

Часопис / *Journal*

◇ Е К О Н О М И К А П О Љ О П Р И В Р Е Д Е ◇
◇ *E c o n o m i c s o f A g r i c u l t u r e* ◇

Основан 1954. године / *Established 1954*

Издавачи / *Publishers*

Научно друштво аграрних економиста Балкана, Београд
The Balkan Scientific Association of Agrarian Economists
Институт за економику пољопривреде, Београд (Србија)
Institute of Agricultural Economics, Belgrade
Академија економских наука, Букурешт (Румунија)
Academy of Economic Studies, Bucharest (Romania)

Главни и одговорни уредник / *Editor in Chief*

Проф. др Милан Р. МИЛАНОВИЋ

Уређивачки одбор / *Editorial Board*

др Зорица ВАСИЉЕВИЋ	Prof. Đojo ARSENOVIĆ, Ph.D., Faculty of Agriculture, East Sarajevo, BiH
др Бранислав ВЛАХОВИЋ	Prof. Ioan DAVIDOVICI, Ph.D., Institute for Agriculture Economy, Bucharest, Romania
др Владимир ГРБИЋ	Tomaš DOUCHA, Ph. D., Research Institute of Agricultural Economics, Prague, Czech Republic
др Милан Р. МИЛАНОВИЋ	Prof. Margaret LOSEBY, Ph. D., Facolta di Agraria-Dipartimento DECOS, Viterbo, Italy
др Радован ПЕЈАНОВИЋ	Prof. Mile PESHEVSKI, Ph. D., Faculty for Agricultural Science and Food, Skopje, Macedonia
др Весна ПОПОВИЋ	Др Алевтина ЛИТВИНОВА АЛЕКСАНДРОВНА, Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия, Российская Федерация
др Симо СТЕВАНОВИЋ	
др Жаклина СТОЈАНОВИЋ	Prof. Sandor SOMOGY, Ph.D., Faculty for Agricultural Science, Keszthely, Hungary
др Данило ТОМИЋ	Prof. Jernej TURK, Ph.D., University of Maribor, Faculty of Agriculture, Slovenia
др Драго ЦВИЈАНОВИЋ	
др Миладин ШЕВАРЛИЋ	

Лектор / *Lecturer*

Ана ПЕТРОВИЋ

Адреса уредништва / *Editorial office*

Београд, Волгина 15; тел/факс (+381)11/2972-848; E-mail: ekonomika.poljoprivrede@yahoo.com
Belgrade, Volgina 15; tel/faks (+381)11/2972-858; E-mail: ekonomika.poljoprivrede@yahoo.com

UDC 338.43:63

YU ISSN 0352-3462



ЕКОНОМИКА ПОЉОПРИВРЕДЕ ECONOMICS OF AGRICULTURE

58.

“Сагласно одлуци из члана 27. став 1. тачка 4),
Закона о научноистраживачкој делатности
(„Службени гласник РС”, бр. 110/05, 50/06-испр. и 18/10),
утврђена је категоризација домаћих научних часописа

[Листа часописа за друштвене науке](#)

5. Економика пољопривреде М24”

(Часопис међународног значаја)

<http://www.nauka.gov.rs> (28. Jun 2010)

*Београд, октобар-децембар, 2011. године
Belgrade, October-December, 2011.*

ИЗДАВАЧКИ САВЕТ / *EDITORIAL COUNCIL*

мр Душан АНТОНИЋ	Агробанка, Београд
др Богдан БУЛАТОВИЋ	Биотехнички факултет, Подгорица
др Биљана ВЕЉКОВИЋ	Агрономски факултет, Чачак
др Снежана ЂЕКИЋ	Економски факултет, Ниш
др Милутин ЂОРОВИЋ	Пољопривредни факултет, Београд
др Ђорђи ЂОРЂЕСКИ	Факултет за пољопривреду и исхрану Скопље
др Драгић ЖИВКОВИЋ	Пољопривредни факултет, Београд
др Ковиљко ЛОВРЕ	Економски факултет, Суботица
др Мирослав МАЛЕШЕВИЋ	Институт за ратарство и повртарство, Нови Сад
Viktor MANOLE, Ph.D.	Academy of Economic Studies, Bucharest Romania
др Небојша НОВКОВИЋ	Пољопривредни факултет, Нови Сад
др Зоран ЊЕГОВАН	Пољопривредни факултет, Нови Сад
др Христивоје ПЕЈЧИЋ	Пољопривредни факултет, К. Митровица
др Перо ПЕТРОВИЋ	Институт за међународну политику и привреду, Београд
др Горан ПОПОВИЋ	Економски факултет, Бања Лука
др Михајло РАДИЋ	Редовни професор у пензији, Београд
др Вељко РАДОЈЕВИЋ	Међународна менаџерска академија, Нови Сад
др Јеремија СИМИЋ	Редовни професор у пензији, Београд
др Јонел СУБИЋ	Институт за економику пољопривреде, Београд
мр Олга ЧУРОВИЋ	Индустријско биље, Нови Сад

Белешке / Notes

Тираж:

250 примерака

Штампарија:

DIS PUBLIC, Д.О.О., Београд, Браће Јерковић 111/25,

тел./факс: 011/39-79-789

**ЕКОНОМИКА
ПОЉОПРИВРЕДЕ**

САДРЖАЈ

С. Вукићевић, Даница Степић, Д. Савовић СВОЛИНСКОПРАВНА ОВЛАШЋЕЊА СТРАНАЦА НА ПОЉОПРИВРЕДНОМ ЗЕМЉИШТУ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ	529
М. Милановић, Маријана Љубић, С. Муминових УТИЦАЈ ЦЕНА ХРАНЕ НА ЦИЉАНУ ИНФЛАЦИЈУ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ	547
С. Вујовић, Ј. Спајић, Д. Вукосављевић АНАТОМИЗОВАЊЕ ТУРИСТИЧКЕ ТРАЖЊЕ У СВЕТЛУ ЗАКОНИТОСТИ, ФЕНОМЕНА И ПАРАДОКСА У ПОТРОШЊИ	563
В. Павловић, С. Муминових, В. Грбић ЕФЕКТИ ОТКУПА СОПСТВЕНИХ АКЦИЈА НА БЕРЗАНСКУ ВРЕДНОСТ И ФИНАНСИЈСКИ ПОЛОЖАЈ МЛЕКАРА У СРБИЈИ	577
Ј. Бабовић, Светлана Игњатијевић, Д. Ђорђевић ПОНУДА, ТРАЖЊА И ЕЛАСТИЧНОСТ ПОТРОШЊЕ РИБЕ	595
Б. Влаховић, Д. Томић, А. Пушкарић ПРОМЕНЕ НА ТРЖИШТУ ВИНА У ЗЕМЉАМА ЦЕФТА ГРУПАЦИЈЕ	609
Славица Костић-Николић ЕКСТРАКЦИОНЕ ТЕХНИКЕ ЗА ЛЕКОВИТО И АРОМАТИЧНО БИЉЕ И САВРЕМЕНА ПРОИЗВОДЊА ПРЕХРАМБЕНИХ ПРОИЗВОДА	621
Д. Дабовић ПРОМЕТ И УВОЗ СРЕДСТАВА ЗА ЗАШТИТУ БИЉА И СРЕДСТАВА ЗА ИСХРАНУ БИЉА У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ	637
Кристина Мијић, Наташа Спахић, Бојана Вуковић РЕГУЛАТИВА И ПРАКСА ФИНАНСИЈСКОГ ИЗВЕШТАВАЊА О БИОЛОШКИМ СРЕДСТВИМА У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ	647
А. Narutjunjan, Margaret Loseby THE PROSPECTS FOR WINE TOURISM AS A TOOL FOR RURAL DEVELOPMENT IN ARMENIA-THE CASE OF VAYOTS DZOR MARZ	661
В. Радојевић, В. Радојевић, Гордана Васојевић ИНТЕГРАЦИЈА ЕКОНОМСКИХ ИНСТРУМЕНАТА КРОЗ ПРОПИСЕ О ЗАШТИТИ ЖИВОТНЕ СРЕДИНЕ	681

Г. Поповић, М. Чопрка ПРАКСА ОЦЈЕЊИВАЊА ДРУШТВЕНЕ ОПРАВДАНОСТИ ИНВЕСТИЦИОНИХ ПРОЈЕКТА У ЕУ	699
Б. Михаиловић, Д. Цвијановић ОРГАНИЗАЦИЈЕ ЗА ПРУЖАЊЕ КОНСУЛТАНСКИХ УСЛУГА У СРБИЈИ	711
Јасмина Лабудовић-Станковић, Нада Тодоровић ОСИГУРАЊЕ БИЉНЕ ПРОИЗВОДЊЕ У ЕУ И СРБИЈИ	723
П. Д. Радојевић, Д. Марјановић КОНКУРЕНТНОСТ ДОМАЋЕ ПРЕХРАМБЕНЕ ИНДУСТРИЈЕ У ОБЛАСТИ ДИЗАЈНА ПРОИЗВОДА И ПАКОВАЊА	735
Б. Војновић, Д. Цвијановић, П. Веселиновић ИСТРАЖИВАЊЕ УТИЦАЈА КРИЗЕ НА ПОСЛОВАЊЕ ДОМАЋИХ ПРЕДУЗЕЋА	749
Б. Влашковић, З. Миладиновић, С. Варга СУДСКА ЗАШТИТА РЕГИСТРОВАНЕ ОЗНАКЕ ГЕОГРАФСКОГ ПОРЕКЛА	761
Весна Милтојевић, Снежана Живковић, Ивана Илић-Крстић ЕКОЛОШКА СВЕСТ ИНДИВИДУАЛНИХ ПОЉОПРИВРЕДНИХ ПРОИЗВОЂАЧА	777
Приказ монографије: ТРЖИШТЕ ПОЉОПРИВРЕДНИХ ПРОИЗВОДА У СРБИЈИ ПРЕ И ПОСЛЕ ТРАНЗИЦИЈЕ	795
Приказ студије: (I) СТРАТЕГИЈА РАЗВОЈА ПОЉОПРИВРЕДЕ И РУРАЛНОГ РАЗВОЈА ЛАЈКОВЦА У ПЕРИОДУ 2011-2015. ГОДИНЕ	797
(II) АКЦИОНИ ПЛАН ЗА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈУ СТРАТЕГИЈЕ	801

**ECONOMICS
OF AGRICULTURE**

CONTENT

S. Vukićević, Danica Stepić, D. Savović THE LEGAL AUTHORITY OF FOREIGN OWNERSHIP OF AGRIKULTURAL LAND IN THE REPUBLIC OF SERBIA	529
M. Milanović, Marijana Ljubić, S. Muminović THE EFFECT OF FOOD PRICE ON TARGETED INFLATION IN SERBIA	547
S. Vujović, J. Spajić, D. Vukosavljević PRESENTATION OF TOURIST DEMAND IN THE LIGHT OF LEGALITY, THE PHENOMENON AND THE PARADOX IN CONSUMPTION	563
V. Pavlović, S. Muminović, V. Grbić THE EFFECTS OF STOCK REPURCHASE ON THE MARKET VALUE AND ON THE COMPANY'S FINANCIAL POSITION OF DAIRIES IN SERBIA	577
J. Babović, Svetlana Ignjatijević, D. Đorđević SUPPLY, DEMAND AND ELASTICITY OF FISH	595
B. Vlahović, D. Tomić, A. Puškarić CHANGE AT WINE MARKET IN THE COUNTRIES OF CEFTA REGION	609
Slavica Kostić-Nikolić EXTRACTION TECHNIQUES FOR MEDICAL AND AROMATIC AND MODERN INDUSTRIAL PRODUCTION OF FOOD PRODUCTS	621
D. Dabović DISTRIBUTION AND IMPORT OF PLANT PROTECTION PRODUCTS AND PLANT NUTRITION PRODUCTS IN REPUBLIC OF SERBIA	637
Kristina Mijić, Nataša Spahić, Bojana Vuković REGULATION AND PRACTICE OF THE FINANCIAL REPORTING OF BIOLOGICAL ASSETS IN REPUBLIC OF SERBIA	647
A. Harutjunjan, Margaret Loseby THE PROSPECTS FOR WINE TOURISM AS A TOOL FOR RURAL DEVELOPMENT IN ARMENIA-THE CASE OF VAYOTS DZOR MARZ	661
V. Radojević, V. Radojević, Gordana Vasojević INTEGRATION OF ECONOMIC INSTRUMENTS THROUGH ENVIRONMENTAL REGULATIONS	681

G. Popović, M. Čoprka PRACTICE OF EVALUATION OF SOCIAL JUSTIFIABILITY OF INVESTMENT PROJECTS IN THE EU	699
B. Mihailović, D. Cvijanović ORGANIZATIONS WHICH PROVIDE CONSULTATIVE SERVICES IN SERBIA	711
Jasmina Labudović-Stanković, Nada Todorović CROP INSURANCE IN EU AND SERBIA	723
P. D. Radojević, D. Marjanović COMPETITIVENESS OF SERBIAN FOOD INDUSTRY IN PRODUCT AND PACKAGE DESIGN	735
B. Vojnović, D. Cvijanović, P. Veselinović RESEARCH IMPACT OF CRISIS MANAGEMENT OF DOMESTIC COMPANIES	749
B. Vlašković, Z. Miladinović, S. Varga THE JUDICIAL PROTECTION OF REGISTERED INDICATION OF GEOGRAPHIC ORIGIN	761
Vesna Milojević, Snežana Živković, Ivana Ilić-Krstić ECOLOGICAL AWARENESS OF INDIVIDUAL FARMERS	777
Review of the Monograph: MARKET OF AGRICULTURAL AND FOODSTUFF PRODUCTS IN SERBIA BEFORE AND AFTER TRANSITION	795
Review of the Study: I STRATEGY OF AGRICULTURAL AND RURAL DEVELOPMENT OF LAJKOVAC IN THE 2011-2015 PERIOD	797
II ACTION PLAN FOR IMPLEMENTATION OF THE STRATEGY	801

СВОЈИНСКОПРАВНА ОВЛАШЋЕЊА СТРАНАЦА НА ПОЉОПРИВРЕДНОМ ЗЕМЉИШТУ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

С. Вукићевић¹, Даница Степић², Д. Савовић³

Резиме. Својина и статус некретнина, посебно пољопривредног земљишта, у Републици Србији представља питање које често покрећу не само страни инвеститори, него и шира стручна јавност. Наиме, постоји дилема да ли је могуће да странци постану власници пољопривредног земљишта и под којим условима. Уколико би се поступало стриктно по законским прописима, таква куповина пољопривредног земљишта за сада није могућа. С друге стране, многи странци постали су легални власници истог тог земљишта и несметано уживају сва својинскоправна овлашћења која им власништво доноси. Овај раскорак између законске регулативе и праксе својинскоправни систем чини несигурним и неизвесним. Циљ овог рада је двојачко усмерен, најпре да се аналитички идентификују узроци који доводе до овакве правне и фактичке ситуације, а потом да се укаже на начине и путеве како да се та ситуација превазиђе. Полази се од претпоставке да би превазилажење утврђених неусклађености значајно допринело јачању својинскоправне сигурности у Србији, те тако и инвеститорима који имају интерес да улажу не само у домаћу пољопривреду него и у друге секторе.

Кључне речи: власништво, статус имовине, пољопривредно земљиште, странци, власници земљишта, права, законодавство.

¹ др Славољуб Вукићевић, редовни професор, Мегатренд Универзитет, Београд.
e-mail: svukicevic@megatrend.edu.rs

² Мр Даница Степић, Први основни суд у Београду.

³ Данило Савовић, дипл. правник-мастер, МУП Србије,
e-mail: savovicmiodrag@yahoo.com.

1. Уставноправни оквир

1.1. Уставноправне гаранције својине

Својина представља једно од основних права човека као појединца, али исто тако и правних лица. Због тога је у уставима већине земаља у свету посебна пажња посвећена заштити овог основног права, као и гаранцијама које омогућавају његово мирно и несметано уживање.

Ни Устав Републике Србије из 2006. године не прави изузетак у овом погледу. Према одредбама Устава Србије (Трећи део: Економско уређење и јавне финансије), економско уређење почива на неколико основних начела: на тржишној привреди, отвореном и слободном тржишту, слободном предузетништву, самосталности привредних субјеката; као и *равноправности приватне и свих других облика својине* (подвукли: аутори).⁴

Када је реч о својинскоправним овлашћењима и уставноправним гаранцијама својине, треба посебно истаћи уставну одредбу која гарантује *право на имовину, односно на мирно уживање својине* (али исто тако и свих осталих имовинских права). Уставотворац је то питање уредио у Другом делу који се односи на људска и мањинска права и слободе.⁵

Иако би се, тумачењем ове уставне одредбе на први поглед могао извести закључак да се право на имовину јемчи само физичким лицима, јер се ова одредба налази у одељку који уређује индивидуална права и слободе, ипак, и овако ситуирану одредбу о праву на имовину треба тумачити шире, тј. као право које се гарантује свим субјектима, дакле и правним, а не само физичким лицима, без обзира што Устав не наводи изричито субјекте те заштите.

Међутим, и поред гаранције слободног коришћења и располагања пољопривредним, шумским и градским грађевинским земљиштем, Устав допушта и одређена ограничења, односно одступања од прокламоване слободе коришћења и располагања својином у овој сфери. Устав је у том погледу веома рестриктиван и наводи само два разлога наведеног ограничења. Поред разлога која Устав изричито наводи, одступања од слободног коришћења и располагања наведеним категоријама земљишта у приватној својини могу бити прописана само законом.⁶

⁴ Члан 82, став 1 Устава Републике Србије из 2006. године.

⁵ Део II (Људска и мањинска права и слободе), одељак 2 (Људска права и слободе), члан 58. Устава Републике Србије.

⁶ О одступањима коришћења и располагања пољопривредног земљишта на основу Закона о пољопривредном земљишту биће посебно речи у даљем тексту.

1.2. Уставноправне гаранције својине странаца

Када је у питању гаранција права својине, устав то право јемчи и *странцима*. Устав наведено право утврђује у два своја дела. Најпре се то право штити одредбама Устава Србије из *Другог дела* које се односе на људска и мањинска права и слободе и то чланом 39. који се тиче слободе кретања и настањивања, као и чланом 57. који се односи на право на уточиште странца. Разлог зашто се право својине јемчи одредбама које се у Уставу налазе у делу који се тиче људских права, може се правдати чињеницом што је у питању индивидуално право човека.

Међутим, како се својина не тиче само физичких лица као индивидуа, него и правних лица организованих у облику разних, пре свега привредних субјеката, уставотворац је уредио право својине странаца у контексту одредби из дела Устава који се односи на економско уређење. У том смислу, Устав правним и физичким лицима гарантује својину на непокретностима („Страна физичка и правна лица могу стећи својину на непокретностима, у складу са законом или међународним уговором“).⁷ То значи да се садржај својинских права на непокретностима гарантује у складу са законом односно међународним уговором.

С обзиром да се странци у погледу права својине третирају двојако, односно и као индивидуе, али и као правна лица, уставотворац је и у Уставу применио двојаку терминологију. Тако их у једном истом члану, у првом ставу члана 85. одређује као „страна правна и физичка лица“, а у ставу 2 истог члана као „странце“. Можда је до употребе различитих термина дошло због жеље уставотворца да истакне поједина права која та лица имају када су у питању својинска овлашћења, а можда је у питању само термилошка недоследност, која нам сугерише закључак да се ради о синонимима.

2. Законска регулатива

2.1. Ограничење права својине на основу закона

Најважнији закони којима се регулише стицање права својине на непокретностима у Републици Србији и којима су прописани услови за ограничавање тог права страним правним и физичким лицима, као и услови којима се уређује промет непокретности су *Закон о промету непокретности*, *Закон о пољопривредном земљишту*, *Закон о приватизацији* и *Закон о претварању друштвене својине на*

⁷ Члан 85, став 1. Устава Републике Србије.

пољопривредном земљишту у друге облике својине, Закона о аграрној реформи и прописима о национализацији пољопривредног земљишта.

2.2. Својина на основу Закона о промету непокретности

Према *Закону о промету непокретности Републике Србије*, непокретностима се, у смислу тога закона, сматра: земљиште (пољопривредно, грађевинско, шуме и шумско земљиште), зграде (пословне, стамбене, стамбено-пословне, економске и др.), посебни делови зграда (станови, пословне просторије, гараже и гаражна места) и други грађевински објекти.⁸

У истом члану наведеног Закона (став 1.), је прописано да је промет непокретности *слободан, ако законом није друкчије одређено*. Пошто закони ову материју уређују различито за различите врсте непокретности, режим стицања својине на свим непокретностима није идентичан, већ зависи првенствено од врсте непокретности. У том смислу, *Закон о промету непокретности* дефинисао је шта се сматра прометом непокретности и прописао да то представља располагање непокретностима правним послом, и то: пренос права својине на непокретности са једног на друго лице, уз накнаду или без накнаде; пренос права коришћења на непокретности у државној својини са једног на другог носиоца права коришћења на непокретности у државној својини; пренос права у погледу располагања непокретности у друштвеној својини са једног на другог носиоца права на непокретности у друштвеној својини.⁹

Да би се заштитила друштвена и државна својина од могућих злоупотреба, Закон је прописао да се „Непокретности из државне и друштвене својине могу отуђити само по тржишним условима, у складу са законом.¹⁰ У супротном, уговор на основу кога правно лице отуђује непокретност из државне или друштвене својине, односно прибавља непокретности у државну или друштвену својину, поништиће се уколико је уговорена цена у несразмери са прометном вредношћу непокретности у време закључења уговора, на штету државне, односно друштвене својине. При томе се прометном вредношћу ове непокретности сматра цена одговарајуће непокретности која се постиже у слободном промету у време

⁸ Члан 1, став 2, "Сл.гласник РС ", бр.. 42/98 и 111/2009. године.

⁹ Члан 2. Закона о промету непокретности.

¹⁰ Члан 12. Закона о промету непокретности.

закључења уговора, у месту где се та непокретност налази или у њеној ближој околини.¹¹

Законодавац је, опет у циљу заштите државне и друштвене својине, прописао да се отуђење непокретности из државне и друштвене својине врши јавним надметањем или прикупљањем писмених понуда, а изузетно и непосредном погодбом само кад се отуђење није могло постићи јавним надметањем, односно кад је путем прибављања писмених понуда остало безуспешно, ако посебним законом није друкчије одређено. Уколико је уговор о отуђењу непокретности из државне и друштвене својине закључен противно наведеним одредбама, он је ништав.¹²

И овим Законом је одређено да се *пољопривредно* (подвукли аутори) и грађевинско земљиште, шуме и шумско земљиште не могу отуђити из државне или друштвене својине, ако законом није друкчије одређено.¹³

2.3. Својина страних правних лица

Страно правно лице може ради обављања својих пословних активности купити односно стећи право својине и тако постати власник на непокретностима у Републици Србији под условом да постоји право реципроцитета, тј. узајамности. Реципроцитет подразумева могућност да правно лице из Србије може стећи право својине на непокретности у земљи из које је то правно лице, односно у којој је то страно лице основано (регистровано). Зато је неопходно да такво правно лице, да би директно стекло право својине на непокретности у нас, установи неку форму правног присуства и постојања у Републици Србији (региструје се у одређеном облику привредног друштва, нпр. друштва са ограниченом одговорношћу, или представништва, огранка, итд.). У том случају, тј. када страно правно лице у Републици Србији оснује зависно друштво, оно се сматра домаћим правним лицем и има исти третман као привредни субјекти чији су оснивачи домаћа лица. Другим речима, то значи та такво правно лице, између осталог, може стећи непокретност под истим условима који важе и за домаћа лица.

Међутим, поред ових општих правила која у принципу важе за стицање власништва страних правних и физичких лица на непокретностима у Републици Србији, постоје одређена ограничења. Ова ограничења зависе од врсте непокретности у питању, па је правни режим стицања и промета непокретности уређен законом с обзиром на ту чињеницу.

¹¹ Члан 13. Закона о промету непокретности.

¹² Члан 14. Закона о промету непокретности.

¹³ Члан 15. Закона о промету непокретности.

2.4. Својина странаца на пољопривредном земљишту

Једно од ограничења које се односи на својинскоправна овлашћења страних субјеката својине, прописано је Законом о пољопривредном земљишту. У том смислу, наведеним законом је прописано да „*Власник пољопривредног земљишта не може бити страном физичко, односно правно лице*“.¹⁴

При томе се под пољопривредним земљиштем подразумева земљиште које се користи за пољопривредну производњу (њиве, вртови, воћњаци, виногради, ливаде, пашњаци, рибњаци, трстици и мочваре) и земљиште које је одговарајућим планским актом намењено за пољопривредну производњу, док се под обрадиво пољопривредно земљиште сврставају њиве, вртови, воћњаци, виногради и ливаде.

2.4.1. Разлози за забрану стицања својине странаца на пољопривредном земљишту. Поставља се питање зашто право својине не може бити у власништву страних физичких и правних лица. Одговор свакако треба тражити у значају које ово добро има за сваку земљу, па и за нашу.

Пољопривредно земљиште је основни фактор пољопривредне производње. А пољопривреда као значајна грана привредног живота и развоја представља једну од основних полуга нашег друштвеног развоја. То је привредна грана која остварује значајан трговински суфицит у економским односима, односно у размени са другим државама. Поред тога, пољопривреда, а самим тим и пољопривредно земљиште као њен најзначајнији ресурс, има пресудан утицај за општи развој наше заједнице, посебно у процесу усклађивања економских механизма за реализацију одређених друштвених циљева, пре свега, на спровођењу реформи и транзиције. Пољопривреда је, дакле, финансијски највећи и најважнији потенцијални сегмент наших европских интеграција, али је услов да би то заиста и постала, да се трансформише из некадашње планске, социјалистичке, у тржишну.

