazdinstvu (C=82, A=65 i B=50). Zbog ovako raspoloživih resursa ove opštine imaju gazdinstva koja u većem broju ostvaruju ekonomske rezultate na godišnjem nivou u iznosu do 2000 eura i znatno manji broj sa prihodom preko 4000 eura nego gazdinstva u opštinama prva dva podklastera. Reč je o teritoriji koja ima znatno manje šuma (C=10,77%, A=15,18 i B=21,20%), kao i travnjaka (C=7,76%, A=13,30% i B=19,24%).

Dendrogram pokazuje da je beogradska opština Palilula ostala van klastera. Reč je o opštini koja ima izvesna specifična svojstva, bitno različita od ostalih lokalnih zajednica. Ona kod pojedinih indikatora beleže znatno više ili niže vrednosti, te nije mogla prići ni jednoj grupi. Radi se o opštini koja ima vrlo razvijenu poljoprivrednu proizvodnju, gde se skoro svo korišćeno poljoprivredno zemljište koristi kao oranice (97,1%), takođe je i prosečno KPZ po gazdinstvu znatno iznad proseka svih izdvojenih klastera (12,66 ha). Zbog blizine velikih tržišnih centara jako veliki broj gazdinstava se bavi poljoprivrednom proizvodnjom, te struktura broja gazdinstava površine do 2 ha dominira u ukupnom broju gazdinstava (oko 70%). Ali, posmatrajući strukturu površina prema veličini gazdinstava uočava se da površine preko 20 ha dominiraju (85%), što nije svojstveno ni za jednu izdvojenu grupu opština. Međutim, ova gazdinstva se bave izuzetno intenzivnom proizvodnjom te je utrošak godišnjih radnih jedinica po gazdinstvu dosta visok (oko 2), što nije izmereno u proseku ni u jednom klasteru. Takođe, ovde se beleži jako veliki broj uslovnih grla svinja po gazdinstvu (90), kao i goveda (215), što je i po nekoliko puta veći broj u odnosu na sve ostale klastera. Najzad, ova opština ima izrazito mali procenat zaposlenih u primarnom sektoru, znatno manje nego ostale opštine (svega 4,3%). Sve ove osobnosti su uticale da opština Palilula ostane van klastera.

Da bi se potvrdilo da li se definisani klasteri međusobno značajno razlikuju primenjeni su parametarski testovi (ANOVA i F-test). Njima je izmerena statistička značajnost izmedju definisanih srednjih vrednosti izdvojenih klastera za svaki faktor (tabela 2). Na osnovu rezultata ANOVA i F-testa zaključuje se da se izdvojeni klasteri statistički značajno razlikuju po svim izdvojenim faktorima ($p < 0,05$).

Tabela 2. ANOVA

Table 2. ANOVA

Faktori	F	Sig. p
faktor 1	314,34	0,000
faktor 2	0,440	0,038
faktor 3	23,595	0,000
faktor 4	7,095	0,008
faktor 5	6,469	0,012

4 Zaključak

Srbija raspolaže sa agrarnim resursima (zemljište, klima i voda) koji su nedovoljno iskorišćeni, te predstavljaju značajan ekonomski potencijal za dalji razvoj. Maksimalno iskorišćavanje raspoloživih resursa uslovljeno je kako prirodnim, tako i društveno-ekonomskim uslovima koji diktiraju kako razvoj određenih grana proizvodnje, tako i regionalni razmeštaj poljoprivredne proizvodnje. Pretpostavka stabilnijeg i usklađenijeg razvoja Srbije je prevazilaženje problema nedovoljno razvijenih područja.

Primenom klaster analize u ovom radu je definisano šest homogenih grupa opština sa stanovišta razvijenosti posmatrana 33 indikatora na osnovu Popisa RS, 2012 godine. Beogradska opština Palilula je zbog svojih specifičnosti, tj. posebno izraženih vrednosti pojedinih indikatora, ostala van klastera. Rezultati ove analize nisu neočekivani i samo su potvrdili činjenicu o izuzetno neravnomernom razvoju opština na području Republike Srbije. Izdvojeni klasteri se međusobno statistički značajno razdvajaju, jer svaki od njih imaju svoje prirodne, ekonomske i proizvodne specifičnosti. Zbog toga, ova analiza može biti vrlo korisna u cilju planiranja "optimalne" proizvodne orijentacije reiona Srbije.

Uočava se velika razlika u vrednosti posmatranih indikatora u opštinama sa područja Vojvodine u odnosu na opštine ostalog dela Srbije, s tim što je stanje sve nepovoljnije što se ide južnije. Opštine sa područja istočne, zapadne i južne Srbije imaju svoja „specifična“ svojstva. Reč je o opštinama sa veoma raznovrsnim reljefom i uglavnom nedovoljno razvijenom infrastrukturom, slabo organizovanom savetodavnom službom i nepovoljnom starosnom strukturom stanovništva i to je uslovlilo da i ostali rezultati koji prate nivo razvijenosti budu manje zastupljeni. Južni delovi Srbije su najnerazvijeniji u Republici sa dosta nekorišćenih zemljišnih površina, slabo organizovanom poljoprivrednom proizvodnjom, neorganizovanim tržištem, lošom starosnom i obrazovnom strukturom stanovništva.

S obzirom na istaknute karakteristike dobijenih homogenih grupa može se reći da istraživanja u ovom radu daju odličnu bazu za program regionalnog razvoja.

Literatura **5**

1. Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis -A Global Perspective*. New Jersey: Pearsib.
2. IBM SPSS statistics 21. Faculty of agriculture, Belgrade, Serbia.
3. Maletić (2000): Apriorne metode klasifikacije opština u Srbiji. Monografija, Zadužbina Andrejević, Beograd.
4. Maletic R., Maletic P., Kreca M. & Popovic B. (2013): Comparative analysis of ranking municipalities in Vojvodina using DEA and I-distance methods. *Int. J. Agric. Stat. Sci.*, Vol. 9, No. 2, pp. 471-480.
5. Maletić R., Popović B. (2014): Ragiranje opština Vojvodine na osnovu efikasnosti poslovanja MSP u agrobiznisu. *Agroekonomika*, God. 43, br. 63-64, str. 39-49.
6. Maletić R., Popović B. & Paunović T. (2014): REGIONAL ASPECT OF AGRIBUSINESS SMEs DEVELOPMENT IN SERBIA – opportunity to reduce unemployment. *Teme*, God.38, br. 4, str.1445-1456. Ekonomski fakultet, Niš.
7. Morrison, F. D. (1987): *Multivariate Statistical Methods*, New York: McGraw-Hill Book Co.
8. Kovačić Z. (1994): *Multivarijaciona analiza*. Ekonomski fakultet, Beograd.
9. Popović B. (2006): Faktorska analiza uslova i rezultata proizvodnje na mešovitim porodičnim gazdinstvima. *Ekonomika poljoprivrede*, Beograd, 2006, god.LII br.3 str. 371-383, (Sr)
10. Popovic, B., & Maletic, R. (2007). Ranking of municipalities of the Republic of Serbia based on development of Agribusiness SMEs; *Thematic Proceedings: Multifunctional Agriculture and Rural Development II* (pp. 1113-1118). Belgrade: Institute for Agricultural Economics, (Sr).
11. Popović B. (2009): Doprinos malih i srednjih preduzeća razvoju agrobiznisa Republike Srbije, *Skraćena verzija doktorske disertacije*, Zbornik radova Poljoprivrednog fakulteta, Vol. 54, No 1, 2009, ISSN 1450-8109 str. 62-79 (Sr).
12. <http://webbrzs.stat.gov.rs/WebSite/public/ReportView.aspx>, November 5th, 2015

Primljen/Received: 24.02.2016.

Prihvaćen/Accepted: 20.03.2016.

ЗАКОНСКИ И СТРАТЕШКИ ОКВИР УНАПРЕЂЕЊА ТУРИЗМА И АГРОТУРИЗМА У СРБИЈИ

Матијашевић-Обрадовић Јелена¹

Резиме

Свако друштво има своје навике, а туризам као једна од њих представља појаву са многобројним позитивним ефектима. Туризам је један од најефикаснијих начина да се очуване природне целине (језера, река, планински видиковци и пределе и сл.) али и културна баштина (археолошки локалитети, манастири и сл.) могу валоризовати. Агротуризам као вид туризма усмерен је ка здравој органској исхрани туриста и боравак у здравој средини, а све кроз интегрални развој пољопривреде при чему се посебна пажња посвећује одрживом развоју. Несумњиво значајан удео у процесу унапређења туризма и агротуризма има законски и стратешки оквир, односно подршка од стране стратешких докумената, законских и подзаконских аката чије спровођење пружа много боље могућности за развој туристичких активности. У раду су анализирана законска и стратешка решења у Србији у области агротуризма, и то: Закон о пољопривреди и руралном развоју, Закон о подстицајима у пољопривреди и руралном развоју, Закон о привредним друштвима и Стратегија пољопривреде и руралног развоја Републике Србије за период 2014-2024. године, као и законска и стратешка решења у Србији у области туризма, и то: Закон о туризму и Стратегија развоја туризма Републике Србије.

Кључне речи: туризам, агротуризам, закони, стратегије

Уводна разматрања 1

Процес глобализације подстакао је развој туризма кроз отварање бројних земаља ка свету. Последице глобализације у туризму су бројне и односе

LEGAL AND STRATEGIC FRAMEWORK FOR PROMOTION OF TOURISM AND AGRITOURISM IN SERBIA

Matijašević-Obradović Jelena¹

Summary

Every society has its own habits, and tourism as one of them is a phenomenon with many positive effects. Tourism is one of the most effective ways in which preserved natural units (lakes, rivers, mountain views and landscapes, etc.) and cultural heritage (archaeological sites, monasteries, etc.) can be valorized. Agritourism as a form of tourism is aimed at healthy organic nutrition of tourists and stay in a healthy environment by means of the integral development of agriculture. Simultaneously, special attention is paid to sustainable development. Undoubtedly a legal and strategic framework, in other words, support from the strategic documents, laws and bylaws whose implementation provides better opportunities for development of tourist activities, significantly participates in the process of improving tourism and agritourism. This paper analyzes following legal and strategic solutions in Serbia in the field of agritourism: The Law on Agriculture and Rural Development, The Law on Incentives in Agriculture and Rural Development, The Law on Enterprises and Strategy for Agriculture and Rural Development of the Republic of Serbia for the period 2014-2024, as well as legal and strategic solutions in Serbia in the field of tourism: The Law on Tourism and Tourism Development Strategy of the Republic of Serbia.

Key words: Tourism, Agritourism, Legislation, Strategies

¹ Jelena Matijašević-Obradović, PhD, Assistant Professor, The Faculty of Law for Commerce and Judiciary, The University of Business Academy, Novi Sad, e-mail: jela_sup@yahoo.com

¹ Др Јелена Матијашевић-Обрадовић, доцент, Правни факултет за привреду и правосуђе у Новом Саду, Универзитет Привредна академија у Новом Саду, e-mail: jela_sup@yahoo.com

се првенствено на следећа наизоставно присутна обележја: типизацију туристичке понуде, утицај и бројне негативне ефекте на животну средину, развој културно-историјских места и др. Захваљујући глобализацији и њеним ефектима како на глобалном, тако и на локалном плану, имајући пре свега у виду ефекте у сфери финансија, рада, технологије, саобраћаја и комуникација, у другој половини двадесетог и почетком двадесетпрвог века, туризам доживљава снажну експанзију.

У оквирима Европске уније туризам представља један од највећих привредних сектора са 9% запослених и 9% учешћа у потрошњи. Такође, он представља једну од пет извозних категорија у 83% свих земаља света и главни извор девизне зараде у готово 38% земаља. Отуда туризам има и једну од главних улога у привреди многих земаља, као извор запошљавања и начин борбе против сиромаштва. Ипак, поред позитивних економских и социокултурних утицаја, туризам, такође, представља главну снагу друштвених и културних промена и главног узрочника и изазивача деградације животне средине (Стефановић и Аземовић, 2012).

Свако друштво има своје навике, а туризам као једна од њих представља масовну друштвено-економску појаву са многобројним позитивним ефектима. Поред реченог, туризам је опредељен плановима и мотивима корисника туристичких услуга, те се може рећи да су потребе и мотиви туриста најчешће пресудни за избор туристичке дестинације

Као привредна грана, туризам, нема значајно учешће у укупном друштвеном бруто производу Србије. Значајни потенцијали за развој туризма у Србији тичу се управо руралних подручја, у којима се додатно још може покренути органска производња хране са аутентичном нотом подручја са којих је произведена. Значај развоја туризма у руралним подручјима и следствено велика међузависност туризма и пољопривреде, довеле су до развоја нове гране туризма у Србији, а то је агротуризам.

Агротуризам је дакле део руралног туризма, организован од стране малих породичних пољопривредних газдинстава, а утемељен на традицији локалног подручја.

Само значење појма агротуризам може се тумачити на више начина. Може се рећи, да агротуризам представља вид туризма усмерен ка здравој органској исхрани туриста и боравак у здравој средини, а све кроз интегрални развој пољопривреде при чему се посебна пажња посвећује одрживом развоју. Мултифункционалност и интегрални развој пољопривреде с једне, и хетерогеност захтева или жеља с друге стране (стране туризма), уз имплементацију принципа антропоцентризма и екоцентризма, чине њихову повезаност веома комплексном (Вујовић, 2007).

Несумњиво значајан удео у процесу унапређења туризма и агротуризма има законски и стратешки оквир, односно подршка од стране стратешких докумената, законских и подзаконских докумената чије

спровођење пружа много боље могућности за развој туристичких активности.

ЗАКОНСКИ И
СТРАТЕШКИ ОКВИР
УНАПРЕЂЕЊА
ТУРИЗМА И
АГРОТУРИЗМА У
СРБИЈИ

Преглед законских и стратешких решења у Србији у области агротуризма 2

Последњих година стварају се услови за развој туристичке делатности и туристичких капацитета, нарочито агротуризма, ослањајући се на предности које Србија у тој области има. Правни оквир развоја туризма састоји се од низа законских текстова усвојених у циљу стварања целовите и делотворне правне регулативе. Наравно поменути законски оквир је у корелацији са другим законима, првенствено са онима који уређују пољопривреду и рурални развој.

У Закону о пољопривреди и руралном развоју (Сл. гласник РС, бр. 41/2009 и 10/2013 - др. закон), који спада у категорију посебних, специјалних закона - *lex specialis*, уређују се циљеви пољопривредне политике и начин њеног остваривања, врсте подстицаја у пољопривреди, услови за остваривање права на подстицаје, корисници подстицаја, Регистар пољопривредних газдинстава, евидентирање и извештавање у пољопривреди, интегрисани пољопривредни информациони систем и надзор над спровођењем овог закона. Поред поменутог, законом се образује Управа за аграрна плаћања, као орган управе у саставу Министарства надлежног за послове пољопривреде и уређује њена надлежност (члан 1).

Други део Закона, под називом Пољопривредна политика и планирање развоја пољопривреде, обухвата регулисање општих питања као што су пољопривредна политика и политика руралног развоја (члан 3.), стратегија пољопривреде и руралног развоја Републике Србије (члан 4.) и национални програм руралног развоја (чланови 6. и 7.).

У закону се прописује (члан 3. став 1.) да пољопривредна политика и политика руралног развоја Републике Србије обухвата мере и активности које предузимају надлежни органи, са циљем:

- 1) јачања конкурентности пољопривредних производа на тржишту;
- 2) обезбеђивања квалитетне и здравствено исправне хране;
- 3) обезбеђивања подршке животном стандарду за пољопривреднике који не могу својом производњом да обезбеде економски опстанак на тржишту;
- 4) обезбеђивања подршке руралном развоју и
- 5) заштита животне средине од негативних утицаја пољопривредне производње.

Поред изнетог, прописује се (члан 3. став 2.) да се пољопривредна политика и политика руралног развоја Републике Србије спроводи реализацијом Стратегије пољопривреде и руралног развоја Републике Србије за период 2014-2024. године (Сл. гласник РС, бр. 85/2014), Наци-

оналног програма за пољопривреду и Националног програма за рурални развој.

Стратегија пољопривреде и руралног развоја Републике Србије, коју доноси Влада на предлог Министарства за период од најмање 10 година, одређује дугорочне правце развоја пољопривреде и то: успостављање тржишне економије, повећање профитабилности пољопривреде Републике Србије и брига о развоју руралних области.

Национални програм руралног развоја садржи мере и друге активности, као и очекиване резултате, облике, врсте намене и обим појединих мера подстицаја. Национални програм, на предлог Министарства, доноси Влада за период који не може бити дужи од седам година.

Националним програмом за пољопривреду утврђују се средњорочни и краткорочни циљеви пољопривредне политике, начин, редослед и рокови за остваривање наведених циљева, очекивани резултати, као и облик, врста, намена и обим појединих подстицаја (члан 5. став 1.).

Национални програм руралног развоја садржи мере и друге активности, као и очекиване резултате, облике, врсте намене и обим појединих мера подстицаја (члан 6. став 1.).

Поред до сада указаног, Закон уређује области које се односе на: Управу за аграрна плаћања (III део), Подстицаје (IV део), Коришћење подстицаја (V део), регистар пољопривредних газдинстава (VI део), евидентирање и извештавање у пољопривреди и интегрисани пољопривредни информациони систем (VII део), надзор над применом Закона (VIII део) и казнене одредбе (IX део).

Нужно је нагласити да је до усвајања овог Закона, област пољопривреде и руралног развоја била нормативно неуређена, па је у таквим условима било је веома тешко развијати агротуризам на подручјима где основна привредна активност није извесна.

Наредни законски текст који је од значаја за ову област јесте Закон о подстицајима у пољопривреди и руралном развоју (Сл. гласник РС, бр.10/2013) и он се представља посебан закон који се надовезује на претходно сагледани.

Законом се уређују (члан 1.) врсте подстицаја, начин коришћења подстицаја, Регистар подстицаја у пољопривреди и руралном развоју, као и услови за остваривање права на подстицаје у пољопривреди и руралном развоју.

Подстицаји које закон прописује, представљају обезбеђена средства у буџету Републике Србије и средства обезбеђена из других извора који се додељују пољопривредним газдинствима и другим лицима, а све са функцијом остваривања циљева пољопривредне политике и политике руралног развоја. (члан 2. тачка 8.). У члану 2. тачка 14. дефинише се рурални развој као развојна политика којом управља држава и која представља скуп мера које доприносе унапређењу квалитета живота људи који живе у руралним областима.

Поред до сада указаног, Закон уређује области које се односе на: врсте и коришћење подстицаја (II део), директна плаћања (III део), под-

стицаје за мере руралног развоја (IV део), посебне подстицаје (V део), а на крају надзор над применом одредаба (VI део) и казнене одредбе (VII део).

У оквиру теме о којој говоримо, значајно је сагледати још један законски текст. То је Закон о привредним друштвима (Сл. гласник РС, бр. 36/2011 и 99/2011, 83/2014 - др. закон и 5/2015) јер правне норме које се посредно односе на туристичку делатност садржане су управо у њему. Првенствено се ради о нормама које се односе на статусна питања привредних друштава, која се могу регистровати и обављати делатност и у области туризма. Поред изнетог, законом се уређује правни положај привредних друштава, а нарочито њихово оснивање, управљање, статусне промене, промене правне форме, престанак и друга питања од значаја за њихов положај, као и правни положај предузетника (члан 1. став 1.).

Преглед законских и стратешких решења у Србији у области туризма 3

Поред претходно анализираних и у кратким цртама представљених законских решења у области агротуризма, у наставку ће бити анализирана законска и стратешка решења од значаја за област туризма у Србији. Пажња ће бити усмерена на Закон о туризму и Стратегију развоја туризма Републике Србије.

Доношењем Закона о туризму (Сл. гласник РС, бр. 36/2009, 88/2010, 99/2011 - др. закон и 93/2012) у највећој мери су отклоњене нормативне препреке за развој туристичке делатности код нас.

Поменути Закон уређују се услови и начин планирања и развоја туризма, туристичке организације за промоцију туризма, туристичке агенције, угоститељску делатност, наутичку делатност, ловнотуристичку делатност, услуге у туризму, таксе и пенале у туризму, Регистар туризма, али и друга питања од значаја за развој и унапређење туризма. Потребно је нагласити да је Закон о туризму *lex generalis* законски текст у области туризма. Поред тога што даје основне дефиниције појмова у туризму, овај Закон, између осталог, садржи норме које се односе на планирање и развој туризма, туристичке организације за промоцију туризма, туристичке агенције, делатности и услуге у туризму, као и остала релевантна питања.

Према овом Закону, уређење односа у области туризма заснива се на начелима (члан 2):

- 1) интегралног развоја туризма и пратећих делатности, као чинилаца укупног привредног и друштвеног развоја, којим се у складу са законом обезбеђује спровођење међусобно усаглашених планова и програма;
- 2) одрживог развоја туризма као усклађеног система технич-

ко-технолошких, економских и друштвених активности, који се заснива на економском развоју, очувању природних и културних добара, очувању и развоју локалне заједнице;

- 3) повећања ефикасности и одговорности у области коришћења, управљања, заштите и унапређења туристичког простора;
- 4) обезбеђивања јединствених стандарда за пружање услуга у туризму;
- 5) заштите националне економије, корисника туристичког производа и туристичких професија;
- 6) партнерског односа приватног и јавног сектора и цивилног друштва код планирања, обликовања и пласмана туристичког производа на тржишту;
- 7) обезбеђивања јединствене, јавне и електронске евиденције регистрованих и евидентираних података из области туризма;
- 8) садржаним у етичком кодексу у туризму Светске туристичке организације Уједињених нација и
- 9) планирања и остваривања политике развоја туризма у складу са Стратегијом развоја туризма.

Чланом 23. уређено је питање послова од посебног значаја за развој туризма. Послови од посебног значаја за развој туризма су:

- 1) израда пројеката о непокретностима;
- 2) истраживање, развој и израда елабората о одрживом коришћењу и управљању туристичким простором;
- 3) израда студије изводљивости и концепта развоја туристичке локације, односно просторно-технолошке целине од значаја за туристички развој;
- 4) управљање пројектима туристичке инфраструктуре и туристичке супраструктуре од значаја за развој туризма;
- 5) управљање местом за одмор као целовитим ресурсом уз обезбеђење заједничке промоције и продаје туристичког производа места за одмор, уређење простора, заштите животне средине, туристичке сигнализације и слично;
- 6) финансирање и реализација пројеката изградње и уређења грађевинског земљишта и пројеката изградње туристичке инфраструктуре у циљу реализације туристичких пројеката;
- 7) финансирање пројеката туристичке инфраструктуре и туристичке супраструктуре и управљање објектима туристичке супраструктуре.

Чланом 27. пак, прописано је да се ради усмеравања и подстицања развоја туризма у буџету Републике Србије обезбеђују средства за:

- 1) учешће у финансирању израде стратегијских мастер планова, програма развоја туристичких производа, програма развоја

туризма, студија изводљивости туристичких пројеката, урбанистичких планова туристичких места и места за одмор;

- 2) учешће у финансирању промотивних активности туристичких дестинација и туристичких места, као и туристичко-културних и туристичких манифестација у земљи и иностранству;
- 3) учешће у финансирању израде пројекта заштите природе, животне средине, природних ресурса и културне баштине туристичког места;
- 4) подстицање изградње туристичке инфраструктуре, туристичке супраструктуре, спортско-рекреативних и других пратећих садржаја јавног карактера значајних за унапређење квалитета туристичке понуде;
- 5) унапређење постојеће туристичке понуде и интензивирање њеног коришћења.

Поред поменутог, од значаја је да се помене да се овим Законом дефинише и сеоско туристичко домаћинство, које представља објекат или група објеката у којем се пружају услуге смештаја, исхране и пића или само исхране и пића. Ови објекти се налази у руралном окружењу са елементима локалног обележја и наслеђа.

Према Закону о туризму врсте планских докумената су Стратегија развоја туризма Републике Србије, Стратегијски мастер план, Стратегијски маркетинг план, програм развоја туристичких производа, програм развоја туризма, програм промотивних активности, при чему сви нижи плански документи морају да буду усаглашени са Стратегијом развоја туризма Републике Србије. У раду ће бити ближе представљена Стратегија развоја туризма Републике Србије („Службени гласник РС“, бр. 91/2006), коју на предлог министарства надлежног за послове туризма, доноси Влада Републике Србије.

Стратегијом се одређују дугорочни циљеви планирања и развоја туризма у складу са укупним економским, социјалним, еколошким и културно-историјским развојем.

Стратегија садржи нарочито:

1. анализу постојећег стања и досадашњег степена развоја туризма;
2. упоредну анализу туризма конкурентских земаља;
3. предности и недостатке туризма Републике Србије;
4. циљеве развоја туризма;
5. визију развоја туризма;
6. избор приоритетних туристичких производа;
7. предлог приоритетних туристичких дестинација;
8. анализу утицаја на културно наслеђе и природна добра;
9. предлог политике развоја туризма;
10. предлог инвестиција;
11. план конкурентности.

Стратегија развоја туризма Републике Србије указује на могућности развоја туризма у односу на кретања у светском туризму, уз стратешко туристичко позиционирање, избор приоритетних српских туристичких производа и план конкурентности, инвестициону стратегију, план потребних улагања и маркетинг план. Очекивани резултати примене Стратегије су постизање повећања конкурентности српског туризма, повећање девизног прилива, раст домаћег туристичког промета, као и раст запослености путем туризма у циљу трансформације Републике Србије у конкурентну туристичку дестинацију.

У том смислу се стратешки потенцијали Републике Србије за успех у туризму дефинишу на следећи начин:

- 1) позитиван однос становништва Републике Србије према туризму, отвореност, гостопримство и јак емотивни однос који гост добија као резултат свог боравка у Републици Србији;
- 2) геостратешки положај Републике Србије на међи неколико историјских културних кругова и с Београдом, градом на две велике реке, који представља још увек неоткривену туристичку метрополу Југоисточне Европе;
- 3) велики неискоришћени потенцијал подземних и надземних вода, почев од богатства термалних извора и традиционалних бања, па до Дунава, Саве, Тисе, Мораве и других река, које чине посебну туристичку понуду у овом делу Европе;
- 4) недирнута пространства планина, шума, аграрних подручја, винограда и ловно-риболовних зона, чије слике стварају препознатљиви имиџ јединственог и контрастима богатог пејзажа;
- 5) богато археолошко и архитектонско наслеђе, које сведочи о историјском значају и развоју цивилизација на територији Републике Србије, а посебно високо вредновано историјско и уметничко наслеђе српских средњовековних манастира и археолошких локалитета као извора и надахнућа српске државности.

Главни стратешки недостаци које надлежни органи Републике Србије морају да реше да би Република Србија остварила успех на међународном туристичком тржишту су:

- 1) на међународном тржишту још увек нема свести о Републици Србији као туристичкој дестинацији, посебно због чињенице да земља још увек нема национални туристички бренд и да још није формулисала и међународно комерцијализовала препознатљиве туристичке производе засноване на систему искуства, као и услед веома ниског буџета за промоцију туризма;
- 2) недостатак општеприхваћене националне визије туризма Републике Србије, недостатак локалних (регионалних) визија, као и недостатак туристичког структурисања туризма Републике Србије на основу доминантног искуства;
- 3) услед недовољне сарадње и координације између министарстава и релевантних интересних група у туризму Републи-

ке Србије, још увек недовољно артикулисана и успостављена просторно-урбанистичка регулатива већине садашњих и потенцијалних туристичких дестинација и центара, недовољна заштита и одржавање главних националних, природних и културних ресурса/атракција, илегална градња, као и непримењивање закона, контроле и казнене политике код инцидентата на подручју животне средине (дивље депоније);

- 4) недовољна свест и разумевање важности система туристичких искустава и успостављања целокупног ланца вредности код већине садашњих производа српског туризма;
- 5) ограничен приступ у Републику Србију, односно поједине њене туристичке интересантне делове, као комбинована последица малог броја функционалних аеродрома, недостатка нискобуџетних авиопревозника, односно малог броја савремених аутопутева и опште запуштености друмске, железничке и речне инфраструктуре;
- 6) недостатак међународно квалификованих хотелских и туристичких менаџера, кадрова у новим туристичким занимањима (анимација, забава, манифестације, тематски паркови, интерпретациони центри и сл.), као и ниска мобилност радне снаге и нефлексибилност система запошљавања (сезонски рад, флексибилно радно време и сл.).

Закључна разматрања 4

Поред природних ресурса и географских лепота које Србија недовосмислено има, битну улогу у развоју туризма и агротуризма има и правна регулатива. Наиме, да би туристичка делатност представљала значајан елемент у укупном друштвеном бруто производу Србије, поред економских улагања неопходна је и одговарајућа правна регулатива, јер управо поменути фактори знатно утичу на развој туристичке делатности и туристичких капацитета.

Водећи се претходно реченим, у раду су представљена и анализирана законска и стратешка решења у Србији како у области агротуризма, тако и у области туризма.

