



**SVEŽE VOĆE  
I POVRĆE 2006:**  
Konkurentnost  
privrede Srbije

# **Sveže voće i povrće 2006:**

Konkurentnost privrede Srbije

*“Nijedno zanimanje ne može toliko ushititi kao obrađivanje zemlje.”*

*Thomas Jefferson*

Biljana Presnall

sa saradnicima:

Aleksandrom Branković i Ružicom Savčić

---

**Sveže voće i povrće 2006:  
Konkurentnost privrede Srbije**

© Jefferson Institute 2006

Izdavač:  
Jefferson Institute  
Stevana Sremca 4  
11 000 Beograd  
Srbija

Dizajn: Branko Otković

Prelom i priprema: Grafodrom

ISBN: 86-905973-5-2

Štampa: Grafodrom

---

# Sažetak

*Ova studija slučaja ispituje mogućnosti svežeg voća i povrća Srbije, trenutno stanje, probleme i perspektive povećanja konkurentnosti i to posmatrano u odnosu na praksu zemalja i firmi vodećih u svetu ali i domaće potencijale.*

*Predmet našeg istraživanja je voće i povrće koje raste u Evropi i:*

- a) gaji se i konzumira u Srbiji a koje trenutno Srbija izvozi i/ili ne izvozi*
- b) ne gaji se i ne konzumira u Srbiji (ili u neznatnim količinama) ali ima veliki potencijal u izvozu.*

*Srbija ima podesnu klimu za proizvodnju kontinentalnog voća i povrća dobrog kvaliteta izrazito bogatog mineralima, što poboljšava ukus a što je prednost koja se može osetiti samo u svežem stanju.*

*Poslednje proširenje Evropske Unije za deset novih članica uključilo je i Mađarsku, sa kojom se Srbija graniči. Skraćenje vremena čekanja na granici, može da omogući da se Srbija u svojoj strategiji preorijentiše na izvoz svežih proizvoda umesto zamrznutih, koji je dominirao poslednje decenije.*

*Prelaz sa zamrznutih na sveže, pak nosi niz važnih karakteristika, koje se moraju poštovati da bi takav izvoz bio perspektivan.*

*Veliki zaostatak u razvoju poljoprivrede i gubitak konkurentnosti naših proizvoda na svetskom tržištu, ne treba tražiti u samoj poljoprivredi i njenim institucijama, već u situaciji u maloprodaji. Na primeru drugih tranzicionih zemalja, jasno je da postoji velika povezanost između razvoja trgovačkih lanaca i razvoja poljoprivrede.*

*Predmet ove studije nije analiza razloga nedolaska najvećih svetskih lanaca već ukazivanje na posledice koje su ti nedolasci izazvali i kako oni utiču na jačanje konkurentnosti svežeg voća i povrća. U tom smislu ukazujemo na Poljsku gde se razvoj maloprodaje kretao munjevitom brzinom i gde dominiraju strani hipermarketi koji menjaju navike potrošača a samim tim i proizvođača hrane. Zato ne treba da čudi činjenica da nam je Poljska lako preuzela primat u agraru na svetskom tržištu malina, a kao nova članica Evropske Unije i u ostalim kategorijama.*

*Studija se bavi i poljoprivrednom politikom u smislu analize dosadašnjih napora relevantnih institucija, pre svega Ministarstva poljoprivrede, ali i drugih, upoređujući ih sa Evropskom Unijom i svetskim trendovima. Ovde navodimo i druge primere politike, koja teži integraciji Evropskoj Uniji i STO, ukazujući na dalje mere i neophodnost formiranja određenih organizacija kako bi se spasila dobra strategija i politika analizirajući opet primere uspešnih zemalja.*

*Opšti zaključci ove studije su: da strana konkurencija u maloprodaji hrane jača produktivnost i konkurentnost voća i povrća; da su neohodne velike investicije za napredak u toj oblasti; da se nivo organske proizvodnje mora povećati; kao i niz drugih konkretnih transformacija: osnivanje udruženja, unapređenje logistike, propadanje velikih državnih firmi, prihvatanje svetskih standarda i drugo.*



# Uvod

## Zašto sveže ?

Brojna istraživanja pokazuju da popularnost konzumacije svežeg voća i povrća u svetu, iz godine u godinu raste, a u Evropi vlade pojedinih zemalja često i same učestvuju u kampanjama za povećanje konzumiranja voća i povrća u svežem stanju (Danska 2001).

Takođe konzumacija zdrave hrane uopšte i hrane koja nosi oznaku organske, samo u Americi pokazuje porast između 10% - 15% na godišnjem nivou.

## Sveže je popularno i zdravo

U tom smislu na posebnom mestu svetske popularnosti nalazi se bobičasto voće (jagode, maline, kupine i slično). Osim što je ukusno i zdravo, ovo voće se ceni i zbog obojenih materija koje sadrže a koje su antioksidativnog karaktera, deluju antimutageno i antikancerogeno, u organizmu za sebe vezuju sve štetne materije. Zato je produktivnost kod ove vrste voća dovedena do maksimuma kako bi se tržišne potrebe za svežim proizvodima zadovoljile. Neke od ovih vrsta kao npr. jagode su standardno dostupne u supermarketima Zapadne Evrope i Amerike, tokom čitave godine, a kod ostalog voća sezona je produžena do maksimuma i traje najmanje pet meseci (malina) ili čak celu godinu (jagoda).

Kod povrća je slična situacija, gde raste popularnost zelenog povrća bogatog folnim kiselinama i onog koje ima antikancerogeno i antimutageno svojstvo, kao što su na primer: brokoli, različite vrste zelene salate (iceberg, lolo rosso), špagle, artičoke i slično.

Tabela br.1: Svetski agregati, potrošnja u milionima US \$

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Konzumacija voća (kg/pc)</b>	96.10	97.20	98.40	99.50	100.6	101.7
<b>Konzumacija povrća (kg/pc)</b>	121.9	122.7	124.0	125.3	126.7	128.04

Izvor: Economist intelligence Unit

## Nismo više najbolji

Srbija je uglavnom do sada izvozila smrznuto voće i povrće i to najuspešnije do sada jagodičasto voće, konkretno maline, izvozeći jednu trećinu svetske proizvodnje ili oko 100 hiljada tona godišnje. Ali novi zasadi u Poljskoj i Kini već su preuzeli ovaj primat.

I malina, u zamrznutom stanju (ili sveža, ali za preradu) koja je godinama bila konkurentna na slobodnom tržištu nije više dovoljno isplativa.

Slična situacija je i sa drugim voćem i povrćem, pa se dugoročnije povećanje konkurentnosti u izvozu u svežem stanju čini kao realan korak, što se odnosi i na druge vrste voća i povrća kojima bi Srbija mogla da konkuriše.

### **Iako imamo izvanredne proizvode**

Srbija ima klimatske uslove takve da sveže voće i povrće zadržava puno minerala, pa je ukus puniji i aromatičniji, zato je njegovo konzumiranje u svežem stanju najefektnije.

Ali da bismo ponudili sveže proizvode Evropi potrebno je mnogo inicijative.

Preduslovi za izvoz svežeg povrća su udruženja koja bi u distributivnim centrima prikupljala plodove od malih proizvođača. Takvi centri trebalo bi da budu opremljeni opremom za predhlađenje, hlađenje, kalibriranje i pakovanje, da primenjuju evropske standarde za ambalažu i transportna sredstva i uz sve to da pruže kontinuitet isporuke ugovorene količine propisanog kvaliteta, što zahteva naprednu tehnologiju proizvodnje (uravnoteženu raznolikost sorti, kombinacija otvoreni i zatvoreni prostor, zaštita protivgradnim mrežama, uzgoj na foliji i slično).

### **Svetsko i evropsko tržište svežeg voća je izuzetno organizovano**

Svetsko tržište svežeg voća i povrća je izuzetno zahtevna industrija, dobro organizovana, sa velikom konkurencijom ali i sa velikom isplativošću.

Zajedničko tržište Evropske Unije u svežem voću i povrću, praktično je formirano uredbom Saveta evropske unije 2200/96 od 28. oktobra 1996. kojim se uređuju standardi 35 proizvoda koji se konzumiraju u svežem stanju. Takođe, na osnovu uredbe 2251/92 od 29. jula 1992, Evropska Unija je formirala pravila kontrole kvaliteta svežeg voća i povrća.

Prodor na takvo tržište je kompleksan proces i zahteva puno ulaganja i inicijative. Izvoz svežeg voća i povrća mora krenuti od integralne proizvodnje, sa unapred pripremljenim planom, od zasada zdravog sadnog materijala, kontrole upotrebe pesticida i dobro organizovne logistike i marketinga. U ovoj studiji mi ćemo na primeru jednog proizvoda pratiti postupak uvoza u Evropsku Uniju i pristupnost tržišta.

Izvoz u Evropsku Uniju, samo je rezultat povećanja konkurentnosti proizvoda srpskog voća i povrća, pa zato ovde analiziramo glavne prepreke razvoja.

Na primeru drugih tranzicionih zemalja, jasno je da postoji

velika povezanost između razvoja trgovačkih lanaca i razvoja poljoprivrede.

Privatizacija domaćih trgovačkih lanaca tekla je sporo, uz sudske sporove i bez jasne regulative, pa je rezultirala neulaskom velikih međunarodnih lanaca hrane poput Tesco, Carrefour, Wal Mart, Billa i slično na srpsko tržište. Razlozi su brojni a najjači od njih jeste taj da nisu osetili da mogu da zarade i da je borba na ovom tržištu na neki način nefer.

Zato u maloprodaji u Srbiji dominiraju domaći lanci, a nekoliko stranih hipermarketa (Merkator, Vero i Metro) opslužuju procentualno mali broj populacije i ne mogu da promene navike domaćih potrošača i proizvođača, što je u našem slučaju najvažnije.

## **Glavne prepreke**

Pošto se svetski lideri u prodaji hrane nisu pojavili na našem tržištu da bi prilagođavanje evropskom i svetskom tržištu platili našim poljoprivrednicima u prostoju ponudi i potražnji, postoji niz konkretnih problema od čijeg rešavanja direktno zavisi izlazak na svetsko tržište svežeg voća i povrća, ovde nazvana uska grla, čijim postepenim rešavanjem se povećava konkurentnost naših proizvoda:

### **1. Adekvatnost sorti i ekstenzija uzgajivačke prodajne sezone**

- 1.1. *Niska rentabilnost voćnih zasada zbog starosti zasada i neadekvatnosti sorti*
- 1.2. *Visoke investicije za nove zasade sa malim procentom isplativosti na dugačak vremenski period i nedostatak kredita sa niskom interesnom stopom na nove zasade*
- 1.3. *Neadekvatna zaštita i tehnologija u proizvodnji*
- 1.4. *Nedostatak organske proizvodnje u značajnijoj meri*
- 1.5. *Nedostatak hladnjača sa regulisanom atmosferom koje omogućavaju celogodišnje skladištenje voća i povrća CA (kontrolisana atmosfera) i tzv. skladištenje sa malom dozom kiseonika (ULO – Ultra Low Oxygen).*

### **2. Kontrola kvaliteta**

- 2.1. *Uvođenje HACCP i Eurogap sertifikata i opšte ujednačavanje standarda proizvodnje*
- 2.2. *Nedostatak distributivnih centara sa modernom tehnologijom probiranja kvalitetnih proizvoda (kalibratora)*



### **3. Pakovanje i logistika**

- 3.1. *Tržišna opremljenost odgovarajuće ambalaže*
- 3.2. *Problemi u transportu, koji je od esencijalne važnosti kod svežih proizvoda*

### **4. Prodaja i marketing**

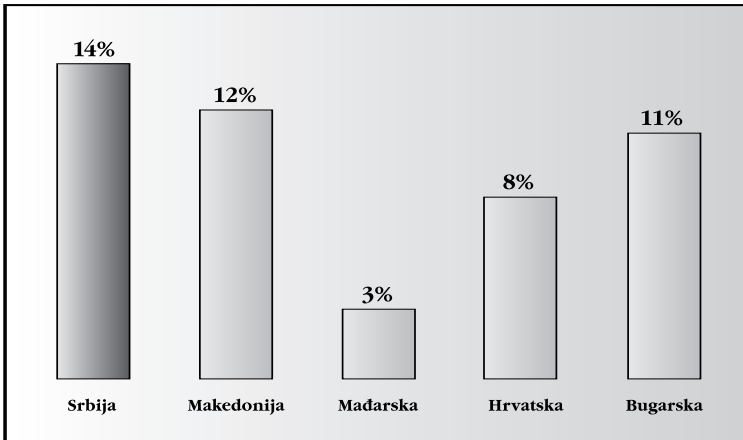
- 4.1. *Problem neadekvatne informisanosti proizvođača*
- 4.2. *Nedostatak kapitalnog spoja između proizvođača (nedovoljno ili uopšte nerazvijena udruženja proizvođača)*
- 4.3. *Nedovoljna ulaganja u brend, koji u ovoj grani privrede za razliku od ostalih, može da bude pokretač izvoza*

# Osnovni podaci

## Udeo u GDP

Udeo delatnosti poljoprivrede, lova i šumarstva u ukupno ostvarenoj bruto dodatoj vrednosti u Srbiji se kreće na nivou 16% -17% tokom poslednjih godina, a 2003. godine imala je učešće od 14%, što je iznad zemalja u regionu a daleko iznad EU.