Све то чини да је пољопривреда сврстана, у трајну битну грану привреде, при чему се води рачуна о њеном доприносу не само текућим потребама, већ и потребама будућих генерација којима ће овај ресурс бити исто тако значајан као и нама данас.

Ради илустрације значаја и улоге агропривреде у привредној структури Републике Србије, наводи се податак да се у пољопривреди и агроиндустрији ствара око 35% друштвеног производа, а пољопривредно-

¹⁴ Члан 1, став 3. Закона о пољопривредном земљишту „Службени гласник“, број 62/2006. године.

прехрамбени производи учествују са 20% у вредности извоза Србије, чему значајно доприносе велике агробизнис фирме – и то неупоредиво више него што је њихово учешће у коришћењу расположивог земљишта (укључујући и коришћене површине у државној својини).¹⁵Ако се овоме дода да у Србији, статистички посматрано, имамо 0,50 хектара пољопривредног земљишта по становнику, што је највише у Европи, као и чињеницу да та земља није загађена и релативно једноставно може да се преведе и у земљиште за производњу органске хране, онда су већ и то довољно илустративни подаци о значају и вредности пољопривредног земљишта у нас. У прилог чињенице да пољопривредно земљиште представља и највреднији потенцијал једне државе, па и Србије, говоре подаци, не само о површини коју обухвата то земљиште, него и броју људи који живе од те делатности, као и о приходима који се остварују у овој привредној грани. Наиме, укупна површина пољопривредног земљишта којим Србија располаже износи 5.493.132 хектара, од чега су 4,2 милиона хектара обрадиве површине. У Србији постоји 778.000 индивидуалних газдинстава, а просечна величина њихових поседа мања је од три хектара.

Посматрано са становишта својинскоправних односа, највећи проценат пољопривредног земљишта налази се у приватном власништву (више од 90 одсто). Остатак пољопривредног земљишта је у државном власништву где се налази нешто више од 300.000 хектара, док одређене површине имају неки други имовинскоправни статус. Тако постоје остаци друштвене својине (око 250.000 хектара), као и задружна својина која је у поступку приватизације и која је у суштини приватно власништво (иако власницима још није враћено одузетих око 250.000 хектара).

Због наведеног значаја овог природног ресурса, Република Србија води свеобухватну бригу о заштити, унапређењу, уређењу и што рационалнијем коришћењу пољопривредног земљишта. У домен те заинтересованости државе за пољопривредно земљиште свакако спадају и мере које држава предузима да то друштвено богатство остане у власништву сопствених грађана, односно да не буде отуђено и продато странцима. У том смислу донети су и одговарајући прописи, првенствено *Закон о пољопривредном земљишту*, који изричито забрањује продају пољопривредног земљишта странцима како правним, тако и физичким лицима.

2.4.2. Одступања од забране стицања својине странаца на пољопривредном земљишту. Иако је, на први поглед, пропис о забрани

¹⁵ Наведено према закључцима са научно-наставног скупа на Пољопривредном факултету, 14.03.2007., у организацији Друштва аграрних економиста Србије (ДАЕС) и Пољопривредног факултета Унивезитета у Београду, у сарадњи са ПК Србије.

продаје пољопривредног земљишта странцима јасан, јер изричито забрањује такву продају странцима, ипак законска регулатива није у овом погледу сасвим прецизна и доследна. Ово нарочито зато што је питање својине пољопривредног земљишта, односно промета тога земљишта регулисано различитим законским прописима који изазивају недоумице у теоријском одређењу њиховог домета, а поготово у погледу практичних консеквенци примене тих прописа.

Тако и поред јасне и недвосмислене одредбе *Закона о пољопривредном земљишту*, када је реч о забрани странцима да стекну својину на њему, други законски прописи посебно *Закон о приватизацији* и *Закон о претварању друштвене својине на пољопривредном земљишту у друге облике својине*, доводе у пракси до могућности стицања власништва странаца на том земљишту. Према тим законским прописима, друштвено земљиште представља друштвени капитал предузећа, који не само што може да се приватизује, него може и да се отуђи и прода странцима. Још веће недоумице изазвала је одредба *Закона о претварању друштвене својине на пољопривредном земљишту у друге облике својине*, која предвиђа да оно пољопривредно земљиште у друштвеној својини, које је правно лице стекло по основу *Закона о аграрној реформи и прописима о национализацији пољопривредног земљишта*, јесте у државној својини. С друге стране, у закону пише да пољопривредно земљиште у друштвеној својини које је правно лице стекло на основу правног посла, као средство за производњу, чини друштвени капитал тог предузећа.

Још више правних недоумица изазвало је *Министарство за приватизацију*, које је дало тумачење да „ако је пољопривредно земљиште исказано као имовинска позиција и процењено као друштвени капитал предузећа, оно јесте предмет приватизације“. Другим речима, пољопривредно земљиште које је захваљујући том мишљењу, процењено као друштвени капитал, постало је предмет приватизације. Јер, уколико се пољопривредно земљиште третирао као друштвено, оно је могло да се прода и постане својина странаца, док продаја пољопривредног земљишта које је државна својина није могло да се прода.

Страна лица су пренебрегавала ову препреку, односно забрану стицања својине на пољопривредном земљишту тако што су оснивањем локалног предузећа које може да стекне право својине на пољопривредном земљишту, индиректним путем, преко свог зависног друштва, могли да стекну право својине на пољопривредном земљишту. На тај начин, пољопривредно земљиште је продавано преко Агенције за приватизацију странцима, чак и у случајевима када није било разграничено друштвено и државно власништво које је истовремено постојало на том земљишту. Поред тога, такође на основу

наведеног тумачења Министарства за приватизацију, кроз приватизацију пољопривредног комбината могло је да се прода и задружно земљиште, зато што пре приватизације нису разрешени имовински односи између предузећа и задруга.

Због тога су изношени предлози да се изврше измене и допуне *Закона о претварању друштвене својине на пољопривредном земљишту у друге облике својине*, односно да се друштвено земљиште прогласи државним. Али како је део пољопривредног земљишта већ био продат на основу тога закона, разлози правне сигурности (забрана ретроактивне примене закона и довођење у неравноправни положај субјеката промета пољопривредног земљишта) су ишли против таквог предлога.

У сваком случају, претварањем друштвене својине у државно власништво, а посебно разграничење државног власништва од друштвеног, онемогућио би се процес претварања власништва државе Србије у приватну својину странаца, док би се истовремено омогућило да пољопривредним земљиштем управља држава - Министарство пољопривреде, односно јединице локалне самоуправе којима је иначе то право дато *Законом о пољопривредном земљишту*.

Када су у питању законски прописи у овој области, онда свакако треба водити рачуна и о прописима који ће у најскорије време бити донети или су већ донети, и који ће у великој мери утицати на својинскоправни режим пољопривредног земљишта. То значи да ће имовинско-правни односи над земљиштем, тек бити пред правим изазовом када почну да се примењују прописи на основу *Закона о реституцији* и враћању у природи одузетог пољопривредног земљишта бившим власницима.

Ако се овоме дода *Закон о јавној својини*, који, између осталог, дефинише својину која припада појединим субјектима (држави, покрајини, јединицама локалне самоуправе), онда се чини да ће на тај начин бити заокружена нормативна регулатива која одређује својинскоправни режим добара у нашој земљи, па самим тим и својински статус пољопривредног земљишта.

Међутим, ни доношењем наведених законских прописа, још увек неће у потпуности бити прецизно одређена својинскоправна овлашћења страних правних и физичких лица, бар што се тиче рока у коме ти субјекти могу постати власници пољопривредног земљишта. Наиме, странци ће без досадашњих ограничења моћи директно да постану власници пољопривредног земљишта у Србији када истекну четири године од почетка примене Прелазног споразума са ЕУ. До тада, дакле, док се не донесу наведени прописи, односно док не почне њихова примена и док не почну да

теку рокови који ће онемогућити ограничење у погледу стицања својине страних правних и физичких лица на пољопривредном земљишту, преостаје нам да се сналазимо у шуми постојећих прописа, који на различит начин регулишу исту област и који доводе до многобројних неправилности, па и злоупотреба у овој области.

Који су то поступци у пракси, какве последице су изазвали, ови често пута противуречни прописи до сада и какве ће тек изазвати у будућности, биће приказано у следећем одељку који анализира практичну страну ове проблематике.

3. Практика

Постојећа законска регулатива, односно уређење питања својине на пољопривредном земљишту правних и физичких лица на различите начине на основу различитих прописа, морало се одразити *на праксу стицања својине и промет пољопривредног земљишта*. Зато се с правом морају поставити питања која треба да пруже одговор не само о тренутном стању у погледу својинскоправних овлашћења странаца на пољопривредном земљишту, него и о судбини пољопривредног земљишта у будућности, када је реч о власништву странаца над том имовином.

3.1. Процедура стицања својине странаца у пракси данас

Странци су, и поред тога што *Закон о пољопривредном земљишту* забрањује продају страним правним и физичким лицима, јер пољопривредно земљиште третира као добро од општег интереса, ипак постајали његови власници. Упркос томе, на основу појединих законских прописа који су или недоречени или међусобно контрадикторни или чак нејасни, на основу тумачења Министарства за приватизацију, отворила се могућност да странци купују земљу по Србији. На тај начин отворен је пут бројним злоупотребама које су везане за мењање статуса тог земљишта, мимо постојећих прописа.

Захваљујући оваквом тумачењу, поступак који је омогућавао странцима да постану власници пољопривредног земљишта текао је у пракси на једноставан начин. У процесу приватизације, странци су, најпре, постајали власници већинског пакета акција неког пољопривредног комбината, а затим су имали могућност да откупе акције малих акционара, и тако постајали апсолутни власници комбината. Након тога, довољно је било да ликвидирају предузеће, измире повериоце, и да, као физичка лица, постану власници имовине фирме, а то подразумева и власништво на пољопривредном земљишту.

На наведени начин странци су постали власници великих површина пољопривредног земљишта у Србији.¹⁶

3.2. Власничка перспектива пољопривредног земљишта

Обавеза сваке земље чланице Европске уније или земље која је у поступку придруживања тој организацији је да своје непокретности учини доступним за куповину држављанима те заједнице. Другим речима, непокретности су доступне сваком правном или физичком лицу Европске Уније под истим условима као и држављанима матичне земље. Међутим и поред ове обавезе која је несумњива, свака држава настоји да је у одређеној мери релативизује, било постављањем одређених услова, било одлагањем рока када почиње њена примена. Тако, нпр., у Данској нико не може постати власник земље ако нема одређени степен образовања и доказ да у селима живи 25 година без прекида. С друге стране, у неким земљама, као нпр. у Белгији ограничена је површина коју може да купи појединац. Тако он у тој земљи може да купи највише 385 хектара и то под одређеним условима, првенствено уз гаранцију да ће купљено земљиште ефикасно користити. У Француској пољопривредно земљиште мора најпре бити понуђено младим фармерима и то по бенефицираним ценама, итд.

¹⁶ Први странац који је открио да оснивањем своје фирме у Србији може да купи пољопривредно земљиште (иако не званично) био је Енду Хантер, који је 2005. године „Јакшићево“ у Српској Црњи са 1.000 хектара купио преко фирме „Корнвел“. Хрватски „Агрокор“ купио је „Дијамант“ из Зрењанина, у чијем је саставу „Дијамант аграр“ са неколико хиљада хектара ораница (око 4.200), а такође и „Планту“ из Футога. Поред тога, „Агрокор“ је куповином „Фрикома“ дошао у посед, тј. постао власник 1.000 хектара земљишта. Инвестициони фонд „Мидленд“ је купио „Карнекс“ из Врбаса, који такође има око 7.000 хектара земље, а још један инвестициони фонд из Велике Британије, купио је, исто тако велико, пољопривредно предузеће из Српске Црње. Мађари су купили имања у Перлезу, Госпођинцима и Чуругу, па је на тај начин купујући пољопривредно добро „Слобода“ у Перлезу са 1.500 хектара, мађарска фирма „Хајду авис“ из Дебрецина купила земљу у власништву, и продала га уз профит, после четири године. Исто тако, ирски Фонд „Балтик просперите“ купио је пољопривредна добра „Панонија“, ПИК „Фекетић“ и „Војводина“ из Бачког Брестовца. Куповином акција у та три комбината, компанија из Ирске добила је право да газдује са 10.500 хектара земљишта. Списак странаца који су постали власници пољопривредног земљишта у Србији је свакако још дужи. Примера ради, наводимо немачку држављанку З.З. која је купила „Бајшу“ из Бачке Тополе (уговор раскинут после две године). Или грчки бизнисмен П.К. који је куповином А.Д. за пољопривредну производњу „Зобнатица“ из Бачке Тополе постао власник 1,7 хектара пољопривредног земљишта, затим преко 270 хиљада квадрата грађевинског и 237 хиљада шумског земљишта.

У поступку процеса придруживања Европској Унији, Србија је дошла до степена када је већина земаља те заједнице ратификовала Споразум о стабилизацији и придруживању са њом, а преостале земље ће то учинити вероватно пре краја 2011. године, до када би Србија требала да добије статус кандидата. До тада ће наша земља морати да испуни одређене обавезе.

Србија је и до сада донела одређене мере, односно обавезала се да ће у будућности поступати по новим правилима односно прописима, када је реч о пољопривредном земљишту. У том смислу Србија се обавезала да ће ограничење које се односи на могућност стицања својине на пољопривредном земљишту бити укинута.¹⁷ Другим речима и странци ће моћи да стичу својину на пољопривредном земљишту и да на тај начин у потпуности располажу својинскоправним овлашћењима на том земљишту.

Рок који је одређен за укидање забране странцима за куповину пољопривредног земљишта који је Србија преузела на себе, представља један, може се слободно рећи преурањен, чак и несмотрен корак, који може имати далекосежне, пре свега негативне последице за судбину пољопривредног земљишта, па и за привредни развој уопште. За то постоје многобројни разлози, од којих ћемо поменути неке који се чине најзначајнијим.

3.3. Цена земљишта

За разлику од Европе, где се цене за хектар земље крећу чак до 160.000 евра¹⁸, хектар најквалитетнијег пољопривредног земљишта у Србији (која

¹⁷ Стицање својинских права на непокретностима страних правних и физичких лица уређено је члановима 53. и 63. Споразума о стабилизацији и придруживању. На основу наведених чланова Споразума, Србија мора у року од четири године да осигура исти третман држављанима Европске Уније као и домаћим, у погледу стицања права својине на непокретностима, односно пољопривредном земљишту.

¹⁸ Иако је цена пољопривредног земљишта у земљама Европске Уније веома различита, ипак је у великом броју случајева много виша него у Србији. Најскупла је у Луксембургу где износи 162.000 евра по хектару, затим на Малти 125.000, Холандији где је просечна цена преко 30.000 евра, Белгији око 30.000 евра, итд. Извор: ЕУРОСТАТ (Званична администрација Европске Уније-подаци за 2006. годину) EUROSTAT: European Communitites- European Commission 2008 Edition Agricultural statistics (Main Results-2006-2007 EUROSTAT) Theme: Agriculture and Fisheries, Collection Pocket books. Izvor: http://epp.eurostat.ec/cache/ITY_OFFPUB/KS-ED-08-011/EN/KS-ED-08-001-en.PDF. Поред тога, постоји тенденција сталног раста цена пољопривредног земљишта. Тако је цена земљишта у Уједињеном Краљевству од 1995. године дуплирана, у 2011 повећана за 11%, а процена је да ће у 2012

иначе има веома квалитетно, једно од најбољих пољопривредних земљишта у Европи), тренутно може да се купи за 5.000 евра. Цена исте површине само нешто лошијег квалитета, друге и треће класе, може да се купи за 1.000-2.000 евра. Према неким савременим тумачењима, цена земље, заправо, није цена предмета који се купује и продаје, већ је то израз вредности права власника земље да у будућности стиче одговарајућу ренту. Земља се, дакле, купује и продаје због ренте коју доноси свом власнику. Зато се и цена земље која подразумева улагање капитала може одређивати као и у другим облицима пласмана капитала, методом капитализације прихода. Да би се обезбедила једнакост капитала који је пласиран у куповину земље са каматоносним капиталом који свом власнику обезбеђује одговарајућу камату (интерес), онда се цена земље може израчунати капитализацијом земљишне ренте (дисконтовањем тог будућег прихода), као прихода од капитала раније уложеног у земљу¹⁹. Садашње ниске цене земљишта у Србији свакако представљају стимуланс за странце, који ће након укидања ембарга на куповину земљишта, за „мале паре“ моћи да овде купују пољопривредно земљиште. На тај начин ће наши пољопривредници бити принуђени да раде за стране газде као надничари, док ће профит ићи страним власницима који ће га, што је са мотивационо-економског становишта разумљиво, односити у своје матичне земље или другде у иностранство.

С друге стране, куповином пољопривредног земљишта по ободима великих градова, странци ће током времена то земљиште претварати у грађевинско. То ће се негативно одразити на судбину пољопривредног земљишта. С једне стране, умањиваће се површине овог земљишта и тако смањивати производни потенцијали и приходи произвођача, ове у нас стратешки важне привредне делатности, а с друге стране, продајући ово земљиште као грађевинско, страни власници ће на промени намене овог српског природног ресурса енормно зарадити, јер су по ниским ценама то земљиште купили као пољопривредно, а препродаће га по вишеструко већим ценама као грађевинско (Порески третман таквих трансакција овде није предмет разматрања).

3.4. Рок укидања забране

У процесу придруживања Европској Унији готово све земље су стриктно водиле рачуна о року у којем ће морати да укину забрану куповине пољопривредног земљишта странцима. Ово питање било је предмет

порасти за додатних 9%. (Извор: www.wealth-bulletin.com, 14/10/2009-<http://www.Salisburyjournal.co.Uk/news/ruralfocus/9007512>. New peak for farmland price/

¹⁹ Милановић, М. (3. 2011)

дуготрајних и нимало лаких преговара, али су земље са мање или више успеха обезбеђивале релативно пристојан, односно дуг рок за укидање забране продаје земљишта странцима. Неке су успеле да постану чланице Европске уније, а још увек нису укинуле ту забрану, а неке су у поступку придруживања обезбедиле доста дуги рок за укидање ембарга. Тако је, нпр. Мађарска још у преговорима за улазак у ЕУ одлучила да ће странци моћи да купују земљу тек када прође више од десет година након њеног чланства у тој организацији. Данска омогућава продају пољопривредног земљишта странцима, али под условом да они живе најмање две године у тој земљи. У Литванији и Словачкој, које су раније постале чланице ЕУ, недавно је продужена наведена забрана до 2014. године. Исто тако су и остале две прибалтичке републике (Естонија и Летонија) успеле да одложе време продаје земље до пуног уписа у пољопривреду ЕУ. Тај рок одложиле су и Бугарска и Румунија које су такође чланице ЕУ већ неколико година. С друге стране, Хрватска је такође у поступку преговора за улазак у Европску Унију успела да одложи рок либерализације продаје земљишта странцима, па ће тек када истекне 15 година од момента стицања њихове кандидатуре за ЕУ, одлучити да ли ће укинути забрану.²⁰

За разлику од већине земаља, Србија је пожурила да донесе одлуку којом се обавезала да свега четири године након закључења Споразума о стабилизацији и придруживању укине забрану продаје некретнина странцима. Ако се као реално узме да ће свих 27 земаља чланица Европске Уније ратификовати наведени Споразум до краја 2011. године, то значи да ће пољопривредно земљиште странци у Србији моћи несметано да купују четири године после истека прелазног Споразума. С обзиром да ће преговори о кандидатури трајати највероватније дуже од четири године, пољопривредно земљиште ће странци моћи да купују пре стицања чланства Србије у ЕУ, што значи по ценама које ће и даље у значајној мери бити јефтиније од цене земљишта држава Европске Уније. На тај начин ће плодно и квалитетно земљиште прећи у власништво странаца, које ће кад Србија уђе у Европску заједницу вредети много више, па ће га странци продавати по знатно скупљој

²⁰ Колики је ризик од јефтине продаје некретнина странцима најбоље говори пример Словеније, која је дозволила продају својих некретнина од момента када је постала пуноправни члан Европске Уније. Тада почиње куповина кућа у Словенији од стране странаца. Најупечатљивији је пример куповине кућа у једном делу Сежане која се налази на граници Италије, где су становници Трста купили више од 30% станова, јер им је цена била повољнија него у Италији. Те куће су потом преуредили и адаптирали и одатле свакодневно иду на посао у своју земљу. Пример Мађарске је поучан: они су неконротисано продавали земљиште и у једном тренутку схватили да на тај начин постепено губе суверенитет над значајним делом своје земље.

цени него што су га купили, али ће наши грађани радити као надничари код странаца на некада сопственој земљи.

3.5. Услови за укидање забране куповине земље странцима

Ако се пође од претпоставке да продаја пољопривредног земљишта странцима начелно није спорна, ипак је споран рок у коме је држава дужна да укине постојећу забрану продаје тог земљишта странцима. Чини се, када је у питању тај рок, да се не ради толико о диктату Европске Уније, колико о притиску домаћих тајкуна. Наиме, јасно је да су појединци користећи пре свега законске погодности, нарочито у поступку приватизације, купили велике површине пољопривредног земљишта по веома ниским ценама. Ако су то земљиште купили по ценама нижим од тржишних, онда само они имају интерес да то земљиште у што краћем року продају странцима по знатно вишим ценама.

Дакле, чак и у условима формалног својинскоправног реципроцитета у располагању пољопривредним земљиштем, осиромашени грађани Србије у условима готово извесног продубљавања економске кризе, за дужи низ година неће имати никакву прилику да купују земљиште у сопственој држави, а још мање фактичку шансу постану власници аграрних поседа у европским земљама. Такву прилику евентуално могу имати само поједини грађани Србије, који су, „користећи законске погодности и политичке привилегије у процесу тзв. транзиције и већ очигледно катастрофалне приватизације, као позната „физичка лица“ у Србији, у условима дубоке транзиционе опште економске депресије и још дубље кризе и назадовања пољопривреде, купили по релативно веома ниским ценама, велике површине пољопривредног земљишта без икаквог ограничења, појединачно на десетине хиљада хектара (супротно неким европским искуствима), а укупно близу 100.000 ха најбољих српских ораница“.

Ови привилеговани појединци, „транзициони капиталисти“, су тако и формално и фактички стекли право приватног власништва над пољопривредним земљиштем као општим добром, а тиме и право убирања свих облика ренте од коришћења овог природног ресурса. Дакле, значајан део пољопривредног земљишта као општег добра, ресурса целокупног друштва и државе, под нетранспарентним условима (поред осталог и уз „тумачење“ министарства за приватизацију ?!) прешло је у приватни посед малог броја појединаца. „Пошто постоје велике разлике у ценама пољопривредног земљишта у Србији и у ЕУ, очигледан је интерес тајкунских нових велепоседника да ово земљиште буде у што краћем року доступно странцима као купцима-власницима. Дакле, по среди је велики економски интерес

привилегованих појединаца уместо општег интереса, односно корист појединца на штету општедржавних интереса и користи свих грађана²¹.

4. Закључак

Овакво правно и фактичко стање је неodrживо. Зато је неопходно да држава предузме одговарајуће мере које ће увести ред у законску регулативу, а с друге стране спречити негативне последице које се у пракси догађају. То значи да је, најпре, неопходно да се донесу, односно измене одговарајући законски прописи који ће на несумњив начин уредити својинскоправна овлашћења свих субјеката на пољопривредном земљишту и то како домаћих, тако и страних физичких и правних лица. У том смислу неопходно је најпре изменити *Закон о пољопривредном земљишту*, који мора да утврди начин и поступак разграничења државне од друштвене својине, као и рок у коме одговорни субјекти то морају да учине. С друге стране, *Законом о задругама* мора се прецизно дефинисати статус задружне својине, односно својинскоправна овлашћења задругара који су у те организације унели сопствену земљу. Томе ће, свакако допринети и *Закон о реституцији (повраћају имовине)*, као и *Закон о јавној својини* којим се прецизира шта је све у својини државе, аутономне покрајине, односно јединица локалне самоуправе.

Да би увела ред у овој области, држава, поред законске регулативе, треба да предузме и одговарајуће практичне кораке. Они би били усмерени најпре на тражење измена *Споразума о придруживању и стабилизацији* у делу који се односи на пролонгирање рока либерализације куповине пољопривредног земљишта странаца. До тада би била неопходна стриктна примена законских ограничења, односно доследна примена постојећих прописа о ограничењу продаје пољопривредног земљишта странцима.

Тек након доношења нових, односно измене постојећих прописа, и њихове доследне примене, моћи ће на задовољавајући начин да се утврде не само својинскоправна овлашћења странаца, него и да се увече ред у ову област, односно спречи противзаконито отуђивање пољопривредног земљишта странцима.

²¹ Милановић, М. (2011, стр.149.)