Кроз доношење законских и стратешких докумената туристичка делатност у Србији добила је неопходан нормативни оквир. Али проблематика која често прати усвајање стратешких планова и законских решења, и којом се треба врло детаљно позабавити јесте упућеност и познавање односних норми од стране адресата којих се те норме директно тичу. Наиме, познавање прописа из ове области међу потенцијалним пружаоцима услуга у туризму није на задовољавајућем нивоу. Едукација, као начин да се они упознају са законским могућношћу за започињања неке од делатности из области туризма је предуслов за развој туризма у Србији.

5 Литература

1. Vujović S. (2007), . Агротуризам као подстицајни фактор економског развоја Војводине, Тематски зборник „Актуелни проблеми транзиције агропривреде“ (ур. Радован Пејановић), бр. 36, Нови Сад, стр. 125.-136.
2. Закон о подстицајима у пољопривреди и руралном развоју, Сл. гласник РС, бр. 10/2013
3. Закон о пољопривреди и руралном развоју, Сл. гласник РС, бр. 41/2009 и 10/2013 - др. закон
4. Закон о туризму, Сл. гласник РС, бр. 36/2009, 88/2010, 99/2011 - др. закон и 93/2012
5. Закону о привредним друштвима, Сл. гласник РС, бр. 36/2011 и 99/2011, 83/2014 - др. закон и 5/2015
6. Stafanović, V., Azemović, N. (2012): Одрживи развој туризма на примеру Власинске површи, Школа бизнис, број 1., 38.-50.
7. Стратегија пољопривреде и руралног развоја Републике Србије за период 2014-2024. године, Сл. гласник РС, бр. 85/2014
8. Стратегија развоја туризма Републике Србије, Службени гласник РС, бр. 91/2006

Primljen/Received: 16.11.2015.

Prihvaćen/Accepted: 21.03.2016.

OSNOVNE KARAKTERISTIKE DIREKTNE PRODAJE POLJOPRIVREDNO- PREHRAMBENIH PROIZVODA¹

Zarić Vlade², Rakonjac Svetlana³,
Urošević Marija⁴

Rezime

Direktna prodaja je vekovima stara praksa koja je pomogla brojnim uspešnim organizacijama danas. Postoje brojni oblici direktne prodaje poljoprivredno-prehrambenih proizvoda čija je zajednička karakteristika to što skraćuju put i dovode do direktnog susreta proizvođača i krajnjeg potrošača. Uključivanjem u direktne kanale distribucije, poljoprivrednici mogu ostvariti veću prodajnu cenu, kontrolu nad proizvodima i niz drugih prednosti. Ovaj metod distribucije je pogodniji za poljoprivredne proizvode koji ne zahtevaju dalju preradu kao što su voće i povrće i upravo kod tih proizvoda postoje najmanji zakonski propisi. Dakle, direktnom prodajom proizvođači mogu povećati svoj udeo u potrošačkim cenama i izbeći posrednike u distributivnim lancima. Međutim, direktna prodaja nosi sa sobom i određene rizike zakonodavstva kao i nesigurnosti usled variranja cene i količine koje nisu fiksne kao u ugovorenoj proizvodnji. Sve je više potrošača koji su zainteresovani za lokalnu kupovinu svežih i zdravih namirnica. Da bi direktna prodaja bila uspešna nije dovoljno samo ponuditi proizvod vrhunskog kvaliteta, interakcija između proizvođača i potrošača i niz drugih okolnosti imaju presudan uticaj.

Ključne reči: direktna prodaja, potrošač, poljoprivredno-prehrambeni proizvodi

BASIC CHARACTERISTICS OF DIRECT SALE OF AGRICULTURAL AND FOOD PRODUCTS

Zarić Vlade¹, Rakonjac Svetlana²,
Urošević Marija³

Summary

Direct selling is a centuries old practice that has helped many successful organizations today. There are numerous forms of direct sale of agricultural and food products whose common characteristic is that they shorten the distance and lead to the direct contact between producers and customers. Getting involved in direct distribution channels, farmers can gain higher selling prices, better control of their products and a range of other benefits. This distribution method is more suitable for agricultural products which do not require further processing such as fruits and vegetables, and the regulations related to them are the smallest indeed. Thus, direct sale producers can increase their market share in consumer prices and avoid intermediaries in the distribution chains. However, direct sales carry a certain level of legislation risks and uncertainties due to variations in prices and quantities that are not fixed as in contracted production. There are more and more consumers who are interested in local purchases of fresh and healthy ingredients. In order for direct sale to be successful, it is not enough just to offer a high quality product, but the interaction between producers and consumers and a number of other circumstances have a crucial influence too.

Key words: direct sales, consumer, agricultural and food products

1 Ovaj rad je rezultat istraživanja koje finansira Ministarstvo nauke Republike Srbije. Projekat III 46001: Razvoj i primena novih tradicionalnih tehnologija u proizvodnji konkurentnih prehrambenih proizvoda sa dodatom vrednošću za evropsko i svetsko tržište – stvorimo bogatstvo iz bogatstva Srbije. Projekat broj TR 31034: „Odbrane biološke opasnosti za bezbednost/kvalitet hrane animalnog porekla i kontrolne mere od farme do potrošača” – radni paket: „SWOT analiza i definisanje ankete za snimanje ispunjenosti prethodno zahtevnih programa”

2 Dr Vlade Zarić, redovni profesor, Poljoprivredni fakultet Univerziteta u Beogradu, Zemun, Nemanjina 6, 11000 Beograd, Srbija, e-mail: vzaric@agrif.bg.ac.rs

3 Rakonjac Svetlana, diplomirani menadžer, student master studija, Poljoprivredni fakultet Univerziteta u Beogradu, Institut za agroekonomiju, e-mail: cecarakonjac@gmail.com

4 Urošević Marija, student osnovnih studija, Poljoprivredni fakultet Univerziteta u Beogradu, Institut za agroekonomiju, e-mail maki9922@gmail.com

1 Vlade Zarić, PhD, Professor, University of Belgrade, Faculty of Agriculture, Nemanjina 6 Zemun, Serbia, e-mail: vzaric@agrif.bg.ac.rs

2 Rakonjac Svetlana, Graduate Manager, University of Belgrade, Faculty of Agriculture, Institute of agricultural economics, e-mail: cecarakonjac@gmail.com

3 Urošević Marija, Bachelor Student, University of Belgrade, Faculty of Agriculture, Institute of agricultural economics, e-mail: maki9922@gmail.com

1 Uvod

Direktna prodaja se najbolje može opisati kao marketing proizvoda i direktna usluga potrošačima, licem u lice, uglavnom u njihovim kućama ili na svom radnom mestu i na drugim mestima daleko od stalnih maloprodajnih lokacija, obično praćena objašnjenjima ili demonstracijama od strane nezavisnog direktnog prodavca.

Prema Lauri Aguglia, direktna prodaja je marketing strategija koja može dovesti poljoprivrednicima da naprave kontrast štetnih efekata produktivizma i neuravnotežene moći u međunarodnom agro-industrijskom lancu snabdevanja hranom.

Istvan Feher direktnu prodaju definiše kao, distributivnu ili komercijalnu aktivnost od strane lokalnih poljoprivrednika koji koriste svoje veštine komunikacije, čineći iskustvo kupovine prijatnom i nezaboravnom za potrošača.

Cilj i predmet istraživanja je da se ispita značaj, razlike u pristupima i definisanju između pojedinih autora koji su sprovedi istraživanje iz poznatih oblasti direktne prodaje, kao što su distribucija, promet, marketing, oglašavanje i slično. Analizirane su osnovne karakteristike, uslovi i zakonski propisi koji se tiču direktnih kanala distribucije poljoprivredno-prehrambenih proizvoda.

Ovakav vid prodaje se pre svega javlja usled potrebe za unapređenjem razmene i isključivanjem nepotrebnih posrednika na putu robe od proizvođača do potrošača. Direktna prodaja obogaćuje savremeno tržište i može biti važan izvor prihoda za veliki broj poljoprivrednih gazdinstava.

2 Karakteristike direktne prodaje poljoprivredno-prehrambenih proizvoda

Direktna prodaja kao kanal distribucije je definisan sa više aspekata. Svakom definisanje neposredne, odnosno direktne prodaje daje isti zaključak, a to je da se radi o distributivnom lancu gde ne postoje posrednici na strani prodaje.

Direktnom prodajom, za razliku od indirektna, proizvođač svoje proizvode prodaje krajnjem potrošaču. Uprkos tome što je najstarija metoda komercijalne distribucije poznata čovečanstvu, direktna prodaja nije dobro shvaćena (Albaum 1992, Peterson & Wotruba 1996). S vremena na vreme, direktna prodaja je nepropisno izjednačavana sa neželjenim manifestacijama kao što je šematska piramida i veoma često direktnu prodaju mešaju sa direktnim marketingom (Bauer & Miglautsch 1992). Postoje brojne metode komercijalne distribucije koje predstavljaju direktan marketing ali ne i direktnu prodaju.

Važnost i oblici direktne prodaje menjali su se tokom prošlog i ovog veka. Početkom osamdesetih godina prošlog veka ovaj oblik prodaje poljoprivrednih proizvoda u svetu je počeo da se obnavlja i da dobija sve više na značaju. Direktna prodaja poljoprivrednih proizvoda odslikava trend ka proi-

zvodnji i potrošnji domaćih, svežih proizvoda i regionalnih specijaliteta.

Prema Mirijaniću i saradnicima, do ove promene dolazi usled smanjenja prihoda u poljoprivredi sa jedne strane, kao i promena svesti potrošača, s druge strane. Kao razloge za obnavljanje direktne prodaje poljoprivrednih proizvoda navode povećanje prihoda, faktor kvaliteta, konzumiranje u svežem stanju, revitalizacija pijaca, osiguranje radnih mesta na porodičnim poljoprivrednim gazdinstvima i dr.

Laura Agugla (2009) navodi da direktna prodaja na lokalnom nivou pomaže farmerima da pre svega smanje troškove transporta. Imajući u vidu sezone i teritorijalne karakteristike koje razlikuju direktnu prodaju, druge uštede troškova mogu nastati kao rezultat smanjenih potreba u smislu čuvanja i pakovanja.

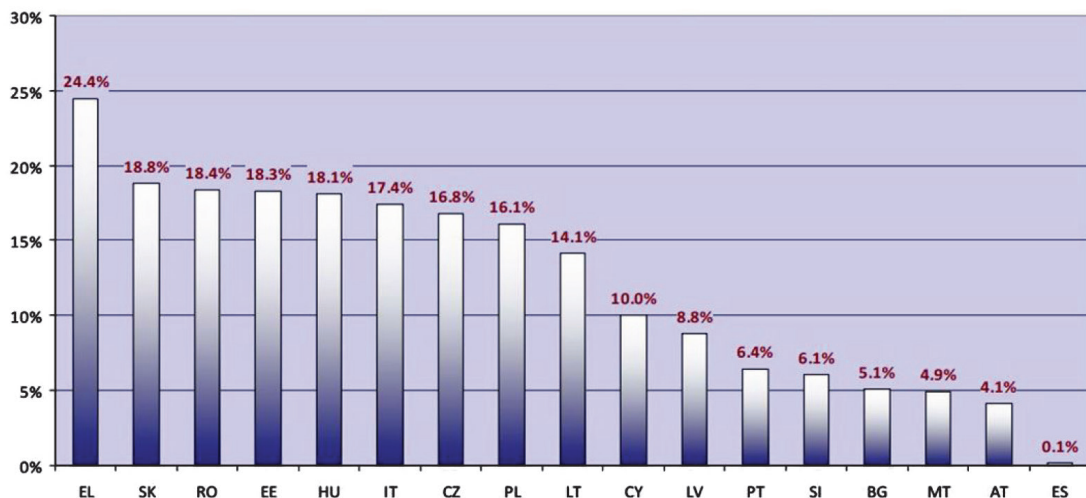
Značaj direktne prodaje, prema Istvan Feheru, je "obostrana korist" u kojoj su i proizvođač i potrošač pobednici. Proizvođač od direktne prodaje ima iskustvenu i radnu dobit u prihodima, dok je potrošač obezbeđen sa zdravom hranom visokog kvaliteta. Poljoprivrednici koji će imati najviše koristi od direktne prodaje su, pre svega oni koji poseduju neophodnu radnu snagu, kapacitet i znanje.

Istvan Feher (2012) navodi sledeće prednosti direktne prodaje:

1. pomaže lokalnom otvaranju novih radnih mesta;
2. rastuća sposobnost zadržavanja populacije u ruralnim područjima;
3. povećava dodatnu vrednost proizvoda;
4. razlikuje i povećava snabdevanje proizvoda;
5. pomaže poljoprivrednicima u marketing orijentaciji;
6. poboljšava pregovaračku poziciju poljoprivrednika;
7. povećava poverenje potrošača i utiče na javno mnjenje o proizvodnji hrane i snabdevanju kao celini;
8. povećava prihode poljoprivrednika i smanjuje zahteve za socijalnim davanjima u ruralnim područjima;
9. pojačava tržišno učešće ruralnih područja u lancima ishrane i usluga;
10. poštuje zahteve životne sredine i blagostanje životinja;
11. promoviše razvoj seoskog turizma;
12. može smanjiti potrebu za prevozom i njegove troškove.

Potrošači osećaju veće zadovoljstvo u kupovini ukoliko uđe u komunikaciju sa poljoprivrednikom. Na zadovoljstvo potrošača utiče i sam napor koji je preduzet pri kupovini. Potrošači takođe traže da kombinuju iskustvo kupovine zajedno sa prijatnom vožnjom daleko od gradskih gužvi u mirnija mesta susednih gradova, u potrazi za prirodnim proizvodima organskog porekla (Istvan Feher, 2012).

Prema Kovačiću (2005), najčešći motivi za direktnu kupovinu od proizvođača jesu: tradicionalna proizvodnja, preglednost proizvodnog postupka, lični kontakt sa proizvođačem, međusobno poverenje i slično. U poslednjih nekoliko godina sve je više inicijativa kojima se nastoji primeniti direktna prodaja a na to ukazuje i činjenica se direktna prodaja širi u svetu. Od evropskih zemalja, direktna prodaja je najzastupljenija u Austriji, Nemačkoj, Italiji i Švajcarskoj.



Slika 1: Učešće poljoprivrednika sa više od 50% njihove proizvodnje prodate direktno potrošačima u nekim državama članica

Figure 1: Share of farmers with more than 50% of their production sold directly to the consumers in some member states

Izvor: Slika izrađena prema podacima Eurostat istraživanju strukture poljoprivrednika 2007. godine

3 Oblici direktne prodaje poljoprivredno-prehrambenih proizvoda

Kanali prometa kroz koje se kreću poljoprivredno prehrambeni proizvodi su veoma brojni i različiti i mogu se podeliti na više kriterijuma: ⁵

1. Prema prirodi veza između prodaje i potrošnje:

- neposredni (direktni) promet
- posredni (indirektni) promet

2. Prema broju učesnika u lancu prometa:

- dugi,
- srednji i
- kratki

3. Prema legalnosti veza između proizvodnje i potrošnje:

- legalni i
- ilegalni

Prema Mirijaniću i saradnicima (2013), kriterijum za osnovnu podelu kanala prodaje je ko obavlja funkciju formiranja prodajnog asortimana, odnosno da li se na putu proizvoda do krajnjeg potrošača javlja posrednik ili ne. U prvom slučaju radi se o indirektnoj prodaji preko posrednika, a u drugom o direktnoj prodaji.

⁵ Ivošević, S. "Mesto, uloga, značaj i mogućnosti trgovine na malo Vojvodine u plasmanu poljoprivredno-prehrambenih proizvoda", Zbornik radova za savetovanje. "Finalizacija i plasman hrane", Osijek, 1989.

Prema Loureti i saradnicima (2005), dve grupe aktera posmatraju kanal distribucije iz različitih uglova: trgovci gledaju iz pravca tržišta i vide ga kao kanal snabdevanja, dok isti taj kanal snabdevači gledaju u pravcu tržišta i vide ga kao kanal prodaje.

Wirthgen & Maurer (2000) navode da proizvođač ima dve mogućnosti direktne prodaje krajnjem potrošaču i to prodaju na gazdinstvu i promet putem organizovanih prodajnih mesta u blizini potrošača. Prodaja pored puta i vlastita trgovina prema navedenim autorima imaju međupoziciju, jer se navedeni oblici direktne prodaje mogu nalaziti u neposrednoj blizini ili na neznatnoj udaljenosti od gazdinstva.

Kanali distribucije, prema Milisavljeviću (1997), nisu unapred dati i u njih se proizvođači ne uključuju automatski, već se radi o dinamičkoj strukturi prometa i neophodnosti da proizvođač polazeći od svojih potreba i mogućnosti nađe optimalno rešenje u datim uslovima poslovanja.

Iz prethodno navedenog možemo zaključiti da u direktnoj prodaji nema posrednika, već je kupac robe ujedno i njen potrošač i za njega je kupljena roba upotrebna vrednost.

Poljoprivredni proizvodi se mogu direktno prodavati:

1. maloprodaji,
2. veleprodaji,
3. prerađivačkim malim i srednjim preduzećima i prerađivačkoj industriji.

Prema Kovačiću (2005), oblici direktne prodaje poljoprivrednih proizvoda su:

1. samo berba,
2. prodaja u dvorištu porodičnog poljoprivrednog gazdinstva,
3. prodaja preko restorana i vinoteka u vlasništvu gazdinstva,
4. prodaja pored puta,
5. prodaja iz dostavnog vozila,
6. prodaja iz seoske prodavnice u vlasništvu gazdinstva,
7. lična prodaja na gradskoj pijaci,
8. lična prodaja na seoskoj pijaci,
9. prodaja preko seoskog sajma i seoske manifestacije,
10. prodaja putem porudžbine.

Među novijim oblicima direktne prodaje javljaju se mini marketi u trgovačkim centrima (npr. mlekomat) i prodaja preko interneta.

Kao novi koncept direktne prodaje u SAD-u se razvila zakup (lizing - leasing) prodaja poljoprivrednih proizvoda. U zakupu mogu biti voćna stabla, deo povrtnjaka, mlečne krave, kokoške nosilje i drugo. Brigu o proizvodnji preuzima proizvođač, a korisnik lizinga ima pravo na žetvu.⁶ Prednost ovog koncepta prodaje je sigurno tržište pre početka proizvodnje i vezivanje kupca za porodično poljoprivredno gazdinstvo.

Poljoprivrednici imaju mnogo opcija u razvoju direktnog oblika prodaje.

⁶ <http://www.mojisijev.com/agro-marketing/141-savremeni-trendovi-u-direktnoj-prodaji->

Najvažnija zajednička karakteristika svih prethodno navedenih oblika direktne prodaje je da oni skraćuju udaljenost i favorizuju direktnu vezu između proizvođača i potrošača.

Tabela 1: Tipovi lokalnih sistema hrane i kratkih lanaca snabdevanja u EU
Table 1: Types of local food systems and short supply chains in the EU

Kratki lanci snabdevanja hranom	Pod-klasifikacija
	CSA (Community Supported Agriculture) – Zajednica za podršku poljoprivredi: Postoje varijacije po različitim regionima i zemljama ali prate iste osnovne principe, pri čemu pretplatnik dobija udeo od žetve u zamenu za novac i rad.
<i>Prodaja u blizini</i> Ovo se može postići delovanjem individualnih poljoprivrednika ili kolektivno, ali proizvodnja mora biti praćena imenovanim proizvođačem.	<i>Prodaja van farme - komercijalni sektor</i> - Poljoprivredno tržište i druga tržišta - Maloprodajni objekti u vlasništvu poljoprivrednika - Festivali hrane/turistički događaji - Prodaja direktno potrošačkim zadrugama/kupovne grupe - Prodaja na malo od strane poljoprivrednika koji jasno navode njihov identitete <i>Prodaja van farme – ugostiteljski sektor</i> - Prodaja bolnicama, školama i dr. Ugostiteljski sektor u ovom slučaju je shvaćen kao "potrošač". <i>Direktna isporuka poljoprivrednika</i> - Seme isporuke
<i>Prodaja na daljinu</i> Ovo se može postići delovanjem individualnih poljoprivrednika ili kolektivno, ali proizvodnja mora biti praćena imenovanim proizvođačem.	<i>Direktna isporuka poljoprivrednika</i> - Šema isporuke - Internet prodaja - Specijalni trgovci

Izvor: <http://ftp.jrc.es/EURdoc/JRC80420.pdf>

Istvan Feher (2012), navodi da poljoprivrednici mogu prodavati njihove proizvode u svojim prodavnicama, preko kataloga i/ili dostavom restoranima i prodavnicama. Direktni kanali prodaje prema Feheru, pored već pomenutih uključuju: prodaju na farmi, štandovima i na lokanim tržištima gde se prodaju proizvodi u datoj sezoni.

Istraživanja pokazuju da se u manje razvijenim zemljama, sa nedovoljnom ponudom proizvoda, proizvođači opredeljuju za kratke kanale prodaje. Kada govorimo o pijaci kao mestu susretanja prodavca i potrošača, onda možemo reći da se radi o kratkom kanalu prodaje. Razvijene zemlje pijacu koriste kao alternativni oblik prodaje svojih poljoprivrednih proizvoda, dok je kod zemalja niske ekonomske moći, njihova uloga znatno veća.

Prema Cvijanoviću, pijace će imati značajnu ulogu u podmirivanju potreba građana, sve dok se trgovina, radikalno reorganizovana i odgovarajuće opremljena (odgovarajućim hladnjačama i skladištima), ne osposobi za kvalitetno i cenovno konkurentno snabdevanje građana.

Hiper i supermarketi takođe prepoznaju mogućnosti marketinga u diferencijaciji proizvoda. To je razlog zašto postoji sve više opcija kupaca pri kupovini. Najčešći noviji oblici kupovine su poručivanje proizvoda putem telefona ili in-

terneta. Od skoro, restorani i hoteli imaju sve veću potrebu za uslugama isporuke od proizvođača (Hajdu – Lekner 1999). Dakle, ovim putem proizvođači prevoze naručenu robu direktno maloprodaji i izbegavaju distributivnu platformu.

Noviji razvoj alata informacione tehnologije olakšao je pokretanje elektronskih sredstava direktne prodaje, pod nazivom "internet marketing". Ovaj oblik marketinga daje novu priliku za razvoj šema direktne prodaje (Istvan Feher, 2012). Tradicionalni metod proizvodnje vina može biti dopunjen internet prodajom.

Prema Rozet & Seguin (2003), sve više proizvođača vina koriste elektronski marketing kao odgovor na sve veći broj onlajn društva za trgovinu vinom. To će i dalje biti u porastu i bitna marketinška metoda za proizvođače vina, kako bogatiji potrošači budu nastavljali da kupuju kompjutere. Onlajn prodaja hrane je pokrenuta u mnogim zemljama EU, kao deo popularnog ruralnog turizma koji pomaže kupcima da se upoznaju sa uslovima proizvodnje i lično upoznaju proizvođače.

Istvan Feher je naveo primer direktne prodaje jedne akcije poljoprivredne Komore Bač – Kiškon (Bács-Kiskun) pod nazivom "Podrum - turneja" ili "Kuhinja - turneja". "Podrum turneja" je sajt na kome poljoprivrednici primenjuju direktnu distribuciju. Poljoprivrednici se pridržavaju uslova, da sajt nudi njihove proizvode. Ovaj sajt daje priliku poljoprivrednim proizvođačima voća, povrća, organskih proizvoda, mleka, mlečnih proizvoda, meda, svinjskog mesa, živine, jaja, ribe, divljih proizvoda i pečuraka da prošire svoje tržište. Sa druge strane, sajt pomaže potrošačima u pronalaženju poljoprivrednih proizvođača od kojih mogu da kupe željene proizvode. Deo sajta pruža uvod u poljoprivredno domaćinstvo, njihovo mesto i aktivnosti. Međutim, njihovi proizvodi se ne mogu kupiti putem interneta. (www.kamra-tura.hu)

Veb sajt predstavlja 95 poljoprivrednika sa 124 proizvoda i većina poljoprivrednika koji se uključuju u program su lideri u ekološkoj proizvodnji. Pojedini učesnici prodaju sveže poljoprivredne proizvode, dok drugi nude i pripremljene proizvode kao što su marmelade, sušeno voće i slično.

Postoji primer u kome su se italijanski i slovenački vlasnici porodičnih gazdinstava koja proizvode mleko, dosetili kako da prebrode put "od krave do trpeze". Tako su širom Italije i Slovenije postavili mlekomate i zaobišli velike mlekare i trgovačke lance.⁷ Mlekomati rade poput bankarske sabraće, bankomata. Mreže mlekomata se šire, jer se poljoprivrednici brzo prilagođavaju profitabilnim idejama, a potrošač u svako doba dana i noći može dobiti sveže mleko.

Uslovi direktne prodaje 4 poljoprivredno-prehrambenih proizvoda

Direktna prodaja donosi niz poslovnih aktivnosti i izazova za poljoprivredne proizvođače. Ulaskom u direktnu prodaju poljoprivredna gazdinstva se uz osnovnu delatnost poljoprivredne proizvodnje suočavaju sa novim obavezama. Iz tog razloga je jako važna motivacija članova gazdinstva za dodatni radni

⁷ <http://www.mojisijev.com/agro-marketing/141-savremeni-trendovi-u-direktnoj-prodaji>

napor. Poljoprivredna gazdinstava preuzimaju brojne funkcije koje se tiču skladištenja, prevoza, dorade i prerade, reklamiranja i prodaje svojih proizvoda.

Prema Kovačiću (2005), poljoprivredna gazdinstva koja se žele ozbiljnije baviti direktnom prodajom moraju se suočiti sa ulaganjima koje zahteva ovaj vid prodaje. To mogu biti ulaganja u skladišne, preradne i distributivne kapacitete, ulaganje u promociju, ulaganja radi zadovoljenja zakonskih propisa i slično.

U direktnoj prodaji, veoma je bitno pridržavati se postojećih pravila i regulativa, u pogledu proizvodnje proizvoda vrhunskog kvaliteta i probuditi svest potrošača upoznavajući ga sa proizvodima prilikom njihove kupovine. Ovaj vid prodaje je pogodniji u sredinama u kojima su potrošači dobrodošli i tamo gde je proizvodnja locirana blizu ciljnog tržišta (Istvan Feher 2012).

Direktnoj prodaji uglavnom pribegavaju mali i srednji proizvođači, dok se velika porodična poljoprivredna gazdinstva teže prilagođavaju poslovnim aktivnostima koje zahteva ovaj vid prodaje. Ukoliko se članovi domaćinstva opredele za dalju preradu svojih proizvoda, radni zahtevi se još više povećavaju.

Poljoprivredni proizvodi koji su najprikladniji za direktnu prodaju su upravo oni koji ne zahtevaju dalju preradu i koji se mogu odmah trošiti. Ukoliko se domaćinstva, pak opredele za dalju preradu ili doradu, prodajom takvih proizvoda povećavaju se njihovi prihodi ali se javljaju dodatni troškovi. Prerada zahteva dodatna ulaganja u objekte, opremu, zaposlenost i organizaciono-tehničke uslove proizvodnje. Pored većih ulaganja koje smo naveli kao otežavajuću okolnost treba istaći, da prerada otežava direktnu prodaju u zakonskom, tehnološkom i organizacionom pogledu.

Prema Mirijaniću i saradnicima (2013), ovaj oblik prodaje naročito je pogodan za proizvode koji ne zahtevaju veliki stepen dorade i prerade kao što su: voće, povrće, jaja, mleko ali i za proizvode kod kojih je visok stepen osetljivosti tokom transporta. Dok Istvan Feher (2012) navodi da se direktna prodaja potrošačima najviše primenjuje u proizvodnji voća.

Donosioci odluke o poljoprivrednoj politici na svim vlastima (državna, regionalna, lokalna), zainteresovani su za načine kojima mogu povećati odnosno osigurati dohodak poljoprivrednika. Ovo se naročito odnosi na poljoprivrednike koji zbog objektivnih ili subjektivnih okolnosti ne mogu da proširuju svoju proizvodnju, odnosno ne mogu da proizvode velike količine i ostanu konkurentni na tržištu (Robert Črep & Kristijan Jelaković, 2006).

5 Zakonski okviri direktne prodaje

Najmanji zakonski propisi postoje kod svežih poljoprivrednih proizvoda kao što su voće i povrće, dok su uslovi za prodaju proizvoda životinjskog porekla nešto složeniji, a posebno mesnih prerađevina (Robert Črep & Kristijan Jelaković, 2006). Oni navode sledeće osnovne pravilnike koji se tiču direktne prodaje poljoprivrednih proizvoda: Pravilnik o veterinarsko zdravstvenim uslovima kojima se moraju udovoljiti objekti registrovani za obradu, preradu i skladištenje proizvoda životinjskog porekla na porodičnim poljoprivrednim gazdinstvima (NN, 149/3); pravilnik o pružanju turističkih usluga na poljoprivrednom gazdinstvu (NN, 22/96, 47/97, 25/99, 29/00, 196/03).