Grafikon br. 1 Učešće poljoprivrede u kreiranju BDP-a u 2003. godini

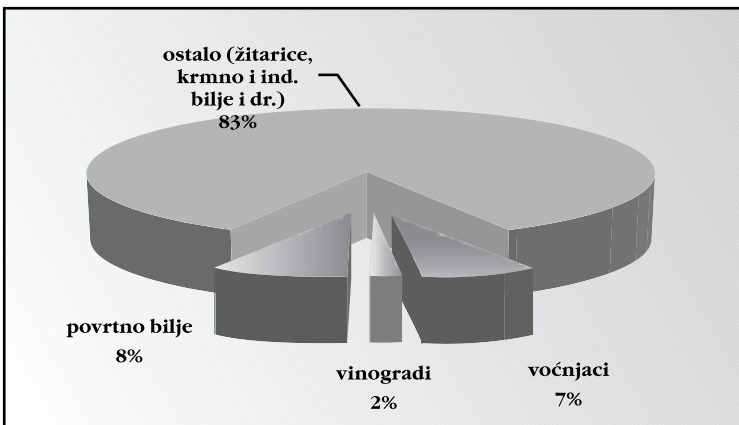


Izvor: za Srbiju RZS, za ostale zemlje EIU

## Struktura obradivih površina

Ukupna obradiva površina iznosi 5,734 hiljade ha. Obradiva površina po stanovniku u Srbiji iznosi 0.65 ha. Pritom prosečna veličina farme je 2.49 ha.

Grafikon br. 2 Struktura obradivih površina 2003. godine



Izvor: RZS

### **Značaj proizvodnje voća i povrća u ukupnoj poljoprivrednoj proizvodnji**

Iako u vrednosti društvenog proizvoda poljoprivrede proizvodnja voća, povrća i grožđa ima učešće od svega nešto preko 1%, u strukturi ukupnih obradivih površina učešće vinograda, voćnjaka i površina pod povrtnim biljem je relativno konstantno, i iznosi nešto preko 14%. Od ukupne obradive površine 84,4% nalazi se u privatnom vlasništvu. U 2003. godini u vlasništvu privatnih gazdinstava je bilo 96% ukupnih površina pod voćnjacima, 93% pod vinogradima, i 97% ukupnih površina zasadenih povrtnim biljem.

### **Skoro 15% obradive površine nije u privatnom vlasništvu**

Privatizacija obradivih površina počela je delimičnim procesom denacionalizacije zemlje 1991, odnosno Zakonom o vraćanju zemlje seljacima, koji se odnosio na povraćaj zemlje naslednicima od oko 150.000 hektara obradivog zemljišta oduzeto posle rata. Ali posle toga sve do 2000 godine, agrar je bio u službi socijalnog mira i prehrane, da bi se tek sada pokazivalo znatnije interesovanje za zemlju. Skoro 15% od ukupne obradive površine nalazi se u rukama preduzeća, zadruga i države (od toga oko 90% u Vojvodini). Od toga još uvek nije razgraničeno šta je društveno a šta državno vlasništvo.

### **Novi zakon o poljoprivrednom zemljištu**

Usvajanje novog zakona očekuje se do kraja ove godine. Ovaj zakon bi trebalo da reši mnoge dileme. S obzirom da veliki broj obradive zemlje nije registrovan, planirano je da oranice koje još uvek budu neregistrovane do kraja 2006. godine postanu vlasništvo države. Država je izdala uredbu o podsticajnim sredstvima (najviše 100 € godišnje po hektaru) usmerena na registrovane poljoprivrednike, ali i one starije od 60 godina, ako zemlju koju neće ili ne mogu da obrađuju daju u zakup (minimum 0,5 ha). Kada se uzme u obzir da je prosečna veličina farme u Srbiji 2,65 ha, ovim se daje šansa u Centralnoj Srbiji naslednicima i novim vlasnicima denacionalizovane zemlje, ali i starijim domaćinstvima.

### **Privatizacija poljoprivrednih kombinata**

Do sredine 2005. godine privatizovana je svega trećina od oko 70 planiranih preduzeća koja se bave delatnostima proizvodnje voća, povrća, grožđa, i voćnih i loznih sadnica<sup>1</sup>. U procesu privatizacije ovih preduzeća zastupljeni su svi metodi privatizacije<sup>2</sup>, ali je dominantna aukcijska prodaja. Od pokretanja inicijative za privatizaciju do okončanja tog procesa u većini

---

<sup>1</sup>Navedeni podaci uključuju sva preduzeća koja se bave pomenutim aktivnostima, bez obzira da li im je to primarna delatnost ili ne.

<sup>2</sup>Privatizacija može da se obavi aukcijskom ili tenderskom prodajom iprodajom paketa akcija na tržištu kapitala (preduzeća čiji je deo privatizovan u skladu sa starim Zakonom o privatizaciji iz 1997. godine).

slučajeva prođe nekoliko godina. Veliki broj inicijativa za otpočinjanje procesa privatizacije su pokrenute tokom 2002. i 2003. godine. Većina takvih preduzeća još nije privatizovana, a i kod onih koja jesu pomenuti period je gotovo uvek bio duži od jedne godine. Zbog opterećenosti dugovima ova preduzeća su manje zanimljiva za potencijalne investitore. Druga grupa problema je vezana za sporne imovinske odnose, najčešće vezano za nacionalizovanu imovinu. Privatizacija može biti usporena i u slučajevima kada dođe do promene pravnog statusa, recimo kada se preduzeće preregistruje u zadrugu, jer prema važećem zakonu zadruge su izuzete od imovinske transformacije. Obradivo zemljište koje je prodato u sklopu kombinata pokupovali su srpski tajkuni, jer se smatra da će trenutna cena zemlje koja se kreće oko 350 € po hektaru drastično skočiti sa približavanjem zemlje EU.

**Južni Banat  
PIK  
Bela Crkva**

Preduzeće Južni Banak PIK je jedino prodato preduzeće koje se bavi gajenjem voća kao osnovnom delatnošću. Kupio ga je Oktanoil DOO (konzorcijum) a u svom posedu ima 1.135,48 ha obradive površine.

**Privatizacija i  
razvoj  
trgovačkog  
sektora**

Spora privatizacija trgovačkog sektora uz sudske procese koji su pratili početak trke za najveći maloprodajni lanac u Srbiji (C market), rezultiralo je malom zainteresovanošću velikih svetskih maloprodajnih lanaca (Tesco, Carfur, Bila i slično). Kupujući C market sa razgranatom mrežom maloprodajnih objekata (200 prodavnica širom zemlje), konzorcijum domaćih firmi na čelu sa Delta M, naizgled je odbranio strateški ekonomski interes zemlje.

Zašto se svetski lanci prodaje hrane nisu pojavili u Srbiji i pojeftinili život srpskog potrošača postoje mnogi razlozi, ali svakako najjači od njih jeste onaj da nisu osetili da mogu da zarade i da je borba na ovom tržištu na neki način nefer. Tako se srpski potrošač i dalje nalazi usred dominacije domaćih lanaca prodaje hrane dok strane firme koje su ušle na tržište kroz grinfield investicije kao Merkator, Metro, Veropulos (Super Vero) i Intermarše (Interex) još uvek opslužuju procentualno ograničeno populaciju i nemaju velikog uticaja na proizvodne navike proizvođača voća i povrća. One čak nisu ni oformile zdravu konkurenciju, pa paradoksalno, umesto da budu jeftinije često su čak i skuplje od domaćih prodavnica, a svakako skuplje od zelene pijace.

## **Srbija u odnosu na razvoj trgovačkog sektora u Poljskoj**

Za razliku od Srbije, poljoprivredna proizvodnja u Poljskoj učestvuje samo sa 3% u GDP. Obradivo zemljište ima sličnu strukturu: dominantne su manje privatne farme a velike farme (veće od 500 ha) nisu uobičajene, iako je prosečna veličina farme ipak veća od srpske i iznosi oko 5.76 ha.

Sa druge strane, Poljska se mnogo brže od Srbije transformisala u potrošačko društvo. Širenje stranih supermarketa i povećanje kupovne moći mlađeg stanovništva, učinilo je da su strani uticaji mnogo vidljiviji i u ostalim sferama života.

Trgovački sektor u Poljskoj bio je privatizovan brže od bilo kog drugog sektora. Supermarketi u vlasništvu stranaca dominiraju Poljskom i u 2005. godini dostižu preko 50% ukupne prodaje hrane. Glavni igrači su: Geant Casino, Carrefour i Auchant (Francuska), Tesco (UK), Metro, Rewe, Ahold, Hit, Tengelmann (Nemačka) i Jeronimo Martins (Portugal). Operiše se sa brojkom od oko 420 hipermarketa, što je skoro dvostruko više u periodu od samo dve godine.

Ovi lanci imaju snažan uticaj na navike potrošača ali i na proizvođače hrane a time i svežeg voća i povrća. Kroz sopstvenu politiku oni nameću lokalnim poljoprivrednim proizvođačima drugačiji odnos prema proizvodnji, higijeni, bezbednosti, kvalitetu, distribuciji, pakovanju itd.

Rečju, nude najbolji mogući način kako da malog proizvođača nateraju da nauči nova pravila igre koja vladaju na svetskom tržištu svežeg voća i povrća i tako dobiju konkurentan proizvod za evropsko tržište.

## **Zaposlenost i produktivnost u poljoprivredi u Srbiji**

Učešće aktivnog poljoprivrednog stanovništva u strukturi ukupnog stanovništva u Srbiji iznosi 16%<sup>3</sup>, što je procentualno daleko veće učešće u odnosu na razvijene zemlje, pa i u odnosu na zemlje u okruženju. U Evropskoj Uniji taj prosek je 5% od ukupnog broja stanovništva. Pri tom je produktivnost, izračunata klasičnom metodologijom, u Srbiji daleko niža u poljoprivredi generalno, a u voću i povrću zaostaje za razvijenim zemljama i pet puta. Ipak, precizni podaci o radnoj snazi u oblasti poljoprivredne proizvodnje ne postoje. Zvanična statistika potvrđuje samo podatke o zaposlenima u preduzećima iz oblasti poljoprivrede, koji u ukupnom broju zaposlenih u Srbiji imaju učešće 4% - 4,5%. Ostalih 11,5% - 13% predstavlja aktivno stanovništvo čija je osnovna delatnost poljoprivreda (privatna gazdinstva). Ovo međutim ne obuhvata one kojima je poljoprivreda sekundarna delatnost, kao ni održavano poljoprivredno stanovništvo (đaci, domaćice, stari), koje takođe učestvuje u poljoprivrednoj proizvodnji.

---

<sup>3</sup>Prema rezultatima popisa iz 2002. godine u Republici Srbiji (bez Kosova i Metohije).

### **Evidentiranje poljoprivrednih domaćinstava, prvi korak**

Ministarstvo poljoprivrede je zato insistiralo na registraciji poljoprivrednih domaćinstava kojih po nekim procenama ima oko 700 000. Od tog broja do sada je popisano samo 85 000 iako je evidencija uslov za mnoge beneficije, pre svega povoljne uslove kreditiranja.