Литература

1. Connon Anne, *New peak for Farmland prices*, Salisbury Journal-Rural Fokus, 4 th may 2011. Izvor: [http://www.salisburyjournal.co.uk/news/ruralfocus/9007512.New peak for farmland prices](http://www.salisburyjournal.co.uk/news/ruralfocus/9007512.New%20peak%20for%20farmland%20prices).
2. Grant Wyn, *Farm land price Boom*, Capreform.EU (Europ' s common agricultural policy is broken-lets fix it!), may 19, 2008, Izvor: <http://capreform.eu/farm-land-price-boom>.
3. Milanović, M.: *Noviji problemi zemljišne rente i upravljanja poljoprivrednim zemljištem*, Tematski zbornik, međunarodni naučni skup ZEMLJIŠTE, KORIŠĆENJE I ZAŠTITA, Međunarodna menadžerska akademija, Novi Sad, 21-23. sept. 2011, str.146-152, ISBN 978-86-7892-345-6, COBISS.SR-ID 26624051.
4. Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju zaključen između Evropskih zajednica i njihovih država članica i Republike Srbije, od 29 aprila 2008. godine (potpisan u Luksenburgu)
5. Szabo Peter, Iulia Pop, *Agricultural Accounts and prices*, str. 67-86 (Agricultural prices, str.83), EUROSTAT:European Communitites- European Commission 2008 Edition Agricultural statistics (Main Results-2006-2007 EUROSTAT) Theme:Agriculture and Fisheries, Colection Pocket books. Izvor:[http://1pp./cache/ITY OFFPUB/KS-ED-08-011/EN/KS-ED-08-001-en.PDF](http://1pp./cache/ITY%20OFFPUB/KS-ED-08-011/EN/KS-ED-08-001-en.PDF).
6. UK LAND DIRECTORY,ltd., *Agricultural land Prices are expected to nearly in value between 2010 and 2012*, 14 th october 2009, p.1., Izvor: [Htt://www.uklanddirectory.org.uk/land-price-boom](http://www.uklanddirectory.org.uk/land-price-boom). www.wealth-bulletin.
7. *Ustav Republike Srbije*, „Službeni glasnik RS“, broj 98/2006
8. *Zakon o poljoprivrednom zemljištu*, „Službeni glasnik RS“, broj 62/2006.
9. *Zakon o prometu nepokretnosti* “Službeni list RS“, broj 42/98 i 111/2009.
10. *Zakon o privatizaciji*, „Službeni glasnik RS“, broj 38/2001; 18/2003;45/2005.
11. *Zakon o pretvaranju društvene svojine u druge oblike svojine*, „Službeni glasnik RS“, 49/1992;54/1996.
12. *Zakon o agrarnoj reformi i kolonizaciji*, „Sl.list FNRJ“, broj 64/45;16/46; 24/46; 99/46; 101/47;105/48; 4/51; 19/51; 42-43/51; 21/56; 52/57; i „Sl. list SFRJ“, broj 10/65.
13. *Zakon o zadrugama*, „Sl.list SRJ“, broj 41/96; i 12/98; „Sl. glasnik RS“, broj 101/2005; 34/2006.

Примљено: 11.10.2011.

Одобрено: 02.12.2011.

UDC: 349.412.3:2-488.8(497.11)

THE LEGAL AUTHORITY OF FOREIGN OWNERSHIP OF AGRIKULTURAL LAND IN THE REPUBLIC OF SERBIA

Slavoljub Vukićević¹, Ph.D., Danica Stepić², MSc., Danilo Savović³, MA.

¹ Megatrend Univesity, Belgrade, Serbia

² First basic court in Belgrade, Serbia

³ Ministry of Interior, Republic of Serbia

Summary

Ownership and status of property, especially agricultural land in the Republic of Serbia, is a question that often worries foreign investors. Therefore, they find themselves in a dilemma whether it is possible to become owners of agricultural land and under what conditions. If they want to act strictly according to legal regulations, the purchase of the agricultural land is currently not possible. On the other hand, many foreigners have become the legal owners of the land and enjoy all ownership relations rights they are entitled to. This gap between legislation regulations and practices makes their status unsafe and uncertain. For that reason they often give up on their plan. Thus, the aim of this analysis is focused primarily on finding the causes that lead to this legal and factual situation, and then pointing out the ways and means how to overcome this situation. Overcoming the current situation would many benefits both to the Republic of Serbia, as well as to investors wishing to invest in our country.

Key words: Ownership, status of property, agricultural land, foreigners, owners of the land relations rights, legislation regulations.

Author's Address:

Dr Slavoljub Vukićević
Megatrend Univerzitet Beograd
Goce Delčeva 8
11070 Beograd
Republika Srbija
e-mail: savovicmiodrag@yahoo.com

УТИЦАЈ ЦЕНА ХРАНЕ НА ЦИЉАНУ ИНФЛАЦИЈУ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

М. Милановић¹, Маријана Љубић¹, С. Муминовић²

Резиме: Стабилности тржишних цена у савременим условима добија примат у хијерархији циљева економске политике. Притом, одређивање циљане инфлације постаје значајан инструмент монетарне политике већег броја земаља у свету. Народна банка Србије, од средине 2006. године, такође спроводи монетарну политику кроз режим циљане инфлације. Бурне геостратешке промене у свету, праћене економским и политичким превирањима, узроковале су скоковити пораст цена хране и енергената у протеклих неколико година. Цене хране у Србији такође си имале изражену динамику. Предмет истраживања у овом раду је компаративно разматрање тенденција цена хране на глобалном нивоу и њиховог утицаја на инфлацију, односно упоредна анализа вишегодишњих кретања стопе инфлације и цена хране у Србији. Основни циљ рада је, у контексту назначених трендова, да се аналитички оцени утицај цена хране на циљану инфлацију (као основни циљ централне банке) у Србији, укључив идентификовање инструмената којим би се могао контролисати такав инфлаторни утицај.

Кључне речи: цене хране, циљана инфлација, монетарна политика, Србија, светско тржиште.

¹ Др Милан Милановић, ред. проф., др Маријана Љубић, доцент, Мегатренд универзитет, Факултет за пословне студије Вршац,
e-mail: mmilanovic@megatrend.edu.rs, e-mail: mljubic@megatrend.edu.rs

² Др Саша Муминовић, финансијски директор, Julon d.d. Љубљана, Словенија, члан групаације Aquafile; e-mail: sasa.muminovic@aquafil.com

Увод

У хијерархији циљева монетарне политике стабилности цена (или неинфлаторном расту) се даје примат, као основном и дугорочном циљу, у односу на остале циљеве – економски раст, пуна запосленост и уравнотежени платни биланс. Циљање инфлације укључује јавну пројекцију интезитета инфлације као циља монетарне политике и обавезу централне банке да се тај циљ оствари, што уједно постаје и мерило одговорности централне банке. Објављивање основних циљева централне банке повећава способност јавности за разумевање процеса утврђивања монетарне политике. У самој сржи циљане инфлације је јавна уочљивост, јер је она кључ за јачање одговорности и формирање инфлационих очекивања.

Дефинисање циљне инфлације (таргетирање инфлације), као део монетарне политике коју спроводи Народна банка Србије није изузетак. Према подацима ММФ-а и домаћих аутора (ММФ, 2000; Хинић, Шојић, 2011., стр.12) број држава које су се одлучиле за увођење циљане инфлације и које размишљају о њеном увођењу повећао се на тридесет³.

Народна банка Србије од средине 2006. године спроводи монетарну политику кроз режим циљане инфлације, преко каматне стопе на репо операције као основног инструмента. Споразум о циљању (таргетирању) инфлације, који су потписале Влада Републике Србије и Народна банка Србије, означава формални прелазак Народне банке Србије на инфлационо таргетирање као режим монетарне политике почевши од 01.01.2009. године. Основни принципи и функционисање овог режима утврђени су *Меморандумом о циљању (таргетирању) инфлације као монетарној стратегији*.

С обзиром на светске трендове раста цена хране, које су у периоду 2003. па до 2011. године порасле за преко 60% и њихов допринос општим инфлаторним кретањима како на националном тако и на глобалном нивоу, циљ рада је да се анализира утицај цена хране на циљану инфлацију у Републици Србији, као и да се идентификују инструменти који регулаторима стоје на располагању у циљу ублажавања тог утицаја. При томе се овде узимају у обзир и специфичности домаћег тржишта, као и последице процеса јачања економских веза са Европском унијом.

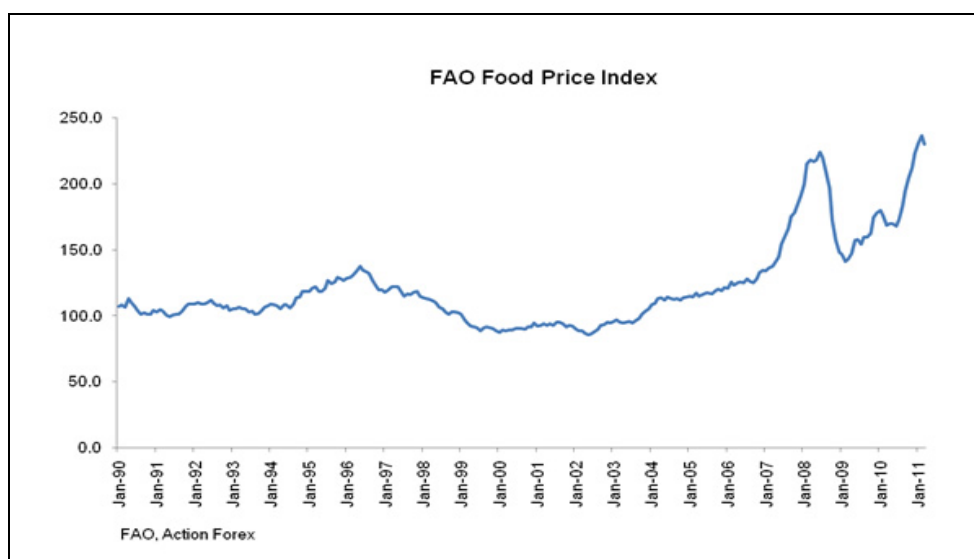
³ Међу њима су: Аустралија, Бразил, Јерменија, Канада, Чиле, Колумбија, Чешка Република, Гана, Гватемала, Мађарска, Исланд, Индонезија, Израел, Кореја, Мексико, Нови Зеланд, Норвешка, Перу, Филипини, Пољска, Руминија, Србија, Северна Африка, Шведска, Тајланд, Турска, Велика Британија, Словачка, Шпанија и Финска (последње три пре придруживања евро зони).

1. Утицај на инфлацију и тенденције цена хране на глобалном нивоу

Брзорастуће привреде Азије, повећање броја становника⁴, превирања на Блиском истоку па и целом арапском свету, допринели су значајном порасту цена хране и енергената у протеклих неколико година. Тачније, цене хране су се након релативно стабилног периода 2000-2003, скоковито порасле (Таб.1.). Како се види, раст није био линеаран, већ са великим осцилацијама (посебно 2008-2010.), али ипак са јасним узлазним трендом.

Поред тога, значајни допринос расту цена хране дала је и повећана тражња и производња биогорива. Према подацима Светске банке (*Rising food prices: Policy options and World Bank response*), значајан број земаља поставио је конкретне циљеве у погледу удела биогорива у укупној потрошњи горива. Тако на пример, ЕУ је поставила циљ да 5,57% од укупног моторног горива до 2010. године буде био-порекла. САД су поставиле циљ коришћења 28,4 милијарде литара биогорива у превозу до 2012.године. Бразил је поставио захтев да сва дизел горива садрже 5% биодизела до до 2013.године.

Графикон 1. FAO индекс цена хране у Свету
Chart 1 FAO Food Price Index



Извор: FAO

⁴ Процене Светске банке, FAO, ОЕЦД-а су да ће до 2050.године потражња за храном порастати за 70 – 100% у односу да стање 2010. године.

Нека истраживања (*Price Volatility in Food and Agricultural Markets, 2011*) су такође показала још једну значајну варијаблу која утиче на кретање цена хране у свету. То је чињеница да су цене хране у корелацији са кретањима цене нафте. Цене нафте утичу на цене хране директно (кроз цене репроматеријала, горива и ђубрива) и индиректно, јер више цене нафте повећавају тражњу за биогоривима (производња биогорива постаје профитабилна) што додатно ствара ценовни притисак на цене хране.

Према подацима Светске банке, *World Bank food benchmark index* порастао је 23% само од јануара до децембра 2009. Током наведеног периода, само цене шећера порасле су за 80%. Иако је *FAO Food Price Index (FFPI)* за 2009. годину био у просеку нижи за 17% од просека 2008.године, цене су остале мање-више на нивоу вишем него 2007. године.

Вредности ФАО индекса цена хране (*FAO Food Price Index-а (FFPI)⁵*), базе промене у односу на 2000.годину и ланчане промене у периоду 2000-2010.године представљене су у табели.1. Види се да је највиша просечна вредност достигнута у 2008. години, што кореспондира и високим стопама инфлације у периоду високе конјунктуре која је била пре избијања актуелне светске економске кризе. Али, раст цена хране у 2010.години није био праћен конјунктуром у светској привреди, већ је више био последица утицаја других фактора (понајвише повећања цена нафте). У октобру 2011. године FFPI је достигао 216 поена и био је мало испод врха од 238 поена достигнутих у фебруару исте године (Граф.1.). Од јуна исте године, овај индекс је у константном паду, али је још увек на вишем нивоу за 5% него у исто време претходне године.

Уколико се компаративно анализирају подаци о просечним кретањима цена хране, изражених *Food Price Index-ом*, и подаци о годишњој инфлацији у ЕУ, Великој Британији, САД-у и Јапану (као нехомогеном простору, иако се ради о развијеним земљама), уочава се да су промене у ценама хране могле имати одређен⁶, али не једнак, утицај на кретање инфлације у појединим земљама.

Замимљиви су резултати истраживања нестабилности (волатилности) аграрних цена (*Price Volatility in Food and Agricultural Markets*), објављена јуна 2011. године, према коме дугорочно нема (довољно) доказа о повећању волатилности цена на међународном аграрном тржишту, већ да се ради о

⁵ *FFPI Index* - ФАО индекс цена хране је мера месечне промене у међународним ценама корпе прехранбених производа. Представља просечан индекс цена пет робних група, пондерисаних са просечним учешћем у извозу сваке од тих група.

⁶ Индекс цена хране улази у израчунавање индекса потрошачких цена.

краткорочној појави. Волатилност је била већа у периоду 2000-2010, него у претходне две декаде, али према наведеном истраживању, периодима високе нестабилности следе дуги периоди стабилних цена. Стабилност националних тржишта зависи, пак, од њихове интегрисаности у међународно тржиште и од структуре самог националног тржишта, тако да код анализе волатилности националних тржишта треба посматрати шири спектар специфичности тог тржишта.

Табела 1. Просечне годишње стопе инфлације (*HICP - inflation rate*) и промене индекса цена хране (*Food Price Index-a*)
Table 1 Average annual inflation rate (*HICP - inflation rate*) and changes of the Food Price Index(FPI)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
EU (27)	2,2	2,1	2,0	2,0	2,2	2,2	2,3	3,7	1,0	2,1
В. Британија	1,2	1,3	1,4	1,3	2,1	2,3	2,3	3,6	2,2	3,3
САД	2,8	1,6	2,3	2,7	3,4	3,2	2,8	3,8	-0,4	1,6
Јапан	-0,7	-0,9	-0,3	0,0	-0,3	0,3	0,0	1,4	-1,4	-0,7
<i>Food price</i> индекс	99,1	96,6	97,7	105,1	109,7	116,5	139,4	164,4	134,9	158,1
Промена <i>FPI</i> - верижна)	6,5	-2,5	1,1	7,6	4,4	6,2	19,7	17,9	-18,0	17,2
Промена <i>FPI</i> - (базна =2000)	6,5	3,7	4,9	12,9	17,8	25,2	49,8	76,6	44,9	69,8

HICP – хармонизовани индекс потрошачких цена

Извор: прорачуни аутора према: <http://inflationdata.com>, www.eurostat.org/ и <http://www.fao.org/>

Скокови цена хране допринели су убрзању раста укупних потрошачких цена и, заједно с ценама енергената, идентификовани су као фактор подизања стопе инфлације изнад жељеног нивоа. Виша инфлација постала је брига централних банака, како у развијеним тако и у растућим економијама. У периоду раста инфлације, поштравања монетарне политике поново су постала актуелна

С тим у вези, поставља се питање: *колико држава може утицати на цене хране?* И то не само са аспекта утицаја цена хране на циљану инфлацију, већ у ширем контексту стратешке важности очувања одређеног нивоа прехранбене сигурности, стандарда становништва и социјалног мира. Према анализама Светске банке (*Rising food prices: Policy options and World Bank respons, 2011.*), политике интервенције се могу поделити у три категорије, где

у свакој постоје *прве најбоље* или *жељене* опције, које су ефикасније, праведније и са мање дисторзије:

- Интервенције у циљу обезбеђења сигурности исхране домаћинстава јачањем циљне сигурносне мреже, што укључује новчане и неновчане трансфере;
- Интервенције у циљу снижавања цена хране кроз краткорочне мере трговинске политике и административне мере – смањења царина и/или пореза;
- Интервенције у циљу дугорочног побољшања понуде кроз потицање производње.

Наведене интервенције различите државе користе на различите начине, јер и поред неспорне стратешке важности прехранбеног сектора, трошкови исхране немају исти удео у буџетима домаћинстава⁷ (укупној потрошњи), као што ни аграрне субвенције немају исти удео у државним буџетима развијених земаља и растућих или неразвијених економија. Сходно томе, ни утицај цена хране на укупна инфлаторна кретања наведених група земаља није истозначан.

2. Кретања инфлације, потрошачких цена и цена хране у Србији

У периоду од 2001. до 2010. године у Републици Србији регистрована је углавном двоцифрена стопа инфлације - око 10%, с тим што је у 2006. и 2009. години стопа инфлације била 6,6%, а на крају 2010. стопа инфлација се подигла на двоцифрену 10,3% (Таб.2.).

Инфлација је генерисана растом цена нафте, струје и хране, те симултаним растом домаће тражње изазване експанзијом јавне потрошње и зарада, као и убрзаном експанзијом банкарских кредита. У условима експанзивне фискалне и умерено рестриктивне монетарне политике, високу и растућу инфлацију пратила је ап्रेसијација девизног курса која смањује конкурентност привреде, дестимулише извоз и генерише раст дефицита текућег рачуна платног биланса. Ап्रेसијација динара и реални раст зарада нису били покривени растом продуктивности, што је смањивало конкурентност привреде.

⁷ Тако на пример, у ЕУ (27) према Eurostat-у (Kurkowiak, В, 2010) у 2009. години разлике од просека ЕУ (27) 100 су биле у распону од 63 (Пољска) до 153 (Норвешка).

Табела 2. Кретање инфлације у периоду 2001–2010. година, (%)
Table 2 Inflation during the period 2001 - 2010. (%)

Опис	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Укупна инфлација*	40,7	14,8	7,8	13,7	17,7	6,6	10,1	6,7	6,6	10,3
Базна инфлација*	20,5	4,4	6,1	11,0	14,5	5,9	5,4	10,1	4,1	3,1
Регулисане цене*	60,8	27,3	11,1	16,8	20,2	7,4	14,3	9,1	-	1,8

*) мерено децембар на децембар

Извор: Изведено, на основу Извештаја о инфлацији 2001-2010. НБС

Висок раст цена примарних пољопривредних производа у свету пренео се и на домаће тржиште. У другом кварталу 2010. године цене хране у Србији порасле су за 7,5%, иако је за тај период уобичајен њихов сезонски пад или стагнација⁸. У исто време, цене хране у земљама у окружењу бележе знатно мањи раст (или чак у неким земљама и пад), иако су те земље такође погођене растом цена примарних пољопривредних производа.

Табела 3. Флукутирање цене хране у Србији и окружењу (12/2006-07/2010)
Table 3 Fluctuation in food prices in Serbia and neighboring countries (12/2006-07/2010)

ЗЕМЉА	Учешће хране у CPI у 2010.	Цене хране*	Релативне цене хране**
Србија	34,1	15,7	5,3
Мађарска	17,0	9,3	3,5
Бугарска	19,0	10,3	4,0
Македонија	34,3	7,6	3,6
Словенија	14,6	6,2	2,6
Румунија	32,6	6,9	2,2
Хрватска	25,6	6,0	2,4
ЕУ-27	14,2	4,0	1,6

* Стандардне девијације. Прорачун Народне банке Србије, на основу *Eurostata*.

⁸ Цене на мало пољопривредних производа снимају се два пута месечно, на пијачни дан који пада у периоду 1–7. и 15–21. у месецу. За сваки производ бирају се по три цене: најчешћа, најнижа и највиша. Најчешћа цена на месту снимања (продавница или пијаца) је она по којој се одређени производ продаје у највећим количинама. Извор: РЗС, Методолошка објашњења,

<http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/repository/documents/00/00/45/87/CN3020111005.pdf>

**Однос цена хране и општег нивоа цена.

Извор: НБС, Извештај о инфлацији, 2010. године, стр. 17. <http://www.nbs.rs>

Поред релативно највишег учешћа хране у Индексу потрошачких цена (CPI), компаративно посматрано осцилирање цена хране у Србији земљама у окружењу (изражено стандардном девијацијом) у последњих неколико година, тачније од краја 2006. до средине 2010.године (Таб.3.), показује да је у Србији то одступање било највише (15,7), док се у земљама у окружењу креће од 6 (Хрватска) до максималних 10,3 (Бугарска). Уколико се посматра релативни ниво цена хране добијају се слични упоредни резултати.

Индекс потрошачких цена, представља посебан индекс малопродајних цена, који се обрачунава по методологији усклађеној са препорукама за обрачун индекса цена на мало у Европској Унији.

Табела 4. Кретање индекса потрошачких цена, цена хране и ФПИ, 2007-2010
Table 4 Movements index consumer prices, food prices and *FPI*, 2007-2010

	2007	2008	2009	2010
Потрошачке цене укупно (индекс)	113	123	131	144
- базна промена (%)	13	23	31	44
- верижна промена (%)	13	9	7	10
Храна (индекс)	121	139	139	154
- базна промена (%)	21	39	39	54
- верижна промена (%)	21	15	0	11
<i>Food price</i> индекс				
- базна промена (%)	19,67	41,11	15,75	35,70
- верижна промена (%)	19,67	17,92	-17,97	17,23

Базни индекси (2006 = 100)

Извор: Обрачун аутора, према подацима РЗС 2007-2010.

Овај индекс се дефинише као мера просечне промене малопродајних цена роба и услуга које се користе за личну потрошњу, односно цена фиксне корпе роба и услуга које домаћинства купују у циљу задовољења својих потреба, представља најважнији краткорочни индикатор инфлаторног таргетирања и основу за доношење, кључних одлука у области монетарне политике⁹. Од јануара 2009. године, индекси потрошачких цена, користе се као званична мера инфлације у Србији.

⁹ Од јануара 2011. године Републички завод за статистику не објављује податке о индексима цена на мало и индексима трошкова живота, већ само податке о индексима потрошачких цена (хармонизовани индекс потрошачких цена).

Табела 5. Текуће и базне промене потрошачких цена, по секторима, 2007-2010. године (%)

Table 5 Current and base changes consumer prices, by sectors 2007-2010 (%)

Верижна промена	2007	2008	2009	2010
Укупно	13	9	7	10
Храна и безалкохолна пића	20	14	1	11
Храна	21	15	0	11
Алкохолна пића, дуван и наркотици	30	12	15	15
Одећа и обућа	7	6	6	6
Становање, вода, ел. енергија, гас и горива	9	12	7	14
Опрема за стан и текуће одржавање	6	0	7	9
Здравље	10	0	13	8
Транспорт	7	-3	21	9
Комуникације	-1	0	11	2
Рекреација и култура	10	9	7	8
Образовање	10	7	3	13
Ресторани и хотели	9	8	7	7
Остали лични предмети и остале услуге	9	6	5	9
Базна промена (2006 = 100)	2007	2008	2009	2010
Укупно	13	23	31	44
Храна и безалкохолна пића	20	36	37	52
Храна	21	39	39	54
Алкохолна пића, дуван и наркотици	30	46	67	93
Одећа и обућа	7	14	22	29
Становање, вода, ел. енергија, гас и горива	9	22	30	48
Опрема за стан и текуће одржавање	6	6	14	25
Здравље	10	10	23	34
Транспорт	7	4	26	38
Комуникације	-1	-1	10	13
Рекреација и култура	10	19	28	37
Образовање	10	18	22	38
Ресторани и хотели	9	18	26	35
Остали лични предмети и остале услуге	9	16	21	32

Извор: Према подацима РЗС

У циљу смањивања раста цена хране у Србији, Влада је (од марта 2008. до средине 2011.) примењивала различити спектар мера, од забрана извоза, преко укидања увозних дажбина, па до субвенционисања производње.¹⁰ Тако

¹⁰Тромесечна забране извоза пшенице; Бесцарински увоз 100.000 тона пшенице за три месеца; Извоз 33.000 тона пшеничног брашна (дозвољено извозницима који су у

се Влада активно укључила у регулисање аграрног тржишта у циљу смањења инфлаторних шокова и одржавања циљне инфлације на програмираном нивоу.

3. Општа кретања и таргетирање инфлације

Као мера за инфлационо таргетирање користи се више компоненти, као што су: 1) хармонизовани индекс потрошачких цена, 2) индекс цена на мало, и 3) базна (core) инфлација.