Kovačić navodi dodatne propise koji se tiču direktne prodaje, i to: Zakon o trgovini (NN, 49/03), porezni zakon, zakoni i pravilnici vezani za zdravstvenu sigurnost i kvalitet hrane.

Tabela 2: Pravna pomoć u direktnoj prodaji i preradi poljoprivrednih proizvoda

Table 2: Legal aid in direct sales and processing of agricultural products

OSNOVNE
KARAKTERISTIKE
DIREKTNE PRODAJE
POLJOPRIVREDNO-
PREHRAMBENIH
PROIZVODA

Pravno područje	Pravni saveti
Poresko zakonodavstvo	Poreska uprava i računovodstvene usluge
Trgovačko zakonodavstvo	Privredna inspekcija
Zdravstvena sigurnost i kvalitete hrane	Sanitarna i veterinarska inspekcija
Veterinarstvo	Veterinarska inspekcija
Deklarisanje i označavanje	Privredna inspekcija
Ugostiteljsko zakonodavstvo	Privredna inspekcija
Registracija i pravni saveti	Tela državne uprave

Izvor: Kovačić, 2005

Pravnu pomoć za praktične savete treba potražiti u ustanovama koje su zadužene za sprovođenje svakog pojedinačnog propisa.

Stručnjaci su se u periodu od 2012. do 2013. godine bavili pitanjima direktne prodaje i kratkih lanaca snabdevanja, uključujući i kako razviti šemu obeležavanja za proizvode koji se prodaju direktno i lokalno, sa ciljem da se pomoćne poljoprivrednicima da pronađu alternativne kanale i diversifikuju svoje izvore prihoda.

Važeća pravila kvaliteta hrane EU se mogu sažeti u sledeće:⁸

1. Opšte higijenske odredbe za osnovne proizvode;
2. Opšti higijenski uslovi za sve ostale posle vezane za hranu;
3. Aplikacija proizvođača bazirana na principima HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points);
4. Obaveza odobrenja osnivanja;
4. Posebna pravila higijene za hranu životinjskog porekla;
5. Naknade za organizaciju zvanične kontrole posebnih pravila za proizvode životinjskog porekla.

Postoji nekoliko mogućnosti isključivanja, odstupanja i adaptacija od usvojenih i postojećih pravila EU za proizvođače hrane, tzv. fleksibilnost. Ove mogućnosti su objašnjene i objavljene od strane Komisije EU 2010. godine i mogu se sažeti u sledeće:⁹

1. Isključivanja država članica iz određenih odredbi zakona - Ključna mera koja olakšava direktnu prodaju je činjenica da direktno

⁸ http://ec.europa.eu/agriculture/quality/local-farming-direct-sales/pdf/working-document-12-2013_en.pdf

⁹ http://ec.europa.eu/agriculture/quality/local-farming-direct-sales/pdf/working-document-12-2013_en.pdf

snabdevanje od strane proizvođača osnovnih poljoprivrednih proizvoda krajnjim potrošačima isključuje primenu celog higijenskog paketa EU.

2. Odstupanja država članica od određenih odredba (pod određenim okolnostima) - Na primer, klanice ne moraju da imaju mesto sa odgovarajućim objektima za čišćenje, pranje i dezinfekciju prevoznih sredstava za stoku, ako zvanično ovlašćeno mesto i objekti za tu svrhu postoje u blizini. Najvažnije za male poljoprivredne proizvođače koje se bave preradom je mogućnost odstupanja u pogledu prostorija u kojima se hrana sa tradicionalnim osobinama izlaže za potrebe razvoja njihovih karakteristika (npr. sazrevanje sira). Hrana se može držati u prostorijama u kojima zidovi, plafoni i vrata nisu glatki, nepropustljivi i ne apsorbuju što nije u skladu sa zahtevima za veće prehrambene objekte.
3. Adaptacija država članica – Odnosi se na prilagođavanje higijenskim uslovima u specifičnim okolnostima.

Ovi primeri su relevantni samo za poljoprivredne proizvođače koji žele da se uključe u direktne ili kratke lance prodaje. Postoji nekoliko država članica koje ne koriste mogućnosti koje im pružaju ova odstupanja. Države članice moraju obavestiti Komisiju o merama fleksibilnosti koje žele da primene.

Pravilnik označavanja hrane se primenjuje na svim namirnicama koje su postavljene u Direktivi 2000/13/EC, koja je ažurirana regulativom EU za pružanje informacija potrošačima. U cilju pružanja informacija za potrošače, na samoopredeljenje, šeme označavanja treba da imaju sledeće karakteristike:

1. Jasan koncept šematskih ciljeva tako da se omogući razlikovanje između šema;
2. Jasno prepoznatljivu geografsku granicu šeme;
3. Obeležavanje treba fokusirati na stvaranje odnosa između poljoprivrednih proizvođača i potrošača što se postiže na više načina (ukazivanjem na proizvođača proizvoda i njegovu adresu; pružanjem informacija o specifičnim karakteristikama i atributima proizvoda; jasnim pokazateljem vrsta kanala snabdevanja, odnosno da li se radi o direktnoj prodaji ili prodaji preko posrednika da bi se došlo u dodir sa fer cenom u trgovini; u slučaju prerađene hrane proizvođači trebaju da se osiguraju u pogledu porekla sirovina i sastojaka).

Istvan Feher (2012) ističe da prema novim propisima, poljoprivrednici – kada steknu potrebnu licencu imaju priliku da proizvode i prodaju "osnovne sirove poljoprivredne proizvode" u malim količinama. Na primer, mali proizvođači mogu klati živinu na svojim gazdinstvima. Veću stoku je dozvoljeno klati, radi dalje prerade samo u ovlašćenim klanicama. Međutim, poljoprivrednici mogu samostalno prodavati mesne prerađevine. Pravila su jednostavnija za voće i povrće.

U Mađarskoj, ukoliko proizvođač prodaje osnovne poljoprivredne proizvode (živinsko meso) lokalnoj maloprodaji ili ugostiteljskim objektima, proizvođač mora da priloži overenu kopiju zvaničnog veterinarskog dokumen-

ta svom poslovnom partneru. U slučaju upakovane robe, prilažu se lični podaci proizvođača (Istvan Feher, 2012). Poseban zakon propisuje oznake i informacije na upakovanim proizvodima. U slučaju neupakovanih osnovnih proizvoda, na mestu prodaje se mora navesti ime proizvođača, njegova adresa ili adresa domaćinstva, ime proizvoda, najbolje do datuma i garantni rok držanja, temperatura držanja i dr.

Prema Robert Črepu & Kristijanu Jelakoviću, razvoj tržišta stvara nove pretnje direktnoj prodaji. Sniženejm cena poljoprivrednih proizvoda i preuzimanjem tržišta maloprodaje od velikih trgovačkih lanaca nastaje cenovna nekonkurentnost direktnih prodavača. Navedeni autori posebno ističu rizik zakonodavstva u kojem se mogu očekivati veći zahtevi u pogledu higijene i zdravstvene sigurnosti hrane, posebno proizvoda životinjskog porekla. Ovi propis mogu otežati i poskupeti direktnu prodaju.

Istvan Feher, kao jedan od glavnih problema direktne prodaje navodi prime-re Mađarske gde sadašnja regulativa ograničava direktnu prodaju u užem okviru. Da bi se ovaj problem olakšao, zakonski propisi su modifikovani. Kroz ove modifikacije, najverovatnije da će ovaj vid prodaje i distribucije biti veći. Uprkos činjenici da poljoprivredni proizvođači nemaju odgovarajuće uslove za maloprodaju i preradu svojih namirnica, oni su dužni da poštuju osnovna pravila u vezi sa prodajom.

Zaključak 6

Prodaja poljoprivrednih proizvoda značajno se razlikuje od drugih vrsta proizvoda. Te razlike su opšte poznate i proizilaze iz specifičnosti samih proizvoda, proizvodnje i prodaje, odnosno potrošnje. Količina i cene proizvoda stalno variraju kao posledica prirodnih uticaja, kraći je rok trajanja proizvoda i uglavnom su udaljena mesta proizvodnje od same prodaje. Iz prethodno navedenih razloga, uključivanjem u direktne kanale distribucije, poljoprivredni proizvođači imaju višestruke koristi.

Direktna prodaja obezbeđuje "obostranu korist", ali treba istaći da veću korist imaju sami proizvođači odnosno trgovci. Pored koristi, odluka poljoprivrednih proizvođača da se uključe u direktnu prodaju donosi nove poslovne izazove. Oni moraju uložiti veliki napor u organizaciji poslovnih aktivnosti i temeljno doneti odluke o proizvodnom asortimanu, cenama, promociji, mogućnosti prerade i slično.

Sve je veći broj poljoprivrednih proizvođača koji pribegavaju direktnoj prodaji, i potrošača koji pribegavaju direktnoj kupovini. Ključ uspeha direktne prodaje je isti kao i ključ uspeha u marketingu. Proizvođač mora da prepozna da je potrošač "kralj". Potrebe i želje potrošača moraju da dominiraju strategiju marketinga i direktne prodaje radi sticanja njihovog poverenja da izaberu direktnu prodaju pre nego prodaju u hipermarketima.

Kao najveća prednost, koja se podudara po svim izlagačima koji su se bavili direktnom prodajom, je pre svega direktan kontakt koji jača poverenje potrošača u kupljeno. Međutim, uprkos dobrim inicijativama, neprilagođenost propisa, neadekvatan marketing i nedostatak ulaganja neke su od prepreka direktne prodaje.

7 Literatura

1. Agugla Laura, De Santis Francesco, Salvioni Crstian (2009): Direct selling: a marketing strategy to shorten distances between production and consupction, National Institute of Agricultural Economics, Rome, Italy, Faculty of Economic, University of Pescara, Italy.
2. Alturas Bráulio, Maria da Conceição Santos (2004): Direct selling: the role of risk in consumer's acceptance and satisfaction, Academy of Marketing Annual Conference, University of Gloucestreshire-U.K.
3. Mirijanić Stevo, Ostojić Aleksandar, Vaško Željko, Drinić Ljiljana, Roković Gordana, Mrdalj Vesna, Figurek Aleksandra (2013): Pijace kao oblik prodaje poljoprivredno prehrambenih proizvoda, Poljoprivredni fakultet, Univerzitet u Banja Luci.
4. Mirijanić Stevo, Ostojić Aleksandar, Drinić Ljiljana, Rokvić Gordana, Mrdalj Vesna, Figurek Aleksandra (2012): Uloga i značaj zelenih stočnih pijaca u prodaji poljoprivrednih proizvoda u Republici Srpskoj, Centar za agrarni i ruralni razvoj u Banja Luci.
5. Rashid Solagberu Adisa (2012): Rural Development - Contemporary Issues and Practices.
6. Istvan Feher (2012): Direct Food Marketing at Farm Level and Its Impacts on Rural Development, Szent István University, Marketing Institute, Gödöllő.
7. Črep Robert, Jelaković Kristijan (2006): Oblici izravne prodaje seljačkih proizvoda, Hrvatski zavod za poljoprivrednu savetodavnu službu.
8. http://shodhganga.inflibnet.ac.in:8080/jspui/bitstream/10603/11194/11/11_chapter%202.pdf (Sajtu pristupljeno: 13.06.2015)
9. http://ec.europa.eu/agriculture/quality/local-farming-direct-sales/pdf/com-report-12-2013_en.pdf (Sajtu pristupljeno: 13.06.2015)
10. http://ec.europa.eu/agriculture/quality/local-farming-direct-sales/pdf/working-document-12-2013_en.pdf (Sajtu pristupljeno: 13.06.2015)
11. <http://www.mojisijev.com/agro-marketing/141-savremeni-trendovi-u-direktnoj-prodaji->
12. <http://ftp.jrc.es/EURdoc/JRC80420.pdf> (Sajtu pristupljeno: 13.06.2015)

Primljen/Received: 28.02.2016.

Prihvaćen/Accepted: 20.03.2016.

АГРОПРИВРЕДА У ДУШАНОВОМ ЗАКОНУ

Његован Зоран¹

САЖЕТАК:

Законици представљају значајан извор за тумачење укупне и аграрне историје старих и на њима насталих цивилизација, све до средњег века. Када је у питању Србија, онда је значајно анализирати Душанов законик као правни акт који је уређивао друштвене и економске односе у феудално развијеној држави. Чињеница је да су поред законика постојали и разне повеље, црквени списи и слично, међутим, законик је давао основни оквир од значаја за привређивање и постизање стабилности у функционисању привредног система.

Законик је настао на темељу византијских прописа али је њихова заједничка одлика била да вуку корене из првих познатих законика древне Месопотамије. Зато се у раду наводе и три најпознатија месопотамска законика који су по концепту, карактеру, па и садржају, готово истоветна законцима који су настајали много касније, све до средњег века. Отуда је основни циљ овог рада био да на такву чињеницу и укаже.

Кључне речи: агропривреда, средњевековна Србија, Душанов законик.

УВОД 1

Литература о стању и развоју агрокултуре у српској средњевековној држави је релативно сиромашна [Вучо, 1949]. При том, основна институционална и нормативна решења у погледу формирања одређене аграрне структуре², настајала су од времена раног феудализма па све до појаве меркантилизма и камерализма³, док је њихова темељнија разрада уследила тек у каснијем периоду. Главни циљ кодификације је био да се

¹ Универзитет у Новом Саду, Пољопривредни факултет, Трг Доситеја Обрадовића 8, Нови Сад, Е-адреса: njegovan@polj.uns.ac.rs

² Под аграрном структуром се подразумева њен шири смисао. Она укључује и друштвене, и правне оквире, у којима се одвија аграрна производња.

³ У развијеној дубровачкој средини појавио се први меркантилистички писац у свету, Бенко Котрулић (1400-1468). Шире у Пејић, 1978.

Original scientific paper
Originalni naučni rad

THE POSSITION OF AGRICULTURE WITHIN SERBIAN MEDIEVAL CODES

Njegovan Zoran¹

ABSTRACT:

Codes represent important sources for the research of the old civilization agricultural history, the agricultural history of ancient countries and on, up to the medieval times. In the case of Serbia, it is important to analyse so-called Dušan's code. It was a law act that hugely influenced social and economic relations in the developed feudal country of Serbia, especially in its agriculture and development. It is certainly true that, besides codes, there were different other law acts, religion documents issued by church, etc. However, the importance of codes was crucial for the main frame of economy relations in the country and abroad, the stability of the country and the economic system that was in play.

Dušan's code was issued on the basis of Byzantine laws, but the main characteristic of such codes was that their sources were old Mesopotamian codes. That was the reason for the introduction and analysis of three most important Mesopotamian codes whose concept, character and content are more or less identical to the codes that were issued much later, up to the medieval times. Thus, that was the main goal of analyzing that relation and pointing it out in this paper.

Key words: Agriculture, Medieval Serbia, Dušan's code.

¹ University of Novi Sad, Faculty of Agriculture, 8 Dositej Obradović Square, Novi Sad, E-mail: njegovan@polj.uns.ac.rs

омогући устоличење феудалног друштвеног уређења, док се сушти-на оваквог приступа везује са институционализацијом повлашћеног положаја за само једну друштвену класу, класу владара. Такође, на основу законика и осталих прописа, успостављана је сасвим одређена пропорција између фактора производње (радне снаге и земљишта), а тиме и динамичног развоја економских односа, динамичнијег него што је то било у Србији у претходном периоду.

Треба напоменути да законици и прописи које владари доносе у средњовековној Србији, представљају кодификацију која се ослања на претходно искуство, пре свега византијско право⁴. Ови законици нису настали теоријским разматрањем одређених случајева из живота људи и самих заједница, или на основу анализе стварних и могућих случајева, већ у суштини представљају попис норми које по својим облицима и карактеру одступају од традиционалних норми понашања. Њихова сврха је да судијама у тим ванредним случајевима, пружи основу за доношење одлука. Зато у њима нема правне, па ни логичке класификације [Вишић, 1985].

Законике доноси владар у име бога, односно држава, а појединац, односно друштво у целини је дужно да живи у сагласности са нормама које он прописује [Грубић, 1928]. Они су истовремено скуп и грађанског, и кривичног, и обичајног, и процесног, и радног права, а углавном су на овим пољима водили рачуна о основама на којима почива феудално друштво, односно, друштво оних који владају – управљају, и оних који раде⁵. Сматрало се, да се кршењем закона, појединац и/или заједница директно супротстављају богу, па стога треба да очекују и одговарајућу казну⁶. Зато се у законикима могу наћи преступи према боговима - цару, затим, против световне и/или црквене властеле као представника богова на земљи – као одраза небеске, божанске државе, даље, преступе према породици, и коначно, преступе појединаца о којима, супротно од древних начела крвне освете и одмазде (*lex talionis*), не одлучују оштећена лица, већ се поступа према одредбама владаревог законика.

По правилу, сви чланови законика су решавали питања везана за успостављање реда у животу и раду људи. То је омогућавало стварање стабилности привређивања у аграру, стимулишући га до крајњих граница, посматрано за то доба. Истовремено, закоником су добрим делом одређивани и односи размене, успостављајући тако одговарајућу привредну структуру. Међутим, чињеница је да у то време, па ни много касније, није било теоријских размишљања о праву⁷. Такав је случај и са много касније насталим средњовековним законикима, од

⁴ Постојање закона и осталих прописа има веома дугу историју која своје утемељење налази, и чији се утицај протеже још из времена древне Месопотамије, затим, преко римског и коначно, византијског права. При том, ови законици не представљају одређени кодекс – *Corpus iuris civilis* како то налаже савремено право, већ представљају *corpus* обичајног права насталог на правосудној пракси свих нивоа власти, од месног већа старешина, преко градске скупштине као проширеног већа, па до нивоа сената и сенатора [Бабић, 1947].

⁵ Мишљење древних народа је било да су богови ти који су направили неједнакост међу људима, дакле, друштвене класе, па су постојање закона за сиромашне и закона за богате схватили као природно стање.

⁶ Како законици потичу од самих богова, они се нису мењали хиљадама година већ су се само допуњавали. Дакле, они не представљају пуки збир компромисних прописа насталих као резултат обичајних норми, већ метафизичку основу моралног деловања потеклој од самих богова [Вишић, 1985].

⁷ Пример чине Солонови и Ликургови закони у античкој Грчкој, хебрејска Тора или нпр. римски законик дванаест плоча.

којих је као извор права у Србији за нас веома значајан Душанов законик [Новаковић, 1898; Радојчић, 1950; САНУ, 1943].

АГРОПРИВРЕДА
У ДУШАНОВОМ
ЗАКОНУ

Агрикултура код Срба 2

Агрикултура је била основна привредна делатност свих словенских народа и имала је своје особености у тренутку њиховог насељавања на Балканско полуострво,⁸ затим, у време њихове стабилизације на том простору у контакту са староседеоцима, и коначно у контакту са суседима. Овај судар различитих народа и цивилизација, давао је основни печат развоју производних снага и односа у области аграра, одакле се ширио и на друге привредне делатности. Стога се може оценити да су управо ова преплитања у великој мери условила аграрне односе и њихов развој у средњовековној Србији⁹.

Агрикултура Срба је углавном била натурална са аутаркичним елементима у оквиру сваке привредне јединице (породичне или шире заједнице), а сам привредни живот је увек у значајној мери био условљен и међусобно испреплетан са политичким животом. То у овом случају може само да значи да су стални ратови имали значајан утицај на аграр.

У почетку, јачање Византије је имало значајан одраз на развој агропривреде која се развијала на принципима оштре диференцијације. Томе је ишао на руку процес устаљивања њива¹⁰ и усавршавања земљорадње. Али, како је Византија све време доживљава успоне и падове, у сагласности са тим расту и слабе услови за аграрни развој.

Значајан фактор развоја агропривреде се везује за развој хришћанства. Подржавајући владара у остваривању феудалне хијерархије у којој није постојала једнакост појединца ни на земљи, ни пред богом, црква је била даривана земљиштем заједно са радном снагом¹¹. Треба истаћи да се приликом формирања црквених имања увек водило рачуна да се даривају такве земље које ће моћи цркви да обезбеде све потребне производе (потпуну аутаркију). Њене земље нису увек биле груписане већ се дешавало да буду просторно раздвојене а некад и врло удаљене. Зато је, да би обрађивала сву своју земљу, црква често пребацивала кметове с једног на други посед (расејаници).

Следећи фактор који је такође утицао на развој агропривреде јесте стварање и настајање градова и тргова. Дакле, становништво се у ус-

⁸ Сеобе Словена су почеле у VI веку под утицајем покрета племена из централне Азије. Њихови упади на византијску територију су забележени за време владавине Јустина I (518-527) и Јустинијана I (527-565). Извор: Историја народа Југославије, књ. I, стр. 66).

⁹ Подручје Србије се без обзира на дате политичке прилике посматра као подручје на коме су кроз векове доминирали односи типични за већину српског народа, чак и у време губљења сопствене државности.

¹⁰ Почине шире да се прихвата схватање које је много пре тога формулисао L.G.M. Columella «Teram nes senescere nes fatigari si stercoretur», или «да земљиште нити стари нити се замара уколико се ђубри», de rustica Liber II, Roma, 1948. подвукао Н. Вучо.

¹¹ Зависни људи су практично имали третман робова обзиром да су поклањани властелинствима. Тако основу за људску неравноправност представља Крмчија о заштити обесправљених и угрожених или Светостефанска крмчија. Она представља први средњовековни закон кога је св. Сава дао да се уради на основу Мојсијеве књиге, али пре свега, византијског Прохирона. У оваким условима народ је био прогањан до физичког уништења па је бежао са властелинства.

ловима међусобне диференцијације почело насељавати и као град а не само као село.

Значајан фактор развоја агропривреде је била и спољна трговина. Она се не везује само за градове и тргове. Њу су обављали углавном Дубровчани који су своја трговачка права куповали од српских владара.

Даље, као фактор се може навести и потреба да се услед честих ратова и у вези са тим територијалних промена, обезбеди радна снага која ће се бавити аграрним пословима. Средњовековни закони су овоме питању посвећивали доста простора јер је радна снага била најзначајнији фактор аграрне производње. Обилност овог фактора је условљавала приход, односно богатство.

Основна решења за обезбеђивање радне снаге била су усмерена на везивање кметова за земљу. То им је давало подчињени положај. Међутим, било је бежања, а токови кретања су углавном ишли од властеоских ка црквеним поседима бирајући од два зла оно мање.

У време владавине цара Душана, када је Србија доживела своју највећу просторну експанзију¹², нарочито према југу, обухватајући готово две трећине балканског полуострва, доноси се законик који поред осталих односа, у потпуности регулише аграрне односе са јавноправног гледишта и утврђује извесне категорије земљишне својине. Владар, присвајањем и даривањем већих и мањих земљишних површина власти (световној, војној или црквеној) а на штету слободних сељака, постепено успоставља феудалну хијерархију. Земља се у виду поседа или баштина, пронија и сличних облика, поклањала путем споменица и то заједно са сељацима. Ови поседи представљају основу владајућег феудалног система и суштину привредног и економског догађања у Србији.

Посед или баштина¹³ у свом првобитном облику, настао је углавном захватама. Из општег земљишног фонда, дакле колективне својине, свако је захвата¹⁴ и притом морао строго да води рачуна о томе да другоме омогућава да чини исто. Али, земљишта није било у неограниченим количинама. Земљишни фонд се постепено исцрпљивао и настаје такмичење међу људима које је појачано појавом њиховог међусобног диференцирања, као и због више напљачканих добара од стране појединаца у ратовима. Настала су тзв. захватања на снагу, нередом, митом и политичког утицаја. Осим тога, земљи је била потребна радна снага јер без ње она није имала нарочиту вредност. Стога, владар политичком снагом и митом, поклања осталим феудалцима, истакнутим војним старешинама и црквеним великодостојницима читаве жупе са више десетина села као и веће области са сељацима који су имали врло ситне земљишне поседе¹⁵. Сељачки поседи су се

¹² У саставу тадашње Србије се налазио и скоро цео простор данашње Србије, један део Босне, Зета, Македонија, Арбанија, Епир и Тесалија.

¹³ Од речи башта - отац, тј. очевине.

¹⁴ То је израз за правну радњу, а крчење за технолошку радњу.

¹⁵ «Словенска земаљска подела није имала ничег заједничког са поделом у старом веку. Нова јединица била је жупанија или жупа и обухватала је обично само једну речну долину или котлину у карсту. већина имена жупа је била иста као имена река, као Лепеница, Топлица, Црмница, и сл. Доцније, жупа се често делила на горњу и доњу, према току реке. Граница између жупа је био ненасељен шумски или планински крај без тачно утврђених линија.

називали и меропашком баштином и она им је служила да и својој породици обезбеде издржавање али и да дају обилне дажбине феудалцима и поред обавезе да им својом радном снагом и другим радовима помажу у обради земљишта.¹⁶

Најранији облик у коме се могао наћи посед јесте баштина. Но, података о њиховој величини посебно о баштинама «световне» властеле, нема много и они су углавном записани у разним повељама. Нешто више података се налази о поседима «црквене» властеле који су забележени у повељама којима су владари даривали манастире или проширивали њихове већ постојеће поседе. Манастир Хиландар, као највећи, располагао је са 360 села у 36 метохија расутих од Солуна до Поморавља. Поред села, Хиландар је добио и лађу капацитета 1000 амфора која је ослобођена од плаћања царских дажбина и која се када остари има заменити новом.

Пространи поседи црквених властелинстава су били састављени од веома различитог земљишта па је стога производну структуру на њима красила читава лепеза производа, од медитеранских, до континенталних. Имали су земљишта за жита, ланишта, вртове, воћњаке, винограде, маслињаке, пашњаке, сенокосе, жиропађе, пландишта, шуме, уљанике, рибњаке, ловишта, итд.

Други облик у коме се могао јавити властеоски посед јесте пронија. Она је настала у византијском феудалном систему и представља земљишни посед условне државине који је био истог облика, често и величине као посед «световне» и «црквене» властеле.

Следећи облик поседа који се може издвојити, јесте поповски. Уколико нису поседовали баштину са које се издржавају, у време Душаново, попови су добијали тзв. «три њиве законите». Слично је и са властеличима (војницима) који су такође имали мале поседе, најчешће једно село или веће имање. Уколико нису напредовали по положају који им је нудила феудална хијерархија, код оних сиромашнијих се дешавало да временом и сами пређу у потлачену класу или су се стављали у службу имућнијим властелима.

Треба поменути још меропашку баштину која је обухватала кућу са двориштем, парцелу оранице, по који виноград, врт и башту. По Хиландарском практику (катастарске књиге) у Струмској области је величина кметске земље износила 5 - 100 кабала¹⁷ што је за максималан износ негде око 8 ха. Неке породице уопште нису имале ораничне земље а ни средства за обраду. Ови мали поседи су представљали основу феудалног уређења и од њихове аграрне продукције је у великој мери зависила снага властеле, а самим тим и српске феудалне државе.

¹⁶ Земља у власништву феудалаца је била основни инструмент за присвајање вишка производа, и не само то, већ и вишка производа од рада сељака. Сељак - меропаш - себар - кмет је био додаток земљишном поседу и од њега се црпела тзв. феудална рента. Она је прошла кроз неколико стадијума почев од радне, преко продуктивне до новчане ренте.

¹⁷ Мера за тежину и површину али и за вино. У долини реке Неретве употребљавала се мера за вино «caballus», «cheballus», тј. кабао (Д. Динић-Кнежевић, Прилог проучавању мера за вино у Дубровнику у XIV веку, Хисторијски зборник 19-20, 1966-1967, стр. 424). Запремина каба је била око 22 л (Решетар М., Дубровачка нумизматика I, стр. 96). Наведена запремина (тачно 21, 868 л) према М. Благојевићу, Земљорадња у средњем веку, Београд, 1973., стр. 330, преведена у тежину тзв. српског каба пшенице износила је 16 кг (15,772 кг-16,249 кг). Према истом аутору површина од 1 каба представља површину која би се могла засејати 1 каблом пшенице, односно површина 1 мат-а што он индиректно процењује као 923 м² (при хектолитарској тежини 76 и нормативу утршка пшенице од 180 кг/ха).

Питање својине је повезано са питањем права наследства као доста интересантном и за услове данашње агропривреде. Оно се могло остварити до осмог степена сродства «трећег братучета» с тим што су према Душановом закону подједнака права у наслеђивању имали и мушки, и женски наследници.

У таквим својинским условима, доминирало је сточарство (планина) док је земљорадња (селина) као друга област пољопривредне производње била мање развијена недостајала је неопходна устаљеност у земљорадњи која се више развија тек изградњом феудалног система у Србији и појавом својине и својинских односа.

Сточарска производња или планина¹⁸ представља режим у коме је поједини простор подређен заједничкој производњи са колибама као привредним седиштем рада. Планина је, дакле, с обзиром на карактер сточарства као производње, у то време у Србији била облик организације заједничког чувања стоке. Основно начело у вези са режимом планине јесте да свако село или свако мање племе ако самостално егзистира, или група села у већем племену, имају своју планину. Није ретко да и братство има своју планину. Међусобне односе у случајевима када је планина припадала већем броју села, уређивани су тако што је планина (заједничка испаша) припадала више оним селима којима је била ближа.