### **Informisanost slaba**

Ovde je reč o nedovoljnoj informisanosti poljoprivrednika. Treba imati u vidu da stručne, poljoprivredne novine nisu dostupne prosečnom poljoprivredniku, prvenstveno jer su raspoloživi mesečnici skupi (preko 100 dinara), te se informisanost svodi na (ne)stručnost ostalih medija, prvenstveno televizijskih reportaža i vesti. U poslednje vreme Ministarstvo poljoprivrede čini napore da se informisanost poboljša nizom predavanja i seminara namenjenih poljoprivrednim proizvođačima.

### **Obrazovanje**

Obrazovni sistem Srbije u poljoprivredi uključuje 27 srednjih poljoprivrednih škola, dve više škole i četiri fakulteta. Međutim, stručno obrazovanje ovog profila se može steći i u nekim drugim srednjim školama tehničkog, hemijskog, ili opšteg tipa. U Srbiji je u školskoj 2004/05. godini postojalo ukupno pet profila koja su osposobljavala đake za delatnost poljoprivrede, i to u ukupno 54 srednje škole.

Znanja koja se u školama stiču su donedavno bila usklađena samo sa potrebama poljoprivrednih preduzeća i prehrambene industrije, a ne i sa potrebama privatnih poljoprivrednih gazdinstava. U međuvremenu je uveden novi profil, poljoprivredni proizvođač, gde đaci mogu da steknu znanja koja su im od koristi za vođenje sopstvenog porodičnog gazdinstva. U prošloj godini ovaj obrazovni profil je postojao samo u 7 škola u Srbiji, i školovanje je završilo svega oko 100 učenika, ali ono što je važno jeste da se počelo sa stručnim obučavanjem poljoprivrednika u školama.

### **Visoko obrazovanje i naučne institucije**

Postoje i 3 poljoprivredna fakulteta u zemlji od kojih svaki ima odličnu međunarodnu reputaciju: po jedan u Beogradu, Novom Sadu i Čačku.

Od instituta iz ove oblasti treba izdvojiti Institut za voćarstvo u Čačku, koji aktivno učestvuje i u implementaciji noviteta u voćarstvu, ne samo u svom kraju, već i šire. Svetski poznate su i sorte šljiva koje su upravo proizašle iz ovog instituta kao što su: Čačanska rana, Čačanska lepotica, Čačanska rodna i druge. Pored obrazovanja koje se može steći u formalnim sistemima obrazovanja, sve izraženiji su uticaji i drugih institucija. Reč je

pre svega o aktivnostima Ministarstva poljoprivrede tokom 2004. i 2005. godine koje je organizovalo seriju edukativnih radionica, seminara, predavanja i demonstracionih oglada širom Srbije, vezano za proizvodnju voća i povrća. Akcije su organizovane uz podršku nevladinih institucija, obrazovnih institucija i lokalne inicijative. Zainteresovanost proizvođača ocenjena je kao izuzetna, što ukazuje na neinformisanost i glad za saznanjima.

Neke od tema koje su obrađivane, vezano za voćarstvo i povrtarstvo su: proizvodnja jagoda na foliji i u niskim tunelima, rezidba voća, agro i pomotehničke mere u proizvodnji malina, unapređenje tehnologije gajenja jagode i breskve, izbor otpornih sorti i povoljnih lokaliteta za podizanje zasada kao prevencije, edukacije voćara na području Jablaničkog okruga, opštine Osečina, u Podrinju i Rađevini, stručno osposobljavanje nezaposlenih lica za voćarsku proizvodnju i održivi razvoj sela, produženje vremena korišćenja paradajza u svežem stanju upotrebom LSL hibrida, proizvodnja povrća u zatvorenom prostoru tokom cele godine, plastenička proizvodnja, proizvodnja kupinovog vina, mogućnost prerade Oblačinske višnje.<sup>4</sup>

## **Povrće**

Za većinu povrtnih kultura karakteristično je smanjenje površina koje su njima zasejane, ali je pozitivno što se, uprkos tome, proizvodnja održava na sličnom ili višem nivou. Analiza stanja pokazuje da je proizvodnja povrća do sada bila usmerena prvenstveno na zadovoljenje potreba domaće tražnje, i to domaćinstava, ostalih potrošača, kao i za industrijsku preradu. Izvezene količine, sa izuzetkom pojedinih godina, nisu naročito velike, a jedinične vrednosti izvoza su uglavnom ujednačene tokom godina.

Zanemarljiv deo ukupno proizvedenih količina se izvozi, i uglavnom je reč o promilima, ili eventualno par procenata. Postojeći izvoz ovih proizvoda, kao i u slučaju ostalih povrtarskih kultura, dominantno je usmeren na tržišta susednih zemalja.

---

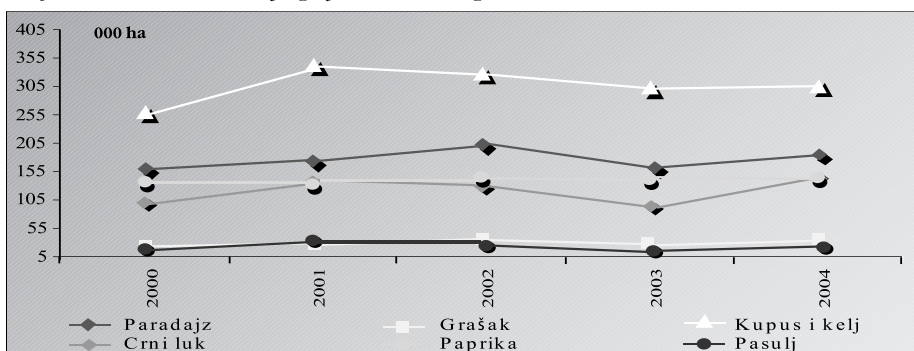
<sup>4</sup>Izvor: Ministarstvo poljoprivrede, vodoprivrede i šumarstva.

Tabela br.2: Proizvodnja, potrošnja i izvoz pojedinih vrsta povrća (prosek 2003-2004) u 000 tona:

Kultura	Proizvodnja	Potrošnja u domaćinstvima	Izvoz
Krompir*	830	270	9
Kupus*	300	150	1
Paradajz	185	125	0,8
Pasulj*	50	45	0
Paprika	140	100	4
Grašak	35	15	0,2
Boranija		15	0,06
Crni luk*	120	65	

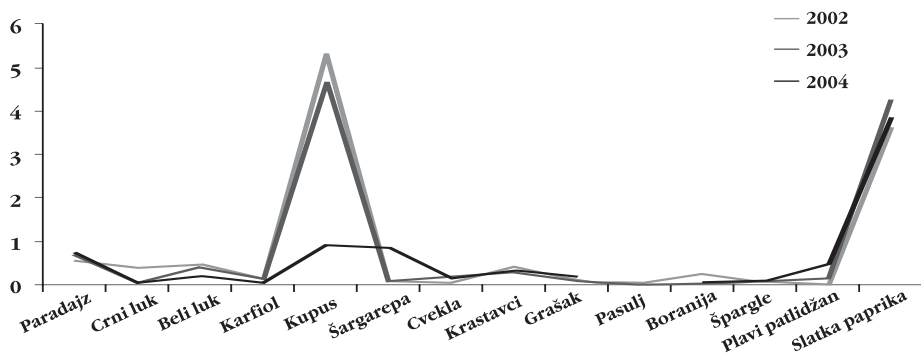
Izvor: RZS (različite publikacije i baze podataka)

Grafikon br.3 Proizvodnja pojedinih vrsta povrća



Grafikon br.4: Neto masa izvezenog svežeg i rashlađenog povrća

U hiljadama tona



Izvor: Republička uprava carina



**Voće**

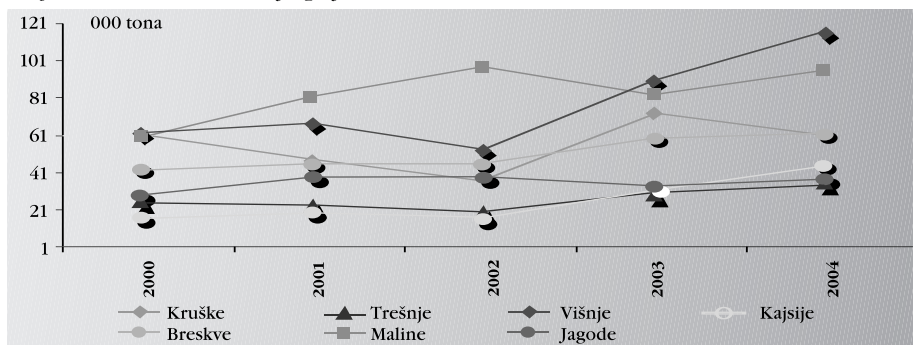
Proizvodnja voća u Srbiji je mnogo više izvozno orijentisana nego što je slučaj sa povrćem. Ipak u strukturi izvoza dominiraju sušeni, smrznuti ili termički obrađeni proizvodi, dok je izvoz svežih proizvoda zanemarljiv. Čak i mala količina svežeg voća koja se izveze, izvozi se u vreme kada se i bere, a gotovo da ne postoji praksa da se voće uskladišti, pa da se izvozi onda kada mu na svetskom tržištu skoči cena.

Tabela br.3: Proizvodnja, potrošnja i izvoz pojedinih vrsta voća (prosek 2003-2004. u tonama)

Kultura	Proizvodnja	Potrošnja u domaćinstvima (za jelo)	Izvoz
Grožđe	437.339	18.439	841
Šljive	566.056	12.906	11.744
Jabuke	214.855	91.966	10.824
Trešnje i višnje	127.489	7.351	11.797

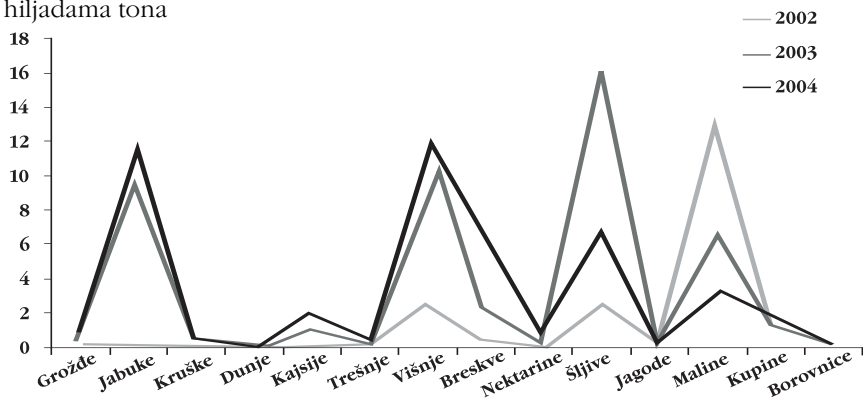
Izvor: RSZ (različite publikacije i baze podataka)

Grafikon br.5: Proizvodnja pojedinih vrsta voća



Grafikon br.6: Neto masa izvezenog svežeg voća

U hiljadama tona



Izvor: Republička uprava carina

**Regionalna koncentrisanost uzgajivača**

U Mačvanskom kraju, pa oko Beograda, a sporadično i u drugim krajevima Srbije.