Инфлација у Србији изузетно је осетљива на кретања цена хране, како због високог осцилирања појединих група цена, тако и због њиховог високог учешћа у индексу потрошачких цена. Високе осцилације цена хране кључни су фактор одступања инфлације од циљане током посматраног периода. У првој половини 2010. године инфлација се кретала испод доње границе дозвољеног одступања од циља (+/- 1,4), као резултат пада цена хране крајем 2009. године и почетком 2010. године, а затим је, последњих месеци запажен снажан раст цена хране, које су узроковане неповољним временским приликама и растом светских цена примарних пољопривредних производа, тако да је инфлација у четвртном кварталу 2010.године премашила горњу границу циља.

Према расположивим подацима (РЗС, НБС) уколико се као базна посматра 2006.година, цене хране у Србији у периоду 2006-2010 порасле су за 54%. У истом периоду укупне потрошачке цене у Србији порасле су за 44%, док је *Food price* индекс порастао за 35,7%.

Занимљива су посебно кретања у 2009.години. Светске цене хране су пале за скоро 18% и биле су веома близу нивоу из 2007. године. У Србији цене хране остају на достигнутом нивоу (индекс 100), док потрошачке цене настављају скроман раст од 7%. Из презентираних података види се да је у 2009.години укупна инфлација (крај периода) износила 6,6%, а базна инфлација 4,1%. То потврђује релативно високо учешће цена хране у укупном индексу потрошачких цена и значајни утицај цена хране на инфлацију, с обзиром да у тој години просечне цене хране нису порасле.

складу са уговорима пријавили извоз пре забране); Буџетска подршке само регистрованим пољопривредницима (13 одсто укупног броја), што укључује: субвенционисаних краткорочних и дугорочних кредита; директна плаћања у износу од 14.000 диннара / ха за развој и унапређење сточарства и производњу млека; субвенције за изградњу и унапређење капацитета за складиштење жита (Извор: FAO, Country Policy Monitoring).

Како степен интеграције националног тржишта у глобално детерминише и утицај кретања светских цена хране на ценовна кретања хране на националном нивоу, резултати имплицирају да је српско тржиште хране мало интегрисано у светско тржиште. Ценовни шокови 2009. године на светском тржишту хране нису се значајно осетили на ценама хране у Србији. Али, то с друге стране говори о релативно високом производно-ресурсном агропрехрамбеном потенцијалу и способностима аграрног тржишта у Србији да краткорочно функционише на принципу самодовољности.

Народна банка Србије (НБС), утврђује циљане стопе инфлације на основу више *интерних* (регулисане цене, цене хране, и сл.) и *екстерних* претпоставки (инфлација у ЕУ, референтна каматна стопа ЕЦБ, раст БДП-а у зони евра, цена нафте, итд), односно трендова курса динара и реалне каматне стопе. Циљана или таргетирана вредност инфлације утврђује се у облику тачно одређене вредности, са већим или мањим одступањем за сваки месец.

Табела 6. Циљана и остварена стопа инфлације
и дозвољено одступање за 2011. годину
Table 6 Target inflation with a tolerance for 2011.

Месец 2011.	Циљана стопа инфлације у процентима	Дозвољено одступање у процентним поенима	Остварена стопа инфлације, у %
I	5,9	± 2,0	11,2
II	5,8	± 1,9	12,6
III	5,6	± 1,9	14,1
IV	5,5	± 1,8	14,7
V	5,4	± 1,8	13,4
VI	5,3	± 1,8	12,7
VII	5,1	± 1,7	12,1
VIII	5,0	± 1,7	10,5
IX	4,9	± 1,6	9,3
X	4,8	± 1,6	8,7
XI	4,6	± 1,5	-
XII	4,5	± 1,5	-

Извор: Меморандума Народне банке Србије о утврђивању циљане стопе инфлације за период од 2010. до 2012. и Извештаја о кретању инфлације новембар 2011. и подаци РЗС.

Стопа инфлације у 2011. години је премашила предвиђања НБС, знатно изнад горње границе дозвољеног одступања од циља (Таб. 7.). Очекује се да ће предузете рестриктивне мере монетарне и спољнотрговинске политике дати одређене дезинфлаторне ефекте у другој половини 2011. Подсећа се да је на крају 2010. године инфлација у Србији била 10,3 одсто, при чему је базна инфлација износила 8,8 одсто, цене пољопривредних производа порасле су за 17,4 одсто, а цене под контролом државе 12 одсто. Инфлација у 2011. је достигла чак двоструко вишу месечну стопу (у априлу 14,7%) од циљне стопе. У целини, циљана стопа инфлације за 2011. по месецима, са дозвољеним одступањем од максимално $\pm 2,0$ процентна поенима, далеко је од остварене стопе инфлације.

4. Закључци

Инфлација у Србији је веома осетљива на кретања цена хране, због високог осцилирања цена појединих робних група, али и због њиховог високог учешћа у индексу потрошачких цена. Раст аграрних цена био је један од кључних фактора одступања инфлације од циљане у посматраном периоду. У 2010. години инфлација је достигла 10,3%, при чему је базна инфлација била 8,8%, цене пољопривредних производа су расле за 17,4%, а цене под контролом државе 12%; у 2011. инфлација је достигла чак двоструко вишу месечну стопу од циљне, тако да је циљана стопа инфлације (и са пројектованим одступањем), знатно одступа од остварене стопе инфлације.

Ранија истраживања су показала да процес јачања институционалних и економских веза одређених земаља са Европском Унијом производи и одређене инфлаторне притиске. Ово из разлога конвергенције нивоа цена у земљи која приступа Унији према просечном вишем нивоу цена у ЕУ. Тај се раст може изразити инфлационим диференцијалом (стопом инфлације која је у Србији виша него у ЕУ) и/или кретањем курса динара у односу на евро.

С друге стране, повећање конкуренције доводи до притиска на снижење цена, те би отварање тржишта у Србији могло довести и до таквих промена. Исто тако, треба имати у виду да су поједини домаћи производи ценовно већ на нивоу цена у региону, те да отварање тржишта и не мора имати утицај на снижење нивоа цена (нпр. цене млека у Србији су већ међу највишим у региону, као домаћи производи страних произвођача олигополиста, што је пак у домену антимонополске политике).

Истраживања показују да је због слабе интегисаности у светско тржиште хране ценовни утицај светских цена знатно ограничен. С друге стране, цене хране у нас имају веома висок удео (34,1) у СРП индексу (знатно

виши него у другим државама у окружењу), те стога кретања цене хране значајно детерминишу кретање инфлације, односно одржавање циљне инфлације на програмираном нивоу.

Литература

1. Ђорђевић, М., Веселиновић, П. (2010) *Развојне карактеристике Српске економије у период транзиције*, Школа бизниса, Број 1, стр.21-30.
2. Ђукућ, М., Пјешчић, В., Виларет, С. (2009): *Кретање цена пољопривредних производа и реакција монетарне политике*, Економика пољопривреде, vol. 56, бр. 3, стр. 469-479
3. Hinić, B., Šojić, M. (2011): *National Bank of Serbia's Monetary Policy in Inflation Targeting Regime*, 9th International Scientific Conference "Serbia Facing the Challenges of Globalization and Sustainable Development", Megatrend univerzitet, Beograd, 25.11.2011. Zbornik radova str. 11-19.
4. International Monetary Fond (2000): *„Code of Good Practices on Transparency in Monetary and Financial Policies.“*
5. www.imf.org/external/np/mae/mft/index.htm.
6. Johnson, K.H. (2008): *„Food Price Inflation Explanation and Policy Implications.“* A Maurice R. Greenberg Center for Geoeconomic Studies Working Paper <http://www.cfr.org/economics/food-price-inflation-explanation-policy-implications/p16729>
7. Kurkowiak, B. (2010): *„Price levels for food, beverages and tobacco across the European market differ significantly Comparative price levels in 37 European countries for 2009.“* Eurostat Statistics in Focus. <http://ec.europa.eu/eurostat>.
8. Љубић, М. (2011): *„Стрес тестови као инструмент контроле ризика у банкама“* Мегатренд ревија, вол. 8, бр. 1, стр. 303-323.
9. Љубић, М. (2009): *„Утицај светске економске кризе на Базел II“* Рачуноводство, Савез рачуновођа и ревизора Србије, вол. 53, бр. 11-12/09, стр. 94-108.
10. Љубић, М. (2011): *„Увођење Базела II у Србији*, Индустрија, 1/2011., стр. 261-279.
11. Милановић, М. (1996): *„Политика цена пољопривредних производа“*, (монографија) Друштво аграрних економиста Југославије, Београд.
12. Милановић, М. (2006): *"Приближавање Србије/СЦГ Европској унији - новије компарације пољопривреде и аграрне политике"*, Тематски зборник

- са научног скупа, Ваљево 26.05.2006, специјално издање, Мегатренд универзитета и Економике пољопривреде, Београд, стр. 95-113.
13. Милановић, М., Поповић, В., Катић, Б. (2007): „*Интерне субвенције пољопривреде у Србији у контексту правила СТО и праксе ЕУ*“, Зборник радова са међународног научног скупа: Нови Сад, 06. и 07. 12.2007., Институт за економику пољопривреде Београд, стр. 721-732
 14. Милановић, М., Ђоровић, М. (2011): *Тржиште пољопривредних производа у Србији пре и после транзиције*, (монографија), Институт за економику пољопривреде, Београд.
 15. Milanović, M. (2011): „*Економске промене на репродуктивној вертикали индустрије уља у Србији – дугорочни трендови*“, *Индустрија*, Година: XXXIX, Број: 4/2011, стр.107-126, Београд.
 16. Nestić, D. (2008): „*Конвергенција разина цијена и њезин утјецај на инфлацију у Хрватској*.“ *Економски преглед*, vol. 59, No. 1-2, str. 3-37.
 17. Павловић, В., Муминовић, С. (2010): „*Значај развоја финансијских тржишта за српску привреду*“, *Индустрија*, vol. 38, бр. 4, стр. 41-67, Београд.
 18. Павловић, В., Муминовић, С. (2011): „*Међузависност берзанске вредности акција, мотива и обима откупа сопствених акција*“, *Економика пољопривреде*, vol. 58, бр. 2, стр. 256-280, Београд.
 19. FAO Food Price Index: <http://www.fao.org/worldfoodsituation/wfs-home/foodpricesindex/en/>
 20. FAO, *Main Food-related Policy Measures, NORTH AMERICA, EUROPE AND OCEANIA*, Country Policy Monitoring, http://www.fao.org/giews/countrybrief/policy_detail.jsp?code=SRB#SRB
 21. *Price Volatility in Food and Agricultural Markets: Policy Responses* (2011) Policy Report including contributions by FAO, IFAD, IMF, OECD, UNCTAD, WFP, the World Bank, the WTO, IFPRI and the UN HLTF <http://www.oecd.org/dataoecd/40/34/48152638.pdf>
 22. *Национални програм пољопривреде Србије 2009-2011*. Објављено: 3.5.2010., www.tehnologijahrane.com/standardi/nacionalni-program-poljoprivrede-srbije-2009-2011-16#toc-vi-sektorska-analiza-mlekarstvo
 23. Народна банка Србије, *Меморандум Народне банке Србије о утврђивању циљане стопе инфлације за период од 2010. до 2012. године*.
 24. Народна банка Србије - *Извештај о инфлацији*, (2007-2010).
 25. Народна банка Србије - *Извештај о стању у финансијском систему*, (2006-2010).

26. Републички завод за статистику, (2011): *Статистички годишњак Србије 2010*. поглавље 11, Цене, Београд, стр. 3
27. Републички завод за статистику, (2011): *Индекс потрошачких цена септембар 2011*, Београд.
28. World Bank (2010): *»Food Price Watch«*
29. http://siteresources.worldbank.org/INTPOVERTY/Resources/335642-1210859591030/FINAL_Food_Price_Watch_Feb2010.pdf
30. World Bank: *»Rising food prices: Policy options and World Bank response«*
http://siteresources.worldbank.org/NEWS/Resources/risingfoodprices_backgro undnote_apr08.pdf

Примљено: 14.11.2011.

Одобрено: 02.12.2011.

UDC: 338.57:63:336.748.12(497.11)

THE EFFECT OF FOOD PRICE ON TARGETED INFLATION IN SERBIA

Milan Milanović¹, Ph.D., Marijana Ljubić¹, Ph.D., Saša Muminović², Ph.D.

¹ Megatrend University, Belgrade, Serbia

² Julon, d.d., Ljubljana, Slovenia, Member of the Aquafil Group

Abstract

The stability of market prices in the modern economy has gained primacy in the hierarchy of economic policy objectives. Thus, inflation targeting becomes a significant monetary policy instrument for a number of countries in the world. National Bank of Serbia, from mid-2006 onwards, has been implementing the monetary policy through the inflation targeting regime. Substantial geostrategic changes in the world, accompanied by economic and political turmoil, have caused abrupt increase in food and energy prices in recent years. Food prices in Serbia, have also had a pronounced dynamics. This paper focuses on a comparative review of trends in food prices globally and their impact on inflation, and provides a comparative analysis of multi-year trends in inflation and food prices in Serbia. The main objective of this paper is, in the context of indicated trends, to provide a analytical assessment of the impact of food prices on the targeted inflation (as a quality objective of central banks) in Serbia, as well as to define the instruments that could control such an inflationary impact.

Key words: food prices, targeted inflation, monetary policy, Serbia, global market.

Author's Address:

Dr Milan R. Milanović
Мегатренд универзитет
Goce Delčeva 8
11070 Beograd
Republika Srbija
e-mail: milanrmilanovic@yahoo.com

АНАТОМИЗОВАЊЕ ТУРИСТИЧКЕ ТРАЖЊЕ У СВЕТЛУ ЗАКОНИТОСТИ, ФЕНОМЕНА И ПАРАДОКСА У ПОТРОШЊИ¹

С. Вујовић², Ј. Спајић³, Д. Вукосављевић⁴

Сажетак: Синтеза различитих релевантних теоријских концепата и емпиријских истраживања потврђује доминантност *екс-пост* приступа изучавању организационих и развојних аспеката туризма. У оваквом приступу, као основни превладавају просторни (географски) или механизми понуде и тражње (економски). Однос између ресурса и потреба указује да су сви напори човека усмерени ка усклађивању потреба и могућности. Туристичке потребе манифестују се кроз потрошњу туриста, и квантификују се количином потрошеног-купљеног. Доминантност комерцијалних мотива на страни понуде даје примат економском приступу и економским интересима. Без економије нема живота, док без ресурса простора нема ни економије ни туризма. Просторни приступ подразумева, као полазни оквир или основу увек, одређену дестинацију или туристичко место. Од саме појаве туризма до данашњих дана, у економији као науци, присутан је бескомпромисан став да су слободно време и слободна новчана средства предуслов развоју туризма, те зато представљају финалне циљеве свих економских активности. Механизми тржишта, односно понуде и тражње омогућавају спознају специфичности развојних аспеката туризма. Анатомизовањем туристичке тражње кроз економске законитости, феномене и парадоксе у потрошњи,

¹ Рад је део истраживања на пројектима: “Развој и примена нових и традиционалних технологија у производњи конкурентних прехранбених производа с додатном вредношћу за домаће и светско тржиште-Створимо богаство из богатства Србије” (МНТР РС, бр. 046001), “Рурално тржиште рада и рурална економија Србије – диверзификација дохотка и смањење руралног сиромаштва” (МНТР РС, бр. ОИ179028)

² Др Славољуб Вујовић, научни сарадник, Економски институт, Београд,
е-маил: kelovic1967@yahoo.com

³ Др Јован Спајић, Министарство трговине, Република Српска

⁴ Мр Дејан Вукосављевић, Висока школа за пословну економију и предузетништво, Београд.

могу се сагледати одређене специфичности које конвенционални механизми тржишта не третирају.

Кључне речи: туристичка тражња, туристичка потрошња, економске законитости, парадокси у потрошњи.

1. Теоријско-методолошке основе анализе

Економска теорија и емпирија туристу третира и прихвата као потрошача. Економија ствара и креира економско понашање појединачно-туриста. Слободно време и слободна новчана средства као два основна покретачка фактора туризма, туристи као потрошачи остварују захваљујући економским активностима. Развојни аспекти туризма са аспекта појединца као потрошача-туристе, подразумевају потрошњу слободних новчаних средстава и слободног времена, и с друге стране зараду, ако је појединац на страни понуде.

Потрошња и понашање потрошача на туристичком тржишту условљени су бројним факторима чије је узајамно деловање навело економске теоретичаре на закључке о постојању законитих појава које креирају кретања понуде и тражње. У економској литератури међу познатијим теоријским анализама законитости у потрошњи, помињу се: (1) Енгелови закони, (2) Гифенов парадокс, (3) Вебленов ефекат и (4) Кузњецовљев феномен.

Прва три **Енгелова**⁵ закона фокусирана су на анализу нижег нивоа људских потреба (егзистенцијалних, сигурносних и друштвених),

⁵ **Енгелови закони** (Ернест Енгел, немачки статистичар, истраживао кретања потрошње различитих група производа у радничким домаћинствима, у зависности од величине дохотка), представљају линију која показује однос између дохотка појединца и његове потрошње одређене робе.

Енгел је формулисао четири закона:

- *први Енгелов закон*, указује да се део (процент) издатака за храну мења у обрнутом односу према величини дохотка. Значи, са растом дохотка релативно се смањује онај његов део који се одваја за прехранбене производе, при чему се и овај износ апсолутно повећава, а у структури исхране долази до позитивних промена. Наиме, са растом дохотка повећава се тражња и тржишна потрошња квалитетнијих и скупљих производа, а постепено се смањује, или потпуно напушта, потрошња јефтинијих, примитивнијих и кабастијих хранива.

- *други и трећи Енгелов закон*, дефинишу однос дохотка и издатака за хетерогену групу производа и услуга, за одећу, обућу, становање, огрев, осветљење и за задовољавање сличних потреба, при чему се указује да удео издатака за ове потребе остаје приближно исти без обзира на промене дохотка. Међутим, у савременим

појашњавајћи понашање појединаца код задовољавања истих у смислу повезаности неопходних финансијских издатака за куповину и нивоа доходака. Ове законитости релевантно не појашњавају понашања потрошача на туристичком тржишту и немају значај у конкретним анализама механизма туристичке понуде и тражње. Оне су неминовне у почетним фазама, јер свако мора, без обзира где живи и чиме се бави, задовољавати основне егзистенцијалне и друштвене потребе.

Четврти Енгелов закон анализира условљеност нивоа издатака за спорт, путовања, одмор, разоноду и сл., висином доходака појединаца⁶. Овде се полази од претпоставке да појединац има толико новчаних средстава да задовољи предходне нивое потреба (храна, одећа и обућа, услови становања и сл.). Економска теорија анализира директну зависност куповине одређеног производа и нивоа доходака потрошача, под претпоставком да су остали услови непромењени. Међутим, у пракси није тако, скоро да се то може сматрати утопијом. Повезаност издатака за туристичку услугу и величине расположивог доходака потрошача, у туризму је увек под утицајем других фактора. Међутим, субјективизам и у овим ситуацијама може да има пресудну улогу. Дешава се да појединци, без обзира на ниво доходака, неће да путују или не желе одмор и рекреацију ван сталног места боравка⁷.

У прилог Четвртог Енгеловог закона за појашњење понашања потрошача у туризму, може се додати теорија и истраживање Абрахама Маслоуа (Abraham Maslow, 1908–1970) „*Теорија о хијерархији потреба*». На основу одређених схватања по којима су потребе основни покретач мотивације, Маслоу је дао веома прихваћену (у подручју мотивације) *теорију о хијерархији потреба*. У жељи да утврди мотивационо дејство потреба, дефинисао је структуру човекових потреба, а тиме и хијерархијску лествицу мотива, према интензитету које те потребе изазивају у људској психи. Значи,

условима привређивања и развоја тржишне потрошње, удео ових издатака има тенденцију да прати кретање дохотка.

- *четврти Енгелов закон* утврђује однос дохотка и издатака за више човекове потребе, односно за хигијену, културу, спорт, разоноду, путовања и слично. Према овом закону, са растом дохотка и апсолутно и релативно расту и издаци за подмиривање ових потреба, што се потврђује и у савременим условима потрошње (Видети: Милановић, М., Ђоровић, М.:2011:109).

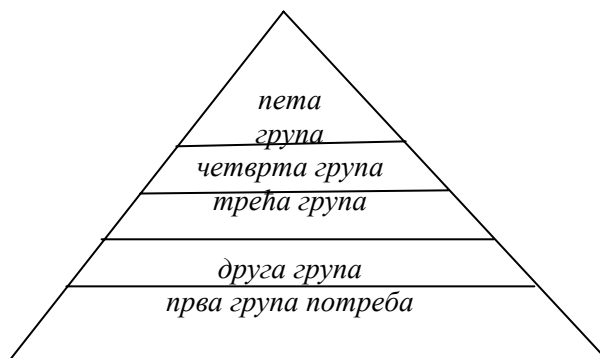
⁶ Доходак има предност и над другим темељним фактором развоја туризма- слободним временом.

⁷ Истаживања показују да преко 70% испитаника који имају новац, преферира путовања у сталном месту боравка. Да ли ће појединац и када мењати структуру производа којима задовољава потребе или не, и путовати, може се третирати као случајеви мањег обима.

овде се ради о структури потреба у циљу утврђивања мотивационог дејства, а не утврђивању редоследа важности. *Прву* групу чине физиолошке потребе човека (сан, храна, ваздух, вода, итд...). *Другу* групу чине потребе за сигурношћу (када човек задовољи физиолошке потребе тежи осећању сигурности на послу, породици, друштву и сл.). *Трећа* група обухвата друштвене потребе (као друштвено биће човек тежи потреби припадања групи, потребе комуницирања, дружења, потребе за љубављу, итд). *Четврта* група су потребе за поштовањем, уважавањем, статусом и престижом (потребе човековог ега у које можемо навести моћ, независност и тежњу ка успеху). Настају по задовољењу претходно набројаних потреба. Незадовољење ових потреба води човека у осећање инфериорности, слабости, непотребности и корисности окружењу. *Пета група* су потребе за самопотврђивањем - суштина је у жељи за афирмацијом одређене личности (са свим квалитетима и способностима).

Потребе на нижем нивоу имају јаче мотивационо дејство од потреба на већем хијерархијском нивоу. Са задовољењем одређене групе потреба нижег ранга, прелази се на задовољење потреба следећег ранга, тј. те потребе губе мотивациону снагу и као мотиватор одређеног понашања јавља се следећа, виша група потреба са наведене хијерархијске лествице.

Шема 1. Масловљева група потреба



Извор: Robbins P. S., i Coulter M., (2005), Менаџмент, Дата статус, Београд.

Потреба се може дефинисати као психосоматско стање које одређени циљ чини привлачним. Формирању или настанку оваквог психосоматског стања према неком циљу или нечему, могу да придонесе и други унутрашњи процеси, рационални и емотивни потстицаји.

Неки аутори сматрају да „У анализи односа туристичких потреба и добара за њихово задовољавање, не могу се потребе изједначити с туристичком потражњом и потрошњом. Свакој потражњи и потрошњи претходи потреба која се задовољава потрошњом одређеног добра, услуге. Међутим, потребе се објективно не могу у целини задовољити. Због тога се јавља разлика између стварних потреба и оног што се појављује као туристичка потражња и/или потрошња. Потражња туристе његова је спремност да набави и/или купи одређену количину туристичких добара. А та спремност не зависи само од „квантитета,, његових туристичких потреба, већ од читавог низа других фактора као што су на пример доходак, цене, девизни курс, квалитет и начин промоције и још од читавог низа других тешко ухватљивих фактора. Због тога се ова два појма не могу изједначавати, премда потреба претходи и иницира потражњу“ (Дулчић, 2001:13)

Управо, читави низ, како Дулчић наводи, других тешко ухватљивих фактора може се профилисати кроз призму економских законитости, ефеката, парадокса и феномена.

Поред тога што теорија Маслоуа делује убедљиво и логично, никада у потпуности није емпиријски верификована. Разлог пре свега треба тражити у груписању одређених потреба, односно у томе да ли одређена потреба припада баш тој групи. Субјективизам и висока променљивост (или еластичност) на страни туристичке тражње захтевају посебне приступе и анализе. Међутим, наведена теорија је имала и има многе следбенике, као што су на пример: Алдерфер, Агирис и Мек Грегор, итд. (Robbins i Coulter, 2005).

Поједини теоретичари (Звонаревић, 1978:231), с аспекта социјалне психологије потребе групишу у три скупине: примарне биолошке⁸, примарне социјалне потребе⁹ и секундарне потребе¹⁰.

За спознају специфичности понашања потрошача на туристичком тржишту и механизма деловања понуде и тражње допринос даје и анализа

⁸ а) потребе за материјалима који омогућују нормално функционисање организма; б) потребе за елиминацијом организму непотребних ствари; ц) потребе за очувањем физичког интегритета организма; д) потребе за спавањем и одмором; и е) сексуалне потребе.

⁹ а) потребе за афирмацијом; б) потребе за друштвом и контактом; ц) потребе за симпатијом; д) потреба за социјалним конформизмом; е) потреба за променом и ф) потреба за истраживањем новог и непознатог.

¹⁰ оне потребе које нису повезане са бити људске егзистенције: различити интереси, навике и ставови.