У планини су углавном власи. Са учвршћивањем феудалног поретка ова категорија постепено губи слободу кретања коју је имала раније са номадским начином сточарења. У сагласности са обавезом чувања манастирске и властеоске стоке, свака одговорност за евентуалне губитке стада се пребацивала на њих а за обављени рад су примали месечнину (храну у намирницама) а понегде се то звало и белег, и представљало је награду у стоци. Основу њиховог давања обавеза према феудалцу - цркви, чинила је стока.

Услови за развој планине су били заиста изузетни јер су богати пашњаи, ливаде и густе жировите (храстове) шуме, стварали изразите погодности за сточарство. Технологија сточарења је првенствено била таква да су власи са стоком били у сталном покрету. Тек у време неповољних климатских прилика (претежно зими), они су спуштали стоку у топлије крајеве где су продавали и своје производе, замењујући их за со и другу робу неопходну за живот. То је био доста примитиван начин сточарења (крајње екстензиван) где је стока препуштена природи, и где је само у контакту са богатом испашом обезбеђивала добар принос. Овакава технологија производње је са развојем феудализма постепено напуштана, номадски-сточарски живот постаје предмет ограничавања, а као последица почињу да се формирају прва станишта влаха. Основна карактеристика сточарства се огледала у томе да су властелинства имала огромна стада оваца, чопоре свиња, ергеле коња и кобила, говеда, козе, биволе и друге врсте стоке.

За земљорадњу је од великог значаја земљишни простор а он се од жупе до жупе, у посматраном периоду, знатно разликовао. Села која

¹⁸ Реч планина у економско-правном смислу, а не топографском.

су се бавила земљорадњом углавном су се звала тежачка. Сељаци су претежно били у потчињеном положају. Слобода је остала и везује се само за доба бављења покретном земљорадњом.

Земљорадња средњовековне Србије је имала значајно место у укупним привредним токовима. Међутим, карактеристично је да су се сељаци поред земљорадње, као пратећом граном бавили делом и сточарством док се исто углавном не може рећи за сточарска села.

Када се говори о алатима који су коришћени или били познати у то време, они се могу поделити у две групе. Једну групу представљају ручни алати где спадају мотика (слично данашњој мотици и ашову), трнокоп¹⁹ (сличан данашњем крампу, пијуку), затим алатке којима су се могле жети жита, косити трава, сећи дрвеће и шибље а у које спадају срп, коса, косир којим се резала и обрађивала винова лоза и нож за кога је доста тешко навести у којим се приликама користио као оружје, а када као оруђе. На крају, треба поменути и грабуље и виле. Другу групу представљају алатке (оруђа) које за свој погон, поред људске, користе и снагу животиња. То су, пре свега, рало и плуг као ораће справе. Оне се деле према томе да ли су имале симетричан или асиметричан раоник (лемеш).²⁰ Осим ове две групе технике, могла би им се придодати још и сточна запрега као посебна.

Поједине алатке (оруђа) су биле технички усавршене и практично се нису мењале до данашњих дана, али су се од краја до краја, могле наћи у више техничких изведби (нпр. срп који је бивао прилагођен условима примене и имао више својих варијанти, или секира, где само на фрескама манастира Дечани постоје насликане три врсте сечива).

У односу на алатке се могу издвојити и нека посебна мишљења у вези са квалитетом земљорадње. Тако нпр. употреба мотике упућује на закључак да је квалитет орања вероватно био веома лош јер се морао поправљати додатним људским радом, даље, масивна конструкција ручних алата је показивала одсуство економије људским радом а њихова велика вредност (цена) упућује да вероватно сва породична радна снага није могла бити у потпуности опремљена тим алаткама. Надаље, када су у питању рало, плуг и сточна запрега, неопходно је било да сељаци поседују и радну стоку, иначе их не би могли користити. Нажалост, није био чест случај да сељаци располажу радном стоком.

Као фактор од значаја за развој интензивније земљорадње треба везивати за побољшавање плодности тла. Њиве на којима су се гајило жито, индустријско биље и сл., било је могуће повремено одмарати, док им се природним путем не врати плодност, међутим, обрадиво земљиште на коме су се гајиле винова лоза, воће и поврће, није могло имати овакав третман. Због тога су земљорадници у оваквим случајевима објективно прибегавали повременом ђубрењу. Познато је да се на дубровачкој територији ђубрење изводило и код млађих, и код старих засада винограда, и да су стари виногради ђубрени сваке 4 - 5 године при чему је често коришћена количина од 100 - 200 врећа ђу-

¹⁹ Објетелица (израз коришћен у Дубровнику и његовом залеђу).

²⁰ Оруђе са симетричним раоником се називало рало или ралица а са асиметричним раоником, плуг.

брива.²¹ Треба рећи да значајну меру за одржавање плодности обрадивог земљишта представља и плодород.

Следећу меру побољшања услова за продукцију представља наводњавање и одводњавање земљишта. Веома развијено у римско доба, оно је и код Срба понегде наилазило на прихватање. То је условљавала и велика зависност од природних услова (суше или плавна подручја). Наводњавање је углавном зависило од близине водених токова па тамо где их није било, није било ни наводњавања.

Од ратарских култура у средњовековној српској држави су се гајиле пшеница (плодне равнице: трагови у Подибру и плодном кључу Ибра и Мораве), крупник (трагови: предео Полимља), раж (у пределима где клима није дозвољавала гајење пшенице), јечам (доста распрострањен због многоструке примене: за хлеб, самостално или у смеси са пшеницом и ражаним брашном, за зобљење коња и справљање пива). Због тога је о њему вођена и посебна брига у смислу рада на добијању племенитијих сорти. Овас спада међу најраније позната жита код Словена јер је у оскудним условима било доста издашан у роду. Из тог доба су познати студенички овас и сочиво (познато још у постојбини Словена). У типцима манастира сочиво се помиње као особито вариво у време поста, затим, рен (употребљаван као зачин још у постојбини Словена), грахорица (овај усељ Словени затичу на Балкану приликом насељавања), хмељ или мељ (прасловенски назив, у средњем веку се помиње у вези са припремом пива). Није посебно утврђено да ли се култивисао или се брао као дивљи. Мак је познат Србима још у старој постојбини, и на крају, конопља и лан.

Поред ратарства, у средњем веку је било развијено и воћарство²² и виноградарство али више на властеошкој него на меропашкој баштини. Сматрало се да је воће веома здрава храна а многи називи и данашњих места упућују на закључак да су се у њима гајиле поједине врсте. На значајно занимање у Србији за воће упућује и Д. Лапчевић наводећи читав низ израза за, како он каже, облагорођивање воћа (прицијепљивање, присађивање, навртање, намицање, намичење итд.). Посебно истиче да се у тадашњој српској терминологији користио израз и термин за радњу коју данас називамо калемљење а који не припада нашем језику. Воће се, дакле, присађује и наврћује, а као време - термин обављања тих радова Лапчевић наводи период од 1. до 21. марта у текућој години. Најзначајнији представници воћа су биле јабуке, крушке, трешње, вишње, брескве и ораси а у приморским местима је било развијено маслинарство.

Виноградарство је нарочито било развијено у топлијим и пре свега, приморским подручјима тадашње Србије. Виногради су се састојали од чокота и формирану су били по византијском узор. Били су оградањени шанцем, зидом, кољем или трњем на малим површинама квадратног облика са отприлике 100 засађених чокота просечно. Вино се чувало у земљаним ћуповима а преносило се у мешинама.

²¹ Д. Ролер «Аграрни - производни односи», подв. М. Благојевић, наводи да је 100 врећа приближно еквивалентна количини од 8 м3.

²² Воћњаци («сад», «вртоград», «овоштије», «кипурије», «периволи»).

Значајне пољопривредне гране у време средњевековне Србије али и пре тога, биле су још пчеларство и свиларство.

Када се говори о систему опорезивања, свакако најзначајнији облик опорезивања биле су работе или како је то много касније у литератури обележено, радна рента. Према наводима, може се закључити да је у неким крајевима српске државе преовлађивала натурална рента. Осим тога, све указује на чињеницу да су властелинства често различито оптерећивала зависне људе.

Разрезивање терета углавном није зависило од величине земљишних површина којима су располагали зависни људи, већ су обавезе по правилу биле разрезиване на «кућу», «дим» или сваког оног који је «одељен». При том је поред производних могућности зависних људи, као значајан елемент за одмеравање терета служио и зевгар, односно, пар волова. Може се још рећи да је пореско оптерећење сточара, иако уз коришћење другачијих пореских техника, било подједнако тешко као и ратара а да су разлике, по правилу, само привидно указивале на њихов повољнији положај.

На основу свега, може се рећи да је доста разгранат систем агрокултуре, условљавао и сложене животне услове становника Србије. Стога је то морало бити предметом уређивања у законцима и осталим прописима, па ће се у наставку приказати законска решења Душановог законика којима се уређивала аграрна проблематика.

3 Душанов законик и основне аграрно економске норме

Темељ на коме су настала основна институционална и новостворена решења, почива на обичајном праву које је дуго било присутно и код јужних Словена. Осим тога, основна институционална и законска решења су преузимања из византијског писаног права које је уз то било и полуверског карактера.²³ Један од таквих црквеноправних византијских зборника донео је архиепископ Сава - преведен 1219 године - тзв. Светостефанска крмчија [Вучо, 1955]. Даље, по значају се издвајају и дародавне повеље тзв. хрисовуље, црквеној и световној властели, као и разни уговори и наредбе у вези са трговачким пословима [Соловјев, 1926].

Посебан утицај на привредни развој, а самим тим и економски, и аграрно - економски живот Српске феудалне државе, имао је развој и напредовање трговине, робно - новчаних односа и цркве [Јиречек, 1981; Колектив аутора, 1982].

Са аспекта трговине, посебно спољне, положај Србије је био доста неповољан иако је она као раскрсница копнених трговинских путева, спајала "Исток" са "Западом". Наиме, све до појаве тзв. "праведне цене" св. Томе Аквинског, различите цркве су имале доста ригидан став према трговини, посебно католичка. Међутим, Душанов законик по-

²³ Тзв. номоканони.

свеђује доста пажње трговини па се у његово доба на тлу Србије налази велики број страних и домаћих трговаца. За њих се поправљају и обезбеђују путеви како би аграрна, рударска и занатска Србија извозила своју робу, додуше у доста неравноправном и неповољном положају [Вучо, 1955].

Трговина је у Душаново време била слободна. На то је утицала чињеница да Србија, због свог положаја, није могла да оствари повољнији утицај у поморском саобраћају и прекине монополистички суверенитет Млетачке републике на Јадранском мору²⁴. Но, и поред тога, трговински токови су имали значајне импликације на укупни привредни и економски развој Србије [Костић, 1921; Његован, 1997]. С друге стране, треба имати у виду да су српски владари пре Душана остваривали значајне приходе ("доходак рашког стола", "доходак српски", а у време Милутина царине које је Душан за време своје власти значајно смањио, дајући тако повластице Дубровчанима и штитећи трговце од великаша и цариника.

Овакав третман трговине је имао значајан утицај на однос средњевековних српских владара према осталом привредном животу. Почев од Стевана Немање, преко Стефана Првовенчаног, његовог сина Радослава, Уроша I, краља Милутина, Стевана Дечанског па све до времена цара Душана, постојала је оријентација на јачање централистичке - дириговане привреде [Ђорђевић, 1920]. Она је представљала основу економске политике Србије, и била предмет уређења од стране владара и државе. У том смислу, сигурно најважнију збирку правних прописа тога времена представља Душанов Законик, у коме је кодификована хијерархијска структура феудалног друштва, и који третира питања у вези са организовањем државе и њеног уређења. Као што је већ напоменуто, корени се могу препознати у старим месопотамским и на њима насталим законима античке грчке и старог Рима.

Када је у питању аспект уређења аграрних односа, законик пре свега, уређује обавезе и дужности себара, а затим и осталих друштвених слојева. Осим овога, он је имао улогу да као и претходни владарски акти, учврсти власт, отклони феудалну раздробљеност, заштити православну религију и цркву, обезбеди стабилне привредне услове, и наравно, максимално учврсти положај владара у односу на осталу властелу и сељаке - меропахе - себре.

Законик је објављен на сабору у Скопљу 1349 године (135 чланова) и допуњен на сабору 1354 године (201. члан). Његов оригинал није сачуван али постоји преко 20 преписа од којих су најстарији Струшки (вероватно из XIV века) и Призренски препис [САНУ, 1943]. Прве трогове о овом закону и његов значај истиче Јован Рајић, а практично најкомплетнији превод даје Никола Радојчић, 1950. који између осталог, указује на одређене тешкоће око превода појединих чланова и категоризује их на чланове који нису разумљиви (2 члана), нејасне чланове (7 чланова), које је веома тешко превести (11 чланова), које је тешко превести (56 чланова), који се могу лако и сигурно превести

²⁴ После оснивања Латинског царства (1204 године) Цариград, Солун, Једрен и Венеција, као четири најзначајнија светска трга, бивају под млетачким утицајем. Ту су још Ђенова и Дубровник.

(124), и само један који се може преписати.

По свом садржају овај Законик представља скуп прописа из различитих правних области. Највише је прописа о државном и друштвеном уређењу, кривичним делима и казнама, док је веома мало прописа који на директан начин третирају привреду и аграр као најважнију привредну грану тога доба. То је највећим делом последица чињенице да робноновчани односи нису били још увек развијени до те мере да би захтевали развијено облигационо право које се на њих и на слања [Његован, 1990]. Међутим, треба истаћи да је из многих прописа који су обрађивани у овом закону, могуће на посредан начин сазнати нешто више о привреди и аграрним односима које они уређују. Стога ће се на основу постојећих превода, а полазећи од члана до члана, покушати са установљавањем могућих импликација појединих чланова на агропривреду и аграрне односе.²⁵

Члан 16: Говорећи о монашком животу, као оптерећење се предвиђа обавеза црквених поседа (агропривредних газдинстава тога доба) да се у манастирима храни минимум 50 калуђера. Поједини манастири су били у стању да "држе" и по 200 калуђера. То упућује на закључак да су црквени поседи морали бити такве величине и са таквом производном структуром, да овај број калуђера могли издржавати као режијско особље (фиксни трошак). Оваква решења су имала одразе на величину основице цркве за бављење агропривредом и њено јачање као феудалца који има снажан утицај на друштвена и економска питања будући да за узврат, владару даје посебну подршку.²⁶

Члан 31: "о баштини поповима" а касније и у члану 65. "о попу". Прописује се да и баштински попови држе баштинску земљу и да су притом слободни, а да остали попови, који немају баштине, добију тзв. три њиве по закону. Ко узме више од те земље, каже се у закону, обавезан је да даје работе црквама, такође по закону.

Из ових чланова који поповима као најнижем црквеном сталежу гарантују слободу, посредно произилази да је постојала сталешка категорија која није била слободна. Даље, на основу ових чланова се може протумачити да је у време доношења закона већ био познат тропољни систем газдовања земљом, као и то да се поповима ограничавало право на поседовање земље а тиме и могућност да се у већем обиму баве агропривредом.

Члан 32: У овом члану се забрањује црквеним људима да прогоне меропахе и влахе са имања, по цену одузимања земље и људи, а такође и личне слободе све дотле док се прогнани поново не "сакупе". Из овога се види да је законодавац ра-

²⁵ Досадашња истраживања Душановог Законика у српском и грчком обичајном праву и законским списима, нису се у већој мери бавила економским и агроекономским аспектима његових решења, а ни изворима економских ставова датих у Законику.

²⁶ Владар се по византијском обичају постављао «по милости божјој», као велики краљ, хрисољубиви, благородни и сл. - подв. Л. Пејић, 1978.

чунао са радном снагом сељака која је својом продукцијом морала обезбеђивати приход владару (соће)²⁷ и да стога није дозвољавао да се поседе лишавају радне снаге [шире о земљорадњи у: Благојевић, 1973].

Члан 35: “О власти цркава” говори да је титулар и истовремено главни независни организатор агропривредне производње на црквеним имањима сама црква. То значи да она представља углавном јединог експлоататора сељаштва на својим поседима. Само се у ограниченом обиму, у каснијим члановима омогућава и црквеној властели да имају баштине. У члановима 39-47 говори се о световној и црквеној властели и њиховим баштинама које се овим члановима Законика осигуравају у смислу власништва. То је било од значаја за аграрну продукцију јер се уз прописе који важе за црквене и друге поседе, уставнољава основни производни однос феудалног система средњевековне Србије [Вукосављевић, 1949].

Члан 59: “О пронији”. У овом члану се директно уређује право располагања пронијом на начин о коме је већ било речи. Тако док је баштинско право обезбеђивало властели могућност да експлоатишу сељаке, појава проније, као наслеђа из доба Византије, утицала је да временом почне да слаби централна власт владара пошто пронија није била оптерећена порезима већ само војном обавезом. Пронија се није могла продати али се могла наслеђивати уз исте услове које је имао и претходни пронијар.

Чланови 67-70: У овим члановима се говори о робовима, меропсима и себрима. Значајно је то што у члану 68, законик предвиђа једнаке обавезе за све меропахе (да работају два дана недељно пронијару, да му годишње дају цареву перперу и заманицом - кулуком да му сено косе један дан, и виноград обрађују један дан, а ко нема виноград, они да му работају друге работе један дан) – шире о обавезама сељака у Влајинац, 1927; 1929; 1932. Ту се као и у члану 139 законика, меропси (обезбеђују) од незаконитог искоришћавања како би се у царству изједначио њихов положај, и како би било мање напуштања поседа. Осим тога, меропсима се даје право и да траже правду код владара.

Члан 74, 75. и 76: “О сеоској паши и жупи” и “попаши”. У овим члановима се директно уређује право на пашу и попашу (више о планинама и пашњацима, Благојевић, 1966). Забрањује се паша по законитим забранама и ливадама а уколико у жупи постоји село “у кога било властелина, или царства

²⁷ Поред већ поменутог главног пореза (соће) у Душановом Законику се предвиђају и неке друге обавезе као на пример: војевање, давање стража за утврђења и путеве (чл. 158), рад на утврђеним објектима, пољопривредни радови на владаревој земљи у жупама, обавеза хранења коња владару, паса, соколова и сокалника (чл. 38), приселица (чл. 60 и 133), травнина, жировина, и сл.

ми, или црквено или властеличића", обезбеђује се паша и за то село, на местима које користи цела жупа. Такође се под присилом надокнађивања учињене штете попашом, забрањује наношење штете житу, виноградима, ливадама и сл.

Члан 79. и 80: У овим члановима се правно регулишу међе а у члану 81 и 82. су прописи о планинама и власима. Одређује се да титулари планина (сточарских предела) имају и искључиво право на њих, а тамо где се задржавају Власи и Арбанаси, забрањује се задржавање других, уз обавезу надокнаде потке (повреде међе) уколико до ње дође.

Члан 93: По свом духу спречава тзв. "провођење" себара приликом бежања са имања и обавезу седмоструког надокнађивања недостајуће радне снаге уколико се "провођење" утврди. Овај члан је у вези са члановима од 67-70, а као и чланови 140 и 141. "о примању човека", упућује на закључак о веома великом значају радне снаге за посед и агропривреду у то време.

Члан 94, 99, 100. и 101: Иако недовољно јасни, указују да Закон под одређеним околностима штити себре, њихово огњиште и имовину, што се може протумачити и као намера да се успостави и одређена заштита потлачене класе (као радне снаге и фактора производње) као и њихове производње (као основице за порезе - давања).

Чланови 118-122: У овим члановима се регулишу питања у вези са трговином и трговцима. Они посередно утичу на агропривреду јер су потспешивали размену агропривредних производа и продор нових сазнања.

Члан 126: У овом члану се помиње градска земља. То упућује на закључак да су се и грађани, поред осталог, вероватно једним делом бавили и агропривредом.

Члан 174: Говори "о баштинама" и "људие земљане" - ратари. Регулише се право на баштину али под условом да на њој увек буде радника. Уколико се овај услов не испуни, господар је био овлашћен да располаже баштином (виноградима и њивама) сем окућнице која је била законом загарантована и није се одузимала. Право наследства на ову баштину имало је само мушко потомство. Иначе, она се под претпоставком испуњења горњег услова, могла продавати, наслеђивати, завештати, и сл.

Члан 197: Прописује се обавеза властелина да ономе ко дође да зимује на његовој земљи, обезбеди травнину (обезбеди право напасања) и то уз следећу надокнаду: "кобилу на 100 кобила, овцу са јагњетом на 100 оваца и говече на 100 говеда".

Члан 198: Овим се чланом као општи намет обзиром да робноновчани односи у то доба још нису преовладали, прописује да сваки човек плаћа "соће" и "намет" и "арач" и то: "кабао жита, половина чиста а половина препроста, или у новцу, перпер" са роковима за предају о Митровдану и Божићу (што би значило отпролике у полугодишњим траншама).

4 Закључак

Средњовековни законици су, као уосталом и антички законици, своје корене имали у законима владара старих цивилизација које су егзистирале у Месопотамији. Такође, може се закључити да они нису били резултат теоријског разматрања правне проблематике, већ да су представљале збирке прописа обичајног права насталим на правосудној пракси.

Законике је доносио владар у име бога као власника свега овоземаљског, а појединац односно, друштво у целини је било дужно да живи у сагласности са нормама које они прописују.

Главни циљ законика је потреба да се одбрани друштвено економски систем и прилике у конкретном друштву. Тако се и у погледу Душановог законика може јасно и недвосмислено закључити, како доста неповезано произлази и из самог законика, да је његов основ сачињавала тежња да се правно санкционише доба развијеног феудализма у Србији, као и да се обезбеди владар и властела на терет зависних сељака. Сељаци, како се види по законуку, нису били потпуно обесправљени, али су то ипак били у претежној мери.

Разлика између повлашћене и потчињене класе, управо овим актом долази до изражаја. У то време Србија доживљава свој феудални процват, да би после Душанове смрти, постепено дошло до распада српског царства праћеног обрачунима великаша, плачкањем и харањем које је једним делом последица све чешћих упада Турака. Тако се период стабилности и извесности за аграрну производњу, као период просперитета, замењује неизвесношћу и несигурношћу праћеним плачкама и повећаним наметима, што све битно утиче на токове производње и размене аграрних производа.

Такви догађаји су имали значајан утицај на стално погоршавање положаја тежака и агропривреде. Нарочито опада развој земљорадње. Сточарство је било у нешто повољнијем положају услед екстензивног начина газдовања који је био његова главна карактеристика, па због тога, тежаке све више усмерава према планини и као дестинацији, и као систему газдовања.

Цитирана литература 5

1. Благојевић, Милош. *Планине и пашињаци у средњевековној Србији*, Београд: Историјски гласник 2-3, 1966.
2. Благојевић, Милош. *Земљорадња у Средњевековној Србији*, Београд: Историјски институт, 1973.
3. Влајинац, Милан. *Бедба и заманица као мобарска и кулчарска работа у Србији средњег века*, књига II, стр. 47-66, Београд: Гласник српског научног друштва, 1927.
4. Влајинац, Милан. *Згон или кулчење ван места становања*, од средњег века до наших дана, Српски етнографски зборник 49, Београд: Народна штампарија, 1932.
5. Влајинац, Милан. *Моба и позајмица*, Српска краљевска академија: српски етнографски зборник 44, Београд: штамп. «Св. Сава», 1929.
6. Вучо, Никола. Економика средњевековне Србије кроз Душанов законик, и манстирске повеље, рад у зборнику шесте стогодишњице Закона цара Душана I, стр. 183-205, Београд: САНУ, 1951.
7. Вучо, Никола. *Привредна историја Србије до првог светског рата*, Београд: Научна књига, 1955.
8. Вукосављевић, Сретен. *О земљишној својини на селу*, Историјско-правни зборник 1, Сарајево: 1949.
9. Грубић, Ст. *Српски земљорадник, историјско-правни и економско-културни положај његов из доба средњег века до данас*, Београд: Штампарија Јединство, 1928.
10. Ђорђевић, Владан. *Цар Душан, у три књиге*, Загреб, 1920.
11. Јиречек, Константин. *Историја Срба*, књ. I-III, Београд: Слово љубве, 1981.
12. Колектив аутора. *Историја српског народа*, Београд: Српска књижевна задруга, 1982.
13. Костић, Н. К. *Историјски развитак пољопривреде код нас*, Београд: Штампарија Св. Сава, 1921.
14. Марковић, Чедомир. *Законик Хамураби, вавилонског краља*, Београд, 1925.
15. Новаковић, Стојан. *Законик Стефана Душана*, Београд, 1898.
16. Његован, Зоран. *Пољопривреда средњовековне Србије*, Београд: Економски институт, 1997.
17. Радојчић, Никола. *Душанов законик*, књига III, превод, Нови Сад: Матица српска, 1950.
18. САНУ. *Закон цара Душана*, струшки и атонски рукопис, стр. 63, потпис цара Душана, Београд: *Селачка књига*, издање Југоисток а.д., 1943.
19. Соловјев, Александар. *Одабрани споменици српског права од XII-XV века*, Београд: 1926.
20. Babić, Vladimir. *Povijest staroga veka*, Zagreb: Nakladni zavod Hrvatske, 1947.
21. Njegovan, Zoran. *Iz naše srednjevekovne poljoprivrede*, Beograd: Glasnik poljoprivredne proizvodnje, prerade i plasmata, br. 1/2, 1990.
22. Pejić, Lazar. *Ekonomska misao zakonika cara Dušana*, Beograd: Ekonomski anali 60-61, 1978.
23. Pejić, Lazar. *Razvoj ekonomske misli u Jugoslovenskim zemljama do prvog i u Jugoslaviji izmedju dva svetska rata*, Beograd: Savremena Administracija, 1986.
24. Višić, Marko. *Zakonici drevne Mesopotamije*, Beograd: nezavisna izdanja, 1985.

TRŽIŠTE ŠEĆERA U EVROPI – STANJE I OČEKIVANJA¹

Vlahović Branislav²

Rezime:

U radu se analiziraju trendovi i anticipiraju promene na tržištu šećera u Evropi. Determinisani su najveći izvoznici i uvoznici i njihovo učešće na evropskom tržištu. Vremenski period istraživanja je 2010-2014. godina. Prosečan evropski izvoz šećera iznosio je 7,9 miliona tona i predstavlja 14% ukupnog svetskog izvoza. Najveći evropski i treći svetski izvoznik je Francuska čiji prosečan izvoz iznosi 2,1 miliona tona, što čini 27% ukupnog evropskog izvoza. Veliki izvoznici su i Nemačka, Belgija, Belorusija i Poljska, koje daju više od polovine evropskog izvoza. Najveći evropski i deveti svetski uvoznik je Italija sa 1,5 miliona tona i učešćem od 13% u evropskom uvozu. Veliki uvoznici su i Ruska Federacija, Velika Britanija, Španija i Belgija, koje apsorbuju polovinu evropskog uvoza. Tržište šećera u Evropskoj uniji regulisano je proizvodnim kvotama, garantovanom minimalnom cenom i trgovinskim mehanizmima. Proizvodne kvote za šećer u Evropskoj uniji koje su značajno subvencionirane nalaze se na snazi od 1968. godine biće demontirane 2017. godine i uticaće na stvaranje globalnog konkurentnog tržišta šećera. Očekuje se da će se izvoz šećera iz Unije van zemalja EU povećati na oko tri miliona tona sa sadašnjih 1,6 miliona tona, i da će se uvoz van zemalja EU smanjiti za 0,5 miliona tona u odnosu na sadašnji nivo koji iznosi 3,8 miliona tona. Ovo će negativno uticati na industriju šećera u zemljama van Evropske unije koja će morati da kroz povećanje konkurentnosti traže svoje pozicije na međunarodnom tržištu.

Ključne reči: šećer, međunarodni promet, izvoz, uvoz, potrošnja.

Uvod 1

Šećer se u Evropi proizvodi više od 150 godina i danas je u velikoj meri zamenio prirodne izvore šećera. Šećer je po hemijskom sastavu čista saharoza – jednostavni

SUGAR MARKET IN EUROPE – STATE AND EXPECTATIONS¹

Vlahović Branislav²

Summary

The paper analyses trends and anticipates changes on the sugar market in Europe. The aim of the paper is to determine the largest exporters and importers of sugar as well as their participation on the European market. The time frame of the research was the period 2010-2014. The average European export of sugar amounted to 7.9 million tons, which represented 14% of the world export. Europe's largest and the world's third largest exporter is France with the average export of 2.1 million tons, accounting for 27% of the total European export. Other large exporters are Germany, Belgium, Belarus and Poland, which provide more than a half of European export. Europe's largest and the world's ninth largest importer is Italy with 1.5 million tons and a share of 13% in European import. Other large importers are the Russian Federation, Great Britain, Spain and Belgium, which make up almost a half of European import. Sugar market in the European Union is governed by production quotas, guaranteed minimum price and trade mechanisms. Production quotas for sugar in the European Union, which have been heavily subsidized since coming into force in 1968, will be terminated in 2017. This will contribute to the creation of a competitive global sugar market. It is expected that sugar export from EU countries to non-EU countries will increase to reach around 3 million tons compared to the current level of 1.6 million tons; sugar import from non-EU countries is expected to decrease to 0.5 million tons compared to the current level of 3.8 million tons. This will have a negative impact on sugar industry in non-EU countries, which will need to increase competitiveness to secure their positions on the international market.