**Povrće**

Šargarepa - uglavnom se gaji kod industrijsko prerađivačkih basena i u blizini velikih pijaca  
 Kupus - Futok  
 Cvekla, grašak, boranija, krastavci i kornišoni - Bačka (Bečej, Srbobran, Ruski Krstur)  
 Pasulj - Zaječarska regija  
 Špargle - Požarevac, Petrovac na Mlavi  
 Slatka paprika - Leskovački i Aleksinački kraj

**Voće**

Grožđe se gaji na Fruškoj gori, Subotičkom i Vršaćkom kraju, u regiji oko Bele Crkve, delom u istočnoj (Negotin i Kruševac) i južnoj Srbiji (Vranje i Leskovac).  
 Jabuke i kruške u Vojvodini (južni Banat, Sever Bačke, deo Srema oko Rume), centralnoj Srbiji (Topola), duž Podunavlja i na jugu Srbije (oko Vladičinog Hana).  
 Kajsije će se naći u Vojvodini (severna Bačka i severni deo Banata) i Podunavlju (mahom oko Beograda).  
 Breskve i nektarine u Beogradskoj regiji, Južnom Banatu (Bela Crkva) i oblasti oko Subotice.  
 Višnja, na jugu Srbije, u mestu Merošina između Niša i Prokuplja.  
 Šumadija je poznata po proizvodnji šljive.  
 Zapadnu Srbiju (Užice, Čačak, Valjevo, Šabac, Loznica, Arilje i Ivanjica) karakteriše uzgoj malina.  
 Jagode se gaje u Podunavlju (Beogradska regija - Rušanj i Ripanj) i centralnoj Srbiji, a kupine u ravničarskim krajevima.<sup>5</sup>

**Izvoznici svežeg voća i povrća**

Izvoznici svežeg voća i povrća su malobrojni a oni kojima je to osnovna delatnost jedinstveni. Uglavnom je to dopunska delatnost firmi koje se bave izvozom zamrznutih proizvoda i preradevina, kao i svežih pečuraka. Među njima su i Atle, Flora, Frigonais, Libertas d.o.o., Malina product d.o.o, ML Fruit of Valjevo. Dok je primer jedinstvenog izvoznika svežeg voća i povrća (u Rusiju) - Agrodeal.

<sup>5</sup>Izvor: Privredna komora Srbije, Zajednica za voće i povrće  
<http://www.siepa.sr.gov.yu/attach/FruitIndustryInSerbia.pdf>

## Zarade

Isplativost u proizvodnji voća i povrća je mala a na duge staze ulaganja su velika.

Da bi se kvalitetno i dobro opremio na primer novi zasad jabuka košta oko 10 hiljada € po hektaru a potrebno je najmanje tri godine da bi se ubirali plodovi rada. U podizanje novih vinograda potrebno je uložiti od 12 000 - 15 000 € po hektaru a prvi kvalitetniji rod moguće je očekivati tek u petoj godini zrenja grožđa.

Međutim, iskustva pojedinaca pokazuju da se i to menja, pa nove tehnologije u uzgoju bobičastog voća (plastenici sa mogućnošću 3 berbe godišnje) se mogu isplatiti i na kraće staze posle sedme ili osme berbe i višim procentom dobiti i do 50% u odnosu na uloženo. Primer takve vrste inventivnosti je firma za proizvodnju jagoda Miletić iz Subotice, koja s obzirom na usavršenu tehnologiju proizvodnje, nema problema sa plasmanom svežih jagoda.

## Tehnike uzgajanja

Napredne tehnike u uzgajanju nisu rasprostranjene u Srbiji; od ukupne poljoprivredne površine samo oko 2% se navodnjava, a za sada je najčešće zastupljen sistem „kap po kap“<sup>6</sup> navodnjavanja. Staklenici i plastenici se koriste maloj meri, i to uglavnom u proizvodnji povrća. Plastenici su zastupljeni na oko 100 000 hektara zemljišta, a staklenici na samo 60 - 70 hektara<sup>7</sup>. Najviše se gaji paradajz (do 70% proizvedenih količina), a nešto manje i krastavci (15 - 20%) i paprika (10 - 15%), kao i zelena salata.

Najveći deo plastenika se nalazi u okolini Subotice (Horgoš), a ima ih i u Mačvanskoj (kod Šapca) i Leskovačkoj regiji, okolini Čačka (Moravski povrtarski rejon), Trstenika i Kruševca i tek sporadično u ostatku Srbije. Ovde najveći problem predstavlja sistem zagrevanja jer je to najbolnija tačka investicije. Kao dobar primer alternativnog zagrevanja treba izdvojiti plastenike u mestu Debrč, kod Šapca, na 4,3 ha poljoprivredne površine koji se zagrevaju termalnim vodama. S obzirom da termalnih voda ima u regionu čitave Srbije (više u Centralnoj Srbiji nego u Vojvodini) o ovoj vrsti zagrevanja plastenika/staklenika treba razmišljati kao izuzetnoj mogućnosti.

## Subvencije

U cilju unapređenja proizvodnje, uvedena je i podrška nabavci mehanizacije i sistema za navodnjavanje. Reč je o refundiranju dela troškova kupljenih sredstava mehanizacije, pri čemu taj deo iznosi 20 - 40% u zavisnosti od namene sredstava. U tu svrhu je iz republičkog budžeta u 2005. godini izdvojeno 745 miliona dinara.

---

<sup>6</sup> „Kap po kap“ sistem navodnjavanja podrazumeva da se cevima zaliva svaka stabljika ponaosob.

<sup>7</sup> U pitanju su mahom bugarski, niski blok-staklenici

Tabela br.4: Iznos bespovratnih sredstava namenjen unapređenju proizvodnje

<b>Oprema</b>	<b>Iznos bespovratnih sredstava, u %</b>
<b>Navodnjavanje</b>	
Kap po kap	30%
Tifon	30%
Ostalo	30%
<b>Voćarska proizvodnja</b>	
Atomizer	30%
Bočna freza	30%
Protivgradna mreža	30%
<b>Povrtarska proizvodnja</b>	
Sejalice i sadilice za povrće	30%
Vadilice za povrće	30%
Plastenici / staklenici	20%
Folija za plasteničku proizvodnju	30%
Prskalice pod pritiskom	30%
<b>Unapređenje plasmana</b>	
Pakerice	40%
Kalibratori	30%
Ostalo	30%

Izvor: Ministarstvo poljoprivrede, vodoprivrede i šumarstva

## **Cene u Srbiji i regionu**

Cene otkupa poljoprivrednih proizvoda ranije su bile kontrolisane od strane države. Takva praksa više nije zastupljena, tako da se cene slobodno formiraju na tržištu, kao rezultat dogovora između otkupljivača i proizvođača.

Usled značajnog dejstva klimatskih faktora na poljoprivrednu proizvodnju, proizvedene količine znaju značajno da osciluju iz godine u godinu, a time i cene otkupa.

U sledećoj tabeli dat je pregled cena otkupa povrća i voća u Srbiji na osnovu podataka preduzeća (poljoprivrednih, industrijskih, trgovinskih i dr.) i zadruga koje vrše otkup neposredno od proizvođača, bilo u cilju dalje prodaje ili u cilju prerade. Otkupne cene proizvoda u Srbiji, koje su samo u toku sezone i to neto za proizvođača upoređene su sa cenama na reprezentativnim evropskim terminalima u 2005. godini.

Tabela br.5: Jedinična vrednost okupa poljoprivrednih proizvoda u Srbiji i veleprodajne cene na terminalima u zapadnoj Evropi

	<b>2000</b>				<b>2001</b>				<b>2002</b>				<b>2003</b>				<b>2004</b>				<b>Cene na reprezentativnim evropskim terminalima u 2005. godini</b>							
	min. cena	avg	max. cena	jed. mere	mesto	min. cena	avg	max. cena	jed. mere	mesto	min. cena	avg	max. cena	jed. mere	mesto	min. cena	avg	max. cena	jed. mere	mesto	min. cena	avg	max. cena	jed. mere	mesto	min. cena	avg	max. cena
Krompir	0,21	0,16	0,11	0,23	0,11	0,08	0,11	0,08	0,11	0,08	0,11	0,08	0,11	0,08	0,11	0,08	0,11	0,08	0,11	0,08	0,20 (avg)	0,68 (maj)	0,68 (maj)	kg	Pariz	0,20 (avg)	0,68 (maj)	0,68 (maj)
Pasulj	0,54	1,14	1,17	1,13	0,95	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	2,54 (jul)	3,94 (mart)	3,94 (mart)	cca 1 kg	New Covent Garden	2,54 (jul)	3,94 (mart)	3,94 (mart)
Grašak	0,24	0,50	0,41	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	3,91 (jul)	6,36 (jun)	6,36 (jun)	cca 1 kg	New Covent Garden	3,91 (jul)	6,36 (jun)	6,36 (jun)
Crni luk	0,00	0,00	0,12	0,21	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,71 (jan)	1,83 (maj)	1,83 (maj)	cca 1 kg	New Covent Garden	0,71 (jan)	1,83 (maj)	1,83 (maj)
Beli luk	0,14	0,12	0,12	1,03	0,73	0,08	0,11	0,08	0,11	0,08	0,11	0,08	0,11	0,08	0,11	0,08	0,11	0,08	0,11	0,08	2,05 (jul)	4,50 (maj)	4,50 (maj)	kg	Pariz	2,05 (jul)	4,50 (maj)	4,50 (maj)
Kupus	0,63	0,89	0,89	0,11	0,08	0,11	0,08	0,11	0,08	0,11	0,08	0,11	0,08	0,11	0,08	0,11	0,08	0,11	0,08	0,11	0,22 (jan-feb)	0,60 (jul-avg)	0,60 (jul-avg)	kg	Pariz	0,22 (jan-feb)	0,60 (jul-avg)	0,60 (jul-avg)
Šargarepa	0,12	0,12	0,14	0,18	0,08	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,25 (jan)	0,5 (maj)	0,5 (maj)	kg	Pariz	0,25 (jan)	0,5 (maj)	0,5 (maj)
Paradajz	0,10	0,08	0,14	0,13	0,14	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,14	0,3 (jul)	2,57 (maj)	2,57 (maj)	kg	Pariz	0,3 (jul)	2,57 (maj)	2,57 (maj)
Paprika	0,09	0,13	0,11	0,2	0,19	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,19	0,90 (jun-jul)	3,60 (apr)	3,60 (apr)	kg	Pariz	0,90 (jun-jul)	3,60 (apr)	3,60 (apr)
Krastavci	0,25	0,21	0,19	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,24 (avg)	1,41 (feb)	1,41 (feb)	kg	Pariz	0,24 (avg)	1,41 (feb)	1,41 (feb)
Lubenice i dinje	0,17	0,20	0,19	0,1	0,07	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,07	0,15 (avg)	1,29 (maj)	1,29 (maj)	kg	Rotterdam	0,15 (avg)	1,29 (maj)	1,29 (maj)
Šljive	0,12	0,18	0,07	0,15	0,11	0,29	0,3	0,29	0,3	0,29	0,3	0,29	0,3	0,29	0,3	0,29	0,3	0,29	0,3	0,11	0,59 (jul)	2,99 (maj)	2,99 (maj)	cca 1 kg	New Covent Garden	0,59 (jul)	2,99 (maj)	2,99 (maj)
Jabuke	0,13	0,13	0,26	0,3	0,29	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,29	0,65 (avg)	2,20 (maj)	2,20 (maj)	kg	Pariz	0,65 (avg)	2,20 (maj)	2,20 (maj)
Kruške	0,25	0,34	0,46	0,37	0,5	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,5	0,60 (avg)	1,79 (maj)	1,79 (maj)	kg	Pariz	0,60 (avg)	1,79 (maj)	1,79 (maj)
Trešnje	0,25	0,35	0,42	0,24	0,39	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,39	1,00 (jun)	5,00 (maj)	5,00 (maj)	kg	Pariz	1,00 (jun)	5,00 (maj)	5,00 (maj)
Kajsije	0,30	0,33	0,34	0,29	0,2	0,33	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,2	0,9 (jun-avg)	4 (maj)	4 (maj)	kg	Pariz	0,9 (jun-avg)	4 (maj)	4 (maj)
Breskve	0,44	0,34	0,33	0,16	0,15	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	0,15	0,6 (jul-avg)	2,8 (maj)	2,8 (maj)	kg	Pariz	0,6 (jul-avg)	2,8 (maj)	2,8 (maj)
Jagode	0,29	0,27	0,35	0,41	0,48	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,48	0,8 (apr-maj)	8 (avg)	8 (avg)	kg	Pariz	0,8 (apr-maj)	8 (avg)	8 (avg)
Maline	0,15	0,20	0,24	0,9	0,77	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,77	1,44 (jul)	3,48 (jul)	3,48 (jul)	kg	Poznanj	1,44 (jul)	3,48 (jul)	3,48 (jul)
Kupine	0,73	0,70	0,37	0,48	1,17	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48	0,31	korpa	3,34 (maj)	3,34 (maj)	korpa	New Spitalfields	1,44 (jul)	3,34 (maj)	3,34 (maj)
Borovnice	0,73	0,70	0,72	0,48	1,17	0,46	0,46	0,46	0,46	0,46	0,46	0,46	0,46	0,46	0,46	0,46	0,46	0,46	0,46	1,17	korpa	3,64 (maj)	3,64 (maj)	korpa	New Spitalfields	1,73 (jul)	3,64 (maj)	3,64 (maj)
Grožđe	0,00	0,33	0,23	0,46	0,52	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,52	1 (avg)	1,8 (jul)	1,8 (jul)	kg	Pariz	1 (avg)	1,8 (jul)	1,8 (jul)