Гифенова Парадокса.¹¹ *Овде се ради о ситуацији да постоје потрошачи који у случају повећања цена одређених туристичких услуга и даље купују исте. У овим случајевима не мора бити у питању некакав снобизам. Једноставно ради се услугама рехабилитације и лечења*¹². Дакле, без обзира што цена услуга знатно порасте они којима су ове услуге потребне исте користе. Јер тај корисник који проводи десетак или двадесет дана у бањи ради лечења је туриста исто, као и онај који је ту али с мотивом лова у оближњој планини, с тим да овај други вероватно није спреман плаћати већу цену. Он ће радије отићи тамо где је јевтинији смештај, јер је њему циљ задовољити страст за ловом.

Посебан значај у прилог појашњењу понашања потрошача-туриста има **Вебленов ефекат** (Милановић, 2007:106)¹³-*појава када се тражња неког производа не повећава, иако падне његова тржишна цена.*

¹¹ (Роберт Гифен, 1837-1919, енглески економиста), формулише се као изузетак од законитог понашања тражње неких производа ("*Гифенова роба*"), у случају повећања њихових тржишних цена. Овај теоретичар је уочио да при порасту цена хлеба расте и тражња за њим, што је супротно општем закону тражње. Међутим, у условима ниске куповне снаге хлеб је, чак и када поскупи, релативно јефтинији од осталих прехранбених производа, као што су месо, млечни производи, шећер и слично. Условно, исти парадокс настаје и у случају општег скока цена (инфлације) јер потрошачи своја оскудна куповна средства распоређују на најјефтиније прехранбене намирнице. Нагло поскупљење свих производа погађа непосредно најпре потрошаче са најнижим дохотком, који тада реагују преласком на тражњу јефтинијих производа, обично супститута лошијег квалитета. Слично се понашају и потрошачи који располажу нешто већим куповним средствима, јер смањују тражњу бољих и скупљих производа, а купују производе лошијег квалитета, који су, такође, поскупели. Међу економистима влада неслагање у погледу тога да ли је икад откривено иједно Гифеново добро. Поједини историчари истичу да је кромпир био такво "Гифеново добро" у време велике глади у Ирској. Кромпир је тада много коришћен у исхрани тако да је пораст његове цене имао веома снажан доходни ефекат. На пад животног стандарда људи су реаговали смањењем луксуза у виду меса, а повећањем куповине кромпира као основног прехранбеног производа. Дакле, сматра се да је виша цена кромпира, у ствари, повећала тражену количину кромпира (Милановић, 2007:105).

¹² Нпр. Хамам поред бање Вилина Влас код Вишеграда у Републици Српској изграђен у шеснаестом веку. У архивима Вишеграда постоји документација о лековитости ове бање када је у питању женски стерилитет.

¹³ *Вебленов ефекат* (Торстејн Веблен, 1857-1929, амерички економиста и социолог, професор економије на Универзитету у Чикагу, оснивач институционалне економије, веома критичан према хедонистичкој и атомистичкој концепцији људског понашања - карактеристичним за неокласичну економију, коју је у том делу означио као *извињење за status quo*, познато дело "Теорија доколичарске класе"), означава појаву када се тражња неког производа не повећава, иако падне његова тржишна цена.

Према Веблену, понашање потрошача на туристичком тржишту може се тумачити на следеће начине:

- *прво*, овај феномен се појављује као последица субјективног уверења и тумачења потрошача да је пад цене неких услуга или производа последица пада њиховог квалитета, или су у питању асиметричне информације, те стога престају да га купују; Пример, скијашког центра где се тражња не повећава без обзира што су цене снижене, јер су присутне информације да су жичаре лошег квалитета. Могуће је да постоје субјективна уверења у лош квалитет жичара, а могуће је да се ради и о дезинформацијама или о лажним информацијама перфидно лансираним од стране конкуренције или се ради о информацијама лансираним путем медија, о лошем квалитету услуга у конкретном скијашком центру, заснованим на појединачним случајевима¹⁴.

- *друго*, потрошачи не повећавају тражњу иако је тржишна цена пала, очекујући даљи пад цене. Реч је најчешће о услугама-производима у новим дестинацијама, које се тек појављују на тржишту и потенцијални потрошачи нису довољно упознати са карактеристикама и квалитетом понуде, или се трошкови промоције понашају као надпропорционални. Својствено за туризам, овај принцип не реаговања тражње на пад цена, може бити последица низа других фактора, без обзира што је доходак остао исти, а цене пале.

- *треће*, у питању је расипничко понашање богатих туриста-потрошача, који траже само најскупље дестинације, ретке и луксузне производе (накит, скупи аутомобили, јахте, скупоцени намештај, уникатни одевни предмети), затим скупе чартер летове и сл. Ова категорија потрошача, у случају пада цена производа које "само они могу себи да приуште", престаје са куповином, јер такви производи постају доступни ширем кругу потрошача. Оваквим понашањем они настоје да стекну друштвени престиж, односно виши друштвени статус. У описивању "доколичарске класе" Веблен ову потрошњу назива "упадљивом потрошњом", која се чини ради остављања утиска на друге, а не ради задовољавања стварних потреба.

¹⁴ Аутори рада су лично били присутни у једном скијашком центру на почетку саме сезоне, када је дошло до застоја једне од дужих жичара где је тридесетак туриста висило пар сати у ваздуху при температури од минус патнаестак степени целзијуса. Медији су пренели информацију са поруком „избегнута трагедија туриста на, узрок лоше жичаре“. Менаџмент Ски центра истог месеца је констатовао знатно отказивање резервација и смањење долазака туриста. У истом Ски центру, предходне сезоне десио се трагичан догађај, где је лавина затрпала једног страног туристу, иначе фанатика Сноубординга. Медији су пренели информацију да је узрок несреће лоша труристичка сигнализација, тј. обележавање стаза, што се негативно одразило на повећање тражње без обзира на пад цена.

И Кузњецов¹⁵ феномен помаже појашњењу појединих специфичности понашања понуде и тражње на туристичком тржишту.

Код овог феномена постоје *два могућа случаја*. У првом случају, када се тржишна цена траженог производа-услуга повећа, у већем степену повећава се и тражња, јер купци очекују даље повећање цена.

На пример цене (у одређеној дестинацији у предсезони, ударној сезони и подсезони, различите су и мењају се из године у годину под утицајем разних фактора-пореска политика, инфлација, болести, безбедносни фактори) одређених туристичких услуга 2011. године у *предсезини* порасле су у односу на 2010. годину, али тражња и даље расте због тога што се очекује још већи раст у главној сезони. Или сазнања туриста да је до повећања цена услуга у одређеној дестинацији дошло због утврђивања лековитих својстава слободних (бесплатних) природних добара (клима, рељеф, флора, фауна, и сл., која немају економски значај али пружају квалитетне екстерне ефекте њиховим кориштењем) (Марковић, 1970) тако да корисници услуга повећавају тражњу без обзира на пораст цена.

Други случај (слично објашњењу Вебленовог ефекта) односи се на обрнуту тржишну ситуацију, да *при смањењу тржишне цене услуга и производа изостане одговарајуће повећање тражње*, јер се појавила нова конкурентска туристичка дестинација са квалитетнијим услугама и истом ценом, или истим квалитетом, а нижом ценом, или туристи имају информацију да је дошло до пада квалитета истих тих услуга са сниженим ценама.

До појаве, да смањење тржишне цене одређене услуге или производа у дестинацији, не прати одговарајуће повећање тражње, могу допринети такође екстерни ефекти (Самуелсон, П.А, 1969) слободних природних добара (ваздух, сунце, температура ваздуха, надморска висина, социјално и културно окружење, падавине и сл.) уколико су угрожена ова добра, и чак имати пресудан значај за даље кориштење тих услуга-производа.

¹⁵ *Кузњецов феномен* (Симон Кузњец, 1901-1985, амерички економиста руског порекла, Нобелова награда за економију 1971, бавио се истраживањима националног дохотка и економског раста). Код овог феномена постоје два могућа случаја: у првом случају, када се тржишна цена траженог производа повећа, у већем степену повећава се и тражња, јер купци очекују даље повећање цена; други случај (слично објашњењу Вебленовог ефекта) односи се на обрнуту тржишну ситуацију, да при смањењу тржишне цене производа изостане одговарајуће повећање тражње, у очекивању да ће цене даље падати (Милановић, 2007:107).

Дакле, посебна специфичност тражње на туристичком тржишту у односу на тражњу на осталим тржиштима, огледа се у њеном не везивању (или условљеност) за одређено тржиште, нпр. због локације, због врсте услуге или производа, старосне доби туристе и сл., већ захваљујући савременим средствима комуникација и превоза, цела планета и космос су стало доступни туристи-потрошачу који поседује новац и слободно време.

Код потрошача других производа, постоји везаност за одређено тржиште из више разлога. Нпр., потрошачи прехранбених производа из Београда сигурно неће одлазити редовно у куповину у Македонију или Египат. Неће ни потрошачи грађевинског материјала-црепа ићи у Москву или Кину да купују овај материјал, или пацијенти са Новог Београд неће ићи код стоматолога на Канарска острва. Међутим, када су туристи у питању, принципи предходних примера не важе, што потврђује специфичности и еластичност-тзв. промењивост туристичке тражње. Укратко, туристичка тражња је «преосетљива», за разлику од понуде али и тражње на осталим тржиштима. Туристичка понуда нема својство промењивости као тражња. За туристичку тражњу важе економски закони прилагодљивости на дуги, тренутни и кратак рок, док за понуду не. Прилагођавање понуде на дуги рок и није проблем, колико прилагођавање на кратак, док прилагођавање на тренутни је велики проблем. Бројни су фактори који утичу на понашање туристичке тражње интензитета већег од утицаја дохода, тако да економске законитости, ефекти, парадокси и феномени дају допринос њеном појашњењу. Економска теорија дефинише тражњу као функцију цене хомогеног производа, затим, додаје доходак, цене супститута и компатибилних производа и фактор време. Понашање туристичке тражње имплицира све ове факторе, али и низ осталих.

Екс-анте приступ

Где је суштина економије и туризма? Ко покреће или на чему се базира економија и туризам? Базирају се на знању. На хуманом капиталу. Носилац знања је човек. Може се рећи да је семе економије и туризма знање. Суштина одговора лежи у порукама самих речи „ОИКОС и НОМОС“. Прво преживети, сачувати физички живот, имати храну и кров над главом. Касније долази биолошка продукција-потомство. Корен и три темељна права човека сежу у та далека времена. Право на живот, право на слободу и право на имовину. Имао је човек сва та три права много раније П.Н.Е. Док је опстао имао је некакво право на живот (или је преживљавао захваљујући искључиво сопственој снажљивости). У време првобитне заједнице имао је право на имовину (имао је право на мотку и на сопствену жену): Мотка којом је ловио плен била је његова док му је неко није отео или погинуо са њом. Имао је и

жену-полагао право на њу. Одатле и данашњи човек. Дакле, и тада (нпр. 10.000 година П.Н.Е) до данашњих дана, циљ економије био је обезбедити услове живота. Прибавити или произвести економска добра за породицу. Способнији појединци су наравно производили или прибављали више него што је било потребно да би прехранили сопствену породицу.

Рзвој економије подстиче друштвено-економске и техничко-технолошке промене, доводи до појаве слободног времена и слободних новчаних средстава. Тек када појединац има слободно време и слободна новчана средства може да размишља о путовањима и одмору ван сталног места боравка (скијање, рафтинг, пливање, лечење у некој бањи и сл.).

У контексту слободног времена и слободних новчаних средстава потребно је појаснити својства мотива и потреба. Мотиви и потребе предходе било каквим активностима везаним за туризам. У оквиру мотива и потреба јављају се доста специфична питања важна за ову тему. Када појединац прелази са одређеног нивоа на виши ниво? Када прелази са егзистенцијалних потреба на виши ниво? Шта је са структуром, односно квалитетом вредности којима се задовољавају потребе¹⁶ (храна, одећа и сл.).

Екс-анте приступ економском анатомизовању туризма на директан или индиректан начин води у далеку прошлост историје економске мисли. У светлу државног интервенционизма и улоге тржишног механизма, индиректно економски корени туризма називају се у време Меркантилизма (16 и 17 век) и Физиократизма 18 век. Принципи утемељивача класичне економске мисли (најпознатије дело „Богатство народа“) Адама Смита (1723-1790): одбацивање заштитних царина и такси, напуштање државног интервенционизма и залагање за слободну конкуренцију су одређени предуслови настанку и развоју туризма.

Решења за неке од суштинских проблема туризма током историје, као проблеми променљивости туристичке тражње и проблем компликоване не променљивости туристичке понуде могу се тражити у анализама утемељивача неокласичне економске мисли Алфреда Маршала (1842-1924). Шта одређује, или шта је пресудно за цену туристичке услуге-производа. Фактори на страни

¹⁶ Према истраживању консултантске куће „Капгемини“ и инвестиционе банке Мерил Линч, „богаташи“ у свету, од расположивог капитала по глави становника, издвајају 22% за куповину уметничких дела, колико одлази и за улагања у злато, накит и остало, 15% одвајају за куповину разних антиквитета, вина, златника и сл., док остало инвестирају у слободне активности, спорт, туризам и сл. (Радован Павловић, Политика, 03.07.2011). С аспекта појединца у контексту слободног времена и слободних новчаних средстава (условљени новцем-приходима и потребама), озбиљан утицај имају: материјално наследство, образовање, животна доб и запослење.

туристичке понуде или фактори на страни туристичке тражње? Маршал је помирио ставове и спорења између класичних економиста и маргиналиста, о томе шта одређује цену неког производа уводећи фактор време, појашњавајући значај времена у врло кратком, кратком и дугом року.

Може одређена сензација (нпр. Појава Госпе у Западној Херцеговини) пресудно деловати на формирање цене туристичких услуга у кратком или врло кратком року (психолошки ефекти на страни тражње), док у дугом року одређење цене је увек на страни понуде или произвођача (пресудни трошкови). Пресудна је економија-стварање нове вредности. Тако, нпр. у Западној Херцеговини на дуги рок треба изградити комплетну инфра и супраструктуру.

Појашњавајући значај фактора производње и фактора развоја Алфред Маршал основним класичним факторима производње: рад, земља и капитал, додао је и четврти фактор производње-организацију. Доста касније после А. Маршала, економисти - простор, информације и време третирају као додатне факторе предходно наведеним факторима, неопходне за економски развој, а који генеришу и развој туризма.

Да су слободно време и слободна новчана средства полазни фактори развоја туризма, сагласни су сви у свету признати познаваоци туризма почев од Курта Крапфа и Валтера Хунцикера до данашњих дана. Значи, економски развој или економска развијеност је предуслов било каквом развоју туризма. Јер економски развој је предуслов и постојању туристичке понуде.

Дакле, тек на одређеном степену економске развијености или економске сигурности човек размишља о туризму. Како Маслоу (Маслоу, 1987:169) дефинише и групише потребе, тек после задовољења потреба другог нивоа-потреба за сигурношћу, човек почиње да размишља о потребама везаним за туризам. Значи он је решио проблем (задовољио) егзистенцијалних потреба и потреба за сигурношћу. Утврдити где почињу или где се тачно јављају потребе за туризмом веома је деликатно питање и карактеристика појединца прожета индивидуалношћу.

Међутим, са ширег аспекта економије, циљ свих економских активности било на директан или индиректан начин, може се свести опет на слободно време и слободна новчана средства. Овде се долази до нераскидиве повзаности или боље рећи животне зависности туризма од економије. Касније развијени туризам „враћа“ дуг економији.

Закључак

У економији је опште прихваћен став да су слободно време и вишак новчаних средстава два кључна предуслова за развој туризма. Понуда и тражња, као кључни механизми тржишта омогућавају спознају специфичних развојних аспеката туризма. Анализа економских законитости, феномена и парадокса у туристичкој потрошњи објашњава одређене специфичности туризма које конвенцијални механизми тржишта не третирају.

Понашање потрошача на туристичком тржишту условљено је садејством бројих фактора чије деловање се може објаснити законитим појавама које креирају кретање туристичке понуде и тражње. Специфичност данашње тражње на туристичком тржишту огледа се у њеном невезивању за одређено тржиште. Захваљујући савременим средствима комуникације и превоза, најудаљеније дестинације на земљи су постале лако доступне туристи који поседује новац. Међу најпознатијим анализама изузетака законитости у потрошњи које могу да се примене и на туристичку потрошњу су: Енгелови закони, Гифенов парадокс, Вебленов ефекат и Кузњецовљев феномен. Анализа Масловљеве теорије и Енгелових закона, управо потврђују тезу о условљености појаве и развоја туризма, постојаношћу и развијеношћу економије, а посебно неке од специфичности тражње.

Специфичност туристичке тражње, за разлику од понуде и тражње на осталим тржиштима, је њена преосетљивост. Због тога, за туристичку тражњу важе економски закони прилагодљивости на дуги, тренутни и кратак рок. Истраживања су показала да није проблем прилагођавање туристичке понуде на дуги рок, док прилагођавање на кратак, односни тренутни рок прате велики проблеми. Бројни су фактори који утичу на интензитет туристичке тражње. Специфичност туристичке тражње имплицира све ове факторе, али и низ осталих. Изузеци економских законитости, ефекти, парадокси и феномени дају допринос њеном појашњењу.

Вечита дилема између класичних економиста и маргиналиста: шта је пресудно за цену туристичке услуге, да ли фактори на страни понуде или на страни тражње, решена је компромисом, увођењем фактора време, појашњавајући тако његов значај у дугом, кратком и врло кратком року.

Литература

1. Алфиер, Д. (1975): Заштита природе у развоју туризма, Зборник ФТВТ, Дубровник.
2. Дулчић, А. (2001): Управљање развојем туризма, Мате, Загреб.

3. Марковић, С. (1970): Основе туризма, Школска књига Загреб, Загреб.
4. Maslow, A. H. (1979): Мотивација и личност, Нолит, Београд
5. Maslow, A. H. (1987): Motivation and Personality, second edition: 1970. HarperCollins.
6. Милановић, М. (2007): Основи економије, Мегатренд универзитет, Београд.
7. Милановић, М., Ђоровић, М.(2011): Тржиште пољопривредних производа у Србији пре и после транзиције, ИЕП, Београд.
8. Robbins P. S., Coulter, M. (2005): Менаџмент (осмо издање), Дата статус, Београд.
9. Самуелсон, П. (1969): Економија, Савремена администрација, Београд.
10. Звонаревић, М. (1978): Социјална психологија, Школска књига, Загреб.
11. Вујовић, С. (2008): Материјална основа туризма-монографија, Институт за економику пољопривреде, Београд.

Примљено: 11.09.2011.

Одобрено: 02.12.2011.

UDC: 338.486.1.02

**PRESENTATION OF TOURIST DEMAND IN THE LIGHT OF
LEGALITY, THE PHENOMENON AND
THE PARADOX IN CONSUMPTION**

Slavoljub Vujović¹, Ph.D., Jovan Spajić², Ph.D., Dejan Vukosavljević³, MSc.

¹ Institute of Economics, Belgrade, Serbia

² Ministry of Trade, Republic of Serbian

³ Higher Schol for economics and management, Belgrade

Summary

The synthesis of various relevant theoretical concepts and empirical research confirms the dominance of ex-post approach to the study of organizational and developmental aspects of tourism. In this approach, as the main dominant spatial (geographic) or mechanisms of supply and demand (economic). The relationship between resources and needs suggests that all human efforts aimed at aligning the needs and opportunities. Tourist needs manifest themselves through the consumption of tourists, and quantify the amount of consumed-purchased. The dominance of commercial motive on the supply side economic approach gives primacy and economic interests. Without economics there is no life, and without resources there is no space economy, tourism. Physical access means, as the initial frame or basis always, a particular destination or tourist destination. Since the start of tourism to the present day, in the economy as a science, there is an uncompromising attitude that free time and free cash prerequisite of tourism development, and therefore represent the final objective of all economic activity. The mechanisms of the market, supply and demand or allow specific knowledge of developmental aspects of tourism. Disply of part travel demand through the economic laws, phenomena and paradoxes in consumption, can be seen that certain peculiarities conventional market mechanisms are not treated.

Key words: tourism demand, tourism consumption, economic laws, paradoxes in consumption.

Author's Address:

Dr Slavoljub Vujović
Ekonomski institut
Srpskih vladara
11000 Beograd
Republika Srbija
e-mail: kelovic1967@yahoo.com

ЕФЕКТИ ОТКУПА СОПСТВЕНИХ АКЦИЈА НА БЕРЗАНСКУ ВРЕДНОСТ И ФИНАНСИЈСКИ ПОЛОЖАЈ МЛЕКАРА У СРБИЈИ¹

В. Павловић², С. Муминовић³, В. Грбић⁴

Резиме: Овај рад има за циљ да укаже како се откуп сопствених акција усмерен на спречавање штете по друштво одразио на берзанску вредност и финансијски положај млекара у Србији. Опредељење за компаније из млекарске индустрије последица је значаја млекарске индустрије за привреду Србије и релативно значајног откупа сопствених акција ових компанија у односу на откуп сопствених акција компанија из других привредних делатности. Истраживање ефеката откупа сопствених акција на тржишну вредност указало је да откуп сопствених акција није спречио даљи пад њихове вредности као и на бројне аномалије српског тржишта капитала.

Кључне речи: откуп сопствених акција, вредност акција, финансијски положај, криза

Увод

Велико интересовање истраживача за откуп сопствених акција не изненађује када се зна да је данас ово најчешће расправљана тема у салама за

¹ Рад представља део резултата истраживања на пројекту 179032 “Национална стратегија прилива страног капитала у циљу реинтеграције Србије у светске економске токове” и “Унапређење јавних политика у Србији у функцији побољшања социјалне сигурности грађана и одрживог привредног раста“, број 47004 финансираних од стране Министарства просвете и науке Републике Србије.

² Др Владан Павловић, ванред. проф., Мегатренд универзитет, Београд, Факултет за пословне студије, Београд, e-mail: vpavlovic@megatrend.edu.rs.

³ Др Саша Муминовић, финансијски директор за зависна предузећа, Јулон д.д. Љубљана, Словенија, члан групације Aquafil, e-mail: sasa.muminovic@aquafil.com

⁴ Др Владимир Грбић, ред. проф., Мегатренд универзитет, Београд, Факултет за међународну економију, Београд, e-mail: vgrbic@eunet.rs.

састанке из области финансија, а да је процена ризика компанија које откупљују сопствене акције примарни фокус инвестиционих фондова који су инвестирали у финансијске инструменте тих компанија (Henry, 2004, према: Павловић, Муминовић, 2011, стр. 266-277). Истраживања су показала да су ефекти откупљивања сопствених акција различити у зависности од мотива откупљивања сопствених акција, и сагласно томе, одабраној методи откупа, висине понуђене премије, процентом акција које се откупљују, процентом учешћа инсајдера у власништву, очекиваним перформансама предузећа и антиципираним тржишним ризиком (видети детаљније у: Тодоровић, 2008). Каснија истраживања су потврдила да су мотиви откупљивања сопствених акција под утицајем привредних циклуса (видети детаљније у: Павловић, Муминовић, 2011).

У Србији је о проблематици откупа сопствених акција такође расправљено. Тодоровић (2008) је указао на основне карактеристике откупа акција, методе откупа и ефекте откупа сопствених акција на развијеним тржиштима, приближавајући тиме ову материју домаћој јавности. Павловић (2010) је обрадио циљеве, методе и ефекте откупа сопствених акција указујући на различита нормативна решења у САД, ЕУ и Србији и наглашавајући актуелност откупа сопствених акција у контексту актуелне кризе. Вукашиновић Ј. и А. (2011) су дали значајан допринос домаћој рачуноводственој струци обрађујући питање књиговодственог евидентирања и билансирања откупљених сопствених акција. Павловић и Муминовић (2011) су анализирали међузависност берзанске вредности акција, мотива и обима откупа сопствених акција на примеру америчке привреде. Међутим, у Србији није спроведено ниједно истраживање са циљем утврђивања ефеката откупа сопствених акција. Павловић (2010) је изнео став да бројне српске компаније откупом сопствених акција нису спречиле штету по друштво, већ су допринеле томе да штета буде још већа, али поменути став није доказан.

Истражујући ефекте откупа сопствених акција америчких компанија Павловић и Муминовић (2011) истичу да „у условима разорних криза као што је актуелна, за компанију и постојане инвеститоре, је сврсисходније сачекати са откупом, истина потцењених, сопствених акција док криза не досегне дно и вредност акција не досегне свој минимум, уместо да се откуп сопствених акција започне у условима општег пада берзанског индекса. Јер се испоставило, да откуп сопствених акција, не само да није повећао њихову вредност, него није успео ни да заустави пад њихове вредности. Тиме би компанија у условима кризе и потцењених акција наградила постојане инвеститоре који су заиста заинтересовани за компанију, на рачун непостојаних, често спекулативних инвеститора у хартије од вредности.“

Важно је напоменути да се истраживања ефеката откупа сопствених акција на која се сви поменути радови позивају не могу сматрати релевантним за домаће прилике, као последица различитог степена развијености финансијских тржишта, различите нормативне регулативе и др. Примера ради, док је значајан део откупа сопствених акција у развијеним државама мотивисан менаџерским компензацијама, односно последица је емитовања опција на акције, у Србији је готово занемарљив број компанија које емитују опције на акције. Поред тога, за разлику од берзи развијених економија на којима компаније треба да испуне ригорозне критеријуме како би њихови финансијски инструменти били листирани на берзи, у Србији се компаније листирају по законској обавези, упркос томе што су акције великог броја компанија неликвидне, а перформансе компанија незадовољавајуће.