Key words: sugar, international trade, export, import, consumption.

¹ Rad je deo istraživanja na projektu 46006 - Održiva poljoprivreda i ruralni razvoj u funkciji ostvarivanja strateških ciljeva R. Srbije u okviru dunavskog regiona finansiranog od strane Ministarstva za nauku i tehnološki razvoj Republike Srbije.

² Dr Branislav Vlahović, redovni profesor, Poljoprivredni fakultet Univerziteta u Novom Sadu, E-mail prvog autora: vlahovic@polj.uns.ac.rs

¹ The paper was written as a part of the project 46006 - Sustainable agriculture and rural development in terms of the Republic of Serbia strategic goals realisation within the Danube region, funded by the Ministry of Science and Technological Development of the Republic of Serbia.

² Branislav Vlahović, PhD, full professor, Faculty of Agriculture, University of Novi Sad, E-mail of the first author: vlahovic@polj.uns.ac.rs

ugljeni hidrat nastao kao spoj glukoze (grožđani šećer) i fruktoze (voćni šećer). Ima sladak ukus, lako se topi u vodi, velike je hranjive vrednosti; jedan gram saharoze oslobađa energiju od 17,2 kJ. Može da se dobije od šećerne trske ili šećerne repe. Iako se tehnološki procesi dobijanja značajno razlikuju, finalni proizvod je identičan. Proizvodnjom i preradom ove dve biljne vrste dobija se namirnica koja sadrži 99,95% saharoze koja je identična saharozi koja se nalazi u voću i povrću. Beli šećer se nakon izdvajanja melase podvrgava rafinaciji i pranju što predstavlja prečišćavanje šećernog sirupa i izdvajanje isključivo čiste saharoze u obliku kristalno belog šećera. Šećer je isključivo energetski izvor bez hranjive vrednosti. Proizvodnja saharoze razvila se u snažnu industriju, a njen proizvod ima važnu ulogu u savremenoj ljudskoj ishrani. Zaslađivač – izoglukoza, proizveden od žitarica, takođe igra ulogu na evropskom tržištu šećera jer se koristi za slatka pića i kompote, sadrži 51% glukoze i 42% fruktoze. Tržište šećera uzeto je u istraživanje jer šećer predstavlja bitnu namirnicu u ishrani potrošača i ima značajno učešće u međunarodnom prometu. Predstavlja neophodnu sirovinu za čitav niz industrija. U prehrambenoj industriji koristi se u velikim količinama. Prehrambena industrija praktično ne može da se zamisli bez šećera. Proizvodnja i trgovina šećerom vrlo su blisko povezane sa politikom održivog razvoja (Smutka, Rumánková, Pulkrábek, Benešova, 2013.).

2 Materijal i metod rada

Cilj istraživanja jeste da se sagledaju osnovne karakteristike i promene na evropskom tržištu šećera, analiziraju se najznačajniji učesnici u izvozu, uvozu i potrošnji. Izvori podataka preuzeti su iz statističke baze podataka Organizacije Ujedinjenih Nacija za ishranu i poljoprivredu – FAO (Food and Agriculture Organization) i Međunarodnog trgovinskog centra ITC (International Trade Center), za vremenski period od 2010. do 2014. godine, uz primenu standardnih statističko-matematičkih metoda. Intenzitet kretanja promena kvantifikovan je izračunavanjem stopa promena primenom funkcija sa najprilagođenijim linijama trenda originalnim podacima. Bilans spoljnotrgovinske razmene računat je kao razlika između izvoza i uvoza šećera za isti vremenski period. Određene pojave prikazane su u vidu tabela i grafikona.

3 Rezultati istraživanja

Šećer je veoma važan proizvod koji doprinosi ishrani čovečanstva i značajna je komponenta globalnog tržišta hrane, na kom igra nezamenljivu ulogu. Svetsko tržište šećera i proizvoda koji sadrže šećer ima trend stalnog razvoja (Pokorna, Smutka, Pulkrábek, 2011.).

Ukupna svetska proizvodnja šećera iznosi 179 miliona tona (2014.). Očekuje se da će svetska proizvodnja šećera u 2020. godini dostići 200 miliona tona (OECD, FAO, 2015.). Najveći svetski proizvođač šećera je Brazil sa 40 miliona tona, što čini 22% ukupne svetske proizvodnje. Slede Indija sa 28 miliona tona, Kina

sa 15, Tajland sa 10 i SAD sa 8 miliona tona. Navedene zemlje daju dve trećine ukupne svetske proizvodnje šećera. U strukturi svetske proizvodnje dominira šećer proizveden iz šećerne trske (80%) dok šećer proizveden iz šećerne repe zauzima značajno manji deo, 20% svetske proizvodnje. Šećerna trska i šećerna repa uzgajaju se u 9 zemalja, šećerna repa uzgaja se u 43 zemlje a šećerna trska u 70 zemalja sveta (OECD, FAO, 2014.). Evropska unija predstavlja značajnog proizvođača, izvoznika i uvoznika šećera. Glavni instrumenti koji se koriste u politici šećera u Evropskoj uniji su sledeći:

- Zaštita tržišta od uvoza izvan EU (carine, dodatne uvozne dažbine, kvote),
- Izvozni podsticaji,
- Sistem proizvodnih kvota,
- Sistem finansiranja skladištenja (subvencionisanje skladištenja šećera),
- Režim finansiranja,
- Režim prerade.

Izvoz šećera - u istraživanom vremenskom periodu (2010-2014.) prosečan izvoz šećera iz šećerne repe i šećerne trske u svetu iznosio je 57 miliona tona sa tendencijom neznatnog rasta po prosečnoj stopi od 0,3% godišnje. Od ukupne proizvodnje trećina šećera dospeva u međunarodni promet. Evropski izvoz šećera, koji je dominantno proizveden od šećerne repe, iznosi 7,9 miliona tona i čini 14% ukupnog svetskog izvoza šećera. U istraživanom vremenskom periodu izvoz šećera iz Evrope beleži trend opadanja po stopi od 3,0% godišnje. U odnosu na početnu, izvoz se u poslednjoj analiziranoj godini smanjio za 12%. Smanjenje izvoza rezultanta je kretanja nivoa proizvodnje i tražnje na međunarodnom tržištu. Izvoz zavisi i od nivoa cena na međunarodnom tržištu, odnosa cena šećera proizvedenog iz šećerne repe i šećerne trske, stepena prilagodljivosti zahteva pojedinih tržišta, obima proizvodnje u pojedinim zemljama, visine trgovinskih barijera zemalja uvoznica i sl. Vrednosno iskazano, izvoz je prosečno iznosio 6,2 milijarde US dolara. Cena šećera proizvedenog iz šećerne repe značajno je veća od cena šećera iz šećerne trske.

Tržište šećera u Evropskoj uniji predmet je stroge regulacije od 1968. godine, kada su prvi put uvedene proizvodne kvote za šećer koje su značajno subvencionisane. U Evropskoj uniji postoji 113 šećerana, od kojih je aktivno 106, šećerna repa proizvodi se na 1,5 miliona hektara. Ukupna proizvodnja šećera u Evropskoj uniji u okviru dogovorenih proizvodnih kvota iznosi 16,3 miliona tona (2014.), proizvodi se i 2,2 miliona tona izvan kvota, što ukupno iznosi 18,5 miliona tona. Postoji i kvota od 690.000 tona za proizvodnju izoglukoze. Proizvodnja veća od kvote poznata je kao "out-of-quota" šećera i regulisana je strogim pravilima o upotrebi šećera. Te količine mogu da se izvezu do godišnjeg limita koje daje Svetska trgovinska organizacija (STO) od 1,4 miliona tona, za proizvodnju biogoriva ili druge namene industrijskih neprehrambenih potrošača, ili se računaju kao umenjenje "kvota" za narednu proizvodnu godinu. Tu spada i kvota 0,72 miliona tona za zaslađivače izoglukoze (glukozno-fruktozni sirup). Svi proizvođači u Evropskoj uniji koji proizvode šećer moraju u svim fazama od proizvodnje šećerne repe, preko prerade u šećer i prodaje da ispune brojne rigorozne zakonske propise i pravila ([www/ec.europa.eu](http://ec.europa.eu)).

Ako postoje naznake da će biti viška šećera na tržištu Evropske unije u narednoj proizvodnoj godini koja traje od 1. oktobra do 30. septembra - može se doneti odluka da se proizvodne količine smanje. Prvo "preventivno" smanjenje mora biti odlučeno do 16. marta, do početka nove proizvodne godine, kako bi se omogućilo proizvođačima da smanje svoje projekcije proizvodnje šećerne repe. Ako je potrebno, dalje prilagođavanje, obavlja se u oktobru. Ako, s druge strane, postoji nedostatak šećera, mogu se preduzeti odgovarajuće mere za povećanje zaliha. Interprofesionalni ugovori između uzgajivača šećerne repe i proizvođača šećera podrazumevaju primenu odgovarajućih standarda kvaliteta za otкуп šećerne repe (www/ec.europa.eu/). Evropska unija dozvolila je uvoz značajnih količina šećera na njeno tržište. Neke zemlje u razvoju već duže vreme bez carina isporučuju šećer u Uniju (tu spada i Republika Srbija koja ima kvotu od 180 hiljada tona). To se snažno odražava i na cenu. Ona je u značajnom padu. Samo od marta 2014. do marta 2015. opala je za gotovo 200 evra (na 420 evra) po toni i time se sve više približila aktualnoj ceni na svetskom tržištu.

Značajniji pomaci u sektoru proizvodnje šećerne repe i šećera počinju 2001. godine. Tada se menja politika Evropske unije prema uvozu šećera iz zemalja nečlanica. Ta promena spoljnotrgovinske politike u sektoru šećera, između ostalog, posledica je pritisaka iz Svetske trgovinske organizacije na Evropsku uniju, s obzirom na to da su agrarane mere u domenu šećera dobro štatile sektor proizvodnje šećera visokim uvoznim carinama, istovremeno su proizvođači šećera prilikom izvoza šećera iz Evropske unije dobijali visoke izvozne subvencije. Menjanje politike Evropske unije u funkcionisanju tržišta šećera nastavlja se i reformom, koja je trajala u razdoblju od 2006-2009. godine. Imala je za cilj očuvanje te grane poljoprivredne proizvodnje, povećanje konkurentnosti na svetskom tržištu i osiguranje pravednih cena za krajnje potrošače. Neke od glavnih mera za postizanje navedenih ciljeva bilo je smanjenje minimalne zagarantovane cene šećera za 36%. Referentne cene zamenile su cene intervencija, počev od 2006/07. Podrška 2006/07 za beli šećer iznosila je 631,9 evra po toni smanjena je na 404,4 evra po toni. Jedna od mera bila je osnivanje restrukturirajućeg fonda finansiranog od strane proizvođača šećera. Sredstva tog fonda isplaćivala su se proizvođačima šećerne repe koji su dobrovoljno odustali od proizvodnje šećerne repe u razdoblju trajanja Reforme (Gudoshnikov, 2010.).

Glavna obeležja reforme režima za šećer iz 2006. godine bile su:

- Značajno smanjenje ukupne proizvodnje šećerne repe u Evropskoj uniji putem odstupanja od proizvodnih kvota.
- Ukidanje interventnih cena.
- Omogućen je pristup tržištu bez tarifa za ekonomski slabije razvijene zemlje („LDC“) te afričke, karipske i pacifičke zemlje („ACP“) počevši od 1. oktobra 2009. godine,
- Ukidanje izvoznih subvencija za šećer od septembra 2008. godine.
- Dozvole za izvoz isključivo ograničenih viškova šećera.
- Utvrđivanje privremenih naknada za dobrovoljnu proizvodnju i odstupanje od kvota iz jednog fonda za restrukturiranje u drugi.

Reforma je rezultirala značajnim smanjenjem proizvodnje šećera sa 19 na 13 miliona tona, odnosno za oko 5,8 miliona tona, dok se proizvodnja, smanjila sa

23 na 18 država proizvođača šećera. Broj proizvođača šećerne repe smanjio se sa 310.000 na 140.000. Od 189 evropskih šećerana, 82 su zatvorene a pet zemalja Evropske unije prestale su da proizvode šećer, a time i proizvodnju šećerne repe (www.suikerunie.com). Između 2004. i 2009. godine, na primer, broj zaposlenih u sektoru opao je za 44%. Uprkos smanjenja industrija šećera zadržava važne ekonomske funkcije u ruralnim oblastima, gde garantuje posao. Šećerane su partner za brojna mala preduzeća i prateće dobavljače. Uzimajući u obzir direktno i indirektno zapošljavanje industrija šećera u Evropskoj uniji ima oko 180.000 radnih mesta i doprinosi prihodu 170.000 gazdinstava (www.comitesucres.org).

Čak 70% proizvodnje šećera koncentrirano je u sedam zemalja članica, među kojima prednjače Francuska, Nemačka i Poljska (European Commission, 2009.). Posledica reforme šećera u Evropskoj uniji, između ostalog, jeste i nedostatak šećera na tržištu Evropske unije, što je rezultiralo i visokom cenom šećera na međunarodnom tržištu. Nedostatak šećera vezan je i na podbacivanje proizvodnje šećerne trske u prvom redu u Brazilu, a zatim i u drugim zemljama proizvođačima šećerne trske. Dobar deo šećerne trske počeo je da se prelađuje i u biogorivo, u prvom redu u bioetanol (Andabak, Mikuš, Franić, 2012.). Usled toga definisane su kvote daleko ispod domaće potrošnje. Na primer cena šećera u Evropskoj uniji u decembru 2013. godine u proseku iznosila je 651 evro po toni u poređenju sa svetskom tržišnom cenom od 446 dolara po toni. Posle 2017. godine cena belog šećera u Evropskoj uniji procenjuje se da će biti oko 15% iznad svetske cene. Svetske cene šećera predviđaju se da će prosečno iznositi oko 362 US dolara po toni za rafinisani i 438 US dolara po toni za beli šećer u narednih deset godina (Davies, Heffernan, Bell, 2015.).

Evropska unija predstavlja drugog po značaju svetskog izvoznika šećera (iza Brazila). Prosečan izvoz iznosio je 7,1 milion tona od čega je najveći deo, odnosno 79% interno usmeren u zemlje članice Evropske unije, a manji deo (21%) eksterno je usmeren, van zemalja Evropske unije. Najveći deo eksternog izvoza usmeren je u Izrael, Alžir i Norvešku (www.sugarpub.com/). Ukupan izvoz iz EU ostvaruje tendenciju smanjenja po stopi od 3,3% godišnje.

Tabela 1: Bilans šećera u Evropskoj uniji (mil. tona)

Table 1: European Union sugar balance (mil. tons)

Parametri	2013-14	Posle 2017.	Index
Proizvodnja šećera	15,8	19,0	120
Potrošnja šećera	18,0	18,0	100
Potrošnja izoglukoze	0,7	1,5	214
Izvoz šećera*	1,6	3,0	187
Uvoz šećera**	3,8	1,5	39
Bilans spoljnotrgovinske razmene	-2,2	1,0	-

Izvor: International sugar journal, 2015

* Odnosi se na eksterni izvoz, van zemalja EU

** Odnosi se na eksterni uvoz van zemalja EU

Značajne promene na tržištu šećera u Evropi očekuju se posle 2017. godine, jer se dosadašnji režim kvota u proizvodnji ukida. Evropska unija će od 2017. godine dobiti najliberalnije tržište šećera na svetu. Cenu će određivati isključivo ponuda i tražnja. Evropska unija dugo godina imala je uređeno i zaštićeno tržište šećera, do sada je imala svoju proizvodnu kvotu. Naime, utvrđeno je da je tržištu EU potrebno 13,5 miliona tona šećera i ta količina raspodeljena je na sve članice, tj. određeno je koliko šećera svaka od zemalja može da proizvede. Na osnovu toga, svaka članica propisala je svojim šećeranama koliko šećera mogu da proizvedu i takva praksa funkcionisala je decenijama. Posle 2017. godine postojeći sistem kvota će se ukinuti, pa će tako svaka fabrika šećera imati mogućnost da proizvodi šećer bez ikakvih kvota i ograničenja. Međutim to ne znači da će doći do potpune liberalizacije tržišta šećera. Naime prema Evropskoj komisiji potpuna liberalizacija tržišta šećera ne samo da bi ugasila proizvodnju šećera u Evropi već bi bila u potpunosti protiv interesa slabih zemalja u razvoju u Africi ili na Karibima, jer takve zemlje ne bi mogle da konkurišu snažnim izvoznicima kao što je Brazil (<http://www.dw.com/>).

Kao rezultanta ukidanja proizvodnih kvota očekuje se da će proizvodnja šećera u Evropskoj uniji porasti na 19,0 miliona tona posle 2017. godine sa sadašnjih 15,8 miliona tona (Brough, 2015.). Izvoz rafinisanog šećera iz Evropske unije očekuje se da će značajno porasti nakon ukidanja proizvodnih kvota 2017. godine. Istovremeno značajno će se redukovati uvoz. Evropska unija bila je neto uvoznik u skladu sa ovim definisanim i zaštićenim režimom šećera. Proizvodne kvote, kako je navedeno, biće demonstirane 2017. godine i uticaće na stvaranje globalnog konkurentnog tržišta šećera. Očekuje se da će izvoz šećera van zemalja Evropske unije porasti na oko 3 miliona tona sa trenutnih 1,6 miliona tona. Istovremeno uvoz van zemalja Evropske unije smanjiće se za 0,5 miliona tona u odnosu na sadašnji nivo koji iznosi 3,8 miliona tona.

Analizirano po zemljama najznačajniji izvoznik šećera u Evropi jeste *Francuska* sa 2,1 miliona tona, što čini više od četvrtine (27%) ukupnog evropskog izvoza. U svetskom izvozu nalazi se na trećem mestu iza Brazila i Tajlanda. Francuska predstavlja najvećeg evropskog proizvođača šećera sa proizvodnjom od 4,6 miliona tona (2014.). U Francuskoj postoji 20 kapaciteta za proizvodnju šećera. Najveća industrija šećera je kompanija "*Tereos SA*" sa sedištem u Lilu. Treći je svetski proizvođač šećera, nalazi se iza kompanija "*Südzucker AG*" (Nemačka) i "*Cosan SA Industria & Comercio*" (Brazil). Proizvodi šećer, skrob i bioetanol, kao i čitav niz prerađevina: skrobni šećer (glukoza) sirup, maltodekstrin, dekstrozu, i poliole od kukuruza i pšenice) proizvode namenjene stočnoj hrani, alkohol, bavi se i snabdevanjem električnom energijom. Ima 35 industrijskih kapaciteta u Francuskoj, Brazilu, Češkoj Republici, Mozambiku, Španiji, Italiji, Velikoj Britaniji i Belgiji, koji proizvode 3,9 miliona tona šećera godišnje. Ima 24 hiljade zaposlenih i 12 hiljada kooperativnih partnera (www.tereos.com). Francuski izvoz beleži tendenciju značajnog pada po stopi od 5,4% godišnje (*tabela 1*). Vrednost izvoza iznosila je 1,5 milijardi US dolara godišnje. Najznačajniji izvoz realizuje se u Italiju (16%), slede Španija (15%), Nemačka (13%), Velika Britanija (12%) i Belgija (10%). Navedene zemlje apsorbuju

dve trećine izvoza šećera iz Francuske. Evidentno je da u izvozu dominiraju zemlje Evropske unije.

Na drugom mestu u Evropi nalazi se *Nemačka* čiji prosečan izvoz iznosi milion tona, što čini 12,8% ukupnog evropskog izvoza. Nalazi se na sedmom mestu među najvećim svetskim izvozniciima šećera. Proizvodnja je na nivou od 4 miliona tona sa značajnom tendencijom rasta (www.ec.europa.eu/). Postoji 10 kapaciteta za proizvodnju šećera. Jedan od najvećih proizvođača šećera u svetu i jedna od najvećih prehrambenih grupa u Nemačkoj je "Sudzucker AG", sa sedištem u Manhajmu. Posедуje izuzetnu logistiku i visoko razvijenu tehnologiju proizvodnje, ima vlasnički udeo u kompaniji ED&F (Velika Britanija), Agrana (Austrija) i Azucarera Ebro (Španija). Daje skoro četvrtinu proizvodnje šećera Evropske unije. Kompanija ima 29 fabrike šećera u Austriji, Belgiji, Češkoj Republici, Francuskoj, Nemačkoj, Mađarskoj, Moldaviji, Poljskoj, Rumuniji, Slovačkoj i Bosni i Hercegovini. Sudzucker AG preuzela je mnoge fabrike šećera u istočnoj Evropi, posebno u Poljskoj. U svojim šećeranimama proizvodi 5,3 miliona tona šećera. Zapošljava oko 18.500 radnika. Bavi se i proizvodnjom bioetanolu (www.suedzucker.de/). Kad se ukinu postojeće kvote, kompanija želi da proširi proizvodnju. Planira ekspanziju u inostranstvo, gde spada i Brazil, najveće svetsko tržište šećera (www.dw.com). Druga po veličini industrija za prerađivanje šećera u Nemačkoj je "Nordzucker GmbH & Co KG" sa sedištem u Braunschvaju, proizvodi 2,5 miliona tona šećera godišnje. Kompanija ima preko 14 hiljada kooperanata, 15 fabrika šećera, 3.600 zaposlenih i godišnji promet od 1,2 milijarde evra. Strategija kompanije jeste da poveća proizvodnju na tri miliona tona šećera i osvoji petinu proizvodnje u Evropi. Cilj je, takođe, i povećanje proizvodnje bioetanolu iz šećerne repe koja je već počela u pogonima u Nemačkoj (www.energyobserver.com/). Izvoz iz Nemačke beleži tendenciju umerenog pada po stopi od 1,6% godišnje. Vrednost izvoza iznosi 777 miliona dolara godišnje. Najznačajniji izvoz usmeren je u Italiju (37%), sledi Belgija (9%), Francuska (8%), Holandija (5%) i Švajcarska (3%). One su apsorbivale skoro dve trećine izvoza šećera iz Nemačke. Evidentno je da dominiraju zemlje Evropske unije.

TRŽIŠTE ŠEĆERA U
EVROPI – STANJE I
OČEKIVANJA

Tabela 2: Najveći evropski izvoznici šećera (2010-2014)

Table 2: The greatest European exporters of sugar (2010-2014)

Država	Količina (000 t)	Učešće u Evropi (%)	Stopa promene (%)	Vrednost (miliona \$)
Francuska	2.135	27,0	-5,4	1.571
Nemačka	1.008	12,8	-1,6	777
Belgija	649	8,2	-1,5	507
Belorusija	451	5,7	-1,5	308
Poljska	450	5,7	8,1	348

Izvor: Obračun na bazi International Trade Centre <http://www.intracen.org>

Severni deo Evrope, Francuska i Nemačka imaju dobru klimu za uzgajanje šećerne repe, ostvaruju visoke prinose i imaju proizvodnju na visokom nivou. Očekuje se da će posle ukidanja kvota proizvodnja šećera biti povećavana. Pošto su oni dosadašnjom proizvodnjom podmirivali bilansne potrebe Evropske unije, sve što se više od toga proizvede moraće da se izvozi. Postojeće pritisak najvećih proizvođača u Evropskoj uniji da tržišne viškove plasiraju u svoje okruženje, u region Balkana i druge zemlje.

Sledi *Belgija* čiji prosečan izvoz iznosi 649 hiljada tona, što čini 8,2% ukupnog evropskog izvoza. Nalazi se na osmom mestu među najvećim svetskim izvozniciima. Ima sedam kapaciteta za proizvodnju šećera. Izrazito je izvozno orijentisana. Jedan deo izvoza predstavlja i reeksport šećera. Izvoz beleži tendenciju smanjenja po stopi od 1,5% godišnje. Vrednost izvoza iznosi 507 miliona dolara godišnje. Najznačajniji izvoz ostvaruje se u Francusku (11%) slede Nemačka (10%), Holandiju (10%), Velika Britanija (8%), i Grčka (5%). Navedene zemlje apsorbivale su skoro polovinu ukupnog izvoza. U izvozu dominiraju zemlje Evropske unije.

Na četvrtom mestu nalazi se *Belorusija* čiji prosečan izvoz iznosi 451 hiljadu tona, što čini 5,7% evropskog izvoza. Belorusija ima četiri kapaciteta za proizvodnju šećera. Prosečna proizvodnja iznosi oko 800 hiljada tona. Ukupne domaće potrebe iznose oko 300 hiljada tona, tako da se sve ostale količine šećera izvoze (www.sugaronline.com/). Izvoz beleži tendenciju neznatnog pada po stopi od 1,5% godišnje. Izvoz je uslovljen, između ostalog, rastom domaće proizvodnje i tržišnim cenama (www.uniter.com/). Vrednost izvoza najmanja je u odnosu na napred navedene izvoznike i iznosi 308 miliona dolara godišnje što je uslovljeno visinom izvoznih cena. Najveći izvoz, više od polovine ostvaruje se u Rusku Federaciju (58%), obim spoljne trgovine definisan je međuvladinim sporazumom. Slede Kazahstan (12%), Kirgistan (8%), Uzbekistan (5%) i Tadžikistan (4%). Navedene zemlje apsorbivale su više od tri četvrtine ukupnog izvoza. Evidentno je da su najveći kupci zemlje bivšeg Sovjetskog Saveza (ZND).

Na petom mestu u Evropi nalazi se *Poljska* čiji je prosečan izvoz neznatno manji od Beloruskog i iznosi 450 hiljada tona, što čini 5,7% evropskog izvoza. Šećerna repa se prerađuje u 18 kapaciteta za proizvodnju šećera. Pre reforme šećera u okviru Evropske unije imala je 40 kapaciteta za preradu, odnosno zatvorila je 22 fabrike šećera (Derezinski, 2013). Izvoz beleži tendenciju značajnog rasta po stopi od 8% godišnje, što je i jedini rast u odnosu na ostale najveće svetske izvoznike (*tabela 1*). Nalazi se na trećem mestu u proizvodnji Evropske unije sa 1,7 miliona tona. Vrednost izvoza iznosi 348 miliona dolara godišnje. Najveći izvoz ostvaruje se u Nemačku (20%), slede Slovačka (10%), Češka Republika (9%), Izrael (8%) i Litvanija (8%). Navedene zemlje apsorbivale su više od polovine ukupnog izvoza.

Zemlje navedene u tabeli 1, imaju apsolutnu dominaciju jer daju više od polovine (59%) ukupnog evropskog izvoza šećera. Republika Srbija prosečno ostvaruje izvoz šećera u količini od 200 hiljada tona i u evropskom izvozu učestvuje sa tri posto. Nalazi se na 11 mestu među evropskim izvozniciima.

Na međunarodnom tržištu šećera dominiraju multinacionalne kompanije. Najveće kompanije za proizvodnju šećera prikazane su u tabeli 3. Pored

navedenih značajne su i sledeće: Danisc (Danska), Pfeifer Langen (Nemačka), Ebro Puleva (Španija), Eridania Sadam, Italia Zuccheri (Italija) i Cosun (Holandija). U strukturi evropske proizvodnje šećera učestvuju sa više od dve trećine (69%).

TRŽIŠTE ŠEĆERA U
EVROPI – STANJE I
OČEKIVANJA

Tabela 3: Najveće evropske kompanije za proizvodnju šećera (mil. tona)

Table 3: The largest European sugar production companies (mil. tons)

	Naziv kompanije	Sedište	Proizvodnja
1.	Südzucker AG	Manhajm, Nemačka	5,3
2.	Tereos International SA	Lil, Francuska	4,6
3.	British Sugar Corporation	Piterburg, B. Britanija	3,9
4.	Nordzucker GmbH & Co KG	Braunšvajg, Nemačka	2,5
5.	Louis Dreyfus Group	Pariz, Francuska	1,8

Izvor: <http://www.bloomberg.com/>

Evropske zemlje prema prosečno ostvarenom izvozu šećera mogu da se podelu u nekoliko kategorija (2010-2014.):

- Mali izvoznici: do 50 hiljada tona: Moldavija, Slovenija, Italija, Finska, Letonija, Irska, Bosna i Hercegovina, Estonija, Ruska Federacija, Švajcarska, Luksemburg, Republika Makedonija, Norveška, Crna Gora, Kipar, Malta, Albanija, Andora, Island i Farska Ostrva.
- Srednji izvoznici: od 50 do 100 hiljada tona: Litvanija, Švedska, Grčka, Ukrajina i Bugarska.
- Veći izvoznici: od 100 do 300 hiljada tona: Srbija, Austrija, Češka Republika, Danska, Hrvatska, Portugal, Slovačka, Rumunija, Mađarska i Španija.
- Veliki izvoznici: preko 300 hiljada tona: Francuska, Nemačka, Belgija, Holandija, Poljska, Belorusija i Velika Britanija.