Izvor: Za Srbiju RSZ, za ostale zemlje <http://www.todaymarket.com>

# Analiza uskih grla

**Pošto se svetski lideri u prodaji hrane nisu pojavili na našem tržištu da bi prilagodavanje evropskom i svetskom tržištu platili našim poljoprivrednicima u prostoj ponudi i potražnji, realno postoji čitav niz prepreka uspešnog razvoja izvoza svežeg voća i povrća od kojih one najvažnije navodimo ovde. Izuzetni naponi pojedinaca, raznih udruženja i Ministarstva poljoprivrede su prepoznati kao mukotrпно ostvarivi jer je tržište mnogo dalje nego što bi trebalo da bude.**

## ***1. Adekvatnost sorti i ekstenzija uzgajivačke i prodajne sezone***

### **Zdrav sortni i sadni materijal**

U 2005. godini su doneti Zakon o semenu<sup>8</sup> i Zakon o sadnom materijalu voćaka, vinove loze i hmelja<sup>9</sup>. Predviđeno je da se formiraju registri proizvođača semena i sadnog materijala, i samo oni koji su registrovani imaju pravo da se bave proizvodnjom, prometom i uvozom. Sem toga, proizvodnja semena i sadnica će podlegati strogoj kontroli, tako da će moći da se proizvode samo sorte koje su upisane u Registar biljnih sorti, i to pod uslovima i sa karakteristikama koji su propisani. Primenom navedenih zakona konačno će se uspostaviti sistem standardizacije i kontrole zasada, tako da će samo dokazano kvalitetne sorte, ponikle iz kvalitetnog semena i zasada čija se proizvodnja strogo kontroliše, moći da se proizvode i prodaju u našoj zemlji. To je glavni preduslov poboljšanja kvaliteta voćarske i povrtarske proizvodnje, a pruža i mogućnost produženja proizvođačke sezone, jer će biti dostupno sertifikovano seme i sadnice sorti za koje je pokazano da imaju povoljnu proizvodnu vrednost u našoj zemlji.

### **Licenca - stvar uvoznika Procedura pojednostavljena**

Najveća novina u tom smislu predstavlja činjenica da će licenca ubuduće biti stvar uvoznika. Uvođenje u sortnu listu ne bi trebalo više da traje godinama kao do sada, procedura je drastično pojednostavljena da bi odgovarajući sadni materijal bio dostupan i kod nas.

Ipak, aktivan plan u tom smislu je neophodan, jer ne postoji nikakva obaveza uvoznika (to jest registrovanog proizvođača sadnog materijala) da otkupi licencu upravo onih sorti za koje stručnjaci domaćih institucija smatraju da bi trebalo, kao i da planira uravnoteženost proizvodnje.

<sup>8</sup> Službeni glasnik RS 45/2005.

<sup>9</sup> Službeni glasnik RS 18/2005.

Sortiment u Srbiji ne prati dinamične promene u svetu kojima se stvaraju nove sorte voća i povrća i kojima se dobija bolji kvalitet proizvoda, otpornost na bolesti i parazite i ekstenzija sezone.

Navodimo primer sortimenta breskve i nektarine. *“Jedan od postulata voćarstva je da bi trebalo da 1/3 zasada bude u podizanju, 1/3 u punoj rodnosti i 1/3 u krčenju. U slučaju breskve i nektarine zasadi bi trebalo da pokrivaju sezonu od ranog leta (juna) do kasne jeseni (oktobra). Klimatski uslovi za takvu proizvodnju u Srbiji su adekvatni.*

#### • Breskve

*Kod nas se gaje uglavnom samo sorte srednje kasnog vremena sazrevanja kao što su Redhaven, Glohaven, Suncrest, Cresthaven i Fayette. Tako sezona traje samo dva meseca, a vrlo malo se gaje sorte koje sazrevaju ranije ili kasnije. Nešto malo od ranijih sorti kao što su Early crest i Goldcrest se gaji u Vojvodini (Bela Crkva i Podunavlje).*

*Da bi se pokrila sezona trebalo bi da se gaje sledeće sorte:*

- 1. rane, obojene sorte breskve kao što su u svetu poznate: Spring Lady ili Spring Belle*
- 2. sorte koje se nadovezuju po sazrevanju: Sentry, Royal gem, Royal Glory, Lisbeth, domaća sorta Maja, Pontina itd.*
- 3. u septembru popunjavaju prazninu sorte: Sorte O' Henry, Autumn Glo i Fairtime*
- 4. sorte belog mesa među kojima se ističu: Starlite ili Maria Bianca.*

#### • Sortiment nektarine

*Nektarine se vrlo malo gaje, a sortiment je sveden skoro isključivo na pet sorti: Early Sungrand, Independence, Flavortop, Stark redgold i Fantazija, koje sazrevaju u intervalu od tri nedelje počev od početka avgusta.*

*Da bi se sezona produžila trebalo bi da se gaje sledeće sorte:*

- 1. Sorte ranog zrenja: žutog mesa - Mufyfire i belog mesa - Silver King.*
- 2. Od kasnijih sorti: Rita Star, Supercrimson, Springred, Antaress, Maria Aurelia, Orion i druge koje predstavljaju najviše domete svetskog oplemenjivanja.*
- 3. Kasnije sorte belog mesa kao što su Superqueen i White Glory.*

*I kod breskve i kod nektarine treba posvetiti veću pažnju sortama koje se mogu čuvati u hladnjačama. Do sada imamo*

*primere pokušaja produžavanja sezone prodaje breskve čuvanjem plodova sorte Summerset. S obzirom da se njoj meso odvaja od mezokarpa kao rezultat čuvanja dužeg od dve nedelje javlja se degradacija mezokarpa oko koštice.*

*Najduže se čuvaju plodovi sorti vrlo kasnog vremena zrenja kojima se meso ne odvaja od koštice. Stara sorta nektarine Flamekist u tom svetlu ima izuzetno mesto. Njenom masovnijem širenju trebalo bi da prethodi eliminacija od virusa kako bi se proizvodio bezvirusan i virus testiran sadni materijal”.<sup>10</sup>*

## **Sortimenti ostalog voća**

### **Jabuke**

Brojni su primeri neadekvatnih sorti, koji se u velikoj meri gaje u srpskim voćanjacima: kod jabuka, na primer, prevladava sorta “ajdared” iako su u Evropi vodeće sorte “zlatni i crveni delišes” ili “greni smit”, dok se “ajdared” nalazi tek na jedanaestom mestu. Tek novi, mladi zasadi jabuka u Srbiji imaju više zastupljene modernije sorte, pa jača na popularnosti čuvena sorta greni smith, odnosno baka smit, nazvana po australijanki koja ju je otkrila u 19 veku.

### **Maline**

Kod maline na primer, najpoznatija sorta koja se gaji kod nas je “viljamet”, iako ona ima kratku sezonu i ne drži dugo svežinu. Ipak, jedan od svetlih primera je 4.5 ha u Đurđevu kod Novog Sada, poljske sorte “polana” koja je nastala ukrštanjem “heritadža” i “zene jesenje”. To je sorta koja drži svežinu nekoliko dana a rađa već prve godine od jula do prvih mrazeva kad se pokosi da bi opet iznikla sledećeg proleća. Ovaj test zasad su podigli trojica proizvođača: Stanojević, Kuhar i Pakulski, a tek se očekuju masovniji zasadi s obzirom da je ova sorta tek registrovana.

### **Povrće**

#### **Brokola**

U Srbiji se malo ili u neznatnim količinama gaji i ostalo povrće i voće koje se istovremeno konzumira u manjoj meri i skoro obavezno uvozi, na primer: brokola, artičoke, različite vrste zelene salate (lolo rosso, iceberg), poljska salata, rukola, koktel paradajz itd. Naši klimatski uslovi su apsolutno podesni za gajenje ovih vrsta i osim što bi domaćom proizvodnjom i nižim cenama trebalo sprečiti uvoz ovakvih proizvoda, radi se o povrću čija upotreba u svetu raste, pa istovremeno predstavljaju i izvozni potencijal, naročito ako se radi o proizvodima koji nose oznaku organski, što je kod većine ovih vrsta dostižno, jer na primer koktel paradajz je inače osetljiv na pesticide pa bolje uspeva bez njih a prirodno je otporan na bolesti.

<sup>10</sup> Ovi podaci su preuzeti iz citata Prof.dr Vladislava Ognjanova, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad.



## **Borovnica umesto maline**

U poslednje vreme govori se sve više o uzgoju kultivisane borovnice, koja bi (po nekima) trebalo da preuzme primat u jagodičastom voću od maline. U tom smislu uzima se primer inicijative ariljske opštine koja je zahvaljujući donacijama i sredstvima iz budžeta lokalne samouprave, pokrenula pokretanje novih zasada borovnice na desetak hektara svoje opštine, uz stručnu podršku Instituta za voćarstvo u Čačku.

Ova opština je inače bila vodeća u proizvodnji malina, pa se borovnica odmah istakla kao alternativa. Ipak nije tako, jer trogodišnje sadnice biće posađene tek na proleće i prvi rod od 15-ak tona, koji će doći u julu/avgustu biće zanemarljiv i lako će se potrošiti u domaćoj industriji.

Potrebno je takođe znati, da iako je ovo voće veoma traženo u Evropi, ulazi se u utakmicu sa zemljama koje već godinama gaje borovnice: Nemačka sa 5 500 tona godišnje ili Poljska sa 4 000 tona.

## **Tehnike gajenja**

Generalno, radi se o promeni načina gajenja i implementaciji novijih tehnika i mehanizacije u procesu proizvodnje, bez obzira na vrstu.

- Ekstenzijom sezone ne samo sortom već i raznim tehnikama uzgoja (plastenici, uzgoj na substratu itd)
- Postavljanjem protivgradnih mreža nad voćnjacima i plantažama, kako bi se osigurala manja zavisnost od vremenskih uslova (cena je između 8 000 - 15 000 € po hektaru, ali je dovoljna jedna uništena sezona da bi se investicija isplatila)
- Uvođenjem novih mehanizacija u voćarstvo kao što su: mulčevi za lakše uklanjanje grana kod rezanja, rotacione kosilice, uske platforme za boks palete i slično.<sup>11</sup>

## **Organska proizvodnja**

U specijalne tehnike gajenja spada i takozvana “ekološka proizvodnja” ili “organska” ili “biološka” proizvodnja, koja obuhvata gajenje biljaka koristeći plodnost tla i raspoložive vode, prirodna svojstva biljaka, životinja, povećanje prinosa i otpornosti biljaka pomoću prirodnih sila i zakona, uz propisanu upotrebu đubriva, sredstava za zaštitu bilja i životinja, u skladu sa međunarodno usvojenim normama i načelima.

To znači da proizvođač sertifikatom garantuje kupcu sledeći kvalitet i da:

- 1) nisu upotrebljavana sintetička ili hemijska sredstva za tretiranje tla najmanje tri protekle godine, računato od datuma ambalažiranja proizvoda;
- 2) da su domaćinstvo i tehnološki proces proizvodnje kon-

---

<sup>11</sup> Profesor dr. Zoran Keserović, poljoprivredni fakultet Novi Sad.

trolisani najmanje jednom godišnje od strane nezavisne agencije ovlašćene za dodelu sertifikata;

3) da se tokom proizvodnje mogu koristiti samo netoksični, ekološki metodi i materijali;

4) da se ne mogu mešati organski i konvencionalni dodaci tokom proizvodnje;

5) da se moraju koristiti netoksična sredstva za sanitaciju opreme i

6) da proizvod ne sme tokom proizvodnje i manipulacije biti izložen ostalim nedozvoljenim hemijskim materijama (Organic Food Certification Program, Dept. Of Agriculture, U.S.A.).<sup>12</sup>

Ne treba ni pominjati koliko su organski proizvodi sve popularniji u svetu a i kod nas.