Овај рад има за циљ да укаже како се откуп сопствених акција одразио на финансијски положај и берзанску вредност компанија у млекарској индустрији. Опредељење за компаније из млекарске индустрије последица је значаја млекарске индустрије за привреду Србије и релативно значајног откупа сопствених акција ових компанија у односу на откуп сопствених акција компанија из других привредних делатности.

У Србији послује више од 200 млекара. Међутим 16 млекара заузима више од 80% тржишног учешћа. Реч је следећим млекарама: Имлек, Београд; Млекара Шабац; Сомбоled, Сомбор; Млекара Суботица; Млекопродукт Зрењанин (великих 5); Нишка млекара; Млекара Плана; Млекара Лозница; Млекара Младост, Крагујевац; Млекара Лесковац; Млекара Лазар, Блаце; Valletta d.o.o. Котража; Милкоп д.о.о. Рашка; Кић-Сопрану д.о.о. Крагујевац; Млекара Границе, Младеновац; и Кикиндска индустрија млека (млекаре средње величине). Поменуте млекаре запошљавају око 3.900 људи.

У млекарској индустрији су извршене значајне инвестиције, што не изненађује будући да је реч о једној од најпрофитабилнијих индустрија у Србији. Примера ради, у наведеним млекарама је у 2008. и 2009. години инвестирано 4.101.062.000 дин. у постројењску имовину док је у компаније које улазе у састав индекса Belex15 инвестирано 5.459.371.000 дин. О значају инвестиција, говори податак да је укупна имовина посматраних млекара у 2009. износила 31.597.508.000 дин., док је вредност имовине компанија које чине Belex15 износила 100.165.992.000 дин. Међутим, треба имати у виду да је наведени податак замагљен чињеницом да „Имлек“ улази у састав Belex15. Од укупних инвестиција које су извршиле компаније које улазе у састав Belex15 у 2008. и 2009. (5.459.371.000 дин), инвестиције „Имлек“-а чине 28,6% (1.561.238.000 дин.).

Сопствене акције су у условима кризе откупљивали „Имлек“, Београд и „Млекара Суботица“. Обе млекаре су у већинском власништву фонда Салфорд и заузимају 39,2% укупног тржишног учешћа (према: www.pks.rs).

1. Правни оквир за откуп сопствених акција у Републици Србији

Ефекти откупа на тржишну вредност су у великој мери условљени методом којом се откуп спроводи, а одабир методе је условљен циљем откупљивања (видети опширније у: Павловић, 2010). Будући да се законска решења значајно разликују од земље до земље, при чему неке земље имају веома либерално законодавство, док су у другим земљама предузећа ограничена на мали број допуштених метода откупа, непходно је осврнути се на законски оквир. Откуп сопствених акција у Србији је регулисан Законом о привредним друштвима. За разлику од досадашњих законских решења овај Закон не прописује основ за стицање сопствених акција, омогућујући стицање сопствених акција без ограничења уколико друштво има оформљене наменске резерве. Наведена законска решења могу на први поглед сугерисати да је у питању један изузетно либералан закон, док је он, међутим, по својој суштини, изразито рестриктиван (Павловић, 2010). Рестриктивност Закона се огледа у прописивању методе јавне понуде про-рата као једине методе откупа сопствених акција. Наиме, иако се Законодавац декларативно залаже да се компанијама омогући откупљивање сопствених акција у циљу спречавање знатније штете по друштво, оно је суштински онемогућено, будући да се сопствене акције не могу стицати откупом на отвореном тржишту. Наиме, про-рата стицање онемогућује спречавање знатније штете по друштво, будући да реализација откупа траје исувише дуго, док с друге стране, друштво не може у условима константног пада берзанских индекса да утврди цену откупа без штете по друштво.

Суочена са контрадикторношћу прокламованих циљева и допуштених законских решења, а оцењујући да намера законодавца није била да онемогући друштво да промтно реагује у случају поремећаја на тржишту, Комисија за хартије од вредности је 19.01.2006. године издала мишљење (бр. 3/0-04-617/8-05) којим се омогућава куповина сопствених акција на берзи у два случаја, и то: (1) услед потребе промтног реаговања због поремећаја на тржишту, како би се спречила већа и непосредна штета по друштво; (2) зарад стицања недостајућег броја акција по спроведеној јавној ванберзанској понуди. Наиме, могуће су ситуације да након спроведене процедуре стицања про рата сопствених акција, друштво није стекло број акција одређен одлуком о стицању, па би недостајући број сопствених акција друштво могло, након спроведене процедуре стицања про-рата, стећи и на берзи под тржишним условима.

2. Анализа ефеката откупа сопствених акција

2.1. Откуп сопствених акција "Имлека"

Акцијама "Имлека" се тргује на Београдској берзи од априла 2004. Акцијама "Имлека" се тргује континуираним методом. Номинална вредност акције износи 600 динара. Најнижа тржишна вредност забележена је у јуну 2004. године (384 динара), док је максимална вредност достигнута у априлу 2007. када је износила 3.001 динара.

"Имлек" је откупљивао сопствене акције и пре наступања кризе, али у скромном обиму. Током 2006 год. "Имлек" је откупио сопствене акције номиналне вредности 53.000 дин., док је у 2007. откупио сопствене акције номиналне вредности 266.000 дин. (Финансијски извештаји "Имлека" за 2006., 2007. и 2008. годину.) Све откупљене акције су накнадно и поништене. У условима пада индекса као последица наступајуће кризе, Управни одбор "Имлека" 16.04.2008. год. доноси одлуку о стицању сопствених акција (Одлука Управног одбора "Имлек" а.д. Београд бр.874) и упућује јавни позив и понуду за откуп сопствених акција свим законитим власницима обичних акција (www.belex.rs). Сагласно одредбама Закона о привредним друштвима, стицање сопствених акција се вршило методом про-рата. Број акција које је друштво намеравало да стекне ограничен је на 41.000 акција, што је представљало 0,43% од укупног броја издатих акција. Утврђена је откупна цена у износу од 1.850 динара по акцији, док је берзанска вредност износила 1.795 динара по акцији. Будући да не постоји законска обавеза да компанија која стиче сопствене акције у редовном поступку јавно обзнани разлоге стицања сопствених акција (видети ЗОП, члан.222 и 223.), о мотивима стицања сопствених акција се може само нагађати. Додуше, у изузетним случајевима, сходно члану 222, ст.5. управни одбор има обавезу подношења детаљног извештаја скупштини акционара о разлозима, броју, вредности, цени и проценту стечених сопствених акција на првој наредној скупштини, али заинтересованој јавности поменути извештај по правилу није доступан. Дакле, мотиви откупа сопствених акција су потенцијалним инвеститорима и заинтересованој јавности непознати. Ипак, чини се да је највероватнији мотив откупа био спречавање штете по друштво. Понуда је била отворена од 22.04.2008. до 23.05.2008.године (обавештење о јавном позиву и понуди за откуп сопствених акција је на сајту берзе објављено 21.04.2008.). Одређен је рок плаћања од највише 3 дана након затварања понуде (дакле крајњи рок је био 26. мај 2008. Отварање понуде је имало за последицу раст цене, те се цена у мају 2008.године кретала око 2.100 динара по акцији. Међутим, ефекти су били кратког века, те је већ у јулу исте године берзанска вредност пала на 1.700 динара. Након пада берзанске вредности, Управни одбор поново доноси одлуку о стицању сопствених акција 28.07.2008. год. (Одлука Управног

одбора "Имлека" бр.1593) Број акција које је друштво тада намеравало да стекне ограничен је на 8.200 акција, што је представљало 0,09% од укупног броја издатих акција. Понуђена откупна цена је остала 1.850 динара по акцији. Понуда је била отворена од 04.08.2008. до 03.09.2008.године, а обавештење о јавном позиву је на сајту берзе објављено 07.08.2008., дакле три дана након што је понуда отворена. Одређен је рок плаћања од највише 3 дана након затварања понуде (крајњи рок је био 6. септембар 2008.)

Тржишна вредност акција је 28.07.2008., када је друштво донело одлуку о стицању сопствених акција, износила је 1.850 дин., док је на дан отварања понуде 04.08.2008. тржишна вредност износила 1.736 дин. Цена је наставила да пада све до датума објављивања саопштења о јавном позиву 07.08.2008. када је износила 1.606 дин., док је прво значајније трговање у том временском интервалу забележено 08.08.2008. (1.719 акција) по цени од 1.650 дин., након чега је цена наставила са падом до 28.08.2008. када је пала на 1.600 дин., а затим се до 03.09.2008. благо опоравила те износила 1.749 дин. При томе, најинтензивније трговање у том периоду забележено је 27.08.2008., када је обим трговања био 9.060 акција по цени од 1.600 дин. по акцији и 26.08.2010, када је обим трговања био 2.211 по цени од 1.610 дин. по акцији.

Дакле, у целом интервалу у коме су заинтересовани акционари могли да депонују акције по упућеној јавној понуди друштва за стицање сопствених акција про-рата методом по цени од 1.850 дин. на берзи се трговало по знатно нижим ценама.

По затварању јавне понуде, вредност акције бележи константан пад уз повремене благе опоравке, те 16.10.2008., на дан када друштво доноси одлуку о стицању сопствених акција на берзи, сагласно мишљењу Комисије за хартије од вредности којим се омогућава куповина сопствених акција на берзи, вредност акције износи 1.190 динара. Друштво доноси одлуку да откупи до 5% од укупно издатих 9.529.610 обичних акција са правом гласа у циљу спречавања веће непосредне штете по друштво (Одлука о стицању сопствених акција на организованом тржишту бр. 2078). У Одлуци се наводи да ће се стечене акције отуђити најкасније у року од годину дана од дана стицања, из чега јасно произилази да је управа "Имлека" веровала у опоравак вредности акција у том периоду. Чак, и да је уследио опоравак берзе, овај оптимизам је тешко разумљив, будући да је велико питање да ли би реемисија 400.000 акција, колико је друштво намеравало да откупи у циљу спречавање штете, успела. Ово посебно када се зна да је тек мали број српских компанија емитовао акције унапред познатим купцима, а да су најзначајнији инвеститори Република Србија и постојећи акционари. (видети опширније у: Павловић, Муминовић, 2010) А, очекивања да ће српска

привреда брзо изаћи из економске кризе су нереална (видети детаљније у: Стевановић и сар. 2010)

Након доношење Одлуке о стицању сопствених акција, акције "Имлека" бележе привремени раст те 24.10.2008. достижу вредност од 1.397 дин. Након тога, поново бележе пад, те 31.12.2008. тржишна вредност износи 1.099 дин. Из финансијских извештаја се види да је од маја до августа 2008. године, "Имлек" откупио 427.346 сопствених акција по цени од 1.850 динара по акцији (Напомене уз финансијске извештаје за 2008. год. Према: www.imlek.rs), те је по тој основи исплатио 790,59 милиона динара акционарима (према: Извештај о новчаним токовима за 2008.).⁵ Из Напомена и информација објављених на сајту Београдске берзе, произилази да је свих 427.346 акција откупљено по јавној понуди од априла 2008. године, када је друштво објавило да намерава да стекне 41.000 акција. Јер следећа јавна понуда је затворена почетком септембра. Чињеница да су све акције откупљене по 1.850 дин. указује да акције нису откупљиване на берзи по текућим ценама.

Закључак је да откупљене сопствене акције и најаве програма откупљивања сопствених акција у 2008. годину нису спречили тренд пада тржишне вредности упркос порасту пословних прихода у 2008. години у односу на 2007. годину за 41,27%, расту пословног добитка за 107,4% и расту добитка пре опорезивања за 125,28%. Цена „Имлекових” акција је на Београдској берзи у 2008. години пала за целих 59% (акција "Имлека" је 01.01.2008. вредела 2.698 дин.), док је разлика између откупне цене акција (1.850 РСД по акцији) и вредности акција на крају године износила 751 РСД по акцији, што укупно износи преко 320 милиона динара.

Почетком 2009. акције "Имлека", уз повремене осцилације, и даље бележе пад вредности, те им у фебруару 2009. тржишна вредност износи 838 дин. Откупом сопствених акција на берзи, "Имлек" успева да на пар дана подигне тржишну вредност на 1.389 динара. (18.02.2009.) да би у марту поново пала на испод 1.000 динара. У мају се поново бележи тренд раста те акција поново прелази вредност од 1.000 динара и током октобра постиже вредност од 1.800 динара, након чега поново бележи пад те 31.12.2009. берзанска вредност акције износи 1.490 динара. Током децембра 2009. године Управни одбор доноси нову одлуку о стицању сопствених акција до 5% укупно издатих обичних акција у циљу спречавања веће непосредне штете по друштво (Одлука о стицању сопствених акција на организованом тржишту

⁵ Откупљене су и 442 сопствене акције од несагласних акционара приликом статусне промене спајања уз припајање са Новосадском млекарском извршене 24.12.2007.

бр. 3126 од 18.12.2009. Одлука о стицању сопствених акција објављена је на сајту Београдске берзе 14.01.2010.).

Током 2009. године откупљено је укупно 30.325 сопствених акција, док су све претходно прибављене сопствене акције поништене. Откупљене сопствене акције током 2009. године су поништене у јулу 2010. године. Цена акције "Имлека" на Београдској берзи је у 2009. порасла за 37%, односно са 1.084 РСД/акцији 01.01.2009. на 1.490 РСД/акцији 31.12.2009.године.

Испоставља се, да је у 2008. у којој је издвојено 790,59 мил.РСД за откуп 427.346 сопствених акција, цена пала за 59%, док је у 2009., у којој је откуп био симболичан у односу на 2008. (откупљено је само 30.325 акција), цена порасла за 37%. У 2009. је у односу на 2008.годину, остварен мањи обим трговине овом акцијом, док је цена акције са 2.698 РСД/акцији, колико је износила 03.01.2008., пала на 1.490 РСД/акцији 31.12.2009.

При томе, резултати пословања су у 2008. далеко надмашили резултате пословања у 2009. Док је у 2008. години, забележен раст пословних прихода за 41,27%, раст пословног добитка за 107,4%, раст добитка пре опорезивања за 125,25% и раст нето добитка за 118%, у 2009. је забележен пад пословних прихода за 7,33%., уз раст пословног добитка од 37,37% као последица већег пада пословних расхода од пада пословних прихода. Нето добитак је пао за 3,67%, али у највећој мери захваљујући високим осталим приходима из 2008. (који се природно нису поновили).

Тешко се може установити у којој мери је промена вредности акција последица откупа сопствених акција, а у којој мери резултат других догађаја, насталих у самом предузећу или у окружењу, и на развијеним финансијским тржиштима, а камоли на плитким, односно неразвијеним финансијским тржиштима какво је српско тржиште капитала. Може се само нагађати колико би пала цена акција у 2008. да "Имлек" није откупљивао сопствене акције. Може се констатовати, да је у 2008. вредност акција пала мање него што су пали индекси, односно акције "Имлека" су у 2008. год. пале за 59,3%, док је Belex15 пао за 75,3%, а Belexline за 68,5% (види табелу бр.1), док је у 2009.берзанска вредност акција "Имлека" расла више него су расли индекси. Берзанска вредност акције "Имлека" је у 2008. год. порасла за 35,6%, у док је Belex15 забележио раст од 17,4%, а Belexline раст од 9,5%.

Међутим, констатација да је пад индекса Belex15 и Belexline у 2008. већи од пада вредности акција "Имлека", никако се не може директно довести у везу са откупом сопствених акција. Јер, за разлику, од већине компанија које улазе у састав индекса Belex15 и Belex line које су, услед преливања кризе на српску привреду, забележиле пад прихода и добитка у 2008., "Имлек" је значајно повећао рентабилност.

Важно је истаћи чињеницу да акције "Имлека" спадају у атрактивне акције на српском тржишту капитала. Укупни обим трговања акцијом "Имлека" на Београдској берзи у 2008.години износио је 373.729 акција, односно 668,901 мил.РСД укупног промета⁶, а у 2009. год. 180.486 акција, односно 236,746 мил.дин. укупног промета. У 2009.год. у односу на 2008. забележен је пад обима трговине за 52% и пад вредности укупног промета акцијама за 65%. Просечна пондерисана цена акције је са 1.790 РСД/акцији у 2008.год. пала на 1.312 РСД/акцији у 2009.год.

Табела 1. Промена цена акције ИМЛК и МЛСУ и вредности берзанских индекса у периоду 2005. - 2010.

	BELEXline	BELEX15	МЛСУ	ИМЛК
цена акције / вредност индекса на дан				
31.12.2005	1.954,35	1.060,21	1.446	1.540
31.12.2006	2.658,16	1.675,20	1.250	1.300
31.12.2007	3.830,84	2.318,37	3.190	2.698
31.12.2008	1.198,34	565,18	1.750	1.099
31.12.2009	1.311,84	663,77	940	1.490
31.12.2010	1.282,66	651,78	1.650	1.900
промена у %				
2006	36,0%	58,0%	-13,6%	-15,6%
2007	44,1%	38,4%	155,2%	107,5%
2008	-68,7%	-75,6%	-45,1%	-59,3%
2009	9,5%	17,4%	-46,3%	35,6%
2010	-2,2%	-1,8%	75,5%	27,5%

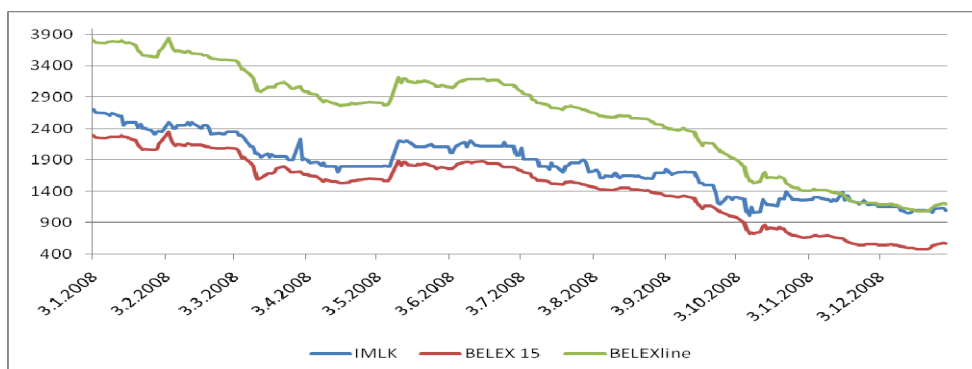
Извор: Прорачуни аутора на основу www.belex.rs.

Последњих година се у литератури све чешће истиче да откупом сопствених акција компаније могу да погоршају финансијски положај. Овоме је нарочито допринела све учесталија пракса компанија да значајан део, или чак целокупан откуп финансирају из дуга (видети опширније у: Павловић, Муминовић, 2011). Из финансијских извештаја се види да је од маја до августа 2008. године, "Имлек" откупио 427.346 сопствених акција по цени од 1.850 динара по акцији (према: Напомене уз финансијске извештаје за 2008.), те је по тој основи исплатио 790,59 милиона динара акционарима (према:

⁶ Поређења ради, акцијама Млекаре Суботица у 2008.години на Београдској берзи остварен је укупни промет од 2.290 мил.РСД, односно 1.135 акција.

Извештај о новчаним токовима за 2008.).⁷ У 2008. години су пословни приходи повећани за 41%, пословни расходи за 38%, што је довело до повећања пословног добитка за 107%. Ипак, важно је нагласити да су приходи по основу повећања вредности залиха повећани за 689.648.000 дин. Cash flow⁸ (нето прилив из пословних активности) је опао за 65%, као последица тога што су одливи из пословних активности повећани за 50%, док су приливи из пословних активности повећани за свега 33%. Значајно повећање добитка пре опорезивања (за 125%,) је пре свега последица насталих осталих прихода, који су забележили повећање од 386%.

Графикон 1. Кретање цена акције "Имлека" у 2008.години



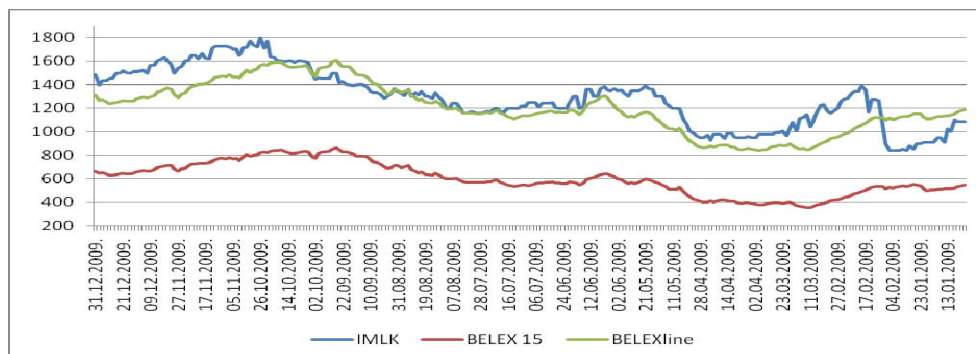
Извор: Прорачуни аутора на основу www.belex.rs.

Нето добитак у 2008. год. износи 900,889 милиона динара, док је смањење сопственог капитала по основу откупа сопствених акција 790,59 милиона динара. Када се узму у обзир и исплаћене дивиденде, укупно умањење сопственог капитала у 2008. износи 1.152,144 милиона динара.

⁷ Откупљене су и 442 сопствене акције приликом статусне промене спајања уз прилајање са Новосадском Млекарком.

⁸ О cash flow концепту и извештавању о новчаним токовима видети тедаљније у: Павловић, В., Теорија и анализа биланса, Мегатренд универзитет, Београд, 2010.

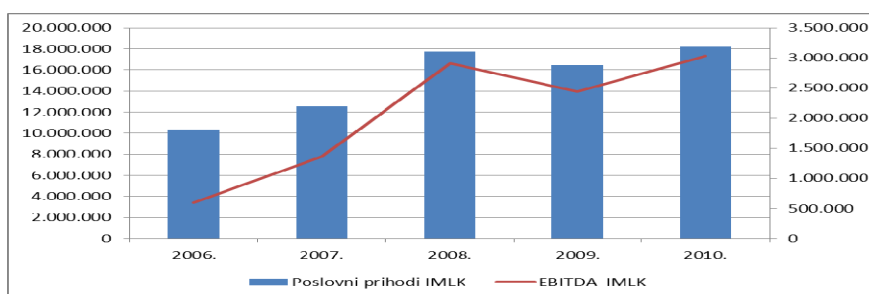
Графикон 2: Кретање цена акције "Имлека" у 2009. години



Извор: Прорачуни аутора на основу www.belex.rs.

Нето обртни фонд (НОФ) је у 2007. износио 790,4 милиона дин., док је у 2008. износио 2.239,4 милиона дин. Наведено повећање НОФ последица је смањења сталне имовине и повећања дугорочних кредита. Сопствени НОФ је у 2007. био негативан и износио је -1.220,7 милиона дин., док је у 2008. такође био негативан и износио је -1.073,7 милиона дин. Наведено је последица смањених нематеријалних улагања и смањених дугорочних финансијских пласмана. У 2007. години НОФ је покривао залихе са 75,44%, док је у 2008. години покривао залихе са 108%. На основу посматрања НОФ-а не може се тврдити да је откуп сопствених акција у 2008. погоршао финансијски положај друштва. Међутим, имајући у виду чињеницу да је cash

Графикон 3. Кретање пословних прихода и ЕБИТДА



Извор: Прорачуни аутора на основу www.belex.rs

flow опао за 65%, уз познате, перманентне проблеме српске привреде са великвидношћу и надлазећу кризу, опрезност је налагала да се уместо

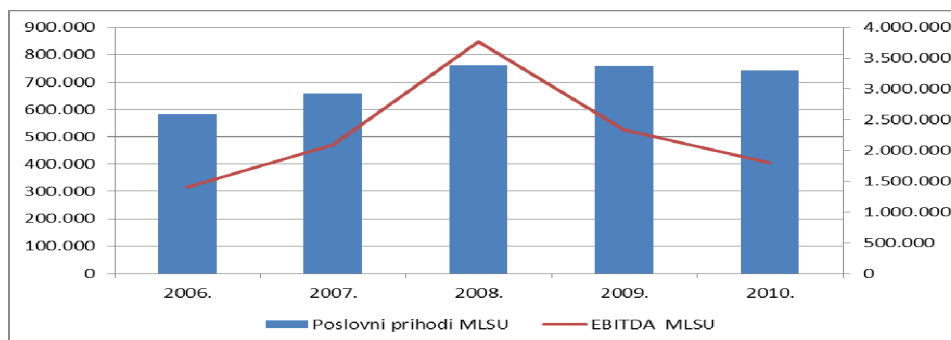
повећања дугорочних кредита за 1.305.199.000 дин, (што представља повећање од преко 66%) компанија ипак определи да сопствени капитал у тој мери не умањује.

2.2. Откуп сопствених акција Млекаре Суботица

Млекара Суботица је у 2007., 2008. и 2009. остварила принос на укупну имовину 9,48%, 10,33% и 12,88%, респективно, и принос на сопствени капитал 10,13%, 22,22% и 9,8%, респективно. Упркос томе што стопа приноса на укупну имовину и стопа приноса на сопствени капитал указују да се рентабилност млекаре поправила у 2008. години, у ствари је дошло до пада пословног добитка за 8,15%, као последица већег раста пословних расхода од раста пословних прихода. Повећање стопе приноса на сопствени капитал у 2008. је пре свега последица умањења ревалоризационих резерви (666.995.000 дин.) и нераспоређеног добитка (179.721.000 дин.) као и високих осталих прихода (450.488.000 дин.).