Veliki proizvođači u Evropskoj uniji čekaju završetak reformi u sektoru šećerne repe i šećera kako bi se eliminisale proizvodne kvote i kako bi cena evropskog šećera bila na nivou šećera iz Brazila i drugih velikih izvoznika. Na taj način evropski proizvođači postali bi konkurentni ostalim najvećim svetskim proizvođačima i izvoznicima (www.euroactiv.com/). Postoji značajna konkurentna razlika između cena šećerne trske i šećerne repe, šećer dobijen preradom šećerne repe u proseku je 200 evra skuplji po toni u odnosu na šećer iz šećerne trske, što dovodi u neravnotežan položaj evropske proizvođače šećera. Cene šećera u Evropskoj uniji smanjiće se od 2017. godine kao rezultanta ukidanja kvota, istovremeno uvozne carine za šećer iz šećerne trske ostaće na istom nivou i posle 2017. godine, koji trenutno iznose 339 evra po toni. To će značiti da će šećer iz šećerne trske u Evropskoj uniji biti skuplji od domaće cene šećera iz šećerne repe (www.agribusiness-insight.com/). Izuzetak je uvoz šećera iz šećerne trske iz zemalja u

razvoju sa kojima Evropska unija ima preferencijalni trgovinski status koji se uvozi bez carine. Takođe, mala količina šećera iz šećerne trske može da se kupi bez carine iz zemalja sa kojima postoji sporazum o slobodnoj trgovini. Jedan deo uvoza šećera iz šećerne trske može da se kupuje kao "Ckl" kvota. Ona postoji kao rezultat trgovinskih pregovora sa zemljama koje su naknadno pristupile EU, i na tu količinu plaća se 98 evra po toni uvoznih dažbina (www.saveoursugar.eu).

Uvoz šećera - prosečan evropski uvoz u istraživačkom vremenskom periodu iznosio je 11,7 miliona tona sa tendencijom pada po stopi od 4,5% godišnje. Uvoz je posledica kretanja tražnje i potrošnje na međunarodnom tržištu, uslovljen je i kretanjem cena šećera od šećerne trske.

Evropska unija predstavlja najznačajnijeg svetskog uvoznika šećera (ispred Kine). Prosečan uvoz iznosi 9,3 miliona tona. U svetskom uvozu učestvuje sa 17%. Najveći deo uvoza (65%) anticipira se iz zemalja članica Evropske unije i ima interni karakter uvoza, 35% je uvoz van zemalja Evropske unije. U strukturi uvoza dominiraju zemlje Afrike, Kariba i Pacifika (50,2%), slede zemlje Centralne Amerike, Kolumbije i Perua sa 33,6%, Balkanske zemlje sa 10% i ostale zemlje sa 6,2% (2001-2014). Analizirano po zemljama najveći uvoz van Evropske unije je iz Brazila. 2014. godine struktura uvoza značajno se menja, raste uvoz iz zemalja Afrike, Kariba i Pacifika (EPA-EBA) i dostiže 74%, značajno se smanjuje uvoz iz zemalja Centralne Amerike, pada na 11%, opada uvoz i iz balkanskih zemalja na 6%, dok uvoz iz ostalih zemalja iznosi 9% (European Commission, 2015.). Evropska komisija preferira uvoz bude, uglavnom, iz manje razvijenih zemalja. One imaju mogućnost za izvoz na Evropsko tržište ako ima prostora za uvoz i uz uslov da je uvoz iz drugih zemalja ograničen. Sistem kvota pokazao je da predstavlja efikasan instrument regulisanja domaćeg tržišta (Aerts, 2014.). Ukupan uvoz ostvaruje tendenciju stagnacije po stopi od 0,1% godišnje. Evropska unija ostvaruje negativan bilans spoljnotrgovinske razmene u količini od 2,2 miliona tona. Da bi osigurala kontinuirano snabdevanje tržišta Komisija Evropske unije ima na raspolaganju dve opcije:

- Oslobođanje od "out-of-quote" proizvodnje ili
- Povećanje uvoza (dodatni uvoz) - čl. 186, Uredba Saveta (EC) br 1234/2007.

Na primer, u tržišnoj 2010/11 godini dodatni uvoz tarifirao se na sledeći način:

- Određena količina šećera realizovala se na bazi "out-of" kvote šećera na nultoj carini.
- Određena količina šećera realizovala se na osnovu smanjene carine.
- 400 000 tona na bazi uvoza "out-of" kvote šećera na tarifi od 85 evra po toni.
- 250 000 tona na bazi "out-of" kvote šećera na tarifi od 211 evra po toni.
- 399 000 tona na bazi uvoza šećera bez tarifnih kvota (European Commission, 2013).

Tabela 4: Najveći evropski uvoznici šećera (2010-2014.)

Table 4: The greatest European importers of sugar (2010-2014.)

TRŽIŠTE ŠEĆERA U
EVROPI – STANJE I
OČEKIVANJA

Država	Količina (000 t)	Učešće u Evropi (%)	Stopa promene (%)	Vrednost (miliona \$)
Italija	1.533	13,1	3,8	1.195
Ruska Federacija	1.356	11,6	-25,5	830
Velika Britanija	1.352	11,5	-8,2	943
Španija	1.216	10,4	7,9	890
Belgija	684	5,8	-2,9	459

Izvor: Obračun na bazi International Trade Centre <http://www.intracen.org>

Vodeći evropski i deveti svetski uvoznik šećera je *Italija* sa prosečnim uvozom od 1,5 miliona tona, što čini 13,1% ukupnog evropskog uvoza. Ostvaruje tendenciju umerenog rasta po stopi od 3,8% godišnje (*tabela 4*). Prosečna vrednost uvoza iznosila je 1,2 milijardi US dolara. Uvoz je rezultanta, pre svega, niske domaće proizvodnje, koja prosečno iznosi oko 400 hiljada tona. Italija uvozi oko 75% ukupnih domaćih potreba šećera koje se procenjuju na nešto preko dva miliona tona (Baldi, 2011.). Potrošnja šećera iznosi 30 kilograma po stanovniku (www.mah.se). Najveći deo uvoza anticipira se iz Nemačke (29%), slede Francuska (27%), Mauricijus (11%), Svazilend (5%) i Slovenija (3%). Napred navedene zemlje glavni su snabdevači italijanskog tržišta sa učešćem od tri četvrtine. Najveći deo uvoza anticipira se iz zemalja Evropske unije. Italija ostvaruje značajan negativan bilans spoljnotrgovinske razmene u količini od 1,5 miliona tona.

Sledi *Ruska Federacija* sa uvozom od 1,4 miliona tona, što čini 11,6% ukupnog evropskog uvoza. Uvoz ostvaruje tendenciju značajnog pada po stopi od 25% godišnje. Naime u početnoj istraživanoj godini (2010.) uvoz je bio na nivou od nešto preko dva miliona tona, da bi se u 2012. godini smanjio na oko 600 hiljada tona. Na uvoz, pre svega, uticala je domaća proizvodnja i tražnja na tržištu. Domaća proizvodnja šećera prosečno iznosi 4-4,5 miliona tona, dok je potrošnja 5,5 miliona tona, tako da se značajne količine moraju nadomestiti uvozom (Fao Investments Centre, 2013.). Potrošnja šećera je na visokom nivou i izražena po stanovniku iznosi 42 kilograma godišnje. Prema ostvarenoj potrošnji po stanovniku Ruska Federacija nalazi se na trećem mestu u Evropi (*histogram 1*). Prosečna vrednost uvoza iznosila je 830 miliona US dolara. U uvozu najznačajnije učešće ima Brazil (66%) slede Belorusija (15%), Francuska (15%) i Urugvaj (2%) koje nisu imale kontinuitet u uvozu. Napred navedene zemlje dominiraju u strukturi uvoza sa učešćem od 98%. Ruska Federacija ostvaruje negativan bilans spoljnotrgovinske razmene šećera u količini od 1,3 miliona tona.

Na trećem mestu u evropskom uvozu nalazi se *Velika Britanija* sa neznatno manjim uvozom od Ruske Federacije, u količini od 1,3 miliona tona i 11,5% ukupnog evropskog učešća. Ostvaruje značajno smanjenje uvoza po stopi od 8,2% godišnje. Prosečna vrednost uvoza iznosila je 943 miliona US dolara. Potrošnja iznosi 35 kilograma po stanovniku godišnje. U strukturi uvoza dominira

Brazil sa 24%, slede Francuska (22%), Fidži (9%), Gvajana (9%) i Belize (6%). Pomenute zemlje činile su skoro tri četvrtine ukupnog uvoza. Uvozne dozvole za šećer potrebne su samo ako se uvozi pod povlašćenim uslovima. Uvoz iz Kariba i Pacifika (ACP) ili Indije, može da bude ispod propisanih kvota. Za šećer proizveden od šećerne trske (preferencijalni šećer) mora da postoji potvrda o poreklu ili certifikat EUR1 (www.gov.uk). Velika Britanija ostvaruje negativan bilans spoljnotrgovinske razmene u količini od od milion tona.

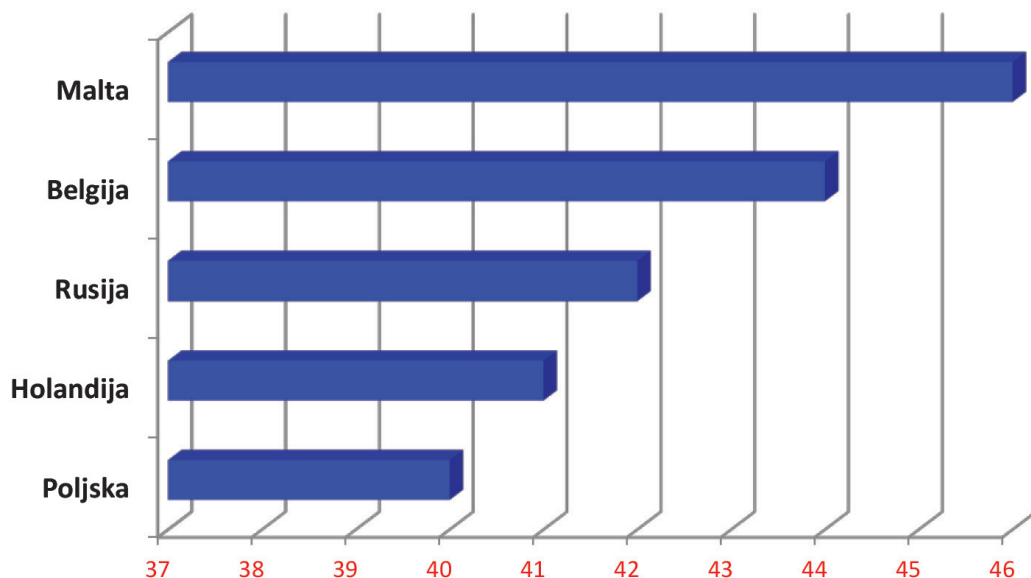
Na četvrtom mestu nalazi se Španija sa 1,2 miliona tona, što čini 10,4% ukupnog evropskog uvoza, sa tendencijom značajnog porasta po stopi od 7,9% godišnje. Vrednost uvoza iznosi 890 miliona US dolara. Potrošnja šećera skromnija je u odnosu na ostale velike uvoznike i iznosi 21 kilogram, i na dosta je stabilnom nivou. U uvozu najviše je zastupljen šećer iz Francuske (26%), slede Velika Britanija (17%), Brazil (15%), Portugal (10%) i Mauricijus (5%). Napred navedene zemlje dominiraju u strukturi uvoza sa učešćem tri četvrtine. Dominira uvoz iz zemalja Evropske unije. Španija ostvaruje negativan bilans spoljnotrgovinske razmene šećera u količini od nešto preko milion tona.

Peta na listi najvećih evropskih uvoznika jeste *Belgija* sa 684 hiljade tona, što čini 5,8% ukupnog evropskog uvoza. Ona predstavlja i značajnog izvoznika šećera. Ostvaruje stopu pada uvoza (2,9%). Prosečna vrednost uvoza iznosila je 459 miliona US dolara. Prosečna potrošnja na značajnom je nivou od 44 kilograma po stanovniku godišnje, i nalazi se na drugom mestu u Evropi. U uvozu najviše je zastupljen šećer iz Nemačke (34%), slede Francuska (32%), Holandija (11%), Velika Britanija (5%) i Mauricijus (2%). Napred navedene zemlje dominiraju u strukturi uvoza sa učešćem od 84%. Evidentno je da dominira uvoz iz zemalja Evropske unije. Belgija ostvaruje uravnotežen bilans spoljnotrgovinske razmene šećera.

Najveći svetski uvoznici, prikazani u tabeli 2, participiraju više od polovine (52%) evropskog uvoza šećera.

Prema ukupno ostvarenoj potrošnji šećera od 18 miliona tona Evropska unija nalazi se na drugom mestu u svetu, iza Indije (26 miliona tona). Potrošnja šećera izražena po stanovniku u Evropskoj uniji na nivou je od 37 kilograma (www.mah.se), što je više u odnosu na evropski prosek (32 kilograma). U Evropskoj uniji raste potrošnja šećera usled povećanja potrošnje u prehrambenoj industriji, koja čini 70% potrošnje šećera. Ista je uslovljena velikim razlikama između domaće i svetske cene šećera. Stoga je uvoz šećera van Evrope veoma cenovno atraktivan za prehrambenu industriju. Ovaj jaz između cene u Evropskoj uniji i svetske cene šećera smanjio se naročito u 2012/13 godini kada je svetska cena šećera znatno opala, brže nego cena šećera u Evropskoj uniji (Polet, 2014). Međutim očekuje se da će potrošnja šećera u EU opasti za 3,9% do 2023. godine na 17,1 miliona tona (www.agra-net.com). Evropska unija nije samodovoljna u šećeru, indeks samodovoljnosti (samosnabdevenosti) iznosi 88% domaćih potreba, očekuje se da će u narednom periodu, usled povećanja domaće proizvodnje indeks samosnabdevenosti povećati.

Potrošnja šećera značajno se razlikuje među pojedinim evropskim zemljama. Najveći evropski potrošači (2014.) prikazani su na histogramu 1. (www.helgilibrary.com/)



Histogram 1: Najveći evropski potrošači šećera (kg. per capita)

Graph 1: Europe's largest consumers of sugar

Prema ostvarenom bilansu spoljnotrgovinske razmene sve zemlje mogu da se podele na dve grupe; zemlje koje ostvaruju pozitivan bilans spoljnotrgovinske razmene (izvoz je veći od uvoza), ovde spadaju: Francuska, Nemačka, Holandija, Poljska, Belorusija, Austrija, Češka Republika, Danska, Srbija, Hrvatska, Slovačka, Litvanija, Moldavija i Švedska. Najveći pozitivan bilans ostvaruju: Francuska, Nemačka i Poljska. Ostale evropske zemlje (28) ostvaruju negativan bilans spoljnotrgovinske razmene šećera. Najveći negativan bilans imaju: Italija, Ruska Federacija, Španija i Velika Britanija sa preko milion tona.

Zaključci 4

Na bazi istraživanja mogu se izvući sledeći zaključci:

- Prosečan Evropski izvoz šećera, koji je proizveden iz šećerne repe, iznosio je 7,9 miliona tona (2010-2014), sa tendencijom pada po stopi od 3,0% godišnje. U strukturi svetskog prometa Evropa učestvuje sa 14%. Vrednosno izvoz je prosečno iznosio 6,2 milijarde US dolara.
- Regionalno posmatrano, Evropska unija (28) predstavlja drugog najvećeg svetskog izvoznika (posle Brazila), sa količinom od 7,1 milion tona od čega je najveći deo 79% interno usmeren u zemlje članice Evropske unije, a manji deo (21%) usmeren je van zemalja Evropske unije.
- Izvozna cena šećera iz Evropske unije daleko je viša od svetskih cena. Na primer cena šećera u EU u 2013. godini iznosila je u proseku 651 evra po toni, dok je istovremeno svetska tržišna cena bila na nivou od

446 US dolara po toni. Osnovna uvozna carina na šećer iz šećerne trske iznosi 339 eura po toni (2015.), ostaće nepromenjena i posle 2017. To će značiti da će šećer iz šećerne trske u EU biti skuplji od domaće cene šećera iz šećerne repe.

- Najznačajniji evropski izvoznik je Francuska čiji prosečan izvoz iznosi 2,1 milion tona, što čini 27% ukupnog izvoza. Najveći deo izvoza usmeren je u zemlje Evropske unije. Veliki izvoznici su i Nemačka, Belgija, Belorusija i Poljska koje daju više od polovine (59%) evropskog izvoza.
- Evropska unija predstavlja najznačajnijeg svetskog uvoznika šećera. Prosečan uvoz iznosi 9,3 miliona. U svetskom uvozu učestvuje sa 17%. Najveći deo uvoza (65%) anticipira se iz zemalja članica Evropske unije i ima interni karakter uvoza, manji deo, 35% uvozi se van zemalja Evropske unije gde dominira Brazil.
- Najveći evropski uvoznik je Italija sa 1,5 miliona tona i učešćem od 13% u evropskom uvozu. Veliki uvoznici su i Ruska Federacija, Velika Britanija, Španija i Belgija koje participiraju nešto više od polovine evropskog uvoza (52%).
- Na evropskom tržištu šećera dominiraju multinacionalne kompanije. Najveće evropske kompanije za proizvodnju šećera su: Südzucker AG, Tereos International SA, British Sugar Corporation, Nordzucker GmbH & Co KG i Louis Dreyfus Group.
- Na evropskom tržištu očekuju se značajne promene. Naime, proizvodne kvote u Evropskoj uniji koje su dugo na snazi biće demontirane 2017. godine, i uticaće na stvaranje globalnog konkurentnog tržišta šećera. Očekuje se da će izvoz šećera van zemalja EU porasti na oko tri miliona tona u odnosu na sadašnjih 1,6 miliona tona. Takođe, očekuje se da će uvoz van zemalja EU smanjiti za 0,5 miliona tona u odnosu na sadašnji nivo koji iznosi 3,8 miliona tona.

5 Literatura

1. Aerts, Kaharina, (2014) : Long-term stability of the European sugar sector, also after 2015 Position paper Dutch sugar sector, on behalf of 10,000 sugar beet growers, on a future-proof European Common Agricultural Policy 2014-2020.
2. Andabak, A., Mikuš Ornella, Franić, Ramona, (2012.) : Pregled ocena sektora proizvodnje šećerne repe i šećera u RH u razdoblju od 2001 do 2011, Proceedings . 47th Croatian and 7th International Symposium on Agriculture, Opatija, Croatia (150-154)
3. Baker, J. K. et al. (2000.): Animal Health. Danville, IL: Interstate Printers & Publishers, Inc. 2000.
4. Baldi, S. (2011.): Italian sugar, Global Agricultural Information Network, str.2.
5. Brough, D. (2015) : <http://www.agweek.com/crops/sugar-beets/3870727-eu-beet-sugar-harvest-progresses-well-output-seen-falling>
6. Davies, G., Heffernan, C., Bell, A. (2015): Modelling the EU cane refining sector after 2017., Dpartment for Environment Food& Rural Affairs, London.

7. Derezinski, M. (2013): Sugar Industry in Poland, IFMA Congress, Warsaw, 2013, Poland.
8. Gudoshnikov, S. (2010): Impact of the EU sugar reform on the beet processing sector; Workshop on Evaluation of CAP Reform at Disaggregated Level 10-11 March 2010 OECD Conference Centre, 2 rue André Pascal, 75016 Paris, France.
9. Polet, I (2014.): Sugar annual, Report, USDA Foreign Agricultural Service.
10. Pokorna, I., Smutka, L., Pulkrábek, J. Světová produkce cukru. Listy Cukrovarnické a Reparské, 127, 4, 2011, p. 118-120. ISSN: 1210-3306.
11. Smutka, L., Rumánková, L., Pulkrábek, J., Benešová, I. Hlavní determinanty nabídky a poptávky na světovém trhu s cukrem (Main Determinants of Supply and Demand on World Sugar Market, in Czech), Listy cukrovarnické a řeparské, 2013, 129, 4, p.142-145, ISSN: 1210-3306.
12. <http://www.euractiv.com/> [pristupljeno: februar 2016].
13. <http://www.suikerunie.com/> [pristupljeno: februar 2016].
14. <http://www.dw.com/hr/novi-problem-za-poljoprivrednike/a-18862658> [pristupljeno: januar 2016].
15. <https://www.agra-net.com/agra/foodnews/beverages/soft-drinks/eu-hfcs-production-to-increase-threefold-when-sugar-quotas-end-in-2017-217590.htm> [pristupljeno: januar 2016].
16. <https://www.gov.uk/guidance/importing-common-agricultural-policy-goods> [pristupljeno: januar 2016].
17. <http://www.comitesucre.org/site/cibe-cefs-press-release-2/> [pristupljeno: januar 2016].
18. <http://www.sugarpub.com/features/eu-27-beet-sugar-industry-charting-a-new-course> [pristupljeno: januar 2016].
19. <http://www.mah.se/CAPP/GlobalSugar/Risk-Factors/Sugar-Global-Data/Global-Sugar-Consumption/Sugar-Consumption-EURO> [pristupljeno: decembar 2015].
20. <http://www.agribusiness-insight.com/industry-trend-analysis-consolidation-ahead-eu-sugar-producers-nov-2014> [pristupljeno: januar 2016].
21. OECD/FAO (2015), "OECD-FAO Agricultural Outlook", OECD Agriculture statistics (database). doi: dx.doi.org/10.1787/agr-outl-data-en.
22. http://www.sugaronline.com/website_contents/view/1198532, Belarus : Government intends to build fifth sugar factory. [pristupljeno: januar 2016].
23. <http://saveoursugar.eu/index.php/cane-sugar-refining/sugar-and-europe/> [pristupljeno: januar 2016].
24. <http://www.energyobserver.com/Nordzucker-Srbija-bi-mogla-da-izvozi-300-hiljada-tona-secera> [pristupljeno: januar 2016].
25. <http://www.tereos.com/en> [pristupljeno: januar 2016].
26. <http://www.helgilibrary.com/indicators/index/sugar-consumption-per-capita/> [pristupljeno: januar 2016].
27. <http://www.ec.europa.eu> European Commission [pristupljeno: januar 2016].
28. <http://www.suedzucker.de/> [pristupljeno: januar 2016].
29. <http://www.uniter.by/Sugar-industry-overview>, Belarus. [pristupljeno: januar 2016].
30. <http://www.dw.com/hr/europska-komisija-odlu%C4%8Dila-reformirati-tr%C5%BEi%C5%A1te-%C5%A1e%C4%87era/a-2279413> [pristupljeno: januar 2016].
31. FAO Investments Centre (2013) : Russian Federation – Sugar sector review, prepared under the FAO/EBRD Cooperation, Rome.
32. European Commission (2013): Evolution of the sugar imports in the European Union from LDC and ACP countries Commission report referred

TRŽIŠTE ŠEĆERA U
EVROPI – STANJE I
OČEKIVANJA

to in Article 5 (3) of Commission Regulation (EC) No 828/2009.

33. European Commission (2015): Sugar Trade Statistics, Committee for the Common Organisation of Agricultural Markets.

34. <http://www.euractiv.com/sections/agriculture-food/france-concerned-about-liberalisation-eu-sugar-market-302037> (2014). [pristupljeno: decembar 2015].

Primljen/Received: 03.03.2016.
Prihvaćen/Accepted: 24.03.2016.

EKONOMSKA OPRAVDANOST PROIZVODNJE ČIPSA OD JABUKA

Vučičević Vesna, Vukoje Veljko¹

Rezime

U radu se razmatraju ekonomski efekti proizvodnje čipsa od jabuka korišćenjem klasičnih i alternativnih izvora energije za sušenje. Istraživanja se odnose na sušaru kapaciteta oko 440 kg sveže jabuke na dan, koja za sušenje koristi kombinaciju električne i solarne energije. Isplativost se analizira u kontekstu opravdanosti podizanja mini pogona za sušenje voća na poljoprivrednom gazdinstvu. Rezultati istraživanja pokazuju da u strukturi troškova proizvodnje čipsa dominiraju troškovi sveže jabuke (51,5%) i troškovi rada (25,7%). Zahvaljujući delimičnom korišćenju solarne energije ukupni troškovi energije su na relativno niskom nivou (3,5%). Radi se o vrlo rentabilnoj proizvodnji koja daje dobit od 3.435 € za 25 dana sušenja jabuke, uz koeficijent ekonomičnosti 1,53 i stopu akumulativnosti od 34,6%. Ukupna investiciona ulaganja u objekte, sušaru i prateću opremu iznose oko 39.500 € i otplaćuju se za godinu i jedanaest meseci. Reč je o isplativom biznisu koji može biti značajan izvor dodatnog prihoda za veliki broj gazdinstava u Republici Srbiji.

Ključne reči: čips od jabuka, solarna energija, analiza troškova, isplativost.

Uvod 1

Jabuka predstavlja jednu od najvažnijih voćnih vrsti u Republici Srbiji. Gaji se na oko 23.737 ha, što iz prosečan prinos od 15 t/ha daje ukupnu proizvodnju od oko 355.664 t (<http://webbrzs.stat.gov.rs/>). Glavni nosioci proizvodnje su poljoprivredna gazdinstva sa učešćem od oko tri četvrtine ukupne proizvodnje, dok ostatak daju poljoprivredna preduzeća. Najveća proizvodnja ostvaruje se u regionu Vojvodine (48%), sledi

¹ Dipl. menadž. Vučičević Vesna, saradnik u nastavi, Dr Vukoje Veljko, vanredni profesor, Univerzitet u Novom Sadu, Poljoprivredni fakultet, Departman za ekonomiku poljoprivrede i sociologiju sela, Trg D. Obradovića 8, 21000 Novi Sad, Srbija, e-mail: vesna.vucicevic@polj.uns.ac.rs, vukoje@polj.uns.ac.rs

* Rad je rezultat istraživanja u okviru projekta T-31058.

*Original scientific paper
Originalni naučni rad*

THE ECONOMIC JUSTIFICATION OF APPLE CHIPS PRODUCTION

Vučičević Vesna, Vukoje Veljko¹

Summary

This work deals with the economic effects of apple chips production by using traditional and alternative energy sources for drying. The research is related to a drier with the capacity of around 440 kg of fresh apples per day which uses a combination of electrical and solar energy. Profitability is analyzed in the context of justifiability of installing a mini unit for drying fruits in agricultural households. The results of the research show that in the cost structure of apple chips production the dominant costs are the costs of fresh apples (51.5%) and the costs of labor (25.7%). Owing to the partial use of solar energy, total energy costs are on a relatively low level (3.5%). This is highly profitable production which results in the gain of 3,435 € in 25 days of apple drying, with the coefficient of cost-efficiency of 1.53 and the accumulation rate of 34.6%. The total investments in facilities, a drier and accompanying equipment amount to around 39,500 € and they pay off in one year and eleven months. It is clear that the business in question is profitable and that it can be an important source of additional income for a large number of agricultural households in the Republic of Serbia.

Key words: apple chips, solar energy, cost analysis, profitability.

¹ Vučičević Vesna, teaching assistant, Vukoje Veljko, PhD, Associate Professor, University of Novi Sad, Faculty of Agriculture, Trg D. Obradovića 8, 21000 Novi Sad, Serbia, e-mail: vesna.vucicevic@polj.uns.ac.rs, vukoje@polj.uns.ac.rs

* This paper represents a part of the research results of the Project TR-31058

region Južne i Istočne Srbije (26%), region Šumadije i Zapadne Srbije (19%) i region grada Beograda sa 7%. Jabuka predstavlja značajan izvozni proizvod RS sa oko 143.000 tona godišnje, od čega se većina realizuje na ruskom tržištu (*Vlahović, 2015*). Poslednjih godina se dosta radi na podizanju intenzivnih zasada jabuka sa modernom tehnologijom i visokim prinosima. Međutim, u našoj zemlji zasadi su, u proseku, još uvek dosta usitnjeni. Dobar deo je zastareo i amortizovan, sa nepovoljnom sortnom strukturom i niskim prinosima.

Najveći deo proizvedene jabuke konzumira se u svežem stanju. Pored klasičnih vidova prerade u skok, rakiju, kompot, džem i sl., poslednjih decenija sve je zastupljenije sušenje jabuke. Sušenjem se čuvaju hranljive materije i istovremeno se sprečava gubljenje kvaliteta voća u svežem stanju. Najveća prednost suvog voća ogleda se u mogućnosti korišćenja tokom cele godine. Suvo voće ima veliku energetske vrednost i visok sadržaj hranljivih materija. Prednost sušenja ogleda se i u sniženju troškova skladištenja, transporta i ambalaže, usled gubitka vode, smanjenja težine i volumena proizvoda.