U našoj zemlji ne postoji niti jedna firma ili laboratorija, koja se bavi biološkim sredstvima zaštite biljaka. Više informacija o takvom načinu zaštite biljaka mogu se naći na web sajtu vodeće laboratorije za zaštitu biljaka u srednjoevropskom regionu: [www.biocont.cz](http://www.biocont.cz), češke laboratorije Biocont.

### **Nedostatak hladnjača sa kontrolisanom atmosferom i ULO hladnjača**

Produžetak sezone pre svega je ograničen mogućnostima skladištenja. Od 220 hladnjača koliko ih je u Srbiji, samo par ima moderne uslove skladištenja. To pre svega podrazumeva tehnologiju kontrolisane atmosfere ali i takozvanih ULO (ultra low oxygen) hladnjača. U Srbiji za sada postoji jedva par ovakvih hladnjača i niti jedna se ne koristi za skladištenje svežeg voća i povrća namenjenog izvozu.

### **Produžiti ionako kratak vek**

U [prilogu broj 1](#) dat je pregled optimalnih uslova najosnovnijih vrsta voća i povrća i prosečna svežina po istraživanju državnog univerziteta u Nebraski, SAD.

<sup>12</sup> Izvor: [www.poljoprivreda.info](http://www.poljoprivreda.info)

## **2. Kontrola kvaliteta i standardizacija**

### **Standardizacija uopšteno i kontrola kvaliteta uopšte**

Standardi daju industriji zajednički jezik. Tako je komunikacija jednostavnija a marketing uspješniji. Standardizacija pomaže proizvođačima da osiguraju proizvod koji se traži i koji mogu prodati, a kupcima da dobiju kvalitet proizvoda kakav žele.

Velika udruženja supermarketa uvode standarde kvaliteta koje proizvodnja mora da ispunjava. Ti standardi se odnose na bio-hemijske karakteristike, spoljašnji izgled (masa, boja, dijametar ploda) i prisustvo štetnih materija (nitrata i teških metala, reziduala pesticida, fitohormona). U pitanju su, pre svega, EUREGAP<sup>13</sup> za poljoprivrednu proizvodnju i HACCP u prerađivačkoj industriji. Ovi standardi su nastali kao reakcija potrošača na pojavu zdravstveno neispravne hrane tokom epidemija stočnih bolesti (bolest ludih krava, slinavka i šap) kao i straha od uvođenja genetski modifikovane hrane.

EUREGAP je standard koji pokriva sve glavne aspekte proizvodnje, poput upravljanja zemljištem, uzgoja useva i berbe. Takođe se bavi pitanjima zagađivanja, tretmanom radne snage i zaštitom životne sredine. On prati proizvodnju od setve (analizira se poreklo semena i istorija zemljišta), preko uzgoja (prati se upotreba herbicida, pesticida i đubriva - količina, tip, kvalitet, mesto i način primene), navodnjavanja i berbe (nivo higijene i način skladištenja) do pakovanja, transporta i postavljanja proizvoda na raf u prodavnici.

### **Čile**

Čile, vodeća zemlja u industriji svežeg voća i povrća, formirao je svoj sistem Dobre Poljoprivredne Prakse (G.A.P.) odnosno čitav sistem kontrole u gajenju, pakovanju, rukovanju i transportu. Ti standardi su čak i strožiji od svetskih standarda, ali oni osiguravaju Čileu da prodaje sveže proizvode u preko 70 zemalja sveta. Od 1. januara 2006. HACCP postaje uslov međunarodne trgovine poljoprivredno prehrambenim proizvodima, a zemlje koje nisu članice EU, ne mogu da plasiraju svoje proizvode ukoliko nemaju implementiran taj sistem kvaliteta. Zakonska regulativa svih razvijenih zemalja obavezuje proizvođače i prerađivače hrane da uvedu HACCP kao sveobuhvatni koncept obezbeđenja ispravnosti hrane od njeve do trpeze.

---

<sup>13</sup> EUREP (Euro-Retailer Produce Working Group) propisuje okvire razvoja dobre poljoprivredne prakse (GAP-Good Agricultural Policy) za biljnu proizvodnju (voće, povrće, krompir, salata, ukrasno cveće i zasadi). Taj okvir predstavlja minimum standarda koji vodeći evropski trgovci u maloprodaji prihvataju i zasniva se na integralnom upravljanju usevom (ICM- Integral Crop Management), pristupu koji nalaže da proizvodnja useva bude ekonomski, ali i ekološki održiva.

## Standardi u Srbiji

Standard HACCP (analiza rizika kontrolom kritičnih tačaka u proizvodnji) u Srbiji je uvelo 12 preduzeća u oblasti prerade voća i povrća (Malina Produkt, Mondi Food, Sirogojno, Hibrid, Libertas, Flora, Vulić Vulić, Jevremovac ABD, Zadrugar), dok je firma Libertas iz Šapca, koja se sem prerade bavi i gajenjem voća i povrća, dobila i prvi EUREGAP sertifikat u Srbiji.

Uredbom o korišćenju podsticajnih sredstava za uvođenje i sertifikaciju sistema bezbednosti hrane u 2005. godini<sup>14</sup> bila je predviđena finansijska pomoć u uvođenju HACCP programa u iznosu do 800 000 dinara ili ukupno 180 miliona dinara. Predviđeno je subvencionisanje oko 200 firmi a od 2006. godine, ovom Uredbom biće obuhvaćen i EUREGAP standard.

Ipak, još uvek 85% srpskih proizvođača i prerađivača hrane slabo ili uopšte ne poznaje standarde bezbednosti hrane, iako je vlada Srbije donela uredbu kojom se reguliše bezbednost hrane u prehrambenoj industriji.

## Evropska Unija-Standardi

Oslanjajući se na prethodnu odluku iz 1996. godine, odlukom Evropske Komisije (EC) 1148/2004 sveže voće i povrće namenjeno svežoj upotrebi u okviru Evropske Unije podleže markentiškoj standardizaciji i pre nego što se pusti na tržište mora da dobije odobrenje (Certificate of Conformity). U pitanju su sledeći proizvodi, mada lista nije statična već se proširuje u skladu sa potrebama evropskog tržišta:

Voće	Povrće i salate	Koštuničavo voće
Jabuke	Artičoke	Lešnik u ljusci
Kajsije	Špargle	Orah u ljusci
Avokado	Plavi patlidžan	
Trešnje	Pasulj	
Grožđe	Prokula	
Kivi	Kupus	
Limun	Šargarepa	
Mandarine	Karfiol	
Dinje	Cikorija	
Nektarine	Beli luk	
Pomorandže	Praziluk	
Breskve	Tikvice	
Kruške	Crni luk	
Šljive	Grašak	
Klementine i dr. vrste citrusa	Španać	
Jagode	Celer	
Lubenice	Krastavac	
Banane	Ledena salata	
	Zelena salata i endivija	
	Pečurke (kultivisane)	
	Paprika (slatka)	
	Paradajz	

*Tabela br.6: Sveže voće i povrće u EU*

<sup>14</sup> Službeni Glasnik RS, broj 44/2005.

Standardizaciji podležu i mešana pakovanja koja sadrže makar jedno od prethodno navedenih proizvoda, odlukom evropske komisije broj 48/2003. Ovim standardima između ostalog tačno se određuju i klase proizvoda, pakovanje i označavanje. Klase proizvoda mogu biti: ekstra klasa (koju imaju samo neki proizvodi), zatim prva i druga klasa proizvoda.

### **Kontrola kvaliteta**

Na osnovu uredbe 2251/92 od 29. jula 1992, Evropska Unija je formirala pravila kontrole kvaliteta svežeg voća i povrća za sveže voće i povrće koje dolazi iz zemalja izvan granica Evropske Unije:

Kontrola se sastoji specifično u sledećem:

- 1) pregled pakovanja i prezentacije
- 2) provera da li je u redu oznaka
- 3) provera da li su sami proizvodi u skladu sa marketinškim standardima Unije

Detaljnije informacije o standardima, kao i pravilima kontrole kvaliteta, mogu se naći na web stranici predstavljuće zemlje Evropske Unije <http://www.defra.gov.uk/hort/hmi.htm>

### 3. Pakovanje i logistika

#### **Pakovanje celog proizvoda sa primerom za EU i transport**

Kod trgovine svežim voćem i povrćem, pakovanje ima dvostruki značaj. Prvo, potrebno je da pakovanje bude adekvatno, kako bi se obezbedilo da proizvod dobro podnese transport, i što duže ostane u svežem stanju. S druge strane, imajući u vidu relativno nisku jediničnu vrednost proizvoda (pogotovo kada je reč o pojedinim vrstama povrća), troškovi ambalaže imaju značajno učešće u prodajnoj ceni.<sup>15</sup>

Iz pomenuta dva razloga, odabir adekvatnog pakovanja je vrlo značajan iz aspekta konkurentnosti ovih proizvoda.

U našoj zemlji zastupljena je proizvodnja drvene i kartonske ambalaže<sup>16</sup>, plastična se takođe proizvodi u zemlji, a delom i uvozi, dok se staklena gotovo isključivo uvozi.

Pravilno pakovanje i označavanje je sledeći važan korak u lancu. Voće i povrće koje nije dobro upakovano propada brže. Treba pomenuti nekoliko zajedničkih elemenata pakovanja:

1. Kupci zahtevaju ambalažu koja ne šteti zdravlju i koja se reciklira. Ovo je stavka sve izraženija u svetu, jer mnogi najveći kupci svežeg voća i povrća se istovremeno i najviše brinu o zaštiti životne sredine.

2. Varijabilnost je sledeća odlika pakovanja, jer u svetu ne postoje standardi ambalaže, i postoji veliki broj različitih pakovanja, koja se razlikuju za male i velike potrošače. Transporteri pak preferiraju uniformnost.

3. Zbog maloprodaje sve više su prisutne štampane ambalaže u raznim bojama sa vidljivim logom, koje privlače kupce i povezuju sa lokalnim brendom proizvođača.

4. Moderna ambalaža treba da bude izrađena specifično za svaku vrstu voća ili povrća da bi što više produžila svežinu i smanjila gubitke ali da se istovremeno prilagođava potrebama i potražnji.

5. Ambalaža treba da bude praktična sa veoma malo slobodnog prostora a istovremeno da štiti proizvod od mehaničkih udaraca prilikom transporta.

<sup>15</sup> Primera radi, plastična gajbica koja prima oko 8 kg povrća košta 50-60 dinara. To znači da za kilogram povrća čija je cena 20 dinara, na pokrivanje troškova proizvodnje (semena, uzgoja, zaštite, đubriva) odlazi 12-13 dinara, dok su ostalo troškovi ambalaže.

<sup>16</sup> Proizvodnjom drvenih gajbica bavi se veliki broj malih preduzeća, a pojedini veliki kombinati ih i sami proizvode za sopstvene potrebe.

## **Sveže kruške u Evropi**

Na pakovanju bi minimalno trebalo da piše: zemlja porekla, datum i proizvođač a Marketinški standardi Evropske Unije uveli su i neke dodatne zahteve. Ovde dajemo primer pakovanja i označavanja svežih krušaka koje se uvoze u Evropsku Uniju:

A) uniformisanost

U jednom pakovanju sve kruške moraju biti istog porekla, sorte, kvaliteta i veličine i istog stepena zrelosti, a u slučaju ekstra kvaliteta i iste boje.

B) pakovanje

Kruške moraju da budu upakovane tako da štite proizvod. Materijal treba da bude nov i takvog kvaliteta da štiti proizvod od eksternih i internih povreda. Za označavanje se mora koristiti netoksični lepak i štampa.

C) prezentacija

Ekstra klasa mora biti pakovana u redovima.

Označavanje:

A) identifikacija

Ime i adresa onoga ko pakuje.

B) proizvod

“Kruške” sa spoljašnje strane u slučaju kad se unutrašnjost ne vidi sa strane.

Naziv sorte: Jonogold

C) zemlja porekla

Uz zemlju ovde može da se doda i regija ili lokalni brend.

D) komercijalne specifikacije

Klasa (u slučaju krušaka može biti ekstra, prva ili druga), veličina ili ako je pakovano u redovima broj komada.