Упркос томе што у 2009. долази до пада приноса на сопствени капитал са 22,22% на 9,8%, млекара показује побољшање зарађивачке способности будући да је забележено повећање пословног добитка за 32,91%. Наведено побољшање последица је већег раста пословних прихода од раста пословних расхода, што је праћено и значајним повећањем cash flow-a. Пад приноса на сопствени капитал последица је пре свега значајног повећања осталих расхода (повећање од 36,21%) као и високих осталих прихода у 2008.

Графикон 4. Кретање пословних прихода и ЕБИТДА



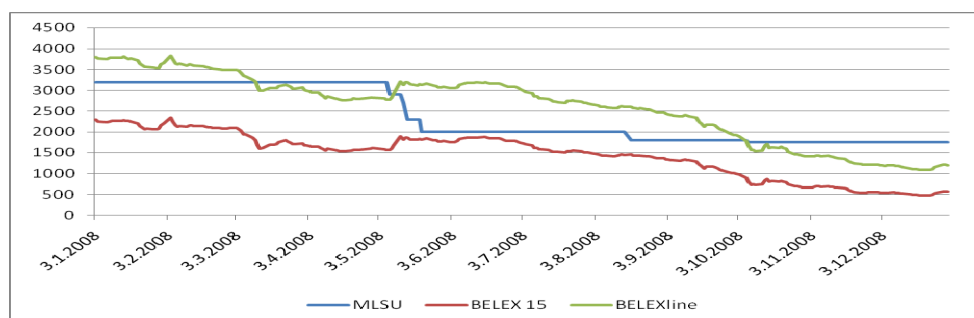
Извор: Прорачуни аутора на основу www.belex.rs

Млекара Суботица је откупљивала сопствене акције у периоду од 26. маја 2008. до 25. јуна 2008. Понуда за стицање гласила је на 22.500

сопствених акција про-рата по цени од 1.800,00 динара, иако је у том моменту тржишна цена била 2.000 динара (www.belex.rs). До затварања понуде акционари су депоновали значајно већи број акција, упркос томе што је у периоду трајања понуде цена на берзи износила 2.000,00 динара, те је на крају понуде „Млекара” од својих акционара купила чак 22 пута више акција него што је намеравала, односно 502.578 акција. Продаја акција по цени нижој од берзанске је могуће само уколико је реч о неликвидној акцији. Чињеница да је понуђена цена нижа од берзанске вредности акције потпуно обесмишљава сваку даљу анализу. Сходно очекиваном, Управни одбор је 31.03.2009.године донео Одлуку о смањењу основног капитала поништењем сопствених акција, чиме је поништено свих 502.578 обичних акција. (Проспект издаваоца за организовање трговања на тржиштима берзе. Према: www.belex.rs)

Како је приказано на графикаону 3, откуп сопствених акција није вратио/успоставио поверење у акцију, те је берзанска вредност акција наставила да клизи, али је број акција којима се трговало значајно порастао. Акција је постала ликвиднија, али по дупло нижој цени.

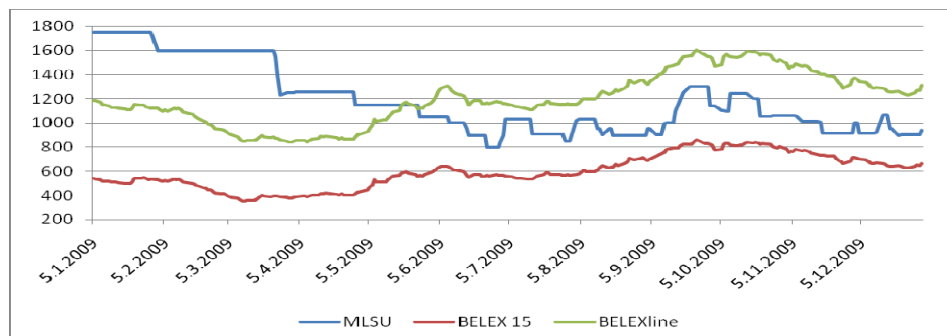
Графикон 5. Кретање цена акције „Млекаре Суботица“ у 2008.години



Извор: Прорачуни аутора на основу www.belex.rs

Дакле, у 2008. год. у којој је издвојено 904,640 мил.РСД за откуп сопствених акција, берзанска вредност акција је пала за 45,1%, а у 2009.години, када откупа сопствених акција, није било, берзанска вредност је пала за 46,3% (види табелу бр. 1). Због чињенице да акције млекара у Србији важе за добре и перспективне, пад цена у 2009.год. допринео је знатном порасту трговине овом акцијом. Цена акције је од 3.190 РСД/акцији 3.1.2008.године пала на 940 РСД/акцији 31.12.2009.године.

Графикон б. Кретање цена акције „Млекаре Суботица“ у 2009.години



Извор: Прорачуни аутора на основу www.belex.rs

Анализа финансијског положаја Млекаре Суботица указује да је 2008. год. дошло да значајног повећања дугорочних обавеза. Наиме, дугорочне обавезе су у 2007. износиле 39.557.000 дин., док су у 2008. износиле 399.852.000 дин. ([www.belex.rs.](http://www.belex.rs)) што представља повећање за 360.295.000 дин., односно представља повећање од 911%. Постројењска имовина је повећана за 125.184.000 дин., што чини повећање од 7%, при чему, су залихе готово дуплиране (повећане су за 198.785.000 дин.), док су краткорочне обавезе повећане за 72.596.000 дин., што чини повећање од 14%, а посматрано заједно са одложеним обавезама за 14,85%. С друге стране, дугорочни финансијски пласмани су смањени за 875.455.000 дин. Степен покривености обртних средстава и степен покривености залиха нето обртним фондом је смањен. Поред тога, Млекара је у 2008. у значајној мери извршила супституцију сопственог капитала обавезама. Рацио сопствени капитал/обавезе износио је у 2007.год. 6,39, док је у 2008. износио 2,52.

Закључна разматрања

На развијеним тржиштима су вршена бројна истраживања о ефектима откупа сопствених акција на берзанску вредност. Уколико се акције откупљују са циљем указивања инвеститорима да је дотична акција потцењена, најаву откупа најчешће има за последицу повећање њене берзанске вредности. У условима кризе, акције се често откупљују са намером спречавања пада њене берзанске вредности. Међутим, у условима разорних криза, као што је текућа криза, поставља се питање сврсисходности откупљивања сопствених акција и на развијеним тржиштима, будући да откуп често не спречава даљи пад њихове вредности. У таквим условима корист од откупа имају непостојани акционари и шпекулантивни

инвеститори док негативне консеквенце сnose постојани инвестирори и сама компанија. (Павловић, Муминовић 2011) Изнети закључци који се односе на компаније које улазе у корпу S&P500 (Павловић, Муминовић 2011), показују се тачним и на примеру анализираних млекара, будући да су корист од откупа имали акционари који су продали своје акције компанији по вишим вредностима од текућих берзанских цена, док су штету претпели постојани акционари и саме компаније, јер је берзанска вредност акција наставила да пада и након откупа. Имајући у виду дубину и разорност кризе, наставак пада берзанске вредности не представља изненађење. Глобална криза је тешко погодила српску привреду, а за разлику од других држава, српска привреда је била у кризи и пре настанка и ширења глобалне финансијске кризе. (видети детаљније у: Стевановић и сар. 2008).

Истраживање ефеката откупа сопствених акција на примеру "Имлека" и суботичке „Млекарe“ је указало да најави и откуп сопствених акција нису имале за последицу позитивне ефекте. Поред тога, истраживање је указало на бројне аномалије српског тржишта капитала, односно Београдске берзе. Наиме, у развијеним економијама није забележен случај да компанија најави откуп сопствених акција по нижим ценама од тржишних. Јер би то, на развијеном (нормалном) тржишту, значило да компанија шаље инвеститорима сигнал да је берзанска вредност акције прецењена, што представља нонсенс. Ово је у Србији могуће као последица тога што се на Београдској берзи листирају и неликвидне акције. А наведено значи да берзанске вредности појединих акција на Београдској берзи уопште не представљају тржишне вредности тих акција, према дефиницији тржишне вредности. Пример суботичке „Млекарe“ показује колико резултати тестирања појединих модела развијених за потребе развијених тржишта капитала могу дати у Србији бесмислене и погрешно интерпетиране резултате. Чињеница да је обавештење о јавном позиву откупа сопствених акција "Имлека" обелодањено на сајту берзе три дана након што је понуда отворена, потпуно обесмишљава анализу ефеката најаве откупа на берзанску вредност акција.

Анализа ефеката откупа сопствених акција на примеру компаније "Имлек", показала је да откуп сопствених акција у 2008. није спречио тренд пада тржишне вредности упркос значајном порасту пословних прихода, пословног добитка и добитка пре опорезивања.

Према, најавама компанија, сопствене акције нису стицане са намером њиховог поништавања. Ипак, откупљене сопствене акције су поништаване, што не изненађује, будући да се ништа друго није ни могло очекивати. Према томе, откуп сопствених акција је код обе компаније довео до трајног смањења сопственог капитала.

Испоставља се, и да су обе компаније повећале степен задужености у години (2008.) у којој су откупљивале сопствене акције. Код суботичке „Млекарe“ је дошло и до смањења степена покривености обртних средстава и степена покривености залиха нето обртним фондом, док код "Имлека" није забележено смањење покривености залиха нето обртним фондом, као резултат значајног смањења нематеријалних улагања и дугорочних финансијских пласмана.

Дакле, компаније нису успеле да откупом сопствених акција зауставе пад берзанске вредности својих акција. С друге стране, претвориле су ликвидна средства у сопствене акције које су даље губиле на вредности, те су напослетку и поништене. То значи да су шпекулативни инвеститори могли продати своје акције друштву, а након одређеног временског периода за примљени износ купити већи број акција него што су продали. Природно, када један добија, неко други мора да губи. У овом случају су изгубили сви постојани акционари. За откуп сопствених акција, обе млекарe су у 2008. ангажовале 1.695,230 мил.РСД! Имајући у виду дубину надолazeће кризе и висину каматних стопа, са становишта друштва је опрезније било јачати учешће сопственог капитала.

Компаније се у принципу не продају у кризи, сем уколико не дођу и ситуацију да не могу да носе терет камата и других трошкова по кредитима и/или уколико су под притиском банака да врате кредите. А инвестициони фонд "Салфорд" је управо најавио продају "Имлека" и суботичке "Млекарe". (Према: www.ekapija.com)

Литература

1. Вукашиновић, Ј., Вукашиновић, А. (2011): *Рачуноводствено обухватање стицања сопствених акција*, Рачуноводство, вол. 55(5-6), стр. 21-33
2. Павловић, В., Муминовић, С. (2011): *Међузависност берзанске вредности акција, мотива и обима откупа сопствених акција*, Економика пољопривреде (58) бр. 2, стр. 265-280
3. Павловић, В. (2010): *Откуп сопствених акција - циљеви, методи и ефекти*, Рачуноводство, вол.54 (3-4), Београд, стр. 63-79
4. Павловић, В., Муминовић, С. (2010): *Значај развоја финансијских тржишта за српску привреду*, Индустрија вол. 38(4), Економски институт, Београд, стр. 41-67
5. Павловић, В. (2010): *Теорија и анализа биланса*, Мегатренд универзитет, Београд

6. Поповић, Р. И. (2009): *Структурне промене на тржишту млечних производа у Србији*, Прехрамбена индустрија - млеко и млечни производи, 20(1-2), 7-11.
7. Производња и тржиште млека у Србији, Привредна комора Србије, Удружење за пољопривреду, прехранбену и дуванску индустрију и водопривреду, 29.10.210.
8. Стевановић, С., Ђоровић, М., Милановић, М. (2008): *Анализа неких резултата досадашње транзиције у Србији и источноевропским земљама*. Економске теме, Ниш, вол. 28, бр. 3, стр. 99-110
9. Стевановић, С., Ђоровић, М., Милановић, М. (2010): *Светска финансијска криза и њене последице на привреду Србије*, Економика пољопривреде, вол.57 (3): 353-368
10. Тодоровић, М. (2008): *Чему служе откупи (сопствених) акција?*, Економика предузећа, бр. 7-8
11. Финансијски извештаји компаније „Имлек“, Београд
12. Финансијски извештаји компаније „Млекара Суботица“

Сајтови:

13. www.belex.rs
14. www.imlek.rs
15. www.mlekara.rs
16. www.pkr.rs
17. www.sec.gov.rs
18. www.ekapija.com

Примљено: 03.10.2011.

Одобрено: 02.12.2011.

UDC: 336.763:6371

**THE EFFECTS OF STOCK REPURCHASE ON THE MARKET
VALUE AND ON THE COMPANY'S FINANCIAL POSITION
OF DAIRIES IN SERBIA**

Vladan Pavlović¹, Ph.D., Saša Muminović², Ph.D., Vladimir Grbić¹, Ph.D.

¹ Megatrend University, Belgrade, Serbia

² Julon, d.d., Ljubljana, Slovenia, Member of the Aquafil Group

Summary

This paper aims to show how the stock repurchase, aimed at preventing damage for company, was reflected on the stock price and financial position of companies of Serbian dairy industry. The choice of companies in the dairy industry is the result of significance of dairy industry for the Serbian economy and relatively significant stock repurchase of these companies in relation to the stock repurchase of companies in other sectors. Research on effects of stock repurchase on the market value indicated that the stock repurchase did not prevent a further decline in their value, as well as the numerous other anomalies of the Serbian capital market.

Key words: stock repurchase, share buybacks, share value, financial position, crisis

Author's Address:

Dr Vladan Pavlović
Fakultet za poslovne studije, Beograd
Megatrend Univerzitet
Goce Delčeva 8
11070 Beograd
Republika Srbija
e-mail: vpavlovic@megatrend.edu.rs

ПОНУДА, ТРАЖЊА И ЕЛАСТИЧНОСТ ПОТРОШЊЕ РИБЕ

Ј. Бабовић¹, Светлана Игњатијевић¹, Д. Ђорђевић¹

Резиме: Истраживани су фактори који детерминишу понуду, тражњу и еластичност потрошње рибе у свету, ЕУ и Србији. Годишња понуда рибе у свету износи 145 милиона тона са стопом повећања од 1,9%. Светска производња *per capita* износи 21,3 kg, а потрошња 17,2 kg. Производња у ЕУ износи 12 милиона тона рибе и учествује у светској са 8,3%. Потрошња *per capita* стагнира и износи 22 kg. Производња рибе у Србији је 12,5 хиљада тона и бележи повећање по стопи од 20 %. Производња *per capita* износи 1,7 kg, а потрошња 5,7kg. Доходовна еластичност потрошње рибе у ЕУ је нееластична и износи 0,423, а ценовна -0,311. У Србији доходовна еластичност потрошње рибе износи 0,549, а ценовна -0,402. Еластичност потрошње рибе у односу на цене свињског и пилећег меса је позитивна, ниска и показује да су ова меса супститути. Регресиони параметри показују да повећање дохотка условљава већу тражњу рибе, а повећање цене рибе утиче на смањење тражње.

Кључне речи: понуда, тражња, доходовна и ценовна еластичност, производња и потрошња *per capita*, регресија.

Увод

Рибље месо је ароматично, укусно и тражено месо на светском тржишту. Богато је моно, полинезасићеним киселинама, есенцијалним аминокиселинама и има велику нутритивну вредност и све већи значај у савременој исхрани. Присуство рибљег меса у исхрани нашег становништва је недовољна, а са тим недовољно је конзумирање високовредних беланчевина, омега киселина, витамина и минерала.

Месо риба садржи 57-80% воде, 12-21% беланчевина, 0,5-28% масти, 0,0-1% угљених хидрата, минерале, витамине и омега-3 масну киселину

¹ Др Јован Бабовић, др Светлана Игњатијевић, др Драгомир Ђорђевић, Универзитет Привредна академија, Факултет за економију и инжењерски менаџмент, Нови Сад, Цвећарска 2, e-mail: babovic@fimek.edu.rs, ceca@fimek.edu.rs, djordjevic@fimek.edu.rs

(Цвртила, Козловачки, 2006). Богатство са омега-3 есенцијалним киселинама, витаминима и минералима има изузетан значај у дијететској исхрани за сузбијање срчаних обољења, депресије и других болести. Светска производња из аквакултуре у периоду 2006 – 2009. године повећана је годишње по стопи од 5,1% и обезбеђује 38% светских потреба становништва за рибом. Аквакултура је основа за развој органске производње рибе, остваривања профита и заштите животне средине. Опредељење је да се сагледа понуда и тражња, измери доходовна и ценовна еластичност рибе и изучи утицај дохотка, цена и цена других врста меса на потрошњу рибе.

Циљ и метод истраживања

Циљ истраживања је да се изуче фактори који детерминишу понуду, тражњу и еластичност потрошње рибе у функцији развоја бизниса у рибарству Србије. Изучиће се понуда и тражња, промет и потрошња рибе у свету, Европској унији и Србији. Сагледаће се доходовна и ценовна еластичност потрошње рибе. Измериће се утицај дохотка, цена и цена других производа на кретање потрошње.

У истраживању понуде, тражње, еластичности потрошње и фактора који детерминишу потрошњу рибе примењен је квантитативно-квалитативни научни метод. Истраживање је извршено на основу временских серија, анкета о потрошњи домаћинстава у Србији и на основу статистике и публикација FAO и EУ.

Обрада података извршена је билансном методом и економетријским методама које се примењују у истраживању понуде, тражње и еластичности потрошње. За утврђивање функционалне зависности потрошње у односу на доходак и цене коришћене су следеће функције:

$$Y = a + bx, E_{yx} = X/Y \times Y' \quad (1)$$

$$\ln Y = a + b \ln x, E = b \quad (2)$$

Истраживање вишеструког утицаја дохотка, цена и цена других производа на потрошњу рибе вршено је путем вишеструке корелационо-регресионе анализе помоћу следећих функција:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + \dots + b_n x_n, R_{xy}, S_y, r_1 \dots r_n. \quad (3)$$

$$\ln Y = a + b_1 \ln x_1 + b_2 \ln x_2 + \dots + b_n \ln x_n, R_{xy}, S_y, r_1 \dots r_n. \quad (4)$$

Извршено је тестирање функција и одређени доходовни, ценовни и корелациони коефицијенти. Истраживање еластичности потрошње рибе у односу на доходак, цене и цене других производа извршено је на основу

одабраних функција (Бабовић, Ј. 2008, стр. 183-208). Истовремено је измерена еластичност у односу на доходак и цене (ERS/USDA Data - International Food Consumption Patterns, Income and price elasticities for food subcategories, 2005.) и путем модификованих образаца у једној и између две тачке за 2009. годину (Ђоровић, М., 2010, стр. 88-92, Галетић, Ф., 2010).

Ценовна еластичност тражње у једној (E_c) и између две тачке (E_{c1}) :

$$E_c = (dQ/Q) / (dC/C) = (dQ/dC) \times (C/Q) \quad (5)$$

C - цена, Q - количина, dQ – промена количине, dC – промена цене.

$$E_{c1} = (dQ/dC) \times (C_2 + C_1) / (Q_2 + Q_1) \quad (6)$$

Доходовна еластичност тражње у једној (E_d) и између две тачке (E_{d1}):

$$E_d = (dQ/dD) \times (D/Q) \quad (7)$$

D - доходак, Q - количина, dD – промена дохотка.

$$E_{d1} = (dQ/dD) \times (D_2 + D_1) / (Q_2 + Q_1) \quad (8)$$

Унакрсна ценовна еластичност у једној (E_u) и између две тачке (E_{u1}):

$$E_u = (dQ_x/dC_y) \times (C_y/Q_x) \quad (9)$$

$$E_{u1} = (dQ_x/dC_y) \times (C_{y2} + C_{y1}) / (Q_{x2} + Q_{x1}) \quad (10)$$

За све еластичности важи правило: $E > 1$ еластична, $E = 1$ јединична, $E < 1$ нееластична.

Понуда, тражња и потрошња рибе у свету

У свету се годишње произведе 145 милиона тона рибе са перманентним темпом повећања. Улов рибе и морских плодова у просеку 2006-2009. године износио је 90 милиона тона и учествује са 62%, а производња у аквакултури са 55 милиона тона или са 38%. Највећи улов имају Кина, Перу, САД, Јапан, Индонезија, Чиле, Италија, Русија, Тајланд и Норвешка.

Светска производња по становнику износи 21,3 kg, а потрошња 17,2 kg. У Африци се троши per capita 8,5 kg рибе, Северној Америци 24, Латинској Америци и Карибима 9,2, Азији 18,5, Европи 22 и Океанији 25,2kg.

Квантитативна анализа показује укупно повећање производње по стопи од 1,9%, а производње из аквакултуре по стопи од 5,1 %. Риба у аквакултури производи се у слатким, морским и заслањеним водама.

Табела 1. Светска производња и понуда рибе (мил.тона)
Table 1 World production and supply of goods (mill. tonnes)

	2006.	2007.	2008.	2009.	Стопа (%)
Улов рибе	89,7	89,9	89,7	90,0	0,1
Аквакултура	47,4	49,9	52,3	55,1	5,1
Укупно	137,1	139,8	142,3	145,1	1,9
Понуда per capita	20,7	20,8	20,9	21,3	0,9
Потрошња per capita	16,8	16,9	17,1	17,2	0,8

FAO: The State of World Fisheries and Aquaculture, Roma, 2010 и обрачун аутора

Производња из аквакултуре доминантна је у Азији са 89% и бележи повећање по стопи од 5,6%. Кина са производњом од 47, 5 мил. тона је највећи произвођач рибе у свету (улов 32,7, аквакултура 14,8 мил. тона). У аквакултури у периоду ради 45 милиона људи са повећањем запослености у периоду 2006 – 2009. године по стопи од 3,6%.

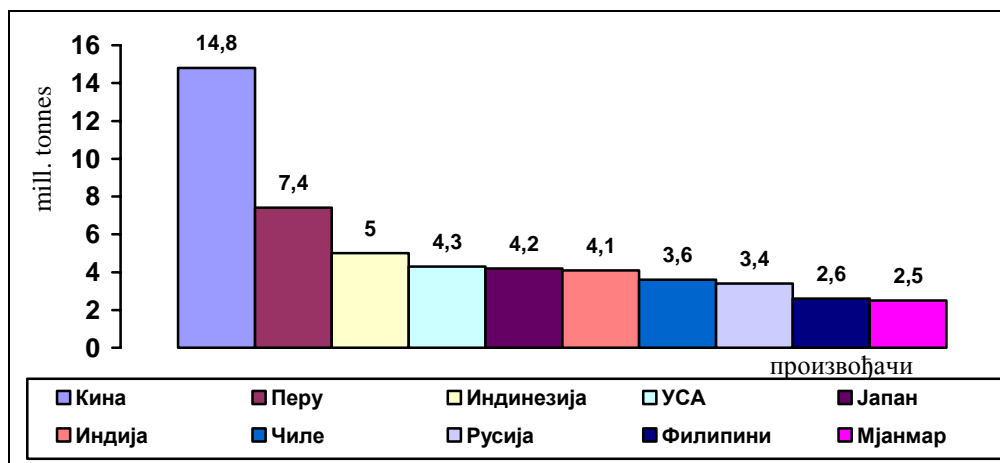
Табела 2. Светска производња рибе у аквакултури по континентима (мил. т.)
Table 2 World production of fish in aquaculture continents (mill. tonnes)

Континент	Количина 2006.	%	Количина 2008.	%	Стопа
Африка	0,7	1,6	0,9	1,8	11,6
Америка	2,4	5,0	2,4	4,5	0,8
Азија	41,8	88,4	46,7	88,8	5,6
Европа	2,2	4,7	2,4	4,6	3,5
Океанија	0,2	0,3	0,2	0,3	3,7
Укупно	47,3	100,0	52,5	100,0	5,1
Производња per capita	7,2		7,7		3,6

FAO: The State of World Fisheries and Aquaculture, Roma, 2010.и обрачун аутора

Највећи светски потрошач рибе по становнику је Малдиви, Исланд, Гренланд и Фарска острва. Десет највећих извозника рибе учествује у светском промету са 50,6%, а у увозу са 62,9%. Кина у светском извозу учествује са 10%,а у увозу са 4,8%. Јапан и САД су највећи увозници рибе и учествују у светском увозу са по 14%.

График 1. Највећи произвођачи рибе у аквакултури у 2008. години (мил. т.)
Chart 1 Major producers of fish in aquaculture in 2008 (mill. tonnes)



FAO: The State of World Fisheries and Aquaculture, Roma, 2010. и график аутора.

Динамика производње омогућује и динамичан извоз рибе у свету. Малопродајне цене и цене уловљене рибе од 2006. године имају тренд повећања, а цене рибе из аквакултуре су стабилне.

Табела 3. Највећи извозници и увозници рибе у свету у 2008. години (мил. \$)
Table 3 The biggest exporters and importers of fish in the world in 2008 (mill. \$)

Земља	Извоз	%	Земља	Увоз	%
Кина	10.114	9,9	Јапан	14.947	13,9
Норвешка	6.937	6,8	САД	14.135	13,2
Тајланд	6.532	6,4	Шпанија	7.101	6,6
Данска	4.601	4,5	Француска	5.836	5,4
Вијетнам	4.550	4,4	Италија	5.453	5,1
САД	4.463	4,4	Кина	5.143	4,8
Чиле	3.931	3,8	Немачка	4.502	4,2
Канада	3.706	3,6	Енглеска	4.220	3,9
Шпанија	3.465	3,4	Данска	3.111	2,9
Холандија	3.394	3,3	Кореја Р.	2.928	2,7
Свега	51.695	50,6		67.377	62,8
Свет	101.983	100,0		107.128	100,0

FAO: The State of World Fisheries and Aquaculture, Roma, 2010. и обрачун аутора.