Kvalitet čipsa uključuje potrošačev lični osećaj za kvalitetet, fizičko-nutritivni kvalitet i kvalitet obrade, koji mogu biti ocenjeni izgledom proizvoda, sadržajem vlage, sadržajem vitamina C. Teškoće se javljaju zbog nemogućnosti obuhvatanja svih faktora kvaliteta, koji su međusobno povezani, ali istovremeno i nezavisni (*Bi et. al., 2013*). Budući da poseduje izvanredne nutritivne karakteristike čips od jabuka postaje sve značajni u ishrani savremenog potrošača. Obiluje vitaminima (A, B1, B2, B3, B6, C, D, E) i mineralnim materijama (K, Na, P, Se, Fe, Cu, Mg, Zn, Ca) (<http://www.fitday.com>). Ovaj čips ima visok sadržaj vlakana i nema masti, što ga čini veoma poželjnom grickalicom. U zemljama EU postoji značajna potražnja za ovim proizvodom, koja se u velikoj meri zadovoljava uvozom. Mogućnosti plasmana kvalitetnog čipsa od jabuke na ovo tržište su veoma značajne.

Proizvodnja sušenog voća u našoj zemlji ima slabu tradiciju, sa izuzetkom proizvodnje sušene šljive. Razlog je, pored ostalog, znatno veća zastupljenost prerade u voćne sokove, kompote, pekmez, slatko i sl. (*Vukoje i Milić, 2011*). Proizvodnja sušene jabuke u Republici Srbiji je relativno malo zastupljena, naročito u odnosu na proizvodnju sveže jabuke, kao i drugih prerađevina od jabuke (*Vukoje i Pavkov, 2015*). Dobar kvalitet osušenog proizvoda rezultat je prevashodno ispravnog odabira kvalitetne sirovine u najboljoj fazi zrelosti, pravilne pripreme i odgovarajućeg tehnološkog postupka samog sušenja. Republika Srbija poseduje izuzetno povoljne zemljišne i agrokološke uslove za proizvodnju jabuka visokog kvaliteta. Time su ispunjeni osnovni preduslovi za dobijanje kvalitetnog čipsa.

2 Materijal i metod rada

Jabuka se može sušiti primenom različitih tehnoloških postupaka. U radu se razmatraju prevashodno ekonomski efekti koji se ostvaruju u proizvodnji čipsa od jabuka korišćenjem sušare tipa "Solaris 1". Radi se o sušari patentiranoj u Srbiji, koja za pogon koristi kombinaciju električne i solarne energije. Primenom ove tehnologije oksidacija proizvoda svedena je na mi-

nimum, što znači da proizvode nije potrebno tretirati sredstvima i aditivima za sprečavanje oksidacije (<http://www.inovacionifond.rs>). Cena ove sušare u Srbiji iznosi oko 25.000 €, dok je za inostrane kupce cena nešto veća. Proces sušenja kontroliše mikroprocesor koji, po potrebi, omogućava automatsko prebacivanje na sunčevu odnosno električnu energiju. Mikroprocesor bira najpovoljniji izvor energije za sušenje, u zavisnosti od raspoloživosti solarne energije. Pri noćnom radu sušare, koristi se uglavnom sekundarni izvor energije, tj. električna energija.

Analiza ekonomskih pokazatelja u proizvodnji čipsa od jabuka bazira se na klasičnoj kalkulaciji po vrstama troškova. U cilju pouzdane ocene isplativosti utvrđeni su i dodatni apsolutni i relativni pokazatelji uspeha (marža pokrića, dohodak, vreme povraćaja investicionih ulaganja, koeficijenti ekonomičnosti i akumulativnost proizvodnje). Metodom senzitivne analize razmatra se kretanje ostvarenog rezultata u odnosu na promenu tržišnih cena sveže jabuke i čipsa od jabuka.

Proračuni troškova i rezultata u proizvodnji čipsa od jabuka bazirani su na tehnološkim normativima proizvođača sušare i konkretnim iskustvima iz prakse, kao i aktuelnim tržišnim cenama inputa i proizvoda. Analiza se zasniva na sledećim tehnološko-organizacionim postavkama:

- Dnevni kapacitet sušare je 440 kg sveže jabuke. Odnos sveže jabuke i čipsa od jabuke je 10:1, što znači da je dnevna proizvodnja čipsa 44 kg.
- Sušara se efektivno koristi 135 dana, od toga 25 dana za sušenje jabuke, odnosno za proizvodnju čipsa, dok se preostalih 110 dana koristi za sušenje drugog voća. Ukupna proizvodnja čipsa od jabuke je 1.100 kg za 25 dana (44 kg/danu x 25 dana).
- Obračuni se primarno odnose na dnevnu proizvodnju izraženu u dinarima. Za potrebe analize izvode se i određeni pokazatelji za ukupnu proizvodnju, ne samo u dinarima već i u evrima ($1\text{€} = 122\text{ RSD}$).
- Radi se u tri smene (24 h), odnosno punim kapacitetom sušare. U svakoj smeni su angažovana po dva radnika od kojih jedan dobro poznaje principe rada sušare i tehnologiju proizvodnje. Po potrebi se uključuju i drugi članovi domaćinstva.
- Obezbeđeno je kontinuirano snabdevanje sirovinom iz okolnog regiona, što znači da nije neophodna hladnjača za čuvanje svežeg voća. Ovim se vrednost investicije značajno smanjuje.
- Toplotna energija za sušenje dobija se primarno iz solarne energije, u meri koliko je to moguće, tj. prema raspoloživosti ovog izvora. Ostatak energije (za sušenje i funkcionisanje postrojenja) obezbeđuje se iz sekundarnog izvora – električne energije. Pri optimalnom korišćenju solarne energije, prosečna potrošnja električne energije se svodi na oko 2 kW po času.
- Radi se o relativno maloj sušari čije su spoljne dimenzije 1,4 m x 2 m x 2,5 m. Ukupna investiciona ulaganja u nabavku opreme (sušara, solarni paneli, stolovi, druga oprema i pribor) i izgradnju odnosno adaptaciju objekata i infrastrukture iznose oko 39.500 €. Pri tom je pretpostavka da se četvrtina investicije finansira iz kredita. Obrtna sredstva se u celosti finansiraju iz sopstvenih izvora.

3 Rezultati istraživanja

Poslednjih godina poljoprivredna proizvodnja se sve više usmerava u pravcu uzgoja voća kao jedne od najintenzivnijih grana poljoprivrede, što je povećalo potrebu za prerađivim kapacitetima. Prema podacima *Privredne komore Srbije* sveža jabuka se u strukturi izvoza poljoprivrednih proizvoda nalazi na sedmom mestu, neposredno iza pšenice (2014). Budući da prerada obezbeđuje veću vrednost i veću dobit u odnosu na prodaju i izvoz sirovina, potrebno je uložiti napor da se sušenje voća u Srbiji podigne na znatno viši nivo. Posebno značajnu ulogu u razvoju ovog vida prerade mogu imati poljoprivredna gazdinstva, koja bi kroz podizanje mini pogona za sušenje mogla ostvariti značajan dodatni prihod.

Uopšteno govoreći, gotovo sve potrebe potrošača za suvim voćem podmiruju se uvozom iz razvijenih zemalja, dok znatan deo domaćih primarnih proizvoda propada zbog nedostatka prerađivačkih kapaciteta (*Blagojević i sar. 2014.*). U Srbiji praktično ne postoji ozbiljnija proizvodnja čipsa od jabuka. Za uspešnu realizaciju proizvoda neophodno je ispitati tržište, platežnu sposobnost potencijalnih kupaca, kao i cenovnu elastičnost tražnje. Neophodno je uvažiti navike u potrošnji i preferencije potrošača i prema drugim vrstama suvog voća. Čips od jabuka se na domaćem tržištu prodaje u prilično velikom cenovnom rasponu. Neophodno je ulagati u marketing u cilju kreiranja domaće tražnje. Potencijali za rast i razvoj domaćeg tržišta dakle postoje, pogotovu kada se ima u vidu očekivano postepeno menjanje i stvaranje novih navika potrošača. Postoje, naravno, i vrlo značajne mogućnosti u pogledu izvoza ovog proizvoda.

Država bi kroz subvencionisanje kupovine sušara u značajnoj meri mogla doprineti poboljšanju ekonomskog položaja određenog broja poljoprivrednih gazdinstava, posebno imajući u vidu da se radi o relativno novom proizvodu na domaćem tržištu. Uz odgovarajuće kapacitete za čuvanje sveže jabuke značajno bi se produžila sezona proizvodnje čipsa od jabuka, što bi obezbedilo bolju iskorišćenost kapaciteta sušare i veće ekonomske rezultate. Van sezone jabuke mogu se sušiti druge vrste voća kako bi se postigla optimalna iskorišćenost sušare, odnosno brža otplata investicije. Proizvodnja čipsa u sušari "Solaris 1" odvija se bez dodataka i prisustva antioksidanasa. Jedina komponenta čipsa su sveže jabuke (*slika 1*). Osmotsko sušenje kod ovakvih sušara se u potpunosti isključuje.



Slika 1. Sveža i osušena jabuka
Figure 1. Fresh and dried apples

Izvor: Autori

Dnevni troškovi u proizvodnji čipsa od jabuka iznose 31.636 dinara, odnosno 790.900 dinara za 25 dana ili 6.483 € (tab. 1). U strukturi troškova dominira sveža jabuka (51,5%), što je logično jer predstavlja osnovnu sirovinu u proizvodnji čipsa. Troškovi sveže jabuke značajno se mogu smanjiti kod onih gazdinstava koja imaju sopstvenu proizvodnju ove voćne vrste. Cena koštanja proizvodnje jabuka znatno je niža u odnosu na tržišnu cenu. Relativno visoko učešće u strukturi troškova, posle sveže jabuke, ima radna snaga (25,7%). Ovo je iz razloga što je neposredno pre sušenja jabuku potrebno oprati, oguliti, iseći na tanke kolutove i poslagati na police. Udeo električne energije je relativno nizak (3,5%) i može se objasniti nižom cenom električne energije u odnosu na zemlje EU i korišćenjem solarne energije.

Fiksni troškovi čine značajnih 11,4% ukupnih troškova proizvodnje čipsa. Od toga se na amortizaciju i održavanje odnosi 7,1%, a na režijske troškove gazdinstva (porezi, telefon, administrativne usluge, osiguranje, gorivo, eventualni troškovi prodaje i sl.) i kamatu po investicionim kreditima 4,3%.

EKONOMSKA
OPRAVDANOST
PROIZVODNJE
ČIPSA OD JABUKA

Tabela 1. Kalkulacija proizvodnje čipsa od jabuka

Table 1. Production calculation of apple chips (1€ = 122 RSD)

Kapacitet sušare: 440 kg sveže jabuke na dan, odnosno 11.000 kg za 25 dana							
No	TEHNOLOŠKA OPERACIJA	J.M.	Količina	Cena	IZNOS		%
					RSD/ danu	€/ danu	
1	Sveža jabuka	kg	440	37,0	16280	133,4	51,5
2	Šećer	kg			0	0,0	0,0
3	Voda	L	1100	0,112	123	1,0	0,4
4	Ambalaža-kesice		550,0	2,0	1100	9,0	3,5
5	Kartonska ambalaža		18,3	36,6	671	5,5	2,1
I	Materijal (1 do 4)				18174	148,97	57,4
5	Električna energija	kwh	144,0	7,67	1104	9,05	3,5
6	Usluge				635	5,20	2,0
7	Rad	h	56,0	145	8120	66,56	25,7
A)	VARIJABILNI TROŠKOVI (1 do 10)				28033	229,78	88,6
8	Amortizacija opreme i objekata				2248	18,43	7,1
9	Kamata				375	3,07	1,2
10	Režijski troškovi				980	8,03	3,1
B)	UKUPNI TROŠKOVI (1 DO 10)				31636	259,31	100,0
	OSTVARENI REZULTATI	J.M.	Količina	Cena	IZNOS		Cena košt.
					RSD/ danu	€/ danu	
11	Flips od jabuke	kg	44	1100	48400	397	719,0
C)	VREDNOST PROIZVODNJE				48400	397	
D)	DOBIT (C - B)				16764	137	

Cena koštanja čipsa od jabuka iznosi 719 din/kg (5,89 €). Kada se na veleprodajnu cenu zaračuna 20% PDV-a i 20% trgovačke marže dobije se maloprodajna vrednost od 1.584 dinara (12,98 €). Ovo je značajno niža cena od prosečnih cena u domaćim trgovinama. Osim toga, čips od jabuka dobijen na ovaj način ima značajne konkurentske prednosti u pogledu kvaliteta. Savremeni potrošač u EU uglavnom više preferira proizvode bez dodatka šećera i veštačkih komponenti. Ovo je uslovljeno ne samo kvalitetom proizvoda, već i navikama potrošača i višom platežnom sposobnošću.

Dnevna dobit u proizvodnji čipsa je 16.764 dinara (137 €), što za period od 25 dana iznosi 3.435 €. S obzirom da se u toku godine suše i druge vrste voća različitog stepena profitabilnosti, samo na osnovu podataka o proizvodnji čipsa od jabuke, nije moguće izvoditi precizne projekcije uspeha na godišnjem nivou. Ipak, uz prihvatljivu pretpostavku da proizvodnja čipsa približno odražava prosečan nivo isplativosti na godišnjem nivou, moguće je izvesti niz korisnih indikatora isplativosti korišćenja sušare. U tom slučaju, ukupna zarada za 135 dana efektivnog rada sušare, može se proceniti na oko 18.000 €.

Ukoliko je uključen jedan član domaćinstva (što čini 14,29% od ukupno sedam potrebnih radnika) zarada se može izraziti dohotkom gazdinstva koji iznosi 3.673 € za 25 dana (tab. 2). Marža pokrića, kao razlika vrednosti proizvodnje i varijabilanih troškova iznosi 4.174 € za 25 dana sušenja jabuke. Isplativost pojedinih proizvodnji bolje se može sagledati na bazi marže pokrića, nego na osnovu dobiti, s obzirom da su fiksni troškovi u kratkom roku uglavnom nepromenljivi.

Tabela 2. Dodatni pikazatelji isplativosti
Table 2. Additional indicators of success

No	VRSTA INDIKATORA	€/ 25 dana
1	Marža pokrića (C-A)*	4174
2	Dohodak gazdinstva (D + Zarade članova domaćinstva)	3676
3	Finansijski tok (D + Amortizacija)	3896
4	Vreme povraćaja investicije	1,88
5	Ekonomičnost proizvodnje (C / B)	1,53
6	Akumulativnost proizvodnje (D / C)	34,6 %

Koeficijent ekonomičnosti pokazuje da se u proizvodnji čipsa od jabuka na jedan dinar troškova ostvaruje 1,53 dinara vrednosti proizvodnje. Stopa akumulativnosti govori da je u sto dinara vrednosti proizvodnje sadržano 34,6 dinara profita. Radi se o vrlo dobrim vrednostima indikatora za ovu vrstu proizvodnje. Vreme povraćaja uložениh sredstava predstavlja jedan od osnovnih pokazatelja opravdanosti investicionih projekata. U ovom slučaju, investicija se otplaćuje za 1,88 godina (1 godina i 11 meseci), što je vrlo prihvatljiv period.-

Senzitivna analiza pokazuje kretanje dobiti u zavisnosti od promene tržišnih cena sveže jabuke ili/i čipsa od jabuke, za +/- 20% (tab. 3).

Tabela 3. Analiza osetljivosti

Table 3. Sensitivity analysis

Promena tržišnih cena sveže jabuke, odnosno čipsa za +/- 20%	Sveža jabuka (+/- 20%)	Čips od jabuka (+/- 20%)		
		880	1100	1320
	29,6	10084	16964	29444
	37,0	7084	16764	26444
	44,4	-116	9564	23444

Finansijski rezultat je znatno osetljiviji na pad cena gotovog proizvoda, nego na povećanje cena osnovne sirovine. Rezultat postaje negativan tek sa padom cene čipsa za oko 35%.

Zaključak 4

Republika Srbija ostvaruje značajnu proizvodnju sveže jabuke, od čega se dobar deo plasira na inostrano tržište. Nepovoljna okolnost je da se izvozi uglavnom sveža jabuka, dok su prerađevine znatno manje zastupljene. Neophodno je mnogo više pažnje posvetiti preradi voća, s obzirom da je izvoz prerađevina znatno profitabilniji.

Najvažniji ekonomski parametri pokazuju da je proizvodnja čipsa od jabuka vrlo isplativa. Za 25 dana sušenja ostvaruje se dobit od 3.435 €, pri čemu je stopa akumulativnosti proizvodnje 34,6 % i koeficijent ekonomičnosti 1,53. Čak ni značajniji rast cena sveže jabuke odnosno pad cena čipsa ne dovodi u pitanje isplativost ove proizvodnje. Zapošljavanjem jednog člana domaćinstva može se ostvariti dodatna korist za gazdinstvo od oko 1.300 €/ godišnje. Za pokretanje proizvodnje nisu neophodna visoka početna ulaganja (oko 39.500 €). Investicija se otplaćuje za 1,88 godina, što je vrlo kratak period.

Neophodna je organizovanija pomoć države kroz subvencionisanje nabavke sušara i promociju domaćeg sušenog voća. Izgradnja malih pogona za sušenje voća može predstavljati dobar način za poboljšanje ekonomskog položaja porodičnih poljoprivrednih gazdinstava, smanjenje nezaposlenosti i ukupan razvoj sela.

Literatura 5

1. Blagojević, R., Ranković, G., Stefanović, Z., Radojković, I. (2014): Tehnologija sušenja voća, Kancelarija za program podrške u privatnom sektoru za podršku sektoru voćarstva i bobičastog voća u Južnoj Srbiji.
2. Jeločnik, M., Ivanović, Lana,
3. Subić, J., (2011): Analiza pokrića varijabilnih troškova u proizvodnji jabuke, Škola biznisa, Beograd.
3. Jinfeng Bi, Aijin Yang, Xuan Liu, Xinye Wu, Qinqin Chen, Qiang Wang, Jian Lv, Xuan Wang (2013): Effects of pretreatments on explosion puffing

- drying kinetics of apple chips, Institute of Agro-Products Processing Science and Technology CAAS, Key Laboratory of Agro-Products Processing, Ministry of Agriculture, Beijing 100193, p. 1136.
4. Sullivan, J. F., Craig, J. C., Jr., Konstance, R. P., Egoville, M. J., & Aceto, N. C. (1980): Continuous explosion-puffing of apples, *Journal of Food Science*.
 5. Vlahović, B. (2015): Tržište agroindustrijskih proizvoda – specijalni deo, Univerzitet u Novom Sadu, Poljoprivredni fakultet.
 6. Vukoje, V., Milić, D. (2011): Analiza ekonomske opravdanosti proizvodnje sušenog voća u Srbiji, XVI Međunarodno naučno – stručno Savetovanje agronoma Republike Srpske, Zbornik sažetaka, Poljoprivredni fakultet Banja Luka, str. 111.
 7. Vukoje, V., Pavkov, I. (2015): PROFITABILITY OF DURED APPLE PRODUCTION IN SERBIA, *Contemporary Agriculture*, Vol. 64, No 3-4.
 8. <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/Public/ReportResultView.aspx?rptKey=indId%3d13010ND01%262%3d201500%26102%3dRS%2639%3d29000%266%3d1%2c2%2c3%26sAreaId%3d130102%26dType%3dName%26lType%3dSerbianCyrillic>, pristupljeno 20.02.2016.
 9. <http://www.pks.rs/PrivredaSrbije.aspx?id=13&p=2&>, pristupljeno 8.02.2016.
 10. http://www.fitday.com/fitness/BrowseNutrition.html?a_Date=1401840000.&s_Amount=100.&s_UnitKey=sfd-fugram&s_FoodPath=all_foods%2Ffruits_and_juices%2Fapple_chips.html, pristupljeno 01.06.2014.
 11. <http://www.niir.org/profiles/profile/851/apple-chips.html>, pristupljeno 01.06.2014.
 12. <http://www.bizlife.rs/vesti/29810-a>, pristupljeno 17.11.2015.
 13. <http://www.inovacionifond.rs/portfolio/solaris-ekoloska-susara-prehrambenih-proizvoda/>, pristupljeno 17.11.2015.

Primljen/Received: 27.02.2016.

Prihvaćen/Accepted: 14.03.2016.

АНАЛИЗА И ПРЕДВИЋАЊЕ ИЗВОЗА ПАРАДАЈЗА ИЗ РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

Убипарип Драгана¹, Радовановић Маја²,
Новковић Небојша³, Александар Остојић⁴

Резиме

Производња парадајза у Републици Србији би могла имати далеко већи значај, али су могућности недовољно искоришћене. Годишње се у свету, у просеку, произведе 122 милиона тона парадајза, а наша земља учествује у овој производњи са свега 0,01%.

У раду је анализиран извоз парадајза из Републике Србије у периоду од 2004-14. године. Анализиране су: извезене количине (т), вредност извоза (\$) и просечне извозне цене (\$/т). Анализа је спроведена дескриптивном статистиком. На основу утврђене стопе промена у анализираном периоду извршено је предвиђање извозних параметара у периоду од 2015-17. године. Извоз свежег парадајза имао је позитивну стопу промене од 19,20%.

Просечна извезена количина парадајза износила је 4.094 тона, по просечној цени од 415 долара/тони, што даје укупну вредност извоза од 1.699,118 долара просечно годишње.

У наредне три године очекује се даљи пораст количина, цена и вредности извоза, тако да би у 2017. години наша земља требала извозити 6.748 тона, по просечној цени од 765 долара/тони, што ће чинити вредност извоза парадајза од око 5.160.814 долара.

Кључне речи: парадајз, Република Србија, извоз, предвиђање

ANALYSIS AND PREDICTION OF TOMATO EXPORT FROM SERBIA

Ubiparip Dragana¹, Radovanović Maja²,
Novković Nebojša³, Aleksandar Ostojić⁴

Summary

Tomato production in the Republic of Serbia could have a far greater significance, but the opportunities are insufficiently used. Worldwide, on average, 122 million tons of tomatoes are produced annually and our country participates in this production with only 0.01%.

Tomato export from Serbia in the period from 2004 to 2014 was analyzed in the paper. The following were analyzed: exported quantities (t), export value (US \$) and average export prices. The analysis was performed by descriptive statistics. The prediction of tomato export parameters in the forthcoming period (2015-17) was carried out based on the established rate of change in the analyzed period. Fresh tomato export had a positive rate of change of 19.20%.

The average exported quantity of tomatoes amounted to 4,094 tons, at an average price of 415 \$/t, with total export value of US \$1,699,118 on average annually. A further increase in the quantity, price and export value is expected in the following three years, therefore Serbia should export 6,748 tons in 2017 at an average price of 765 \$/t, with the export value of tomatoes at about 5,160,814 dollars.

Key words: Tomato, Republic of Serbia, Export, Prediction

¹ МсС Убипарип Драгана, студент докторант, Универзитет у Новом Саду, Пољопривредни факултет, Агроекономија, Трг Доситеја Обрадовића 8, Нови Сад, draganaubiparip@hotmail.com

² МсС Радовановић Маја, студент докторант, Универзитет у Новом Саду, Пољопривредни факултет, Агроекономија, Трг Доситеја Обрадовића 8, Нови Сад, majushca990@gmail.com

³ Проф. др Новковић Небојша, редован професор, Универзитету Новом Саду, Пољопривредни факултет, Трг Доситеја Обрадовића 8, Нови Сад, nesann@polj.uns.ac.rs

⁴ Проф. др Александар Остојић, ванредни професор, Универзитет у Бањој Луци, Пољопривредни факултет, Република Српска, БИХ, aleksandarostojic@agrifabl.ba

¹ Ubiparip Dragana, MSc, PhD student, University of Novi Sad, Faculty of Agriculture, Trg Dositeja Obradovica 8, Novi Sad, Serbia, draganaubiparip@hotmail.com

² Radovanovic Maja, MSc, PhD student, University of Novi Sad, Faculty of Agriculture, Trg Dositeja Obradovica 8, Novi Sad, Serbia, majushca990@gmail.com

³ Novković Nebojša, PhD, Professor, University of Novi Sad, Faculty of Agriculture, Trg Dositeja Obradovica 8, Novi Sad, Serbia, nesann@polj.uns.ac.rs

⁴ Ostojić Aleksandar, PhD, Associate Professor, University of Banja Luka, Faculty of Agriculture, Republic of Srpska, BiH, aleksandarostojic@agrifabl.ba

1 Увод

Предмет истраживања овог рада је анализа кретања извоза парадајза у тонама, остварена вредност у доларима и цене у доларима/тони, у периоду од 2004-14. године. Такође, спроведено је и предвиђање кретања ових параметара за наредне три године (2015-17.). Основни задатак односи се на квантификовање насталих промена и дефинисање најзначајнијих фактора који су допринели таквом кретању. Циљ рада је дефинисање основних трендова спољнотрговинског биланса, поређење количина, остварених вредности и цена. Анализу извоза поврћа из Републике Србије на међународно тржиште и тржишно учешће које наша земља настоји да оствари, анализирали су Ђоровић и сар. (2007.). Влаховић (2015.) сматрају да повртарска производња представља значајну привредну делатност у Републици Србији и да се одвија на 250 хиљада хектара, што представља око 6% укупних обрадивих површина. Србија је традиционално повртарска земља са добрим климатским и земљишним потенцијалима за ту производњу. Производња поврћа је једна од најинтензивнијих грана биљне производње. Грант и сар. (2013.) истичу значај поштовања техничких санитарних и фитосанитарних мера и прописа приликом извоза и увоза поврћа, јер су ти производи осетљиви и имају значајан утицај на безбедност и заштиту биљака и животиња и на здравље људи.

2 Метод рада и извори података

Истраживање се заснива на коришћењу секундарних података („*deskresearch*“), уз примену стандардних статистичко-математичких метода. Извор података чини база Републичког завода за статистику Републике Србије у периоду од 2004. до 2014. године. Најзначајнија обележја представљена су помоћу табела и графика, а обрађена су помоћу квантитативне методе истраживања:

1. просечна вредност појаве ($\bar{X}$) – аритметичка средина;
2. екстремне вредности појаве, минимална ($\min$) и максимална ($\max$) вредност обележја;
3. коефицијент варијације (CV) и
4. годишња стопа промене појаве у % (r).

Стопа промене израчуната је директно из апсолутних вредности временске серије, путем следећег израза:

$$r = (G - 1); G = \left(\frac{Y_n}{Y_1} \right)^{\frac{1}{n-1}}$$

где је:

r = стопа годишње промене

G = стална релативна промена појаве

Y^1 = апсолутна вредност првог члана временске серије

Y_n = апсолутна вредност последњег члана временске серије

n = број чланова серије, односно број година.

АНАЛИЗА И
ПРЕДВИЂАЊЕ
ИЗВОЗА
ПАРАДАЈЗА ИЗ
РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

Применом израчунате годишње стопе промене (Папић, 2008.) утврђена је тенденција посматране појаве у анализираном периоду, и на основу ње могуће је квантитативно предвиђање производних параметара у наредном периоду. На основу расположивих података (у периоду 2004-14. године) извршена је екстраполација тренда за предвиђање извоза парадајза за период 2015-17. године.

Основни подаци за добијање резултата овог рада, преузети су из Републичког завода за статистику, Београд.

Основне карактеристике повртарске 3 производње у Републици Србији

Међународно тржиште поврћа је данас веома комплексно. Поред отворености и координације коју намеће глобализација, са друге стране постоји и велика затвореност развијених земаља света, које путем најразличитијих мера аграрног протекционизма настоје да ограниче увоз из других земаља, и на тај начин заштите сопствено тржиште. Као традиционално пољопривредна земља, Република Србија има изузетно повољне климатске и земљишне услове за пољопривредну производу. Повртарска производња је једна од најинтензивнијих и најпрофитабилнијих пољопривредних грана код нас. Оно што је неопходно, јесте потпуно искоришћавање повољних агроеколошких услова како би се унапредила повртарска производња.

Производња поврћа у Републици Србији се одвија претежно на њивама, уз значајан пораст производње у заштићеном простору како због бржег доспећа производа, тако и због повољнијих економских резултата. У будућем периоду треба да се тежи бољем искоришћавању и унапређењу постојећих капацитета и интензивирање производње поврћа, све са циљем повећање извоза поврћа помоћу мера аграрне политике, стимулисања извозно оријентисане производње, унапређења прерађивачке индустрије и унапређења квалитета производа.

У Табели 1. је приказано колика је просечна годишња производња појединих врста поврћа у Републици Србији. Знајући природне потенцијале и остале ресурсе, као и привредни значај ове производње, може се закључити да је она у лошем положају.

Табела 1. Просечна површина, производња и приноси значајних врста поврћа у Републици Србији (2005–14.)