Ako je identifikacija rađena po veličini onda mora biti izraženo:

- ako kod konkretnog proizvoda važi pravilo uniformnosti, moraju biti izraženi minimalni i maksimalni dijametri.

- ako za konkretan proizvod ne važi pravilo uniformnosti, mora biti izražen najmanji dijametar u paketu u kontekstu «od» i dodato ili do najvećeg dijametara ili denominacijom vrednosti.

E) oficijelni kontrolni znak (nije obavezno)

## Logistika

### Kamionima i hladnjačama do 36 sati

Kod svežeg voća i povrća transport je od ključnog značaja. U svetu je dosta zastupljen transport brodovima i sve evropske luke imaju terminale sa kontrolisanom temperaturom za voće. Kopneni prevoz (kamionima, hladnjačama itd.) koristi se kod proizvoda koji mogu da podnesu prosek od 36 sati do destinacija u Evropi.

Cene transporta kamionima, odnosno hladnjačama sa regulisanom klimom su neuniformisane i razlikuju se od prevoznika do prevoznika. Ali u najboljem slučaju mogu biti od 0.09 € po kg u slučaju dobro upakovane robe (kropmir, šljiva, lubenice itd.) do 0.57 € kod osetljivog jagodičastog voća. Ipak ova cena u praksi može da poraste i do tri puta ako se koriste hladnjače male zapremine (koje su inače retkost) a koje su najtraženije kada se radi o malim izvoznicima i pošto većina prevoznika naplaćuje oba pravca kod transporta robe.

Priznato je i odsustvo vertikalne povezanosti, pa su retke firme koje izvoze sveže voće i povrće a koje imaju sopstveni prevoz. Ovaj segment se ne vidi kao deo lanca u unapređenju izvoza svežeg voća i povrća pa se u tom smislu ne mogu dobiti ni subvencije.

Iako pouzdan i konkurentan način transporta, drumski saobraćaj spada u kategoriju zagađivača životne okoline, a Švajcarska i EU imaju i restriktivne mere za kamione u tranzitu.

### Avio prevoz

Proizvodi se šalju ili redovnim linijama ili specijalnim kargo avionima. Mogućnosti su različite u zavisnosti od avio kompanije, konkretnog tipa aviona, destinacije, broja putnika na letu (ako je redovna linija u pitanju), sezone, konkurencije itd.

### JAT nema kargo avione

Naša nacionalna kompanija JAT Airways može da ponudi prevoz robe na svim svojim redovnim destinacijama po vrlo konkurentnim cenama. Ljudi u JAT-u maksimalno izlaze u susret naporima domaćih privrednika da se izvoz robe odvija u što boljim uslovima.

Cene kargo prevoza se određuju na početku sezone (u maju), šalju se svim špediterima i drugim zainteresovanim licima za izvoz i uvoz robe.

Prošlogodišnje cene su se kretale oko 0.87 - 0.98 € po kg na bližim destinacijama: Beč, Minhén, Frankfurt, Berlin, Milano, Rim, CiriH, Dizeldorf, i od 1.10 - 1.17 € po kg na daljim destinacijama: Amsterdam, Kopenhagen, Stokholm. U cenu je uračunato gorivo i osiguranje.<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Cene dobijene od Dragana Đurovića, šefa odeljenja tržišta Beograd, JAT.



Na ovaj način za sada se iz Srbije izvoze samo sveže pečurke. U cenu avio prevoza su uračunati troškovi hendlovanja na aerodromu u odlasku i prijema pošiljaka iz inostranstva, ali u nekim slučajevima mogu da se jave dodatni troškovi, kao što je hendlovanje na destinaciji, koje može da ima primalac robe, a koje opet treba ukalkulisati u cenu.

Dodatne komplikacije mogu da stvaraju razdvojenost dve kompanije koje brinu o putnicima i robi na aerodromu Beograd: JP Aerodrom Beograd i Support (pridružnica JP JAT Airways) s obzirom da ova druga nema svoj carinski prostor. Nedostaci ovakvog prevoza su to što je količina ograničena po letu u proseku najviše do 2.5 tone robe (ukupna opterećenost DC-10/30 je do 14 tona, Airbus 300 između 4-6 tona, Airbus 310/320 između 2-4 tone itd, u zavisnosti od tipa aviona. Drugo, organizacija mora biti perfektna jer bilo kakve komplikacije ili kašnjenja mogu dovesti do velikih gubitaka.

## **Druge aviokompanije**

Cene drugih avioprevoznika su približne JAT-ovim, a na destinacijama na kojima JAT ne leti kao sto su Amerika, Bliski istok itd. uglavnom su visoke i isplate se jedino u robi koja može to da podnese svojom cenom, na primer čak po 3 € po kg do destinacija kao što je New York ili od 1.75 - 2.25 € do bliskog istoka (Dubai, Raid itd.).

Avio prevoz može da traje i samo nekoliko sati na direktnim destinacijama i to je velika prednost, ali i celih 24 sata na destinacijama sa presedanjem.

Aerodrom "Beograd" najveće je vazdušno pristanište u Srbiji i Crnoj Gori, preko koga se odvija 75% domaćeg putničkog saobraćaja i 90% robnog transporta. Robni (Cargo) terminal za domaći i međunarodni saobraćaj Aerodroma „Beograd” poseduje skladišni prostor kapaciteta 5 500 m<sup>2</sup> i aneks od 2 500 m<sup>2</sup> za smeštaj operativnih službi, špediterskih organizacija i carine.<sup>18</sup> Prema raspoloživom prostoru i stepenu opremljenosti može da opsluži 35 000 tona robe i materijala godišnje.

JP Aerodrom "Beograd" je na međunarodnom tenderu odabrao strateškog partnera, kompaniju "Dyn Corp International LLC", sa kojom će formirati novo preduzeće (joint venture) na bazi zajedničkog ulaganja kapitala (public private partnership). Novoosnovano preduzeće obezbediće izgradnju i razvoj kargo-logističkog centra na Aerodromu "Beograd" u vrednosti od 60,6 miliona dolara.

Izgradnjom kargo terminala i logističkog centra, samo u prvoj godini poslovanja, obim prometa bi trebalo da bude povećan 7 puta.

---

<sup>18</sup> Izvor: <http://www.airport-belgrade.co.yu>

Kargo terminal biće opremljen najsavremenijim tehničkim uređajima za servisiranje svih vrsta robe, uključujući i voće i povrće.

Ipak pregovori sa izabranim strateškim partnerom još uvek su u toku i ugovor o formiranju novog preduzeća trebalo je da bude potpisan početkom oktobra 2005. godine, posle čega bi usledila i izgradnja kargo terminala i logističkog centra.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Izvor: JIP Aerodrom "Beograd"

## 4. Prodaja i marketing

### **Nedovoljna informisanost**

Već pomenuti problem neadekvatne informisanosti samih proizvođača je osnovna kočnica razvoja i uzrok nepoverenja. Otuda i nedostatak kapitalnog spoja između proizvođača u vidu udruženja koja bi imala veće mogućnosti prodora na tržište.

Udruženja kod nas tek počinju da se razvijaju a najaktivnija su jabučarska udruženja po uzoru na slovenačka ili austrijska. Iako tek na početku, svi imaju jasnu viziju svog razvoja i veliki potencijal. Najveća teškoća ostaje finansijske prirode, jer sve zavisi od blagonaklonosti lokalne samouprave koja je negde izdašna i puna razumevanja (u Arilju prema udruženju jabučara Arinova), dok na mnogim drugim mestima to nije slučaj.

### **Izlazak na tržište**

Globalizovan svet navikao je da konzumira skoro sve vrste voća nezavisno od sezone kompenzirajući ih transportom sa suprotne hemisfere.

Vodeći uvoznici u Evropi su Holandija (zbog brojnih luka) i Nemačka (zbog veličine tržišta). Dajemo listu najvećih evropskih sajmova specijalizovanih samo za voće i povrće:

**Fruit Logistica** - Nemačka, Berlin [www.messe.de](http://www.messe.de) sledeći sajam je od 2-4. februara 2006.

**Sial** - Francuska, Pariz [www.sial.fr](http://www.sial.fr) svake druge godine

**AGF** - Holandija, Rotterdam [www.agftotaa.nl](http://www.agftotaa.nl) svake druge godine

**Bio Bach** - Ninbeerg, sledeći sajam je od 16-19. februara 2006.

### **Država vodi na sajmove (neke)**

Sve one firme koje imaju HACCP sertifikat ili će ga dobiti do prvog januara 2006, učestvovalaće u promociji srpskih proizvoda na međunarodnim sajmovima o trošku države.

### **Identitet hrane - brend**

Uz dobar proizvod neophodan je i brend koji takav proizvod prodaje. Više nego u drugim industrijama oznaka lokalnog karaktera ukomponovana u brend pokazala se kao izuzetna. Globalan svet traži identitet hrane, koji definiše poreklo, tehnike gajenja i rizike, koje nosi.

### **Povezivanje sa drugim industrijama**

Lokalni brendovi bi takođe pomogli u jednostavnom rastu profila poljoprivrede u Srbiji uopšte. Trebalo bi da poljoprivreda uđe u misli biznismena, koji inače ne bi ni mislili o njoj. U tom smislu najveći zadaci su organizovanje i povezivanje brenda sa drugim granama industrije, pre svega sa turizmom, na način kako se to radi u svetu.

### **Brend u službi patriotizma**

Drugi isto tako važan zadatak brenda je da omogući srpskom farmeru da se oseti dobro u vezi svog posla, proizvoda svog rada i svoje zemlje. Dobar brend mora i treba da ima karakteristike kvalitetnog patriotizma.

## **Poljoprivredna politika**

### **Evropska unija**

Zajednička poljoprivredna politika (CAP), predstavlja veliki problem u pregovorima o budžetu EU za period od 2007 - 2013. godine.

Subvencionisanjem poljoprivredne proizvodnje EU je brzo dostigla samodovoljnost u hrani i poremećaj ravnoteže ponude i potražnje, pa je počela da subvencionira izvoznike hrane.

Na osnovu CAP, evropski farmeri primaju oko 50 milijardi € što je skoro polovina budžeta EU.

Od maja 2004, u uniju je ušlo dodatnih 10 zemalja odnosno 4 miliona novih farmera na već postojeću populaciju od 7 miliona.

Pošto je vremenom opala količina novca podeljnog kao neposredna pomoć farmerima, sve više se pomaže razvoj ruralnih predela, odnosno stvaranje novih radnih mesta u seoskim područjima.

Na samitu u junu 2003, starih 15 članica se složilo sa novim načinom raspodele subvencija. Od početka 2005. farmeri primaju jednokratnu isplatu koju utvrđuje pojedinačno svaka država članica i one idu farmerima koji su ohrabreni da obraćaju pažnju na životnu okolinu, kvalitet hrane i dobrobit životinja, više nego na kvantitet proizvoda.

Početni planovi oko raskida između proizvodnje i subvencija nisu ostvareni zbog neslaganja Francuske, ali postoji mogućnost da novi sistem bude uspostavljen ukoliko to članice žele, ali i da se nastavi sa starim ukoliko farmeri odbiju da rade svoje posede.

### **Srpska poljoprivredna politika**

U 2005. godini usvojena je strategija razvoja poljoprivrede, koja definiše aktivnosti i utvrđuje vremenski rok za njihovo sprovođenje, koje treba da vode restrukturisanju i modernizaciji sektora poljoprivrede, kao i učlanjenju u STO i EU.

- Politika cena poljoprivrednih proizvoda se ne vodi, cene su liberalizovane i umesto toga okrenute su programu razvoja ruralnih oblasti
- Subvencije u poljoprivredi su veće nego prethodnih godina i usmerene su na razvoj moderne, visokoproduktivne i tržišno orijentisane poljoprivredne proizvodnje, kroz stimulisanje podizanja određenih zasada, kao i pomoć u nabavci poljoprivredne mehanizacije.

Ipak, brojni programi koje je Ministarstvo poljoprivrede sprovodilo u 2004. godini, nedovoljno i nepotuno su iskorišćeni od strane onih kojima su bili namenjeni to jest primarnoj proizvodnji hrane.