Table 1. The average area, production and yields of important vegetables in the Republic of Serbia (2005-14)

ВРСТА ПОВРЋА	ПРОСЕЧНА РОДНА ПОВРШИНА (ha)	УКУПНА ПРОИЗВОДЊА (t)	ПРОСЕЧАН ПРИНОС (t/ha)
кромпир	54.439	810.069	14,88031
паприка	12.468	105.063	8,426612
пасуљ	13.644	15.252	1,117854
бели лук	2.944	8.418	2,859375
мрква	3.188	64.677	20,28764
грашак	6.13	34.914	5,695595
парадајз	9.431	172.198	18,25872
краставац	4.166	63.08	15,14162
црни лук	5.115	36.606	7,156598
купус	11.912	299.147	25,11308

Извор: www.stat.gov.rs

Укупна производња поврћа у нашој земљи је у светским размерама више него скромна. Разлога за то је доста: недовољно наводњавање; веома мало производње поврћа у заштићеном простору; неорганизованост; слаби прерађивачи; настојања извозника да задрже највећи део зараде; слаба традиција; однос државе према овој производњи и други. Даљи развој зависи од све специфичнијих захтева тржишта. То значи да се свеже поврће тражи целе године, а најбоље га је обезбедити из сопствене производње, односно смањити зависност од увоза. Осим тога, развијају се и захтеви за различитим варијететима унутар исте врсте, што такође захтева проширење знања произвођача. У новије време присутно је све интензивније развијање свести потрошача о значају и потреби коришћења поврћа у свакодневnoj исхрани путем све веће доступности података преко електронских медија. Повећаном производњом поврћа, отвара се и могућност запошљавања људи, а пре свега у оквиру производње у заштићеном простору. Важно је понудити светском тржишту довољне количине које ће се испоручивати континуирано. У условима глобалне конкуренције, акценат се ставља на квалитет и захтеве потрошача. Као услов опстанка на тржишту намеће се потреба и за сталним усавршавањем и праћењем трендова развијених земаља и у складу са тим потребно је прилагођавати асортиман. Треба истражити тржиште - тражњу и планирати производњу, а не прво сејати и производити па онда тражити тржиште за пласман производа. Тренутни трендови односе се на органску производњу и производњу мини поврћа које је данас присутно не само у луксузним ресторанима него и у трговинским ланцима.

Резултати истраживања – 4 анализа и предвиђање извоза парадајза

АНАЛИЗА И
ПРЕДВИЂАЊЕ
ИЗВОЗА
ПАРАДАЈЗА ИЗ
РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

У Табели 2. су приказани параметри који се везују за извоз парадајза у анализираном периоду. Просечна извезена количина парадајза износи 4.093,7т, просечна остварена вредност је 1.699.100 \$, а просечна цена за посматрани период износи 415,05 \$/т. Минимална извезена количина у посматраном периоду износила је 739,2 т (2004. године), док је максимално извезена количина парадајза, од 7.576,7 т била 2013. године. Минимална остварена вредност извоза парадајза била је 2004. године и износила је 111.400 \$, а максимална 4.071.400 \$ (2014. године). Минимална цена од 150,7 \$/т била је 2004., а максимална 2014. године 576,78 \$/т. Коефицијенти варијације извоза парадајза у посматраном периоду су веома високи. Коефицијент варијације извозних количина је 51,5%, вредности 72,2%, а извозних цена парадајза 33,3%. У анализираном периоду долази до раста извоза количине парадајза и то просечно за 19,2% годишње. Просечан годишњи пораст вредности извоза парадајза је још импресивнији и износи 36,3%, док је просечно повећање извозне цене износило 16,08 % годишње.

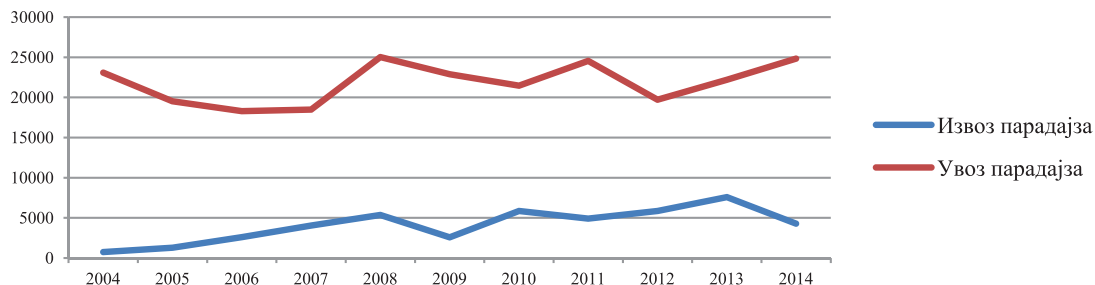
Табела 2. Извоз парадајза из Републике Србије (2004-14.)

Table 2. Tomato export from the Republic of Serbia (2004-14)

Параметри извоза	Просечна вредност	Интервал варијације		Коефицијент варијације (%)	Стопа промене (%)
		Минимум	Максимум		
Количина (т)	4.093,7	739,2	7.576,7	51,5%	19,20%
Вредност (000 \$)	1.699,1	111,4	4.071,4	72,2%	36,32%
Цена (\$/т)	415,05	150,70	576,78	33,3%	16,08%

Извор: www.stat.gov.rs

У посматраном периоду (Графикон 1.) наша земља је имала негативан биланс (-17.733 т) извоза парадајза током целокупног период, и његов тренд је био опадајући. Занимљив је податак да извоз ове биљке почиње да опада од 2013. године, док увоз од 2012. године поново расте.



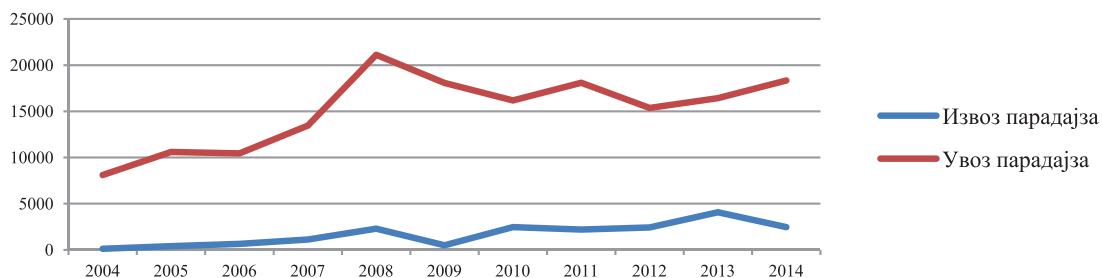
Извор: www.stat.gov.rs

Графикон 1: Анализа извоза и увоза парадајза Републике Србије (2004-14., количине у тонама)

Graph 1: Analysis of tomato export and import in the Republic of Serbia (2004-14. quantites, tons)

Количински посматрано, у периоду од 2004. - 08. долази до раста извоза парадајза, а након тога, у 2009. долази до наглог пада, потом је опет присутан раст извоза. Један од разлога оваквог кретања је, поред повећане производње парадајза, промена у спољно-трговинској политици, где наша земља добија прилику да се боље позиционира на тржишту (разне трговинске олакшице). Увоз парадајза је у овом периоду имао сличне осцилације, али је током целог периода био већи од извозних количина, што указује на константни негативни спољнотрговински биланс парадајза у Србији.

На Графикону 2. је приказана вредност извоза и увоза парадајза у Србији у посматраном периоду. Вредност извоза парадајза осцилира, али прати кретање извозних количина. Код вредности увоза су сличне осцилације као код увозних количина и током целог посматраног периода вредност увоза је већа од остварене вредности извоза.

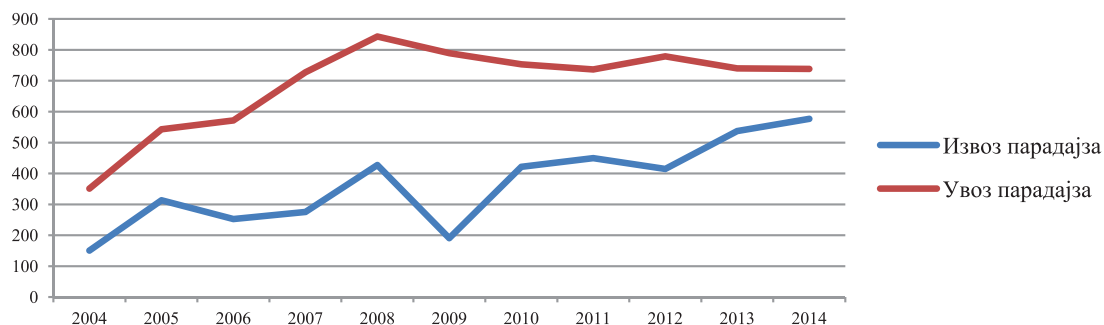


Извор: www.stat.gov.rs

Графикон 2. Анализа извоза и увоза парадајза Републике Србије (2004–14., вредност 000 УСД)

Graph 2: Analysis of tomato export and import in the Republic of Serbia (2004-14, value US \$)

Кретање цена парадајза у посматраном периоду пратило је кретање количине и вредности (Графикон 3). Од 2012. године извозне цене парадајза бележе раст, док увозне опадају.



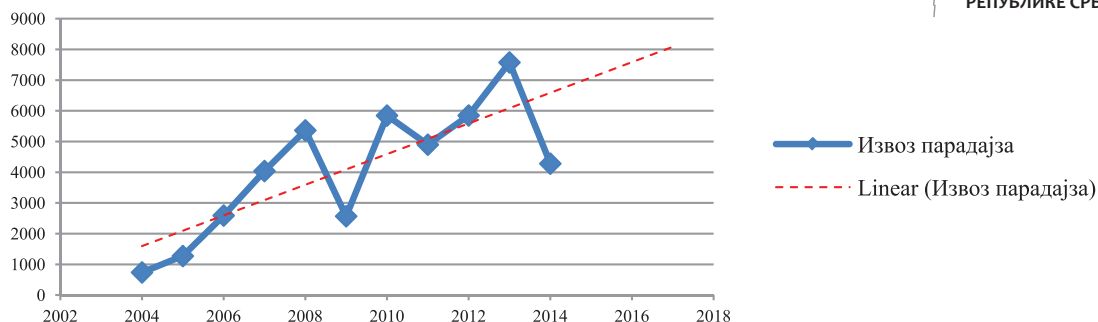
Извор: www.stat.gov.rs

Графикон 3. Кретање цене парадајза Републике Србије (2004–14., цена у УСД/т).

Graph 3: The movement of prices of tomatoes in the Republic of Serbia (2004-14 price, US \$/tons)

Када се екстраполира извозна количина парадајза из претходног периода у наредне три године (Графикон 4.), види се да би требало да дође до даљег значајног раста извоза парадајза.

АНАЛИЗА И
ПРЕДВИЂАЊЕ
ИЗВОЗА
ПАРАДАЈЗА ИЗ
РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

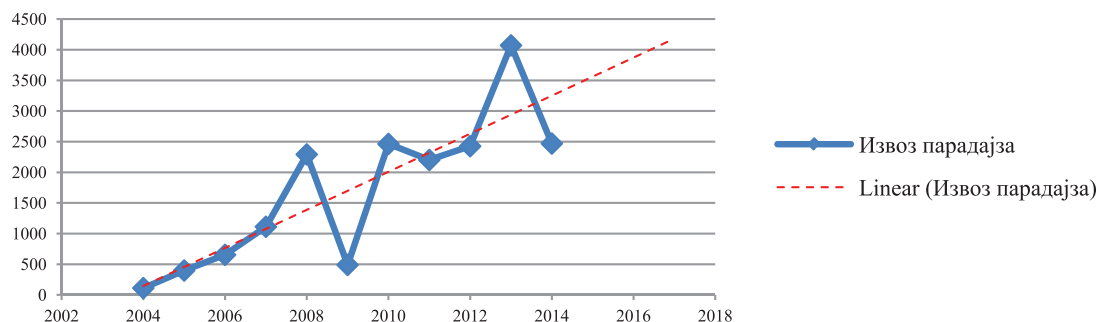


Извор: www.stat.gov.rs

Графикон 4: Предвиђање извоза парадајза Републике Србије (2015 – 17. количина у т)

Graph 4: Prediction of tomato export from the Republic of Serbia (2015-17, in tons)

У наредном периоду (Графикон 5.) доћи ће до раста вредности извоза парадајза. Може да се види да вредност извоза прати извезену количину парадајза.



Извор: www.stat.gov.rs

Графикон 5: Предвиђање извоза парадајза Републике Србије (2015 – 17.; вредност у 000 УСД)

Graph 5: Prediction of tomato export from the Republic of Serbia (2015-17, in US\$)

Посматрајући добијене податке који се везују за извоз парадајз, види се да је ова врста поврћа до сада остварила негативне спољнотрговинске билансе. Резултати предвиђања показују да ће се значајно поправити спољнотрговински биланс парадајза, ако се наставе уочене тенденције у будућности.

Дискусија добијених резултата 5

Могућности наше пољопривредне производње нису у потпуности искоришћене. У свету се годишње произведе око 122 милиона тона парадајза, а Република Србија у овоме учествује симболично са само 0,01%.

У укупном светском извозу парадајза наша земља учествује са свега 0,03%, а у увозу са 0,6%. Од извоза парадајза просечно годишње зарадимо 1,7 милиона \$, али је зато увоз огroman (Ђоровић, et. al, 2007). Република Србија извози значајне количине поврћа која произведе, претежно у земље из окружења, у земље чланице Европске Уније и Руске Федерације. Сви ови подаци показују да се на глобалном ниво производње поврћа, наша земља не показује у најбољем светлу. Да би се то променило, неопходно је да се што пре прихвате све оне мере и инструменти који су предложени, како би се повећала не само производња, већ и учешће на тржиштима у ужем и ширем окружењу. **Табела 3.** Показује колико су просечне, минималне, максималне количине извоза парадајза (у тонама) у појединим земљама.

Табела 3. Извоз парадајза из Републике Србије у поједине земље (2004-14.)

Table 3. Tomato export from the Republic of Serbia into individual countries (2004-14)

Извор: Вуковић Андреа, et. al (2015):

Fresh tomato: promising export product for Serbia?

ЗЕМЉА	ПРОСЕЧНА ВРЕДНОСТ (т)	ИНТЕРВАЛ ВАРИЈАЦИЈЕ		КОЕФИЦИЈЕНТ ВАРИЈАЦИЈЕ (%)
		MINIMUM (т)	МАКСИМУМ (т)	
ИЗВОЗ ПАРАДАЈЗА				
Русија	1,238.60	112.40	3,437.90	86.30
Црна Гора	1,162.60	1.10	2,181.40	80.90
БиХ	886.90	288.20	1,886.40	54.70
Бугарска	630.60	38.90	2,087.80	110.70
Белорусија	525.60	19.10	1,854.80	145.70
Румунија	215.30	1.80	864.50	126.50
Словенија	156.60	3.60	415.10	88.40
Грчка	98.90	0.00	693.10	213.40
Хрватска	71.50	0.00	288.40	147.70
Словачка	26.50	2.10	50.00	90.30
Остале земље (Пољска, Немачка, Италија, Шведска, Молдавија, Чешка, Аустрија, Швајцарска)	До 20	0.00	40.00	До 250

Није изненађујући податак да је највише парадајза у посматраном периоду наша земља извезла у Русију (1,238.60 т). Посредством разних олакшица и добре сарадње између наше две земље, у будућем периоду се очекује да се количина која ће се извозити у ту земљу само повећавати. Такође, може да се закључи да су веће количине извезене у земље нашег региона (Црна Гора, Босна и Херцеговина, Бугарска). Да би се још

боље увидело како изгледа извоз из наше земље у регион, најбоље показује **Табела 4.**

АНАЛИЗА И
ПРЕДВИЂАЊЕ
ИЗВОЗА
ПАРАДАЈЗА ИЗ
РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

Табела 4. Преглед спољно-трговинског биланса за парадајз

Table 4. Review of international trade balances for fresh tomato

Извор: Вуковић Андреа, et. al (2015):
Fresh tomato: promising export product for Serbia?

ТРЖИШТЕ	ЗЕМЉА	ПРОСЕЧАН СПОЉНО ТРГОВИНСКИ БИЛАНС (t)
СЕФТА 2006		
Извоз	Македонија	42,590.00
Увоз	Србија, Хрватска, Албанија, Молдавија, Црна Гора, Босна и Херцеговина	34,790.00
СЕФТА СПОЉНОТРГОВИНСКИ БИЛАНС		7,800.00
ИСТОЧНО ЕВРОПСКЕ ЗЕМЉЕ		
Извоз	Белорусија, Украјина	24,806.00
Увоз	Русија	550,540.00
СПОЉНОТРГОВИНСКИ БИЛАНС ИСТОЧНО ЕВРОПСКИХ ЗЕМАЉА		-525,734.00
РАЗВИЈЕНЕ ЕВРОПСКЕ ЗЕМЉЕ (ЕУ 15, НОРВЕШКА И ШВАЈЦАРСКА)		
Извоз	Шпанија, Холандија, Белгија, Португалија, Италија	1,658,251.00
Увоз	Немачка, Велика Британија, Француска, Шведска, Аустрија, Данска, Ирска, Финска, Грчка	1,644,700.00
СПОЉНОТРГОВИНСКИ БИЛАНС РАЗВИЈЕНИХ ЕВРОПСКИХ ЗЕМЉА (ЕУ 15, НОРВЕШКА И ШВАЈЦАРСКА)		13,551.00
ОСТАЛЕ ЕУ ЗЕМЉЕ		
Извоз	Ниједна	0.00
Увоз	Чешка, Румунија, Бугарска, Словачка, Пољска, Литванија, Естонија, Мађарска, Словенија, Хрватска	258,098.00
СПОЉНОТРГОВИНСКИ БИЛАНС ОСТАЛИХ ЕУ ЗЕМАЉА		-258,098.00
ТУРСКА		
СПОЉНОТРГОВИНСКИ БИЛАНС ТУРСКЕ		411,683.00
УКУПНИ СПОЉНОТРГОВИНСКИ БИЛАНС ПАРАДАЈЗА (ЕВРОПА)		-350,798.00

На основу табеле може се видети да је укупан спољнотрговински биланс извоза парадајза негативан (-350,798.00 т). Велика разлика између увоза и извоза овог поврћа јавља се код источно европских земаља (-525,734.00 т), што није добро и треба покушати да се то промени, јер су све прилике да се датим земљама може добро сарађивати. Такође, поражавајући је податак да у развијене европске земље, не остварујемо никакав извоз, и ако то може да се оствари уз мало трошкова и уз све правне регулативе које су у последњем периоду олакшане. Постоји много простора да се однос између увоза и извоза промени, али је неопходна сарадња и договор између државе и произвођача који би то требали да остваре.

6 Закључак

Истраживања у овом раду су показала:

- да је просечна годишња површина на којој је гајен парадајз износила 9.431 ha, просечан укупан принос 172.198 т, а просечан принос парадајза је за посматрани период износи 18,26 т/ha;
- да је просечна извезена количина парадајза износила 4.093,7т, просечна остварена вредност је 1.699.100 \$, а просечна цена за посматрани период износи 415,05 \$/т.
- да је минимална извезена количина у посматраном периоду износила је 739,2 т (2004. године), док је максимално извезена количина парадајза, од 7.576,7 т била 2013. године. Минимална остварена вредност извоза парадајза била је 2004. године и износила је 111.400 \$, а максимална 4.071.400 \$ (2014. године). Минимална цена од 150,7 \$/т била је 2004., а максимална 2014. године 576,78 \$/т,
- да се за период од 2015.-2017. предвиђа пораст извезених количина, вредности и цене парадајза.

7 Литература

1. Ђоровић, М., Милановић, М., Стевановић, С., Лазић, Верица (2007): Глобално тржиште поврћа, Економика пољопривреде, бр. 2, Београд;
2. Мишковић, А. (2012): Приручник за производњу поврћа у заштићеном простору, Тампограф, Нови Сад;
3. Папић, М. (2008.): Примењена статистика, Загреб;
4. Grant J., Karov V., Peterson E., Roberts D. (2013): "Evaluationg the Trade Restrictiveness of Phytosanitary Measures on U.S. Fresh Fruit and Vegetable Imports", American Journal of Agricultural Economics, vol. 95 iss.4;
5. Влаховић, Б. (2015.) Тржиште агроиндустријских производа – Специјални део, Универзитет у Новом Саду, Пољопривредни факултет, Нови Сад

6. Влаховић, Б. Пушкарић, А.
Червенски, Ј. (2010): Обележја
производње поврћа у Републици
Србији, Ратарство и повртарство
2010, вол. 47. бр. 2, Институт
за Ратарство и повртарство;

7. Вуковић Андреа, Убипарип Драгана,
Радовановић Маја, Јаћимовић Соња
(2015): Fresh tomato: promising
export product for Serbia?, вол. 43
број 3, Индустија.

8. Интернет сајт: www.stat.gov.rs
(приступљено: јул 2015)

АНАЛИЗА И
ПРЕДВИЂАЊЕ
ИЗВОЗА
ПАРАДАЈЗА ИЗ
РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

Primljen/Received: 18.02.2016.

Prihvaćen/Accepted: 24.03.2016.

Prikaz monografije

PLANIRANJE I UPRAVLJANJE RURALNIM RAZVOJEM U PODUNAVLJU SRBIJE – Gornje podunavlje, Karpatska oblast i Metropolitensko područje

Zoran Njegovan, Radovan Pejanović, 2015, 230 strana

Rezime

U izdanju Poljoprivrednog fakulteta u Novom Sadu 2015. godine objavljena je monografija pod nazivom "Planiranje i upravljanje ruralnim razvojem u Podunavlju Srbije", autora prof. dr Zoran Njegovan i prof. dr Radovan Pejanović, redovnih profesora na Poljoprivrednom fakultetu u Novom Sadu, a kao produkt dugogodišnjeg naučno-istraživačkog rada u okviru projekta „Održiva poljoprivreda i ruralni razvoj u funkciji ostvarivanja strateških ciljeva Republike Srbije u okviru Dunavskog regiona“. Monografija je sistematizovana u 8 poglavlja uz zaključna razmatranja, napisana je na 230 strana i sadrži preko 180 izvora domaće i strane literature. U monografiji je obrađen veliki broj aktuelnih tema iz oblasti planiranja i upravljanja ruralnim razvojem, sa posebnom osvrtom na područje Gornjeg podunavlja, Karpatske oblasti i Metropolitenskog područja.

U prvom poglavlju monografije autori vrši razgraničenje osnovnih pojmova, teorijskih stavova i glavnih institucija privrednog Rasta i razvoja, polazeći od neoklasične, radikalno marksističke teorije, teorije strukturne neravnoteže, preko teorije uzleta, stagnacije i uravnoteženog rasta, kratkoročne i dugoročne teorije privrednog rasta, do tradicionalne i nove (endogene) teorije privrednog razvoja. Autori dalje razmatraju Opšte aspekte ruralnog razvoja, posmatrajući ruralni razvoj kao složen i multidisciplinarni koncept koji pre svega ima za cilj poboljšanje kvaliteta života i blagostanja ljudi u ruralnim područjima. Autori se u narednom poglavlju bave Politikom teritorijalnog razvoja u Evropskoj uniji, polazeći od tri faze procesa teritorijalnog razvoja u zemljama Evrope, prikaza najnovijih promena i implikacija teritorijalnog razvoja zemalja EU, preko pitanja evropskih institucija i modela finansiranja teritorijalnog razvoja. Posebno se razmatra LEADER inicijativa i nova strategija razvoja Evropa 2020, koja kao prioritete ima razvoj zasnovan na znanju (smart growth), održivi razvoj (sustainable development) i inkluzivni razvoj (inclusive growth). Nakon prikaza stanja u Evropskoj uniji istraživanje se u četvrtom poglavlju pomera na nivo Ruralnog planiranja u Srbiji. Ovo poglavlje zauzima značajan deo monografije, polazeći od teorijskog pristupa planiranju i upravljanju regionima, preko međunarodnih standarda i prakse u ovoj oblasti, definisanja indikatora ruralnog razvoja i pregleda indikatora ruralnih područja, pa do analize konkretnih problema ruralnog razvoja na teritoriji cele Srbije. Autori ističu da uspešan i efikasan razvoj lokalnih zajednica u ruralnim područjima nije moguć bez strateškog planiranja,

Prikaz monografije
PLANIRANJE I
UPRAVLJANJE
RURALNIM
RAZVOJEM U
PODUNAVLJU
SRBIJE – Gornje
podunavlje,
Karpatska oblast i
Metropolitensko
područje

to jest bez sveobuhvatnog procesa strateškog upravljanja koji uključuje planiranje, implementaciju i ocenu postignutih efekata. Sistem i praksa regionalnog upravljanja i planiranja u Srbiji nisu dovoljno razvijeni i tek se očekuje rešavanje složenih političkih, upravljačkih i razvojnih pitanja regionalizma. Ruralna područja na teritoriji Republike Srbije odlikuje visok stepenom diferenciranosti u pogledu prirodnih, ekonomskih, infrastrukturnih i drugih uslova za poljoprivrednu proizvodnju, druge privredne i neprivredne aktivnosti. Nažalost, trend depopulacije praćen je paralelnim procesom deagrarizacije ruralnih područja, pri čemu ruralna populacija sada predstavlja značajan izvor radne snage za ubranu industrijalizaciju zemlje. Na ovu temu nadovezuje se poglavlje Regionalizacije ruralnih područja Podunavlja u Srbiji, od prikaza metodološkog okvira, preko definisanja samog ruralnog područja za utvrđivanja indikatora ruralnosti za Pounavlje Srbije. Rezultati empirijskog istraživanja ukazuju da 18 od ukupno 25 istraživanih opština i gradova Podunavlja se svrstava u ruralna područja, najviši indeks starenja imaju Negotin, Kladovo i Kučevo, najnepovoljniju obrazovnu strukturu imaju Veliko Gradište, Golubac, Kučevo, Negotin, Kladovo i Bač, najniže neto zarade imaju opštine Veliko Gradište, Golubac i Kovin, dok najviše zarade imaju Grad Beograd, opština Beočin i Grad Novi Sad. Najniži prosečan rang ruralnog razvoja imaju opštine Kučevo, Golubac, Bač, Pećinci i Veliko Gradište, a najviši Grad Beograd, Grad Novi Sad, opština Beočin, Grad Požarevac i Grad Smederevo. Kroz analizu osnovnih indikatora konkurentnosti za 25 opština Podunavlja Srbije, autori zaključuju da postoji relativno loša perspektiva daljeg razvoja kako Srbije tako i njenog Podunavlja, ako se on nastavi po sada dominantnom obrascu rasta i razvoja. Iz tog razvloga u poslednjem poglavlju autori daju predlog mera za uspostavljanje održivog planiranja i upravljanja ruralnim razvojem Podunavlja, koncipiranjem osnova za implementaciju politike ruralnog razvoja, sumiranjem zajedničkih problema ruralnih područja, SWOT analize osnovnih pitanja od značaja za ruralni razvoj i td. Izdvojena su ključna područja intervencije politike ruralnog razvoja a to su: zaposlenost; preduzetništvo i kreiranje radnih mesta u ruralnim područjima; povezivanje industrijskog sektora; obrazovanje i zapošljavanje u ruralnim područjima; turizam; značaj komunikacija; uloga informacionih tehnologija za razvoj; standardi usluga u ruralnim područjima i drugo. Autori zaključuju da se razvoj na regionalnom i ruralnom nivou ne može posmatrati jednodimenzionalno, orijentisan samo na razvoj poljoprivrede i sitnorobne, svaštarske i polutanske proizvodnje, već da je razvoj kompleksna kategorija i da se u tom smislu u ruralna područja moraju uvoditi multifunkcionalan i multisektorski pristup. Osnova ovoga je pre svega strateško planiranje na lokalnom nivou i nivou regiona.

Ova monografija predstavlja kompleksnu, sadržajnu i sveobuhvatnu analizu stanja i problema ruralnog razvoja Podunavskog područja, obezbeđujući neophodne podatke, informacije, glavne indikatore za standardizovanje procesa planiranja i upravljanja na lokalnom nivou i tako stvara osnovu za implementaciju održive ruralne politika u Podunavlju Srbije. Monografija predstavlja originalno istraživanje iz ove oblasti, u saglasnosti je sa najnovijim evropskim istraživanjima i praksom i može biti od koristi svima onima koji su uključeni u proces planiranja i upravljanja razvojem ruralnih područja pojedinih regiona ali i šire.

*MSc. Danica Glavaš-Trbić
MSc. Mirela Tomaš – Simin*

UPUTSTVO AUTORIMA (od 01.04.2016)

UPUTSTVO
AUTORIMA
(od 01.04.2016)

Radove slati na Email: redakcija@agroekonomika.rs

Dodatne informacije potražiti na <http://www.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. Format papira: ISO B5 (176 x 250) mm, margine: gore/levo/dole/desno 25 mm. Font Times New Roman, Line Spacing Single, spacing before=6 i after=6,
4. Naslov rada: centriran, size 12, bold, sva slova velika i najviše u dva reda,
5. Jedan red prazan (12pt),
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. 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. Kompletan 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 prozване 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.

Ukoliko se rad ne uredi na napred navedi način bićemo prinuđeni da isti ne prihvatimo za štampu.

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