## **Spoljnotrgovinski režim**

Postojeći spoljnotrgovinski režim Srbije je, kada je reč o svežem voću i povrću, prevashodno usmeren na uvoznu zaštitu domaćeg tržišta. Naime, iza takvog sistema stoji nastojanje da se poljoprivredni proizvodi zaštite od konkurencije iz uvoza u periodu kada se beru i iznose na tržište, kako bi se postigla viša prodajna cena, tako da su takve mere u interesu proizvođača.

Sa stanovišta unapređenja konkurentnosti, međutim, ovakav sistem nije sasvim adekvatan, jer za mnoge tarifne stavke koje se štite zaštita zapravo nije potrebna, kao što su proizvodi koji su značajni neto izvoznici, ili proizvodi koji se uopšte ni ne proizvode u našoj zemlji. Dodatna mera zaštite su i posebne dažbine pri uvozu svežeg voća i povrća. One se, kada je u pitanju voće i povrće u svežem stanju, kreću u rasponu od 4 dinara po kilogramu za dinje i lubenice, do 18 dinara po kilogramu za grašak, pasulj i boraniju.

Kada je reč o merama za stimulisavanje izvoza svežih poljoprivrednih proizvoda, oni nisu obuhvaćeni postojećim sistemom podsticaja. Naime, postoje izvozne subvencije, koje se računaju kao odgovarajući procenat izvozne cene, ali se one odnose na smrznuto ili termički obrađeno voće i povrće<sup>20</sup>. Postoji i indirektno subvencionisanje, u vidu povraćaja plaćenih dažbina i dela troškova transporta, ali se te mere primenjuju samo za proizvode prerađivačke industrije.<sup>21</sup> Ono što je od posebnog značaja kada je mogućnost izvoza u pitanju, odnosi se na bescarinski pristup tržištu Evropske Unije, kao najatraktivnijem izvoznom tržištu, i to za sve voćarske i povrtarske kulture.

## **Planirane aktivnosti Ministarstva**

Zakonodavna aktivnost bi trebalo da u najvećoj meri bude zaokružena do kraja 2006. godine. Naime, nakon donošenja Zakona o semenu i sadnom materijalu, predviđeno je donošenje još nekoliko važnih zakona, kao što su zakoni o poljoprivredi, o zemljištu, o poljoprivrednim zadrugama, o zdravlju bilja, o sredstvima za ishranu bilja i o zaštiti biljnih sorti. Nakon toga, treba da uslede i aktivnosti na njihovoj implementaciji, od kojih su najvažniji formiranje registara poljoprivrednih gazdinstava, proizvođača, prodavaca i uvoznika semena i sadnog materijala, kao i registar biljnih sorti. Na kraju, u predstojećem kratkoročnom periodu bi trebalo da usledi organizovanje i institucionalizacija različitih službi, koje pružaju savete poljoprivrednicima ili vrše nadzor i kontrolu.

---

<sup>20</sup> Uredba o korišćenju sredstava za podsticaj izvoza poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda u 2005. godini, Službeni glasnik RS br. 71/2005.

<sup>21</sup> Odluka o povraćaju carinskih i drugih izvoznih dažbina i o drugim merama za podsticaj izvoza, Službeni glasnik RS br. 37/2004, 78/2004, 54/2005.

## **Zaključci**

### **1. Strana konkurencija u maloprodaji hrane jača produktivnost i konkurentnost voća i povrća**

Dominacija domaćih maloprodajnih lanaca usporava produktivnost poljoprivrede. Treba slediti jasan primer Poljske koja je ujedno i glavni konkurent u svežim proizvodima naročito jagodičastog voća. Zdrava konkurencija stranih prodavnica hrane, donosi promene koje efikasno mogu naučiti srpskog proizvođača da orijentiše proizvodnju po merama evropskog i svetskog kupca. Više i stabilnije cene proizvoda, ravnoteža ponude i potražnje, predstavljanje standarda, smanjivanje broja posrednika u lancu proizvođač - kupac, povećava cenu proizvoda (malina na primer) direktnim proizvođačima, ujedno orijentišući proizvod prema zahtevima modernog tržišta.

### **2. Investicije u nauku**

Čile, koji je vodeći proizvođač i izvoznik voća i povrća u svetu, svake godine ulaže ogromna sredstva u tehnologiju i naučna istraživanja. Istražuju se i stalno usavršavaju tehnike pakovanja, biohemijski tretmani u proizvodnji i logistika uz stručni odabir odgovarajućih sorti.

### **3. Organska proizvodnja**

Procenat organske proizvodnje u Srbiji je trenutno zanemarljiv a u izvozu svežeg voća i povrća i ne postoji. EU traži približavanje 5% ekološkoj poljoprivredi. Srbija ima ogroman neiskorišćen potencijal u organskoj proizvodnji. Od 90-ih godina pa sve do 2000. upotreba pesticida je opala za 90%, što je samo po sebi preduslov.

Napominjemo da ekološki, odnosno organski proizvodi na svetskim pijacama dostižu čak i do 50% višu cenu u odnosu na konvencionalno voće i povrće.

### **4. Udruženja i distributivni centri**

Udruženja su neophodna za dalji razvoj industrije, jer:

1. predstavljaju jedino rešenje da proizvodi sitnih proizvođača dođu na razvijeno tržište EU
2. jedino udruženja mogu dobiti neophodne poljoprivredne inpute za rast produktivnosti i prodor na razvijeno tržište: distributivne centre opremljene kalibratorima, odgovarajućim pakovanjem i ostalom tehnologijom
3. aktivno mogu da učestvuju u protoku informacija od kupca u maloprodaji i njegovih zahteva, i nazad do proizvođača.
4. angažuju stručnu pomoć u proizvodnji, održavaju kontakte sa domaćim i stranim partnerima i drugim relevantnim granama industrije, na primer prerađivačkom industrijom.

## **5. Unapređenje logistike**

Izvoz svežeg voća zahteva logistiku koja se uklapa u savršeni lanac od proizvođača do kupca u Evropi. Najveći svetski proizvođači kao što su Driscolls ili Dole razvili su specijalna vozila za berbu i prevoz proizvoda do distributivnog centra. Brojni aerodromi u svetu imaju specijalne uslove za sveže proizvode.

## **6. Upravljanje prema tržištu**

Znači gajiti ono što tržište traži bez obzira na naše navike; nove vrste i nove sorte koje naši klimatski uslovi dozvoljavaju.

## **7. Neizbežno propadanje**

Kako pokazuju iskustva iz svih zemalja Centralne i Istočne Evrope, koje su prošle ili prolaze kroz tranziciju, velike državne firme su imale najbolnije promene<sup>1</sup>uz neizbežnu prodaju ili dalje propadanje uz odlaganje prodaje.

## **8. Transformacija malih farmi**

Ipak najveću transformaciju čekaju male farme, koje se moraju ne samo povećavati, već i totalno prilagoditi novim načinima proizvodnje, kontrole kvaliteta, i sjedinjavati se urbanom sredinom kroz infrastrukturu i sveopšti razvoj ruralnih oblasti.

## **9. Odgovornost države je**

- da drastično poboljša informisanost malih farmera: o zakonskim promenama, o kretanju svetskog tržišta, novim tehnikama i kreditnim mogućnostima.
- da izradi sopstvene standarde koji su u skladu sa svetskim i evropskim standardima za sveže voće i povrće
- da zaštiti minimalne zarade u poljoprivredi kod registrovanih poljoprivrednih domaćinstava
- da preuzme aktivniju marketinšku ulogu osnivanjem posebnog tela za promociju svežeg voća i povrća po ugledu na najveće izvoznike svežeg voća i povrća u svetu (Čile na primer ima svoje agencije na svim meridijanima i aktivno se razvija u skladu sa zahtevima svojih potencijalnih kupaca) i podstiče razvoj asocijacija i drugih vrsta udruživanja u smislu razvoja izvoza svežeg voća i povrća
- Da pruži šansu svežem voću i povrću pa da omogući srpskom farmeru da zavoli svoj posao i bude ponosan na proizvode svog rada i na svoju zemlju.

---

<sup>1</sup> CEE Regional Summary Regoverning Markets 2004.

**Prilog 1. Uslovi i vreme skladištenja relevantnih vrsta svežeg voća i povrća**

<i>Vrsta</i>	<i>Temperatura skladištenja (°C)</i>	<i>Vlažnost vazduha (%)</i>	<i>Prosečno vreme skladištenja</i>
Artičoke	-0.5 - 0	90-95%	2-5 meseci
Asparagus	0 - 2.2	95-100%	2-3 meseca
Pasulj	0 - 4.5	65-70%	1 godina
Boranija i grašak	4.5 - 7.2	90-95%	7-10 dana
Brokola	0	90-95%	10-14 dana
Prokola	0	90-95%	3-5 sedmica
Kasni kupus	0	90-95%	3-4 meseca
Kineski kupus	0	90-95%	1-2 meseca
Šargarepa	0	90-95%	4-5 meseci
Karfiol	0	90-95%	2-4 sedmice
Celer	0	90-95%	2-3 meseca
Kukuruz šećerac	0	90-95%	4-8 dana
Krastavac	10 - 12.8	90-95%	10-14 dana
Plavi patlidžan	7.2 - 12.8	90-95%	1 sedmica
Endivija	0	90-95%	2-3 sedmice
Beli luk	0	65-70%	6-7 meseci
Ren	-1.1 - 0	90-95%	10-12 meseci
Keleraba	0	90-95%	2-4 sedmice
Praziluk	0	90-95%	1-3 meseca
Zelena salata	0	95%	2-3 sedmice
Dinje, sorte kao cantalope	0 - 4.5	85-90%	5-14 dana
Lubenice	4.5 - 10	80-85%	2-3 sedmice
Crni luk	0	65-70%	1-8 meseci
Slatka paprika	7.2 - 10	90-95%	2-3 sedmice
Krompir	4.5 - 7.2	90%	2-9 meseci
Tikva	10 - 12.8	70-75%	2-3 meseca
Spanać	0	90-95%	1-14 dana
Paradajz	7.8 - 10	85-90%	4-10 dana
Jabuke	-1.1 - 4.4	90%	3-8 meseci
Kajsije	-0.5 - 0	90%	1-2 sedmice
Kupine	-0.5 - 0	90-95%	2-3 dana
Borovnice	-0.5 - 0	90-95%	2 sedmice
Višnje	0	90-95%	3-7 dana
Trešnje	-1.1 - 0.5	90-95%	2-3 sedmice
Breskve	-0.5 - 0	90%	2-4 sedmice
Kruške	-1.7 - 0.5	90-95%	2-4 meseca
Šljive	-0.5 - 0	90-95%	2-4 sedmice
Maline	-0.5 - 0	90-95%	2-5 dana
Jagode	0	90-95%	5-7 dana



## **Literatura:**

1. William W. Lewis, The power of productivity, The University of Chicago Press, Chicago, 2005.
2. Dries, L.T. Reardon and J. F. Swinnen, The rapid Rise of Supermarkets in CEE: Implications for the Agrifood Sector and Rural development, Development policy Review, Blackwell Publishing, London, 2004.
3. Csaba Csaki- Csaba Forgcs-Barna Kovacs, CEE regional report, 2004.
4. Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, Konkurentnost poljoprivrede Srbije, Beograd, 2004.
5. Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, Strategija poljoprivrede Srbije, Beograd, 2004.
6. DEFRA, Information for importers regarding Conformity Certificate requirements for Fresh fruits and vegetables, Nobel House, UK, 2003.
7. Leuven, How foreign Direct Investment has stimulated Growth in the CEE, Policy research group, working paper no. 18.
8. Ministerstvo zemědělství ČR, OVOCE, situační a výhledová zpráva, Praha, 2004.
9. Halicka, E. Przekształcenia na polskim rynku świeżych owoców i warzyw w okresie jego dostosowania do unijnego systemu organizacji. Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie „Ekonomika i organizacja gospodarki żywnościowej” No. 46, 2002.



Stevana Sremca 4 • 11 000 Belgrade • Serbia & Montenegro  
t +381 11 303 3456 • f +381 11 334 5550

1514 N. Longfellow Street • Arlington, Va 22205 • US  
t +1 571 594-2063

[info@jeffersoninst.org](mailto:info@jeffersoninst.org)