Производња, потрошња и промет рибе у Европској унији

Производња у аквакултури и улов рибе у ЕУ остварени су у количини од око 12 милиона тона. Производња из аквакултуре учествује са 18%. Потрошња per capita у ЕУ стагнира и износи 22 kg.

Табела 4. Показатељи рибарства Европске уније (хиљ. тона)
Table 4 Indicators of Fisheries of the European Union (thousands pieces tons)

Показатељи	2005.	2010 ¹ .	Стопа (%)
Производња (улов и аквакулт)	12.381	12.473	0,1
Потрошња	10.892	11.096	0,3
Извоз	8.008	8.032	0,1
Увоз	9.817	10.012	0,4
Производња per capita kg	24	25	0,0
Потрошња per capita kg	22	22	0,0

FAO: Future Prospects for fish and fishery products, Rome, 2007.и обрачун аутора

Из ЕУ се извози 8, а увози око 10 милиона тона рибе. Извози се слатководна, морска риба, љускари, мекушци и главноношци. Увози се доминантно морска риба, слатководна риба, љускари, мекушци, главноношци и водене животиње.

Табела 5. Потрошња рибе per capita kg у Европској унији
Table 5 Fish consumption per capita kg in the European Union

ЕУ-28	2005.	2010.	Стопа (%)	ЕУ-28	2005.	2010.	Стопа (%)
Аустрија	11	11	0,0	Кипар	25	24	96,0
Белгија и Луксенбург	22	22	0,0	Чешка	10	10	0,0
Данска	24	25	0,8	Естонија	14	14	0,0
Финска	34	35	0,6	Мађарска	5	5	0,0
Француска	32	32	0,0	Пољска	12	13	1,6
Немачка	15	15	0,0	Словенија	7	7	0,0
Грчка	26	26	0,0	Бугарска	5	5	0,0
Ирска	21	21	0,0	Литва	37	37	0,0
Италија	24	25	0,8	Литванија	17	19	2,3
Холандија	15	15	0,0	Малта	30	31	-0,7
Португалија	60	59	-0,4	Норвешка	46	45	-0,5
Шпанија	40	39	-0,5	Румунија	3	4	5,9
Шведска	28	28	0,0	Словачка	6	6	0,0
Енглеска	24	24	0,0	ЕУ-28	22	22	0,0

FAO: Future Prospects for fish and fishery products, Rome, 2007.и обрачун аутора

Фактори који детерминишу производњу и потрошњу рибе у Србији

Производња рибе у Србији износи 12,5 хиљада тона и бележи повећање у периоду 2006 – 2009. године по стопи од 20 %. У структури производње шаран и пастрмка учествују са 69 %, а улов рибе са 31%. Производња *per capita* износи 1,7 кг и не подмирује потребе потрошача, па је присутан увоз и дефицит у спољној трговини. Учешће производње рибе у укупној производњи меса у односу период пре тридесет година, смањено је са 6,3% на 2,6 % (Бабовић, 1977, стр 288).

Табела 6. Производња рибе у Србији (тона)
Table 6 Fish production in Serbia (tons)

Врста рибе	2006.	2007.	2008.	2009.	Стопа (%)
Шаран	4.953	6.726	7.374	7.549	15,1
Пастрмка	608	642	1.095	1.068	20,5
Улов разне рибе	2.631	2.536	3.151	3.845	13,5
Укупно	7.192	9.904	11.620	12.462	20,0
Производња <i>per capita</i> кг	1,0	1,3	1,6	1,7	20,2
Учешће рибе у производњи меса %	1,59	2,06	2,52	2,59	17,6

Извор: РЗС и обрачун аутора

Србија располаже са компаративним природним ресурсима за развој рибарства. Шаран се организовано производи на око 14,6 хиљада ha, а пастрмка на око 17 ha рибњака. Потребно је улагати у развој рибарске производње уз увоз адекватног асоримана у складу са тражњом.

Истраживање тржишта рибе показује да постоји тражња за рибом, а нарочито за слатководном рибом у свету. Постоји могућност пласмана рибе на тржишту ЕУ, Русије и других земаља. Потребно је инвестирати у изградњу рибњака шарана и пастрмке под повољним условима, субвенционисати производњу, укинути или смањити надокнаде за коришћење воде, развијати асортиман у производњи и преради, образовати кадрове и донети стратегију развоја рибарства са подстицајним агроекономским мерама.

На тржишту Србије присутна је слатководна, смрзнута морска риба и прерађевине. У великим потрошачким центрима, маркетима и ресторанима заступљене су скоро све врсте риба, а у мањим центрима скромнија је понуда, асортиман и потрошња.

Табела 7. Хемијски састав меса рибе на 100 гр јестивог дела
Table 7 Chemical composition of meat fish per 100 g of edible part

Садржај	Шаран	Пастрмка	Сардела	Ослић	Скуша	Рак
Беланчевине %	18,9	19,2	20	17	18,7	18,7
Масти %	7,1	2,1	9	2	12	2,2
Угљ. хидрати %			0,6			1,3
P mg	230	220	182	180	230	200
Ca mg	34	20	18	54	5	200
Mg mg	20	25		20	33	40
J mg		3		2	10	90
B1 mg	0,09	0,09	0,06	0,08	0,15	0,07
B2 mg	0,04	0,15	0,5	0,1	0,35	0,05
PP mg	1,5	3,5	2,6	2	2,7	1,2

Балтић, М. Ж. (1997) Хигијена меса, риба, ракова и шкољки, Ветеринарски факултет, Београд; Цвртила, Ж., Козачански, Л. (2006) Хемијски састав меса рибе, Месо, Ветеринарски факултет, Загреб, 365-369 и обрачун аутора.

Србија остварује дефицит са рибом у спољној трговини. Увоз у 2009. години износи 74,8 милиона \$, а извоз 5,4 милиона \$, са дефицитом од 69,4 милиона \$ (РЗС, 2011).

Агроеколошки услови, тржишне потребе и могућности извоза показују да тежиште треба дати инвестирању у подизање нових рибњака, коришћење постојећих, порибљавању река, језера и акумулација, примени нових система гајења у производњи и исхрани, развоју прераде и финалног асортимана, стручном усавршавању и образовању запослених. Потребно је донети стратегију развоја рибарства, увести стандарде квалитета и дефинисати подстицајну агроекономску политику.

Потребно је рибу маркентишки припремити, упаковати и амбалажирати, ускладиштити и транспортовати до потрошача, увести стандарде НАССР и еколошке стандарде (Балтић, М., 2009.стр.166-176). Потребно је развијати органску производњу рибе у аквакултури и финални сертифицирани асортиман за домаће потребе и извоз.

Потрошња рибе у 2009. години је мала и са прерађевинама износи 5,7 kg по становнику и има тренд повећања од 2006 – 2009. године по стопи од 1,2%. Рибу највише троше непољопривредна домаћинства, а најмање пољопривредна. Поред економских фактора присутне су навике и обичаји у потрошњи рибе. Риба се код нас једе највише за време празника и у дане поста. Разлог ниске потрошње је мала куповна моћ становништва, ограничена

и неадекватна понуда, скромни асортиман који се нуди потрошачу и недостатак навике у исхрани.

Табела 8. Потрошња рибе свих домаћинстава и по члану у Србији у kg
Table 8 Fish consumption of all households and per capita in Serbia in kg

Подручје	2006.	2007.	2008.	2009.	Стопа (%)
Централна Србија	19,0	18,5	17,3	18,0	-1,8
-Без Београда	20,5	17,1	16,6	16,5	-5,0
-Београд	15,6	21,9	18,8	21,3	10,2
Војводина	13,6	11,1	15,7	15,0	3,3
Србија - укупно	17,5	16,9	16,9	17,2	-0,6
Потрошња по члану	5,5	5,7	5,5	5,7	1,2

Извор: РЗС, Анкета о потрошњи домаћинстава 2006-2009.

На низак ниво потрошње рибе у Србији утиче ниска производња, доходак, цене, развијеност продајне мреже, асортиман, начин конфекционирања рибе и презентација потрошачима, навике и култура исхране. Потребно је предузети мере за развој разноврсне производње рибе у аквакултури у циљу повећања понуде рибе у току целе године. Обезбедити разноврсну понуду свеже, замрзнуте, конзервиране, димљене, сушене и упаковане рибе.

Доходовна и ценовна еластичност потрошње рибе у ЕУ и Србији.

Доходовни коефицијенти у ЕУ и код неких земаља су позитивни и крећу се у распону од 0,260 до 0,654 и показују да је потрошња рибе нееластична. У Србији доходовни коефицијент еластичности потрошње износи 0,549 и показује да се са променом дохотка за 1% потрошња мења за 0,549%. Коефицијенти ценовне еластичности у ЕУ и по појединим земљама крећу се у распону од -0,191 до -0,480 и показују да је присутна нееластичност. У Србији коефицијент ценовне еластичности је низак и износи -0,402 и показује да се са повећањем цена рибе потрошња смањује за -0,402%.

Динамика доходовне еластичности у Србији показује да је исти у 1973. години износио 0,625, 2005. године 0,549 и 2009 године 0,481 (Бабовић, 1977., стр.293).

Табела 9. Доходовна и ценовна еластичност рибе
у ЕУ и Србији у 2005. години
Table 9 The income and price elasticity of fish in the EU and Serbia in 2005

ЕУ-28	Доходовна	Ценовна	ЕУ-28	Доходовна	Ценовна
Аустрија	0,341	-0,250	Кипар	0,371	-0,272
Белг. и Лукс.	0,341	-0,278	Чешка	0,455	-0,333
Данска	0,394	-0,288	Естонија	0,485	-0,356
Финска	0,405	-0,297	Мађарска	0,480	-0,352
Француска	0,377	-0,273	Пољска	0,494	-0,363
Немачка	0,366	-0,269	Словенија	0,446	-0,327
Грчка	-	-	Бугарска	0,531	-0,390
Ирска	0,364	-0,287	Литва	0,510	-0,374
Италија	0,391	-0,287	Литванија	0,486	-0,356
Холандија	0,363	-0,266	Малта	0,421	-0,309
Португалија	0,431	-0,316	Норвешка	0,364	-0,267
Шпанија	0,384	-0,281	Румунија	0,544	-0,399
Шведска	0,390	-0,286	Словачка	0,481	-0,353
Енглеска	0,351	-0,258	СРБИЈА	0,549	-0,402
Кина	0,654	-0,480	Русија	0,532	-0,390
Јапан	0,380	-0,279	САД	0,260	-0,191

Извор: ERS/USDA Data - International Food Consumption Patterns, Income and price elasticities for food subcategories, 2005.

Просечна доходовна еластичност у ЕУ је ниска и износи 0,423, а ценовна -0,311.

Утицај дохотка и цена на потрошњу рибљег меса у Србији

Извршено је истраживање парцијалног утицаја дохотка и цена на потрошњу рибе.

$$\text{Утицај дохотка: } Y=4,60+0,0049x, R_{yx}=0,451, E_d(2009)=0,481 \quad (11)$$

$$\text{Утицај цене: } Y=5,75-0,05x, R_{yx} =0,454, E_c(2009)= -0,227. \quad (12)$$

Корелациона зависност испитиваних фактора је ниска. Коефицијент еластичности потрошње у 2009. години у односу на доходак износи 0,481, а у односу на цену -0,230. Коефицијент еластичности потрошње рибе у односу на цену свињског меса износи $E_{ul}= 0,198$, а у односу на цену пилећег меса $E_u = 0,736$ и показује да су ова меса супститути рибе.

Утицај производње рибе на потрошњу је низак и коефицијент еластичности износи $E_p = 0,292$. Присутна је просечна производња од 1,7 kg по становнику, која минимално утиче на потрошњу од 5,7 kg по становнику.

Истражујући смер и јачину везе између потрошње рибе по потрошачу и дохотка (x_1) и цене рибе (x_2) добијена је регресиона једначина:

$$Y = 4.11 + 0,00081x_1 - 0,011 x_2, R = 1, S_y = 0,0. \quad (13)$$

Регресиони параметри показују да повећање дохотка условљава већу потрошњу рибе, а повећање цене рибе утиче на смањење потрошње.

Закључак

1. У свету се годишње произведе 145 милиона тона рибе са темпом повећања по стопи од 1,9%. Улов рибе и морских плодова за период 2006-2009. године износи 90 милиона тона и учествује са 62%, а производња у аквакултури са 55 милиона тона или са 38%. Производња из аквакултуре доминантна је у Азији и бележи перманентно повећање по стопи од 5,6%. Светска производња по становнику износи 21,3 kg, а потрошња 17,2 kg. Кина у светском извозу учествује са 10%, а у увозу са 4,8%. Јапан и САД су највећи увозници рибе и учествују у светском увозу са по 14%.

2. Производња у аквакултури и улов у ЕУ остварени су у количини од око 12 милиона тона. Производња из аквакултуре учествује са 18%. Потрошња *per capita* стагнира и износи 22 кг. Из ЕУ се извози 8 мил. тона, а увози око 10 мил. тона разне рибе.

3. Производња рибе у Србији износи 12,5 хиљада тона и бележи повећање по стопи од 20 %. У структури производње организована производња шарана и пастрмке учествује са 69 %, а улов разне рибе са 31%. Производња *per capita* ниска је и износи 1,7 кг. Утицај производње рибе на потрошњу је низак и коефицијент еластичности износи $E_p = 0,292$. Производња не подмирује потребе потрошача, па је присутан увоз, скромна понуда и дефицит. Потребно је развијати органску производњу рибе у аквакултури за производњу квалитетне рибе и финалног сертифицираног асортимана за домаће потребе и извоз.

4. Потрошња рибе у Србији са прерађевинама износи 5,7 kg по становнику и има тренд повећања по стопи од 1,2%. Разлог ниске потрошње је мала производња и куповна моћ становништва, цена, ограничена и неадекватна понуда, скромни асортиман у понуди и навике и култура у исхрани.

5. Просечна доходовна еластичност у ЕУ је ниска и износи 0,423, а ценовна -0,311. У Србији доходовни коефицијент еластичности потрошње рибе износи 0,549, а ценовне еластичности -0,402. Коефицијент доходовне еластичности рибе у Србији 2009. године износи 0,481, а ценовни -0,227. Коефицијент еластичности потрошње рибе у односу на цену свињског меса је ниска и износи $E_{ul} = 0,198$, а у односу на цену пилећег меса $E_u = 0,736$ и показује да су ова меса супститути рибе.

6. Регресиони параметри показују да повећање дохотка утиче на већу потрошњу рибе, а повећање цене рибе утиче на смањење потрошње.

7. Агроеколошки услови за производњу, тржишне потребе и могућности извоза показују да тежиште треба дати инвестирању у подизање нових рибњака, коришћењу постојећих, порибљавању река, језера и акумулација, примени нових система гајења у производњи и исхрани, развоју прераде и финалног асортимана, стручном усавршавању. Србија треба да донесе стратегију развоја рибарства, уведе стандарде квалитета и дефинише подстицајну агроекономску политику.

Литература

1. Babović, J. et al. (2011) Factors influencing the economics of the pork meat production, *AGRICULTURAL ECONOMICS, Czech*, 57, 2011 (4): 203 – 209.
2. Бабовић, Ј. (2008) Маркетинг и агромаркетинг, Факултет за економију и инжењерски менаџмент, Нови Сад, 183 - 208.
3. Бабовић, Ј. (2008) Агромаркетинг у органској производњи хране, *Органска пољопривреда*, том 1, Институт за ратарство и повртарство, Нови Сад, 79 - 104.
4. Бабовић, Ј. (1977) Истраживање фактора који детерминишу потрошњу рибљег меса у ЈУ, *Маркетинг пољопривредно-прехрамбених производа*, Нови Сад, 283 - 297.
5. Балтић Ж. М. и сар. (2009) Чиниоци од значаја за одрживост рибе и одабраних производа од рибе у промету, *Технологија меса*, 50, 1-2, 166-176.
6. Балтић, Ж. М. (1997). *Хигијена меса, риба, ракова и шкољки*, Ветеринарски факултет, Београд.
7. Цвртила, Ж. Козачански, Ј. (2006) *Кемијски састав меса рибе*, Месо, Ветеринарски факултет, Загреб, 365-369.

8. Галетић, Ф. (2010) Еластичност потражње и понуде, Економски факултет, Загреб.
9. Ђоровић, М., Томин, А. (2010) Тржиште и промет пољопривредних производа, уџбеник, Пољопривредни факултет, Београд, 88 - 92.
10. ERS/USDA Data - International Food Consumption Patterns, Income and price elasticities for food subcategories, 2005.
11. Милановић, М., Ђоровић, М. (2011) Тржиште пољопривредних производа Србије пре и после транзиције, Институт за економику пољопривреде, Београд, 72-115.
12. РЗС, Анкета о потрошњи домаћинстава Србије 2006-2009, Београд.
13. РЗС, База података, Спољна трговина, Београд, 2011.
14. Стоиљковић, Д. (1969) Теорија и мерење тражње, Београд
15. FAO: The State of World Fisheries and Aquaculture, Roma, 2010.
16. FAO: Future Prospects for fish and fishery products, Roma, 2007.

Примљено: 18.06.2011.

Одобрено: 02.12.2011.

UDC: 339.132/.133:639.31

SUPPLY, DEMAND AND ELASTICITY OF FISH

Jovan Babović, Ph.D., Svetlana Ignjatijević, Ph.D., Dragomir Đorđević, Ph.D.
University of Business Academy in Novi Sad, Serbia

Summary

We studied the factors that determine supply, demand and elasticity of consumption of fish in the world, EU and Serbia. The annual fish supply in the world is 145 million tons with a rate increase of 1.9%. World production per capita is 21.3 kg and the consumption is 17.2 kg. Production in the EU amounts to 12 million tons of fish and participates in the world's production with 8.3%. Consumption per capita has stagnated at 22 kg. Fish production in Serbia is 12.5 thousand tons and records an increase rate of 20%. Production per capita is 1.7 kg, and the consumption is 5.7 kg. The income elasticity of consumption of fish in the EU is inelastic and is 0.423, and -0.311 in price. In Serbia, income elasticity of fish consumption is 0.549, and -0.402 in price. The elasticity of fish consumption compared to the prices of pork and chicken meat is positive, low and shows that these meat are substitutes. Regression parameters show that an increase in income causes a greater demand for fish, and increase in prices of fish has influenced decreased demand.

Key words: supply, demand, income and price elasticity, consumption and production per capita, regression.

Author's Address:

Dr Jovan Babović
Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment
Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu
Cvećarska 2
21000 Novi Sad
021/400 484
mobil: 064 9180 426
e-mail: babovic@fimek.edu.rs

ПРОМЕНЕ НА ТРЖИШТУ ВИНА У ЗЕМЉАМА ЦЕФТА ГРУПАЦИЈЕ¹

Б. Влаховић², Д. Томић³, А. Пушкарић⁴

Резиме: Виноградарство и винарство представљају значајне привредне гране у већини земаља потписница ЦЕФТА споразума. Земље овог региона имају повољне агроеколошке услове за производњу грожђа и вина. Предмет и циљ истраживања јесу сагледавање трендова у производњи, извозу и увозу вина у земљама ЦЕФТА региона. Изворе података представља база ФАО (*Food and Agriculture Organization – FAO*), у временском периоду 2001-2009. година. Просечна производња вина у наведеном региону износи 610 милиона литара са тенденцијом опадања по просечној годишњој стопи од 2,81%. Изражено по становнику производња износи 24,4 литара. Просечан извоз вина земаља у оквиру наведене групације износи 243,5 милиона литара са тенденцијом благог пада, по стопи од 1,74%. Вредносно извоз износи 214 милиона долара. Извозна цена вина износи 0,9 долара по литру, што указује да се извозе, углавном, вина слабијег квалитета (стона вина). Најзначајнији извозник је Молдавија са учешћем од 63% у укупном извозу из региона. Увоз вина групације износи 50 милиона литара и бележи тренд значајног пораста по просечној стопи од 12,44% годишње. Вредносно увоз износи 54,8 милиона долара. Највећи увозник је Република Србија са учешћем од 46,7%. Земље региона остварују позитиван биланс спољнотрговинске размене вина, просечно преко 190 милиона литара. Неопходно је повећати производњу вина уз промену структуре са становишта квалитета а према захтевима тржишта.

Кључне речи: Вино, производња, извоз, увоз, биланс размене, ЦЕФТА.

¹ Рад је део истраживања на пројекту 46006 - Одржива пољопривреда и рурални развој у функцији остваривања стратешких циљева Р. Србије у оквиру дунавског региона финансираног од стране Министарства за науку и технолошки развој Републике Србије.

² Др Бранислав Влаховић, ред. проф., Пољопривредни факултет Универзитета у Новом Саду, Трг Доситеја Обрадовића 8, 21000 Нови Сад, Србија, e-mail: vlahovic@polj.uns.ac.rs

³ Др Данило Томић, Висока пословна школа струковних студија, Нови Сад, Србија.

⁴ Мр Антон Пушкарић, Институт за економику пољопривреде, Београд.

1. Значај проблема, предмет и циљ истраживања – потписани споразуми предуслов трговине вином

Трговина индустријским производима између потписница ЦЕФТА споразума је од 1. јануара 2009. године потпуно либерализована. За пољопривредне производе постоји могућност задржавања извесног степена заштите. Потписивањем Споразума задржане су концесије за пољопривредне производе у трговини између следећих земаља: Албаније са: Босном и Херцеговином, Хрватском, Македонијом, Молдавијом, Црном Гором и Србијом. Босне и Херцеговине са: Албанијом (великим делом крајем 2008. су укинутае). Хрватске са: Албанијом, Молдавијом, Црном Гором и Србијом. Македоније са: Албанијом, Хрватском и Молдавијом. Молдавије са: Албанијом, Хрватском, Македонијом, Црном Гором и Србијом. Црне Горе са: Албанијом, Хрватском и Молдавијом. Србије са: Албанијом, Хрватском и Молдавијом. УНМИК / Косова са Хрватском. Чланом 10. тачка 3. Споразума, дефинисано је да ће стране у оквиру Заједничког комитета испитати могућности међусобног одобравања додатних концесија. Потпуну либерализацију трговине пољопривредним производима Србија је успоставила са БиХ, Црном Гором, Македонијом и УНМИК / Косовом. Договори су постигнути и са Албанијом и Молдавијом, док ће овај процес са Хрватском бити спроведен у две етапе. Током 2010. године преференцијалне царинске стопе снижене су за 50%, а обим квота је удвостручен. За другу етапу либерализације, током 2011. године, предвиђено је да се царине у оквиру квота укину, а обим квота би требало да се повећа за нових 100%, осим за осетљиве производе.

Маркетинг концепт привређивања полази од захтева потрошача, односно тржишта. Према томе, производња мора бити конципирана тако да се задовоље потребе потрошача у квантитативном и квалитативном смислу. Међутим, у производњи вина овај циљ није ни мало лако остварити, због тога што се потрошачи разликују по својим потребама и жељама. Предмет истраживања овога рада јесте обим, динамика и трендови кретања производње, извоза, увоза и спољнотрговинског биланса вина у земљама потписницама ЦЕФТА-е, како би се сагледали извозно-увозни потенцијали појединих земаља (*Албанија, Република Македонија, Хрватска, Босна и Херцеговина, Црна Гора, Молдавија и Република Србија, а у име Косова потписник је УНМИК*).

2. Извори података и метод рада

У раду су коришћени хетерогени извори података. Основни извори преузети су из статистичке базе података Организације Уједињених Нација за исхрану и пољопривреду – ФАО (*Food and Agriculture Organization – FAO*), у временском периоду од 2001 до 2009. године. Биланс спољнотрговинске ра-

змене рачунат је као разлика између извоза и увоза. Интензитет кретања промена квантификован је израчунавањем стопа промена применом функција са најприлагођенијим линијама тренда оригиналним подацима. Одређене појаве приказане су у виду табела.

3. Резултати истраживања

3.1. Производња вина у земљама ЦЕФТА региона

Виноградарство и винарство представљају значајне привредне гране у свим земљама региона. Имају добре агроеколошке услове за производњу грозђа и вина (традиција, климатски, едафски фактори, и сл.). У истраживаном временском периоду просечна производња вина у земљама ЦЕФТА региона износила је 610 милиона литара, са тенденцијом смањења по стопи од 2,81% годишње (табела 1).

Табела 1. Производња вина у земљама ЦЕФТА (2001-2009)
Table 1 Wine production in CEFTA countries (2001-2009)

Земља Country	Производња Production мил. лит.	По становнику Per capita (lit.)	Стопа промене Rate of change (%)
Молдавија – Moldavia	199,8	52,0	2,18
Р. Македонија – Macedonia	88,6	43,6	2,96
Србија – Serbia	145,9	19,7	-3,15
Хрватска – Croatia	141,8	31,8	-14,25
Босна и Херц. – Bosnia&Herz.	5,1	1,4	-3,27
Црна Гора – Montenegro	15,4	24,9	-2,43
Албанија – Albania	13,3	4,3	11,52
Косово (УНМИК)* UNMIK	-	-	-
Укупно	610	24,2	-2,81

Извор: Обрачун на бази података ФАО

*За Косово (УНМИК) нема података.

У поменутој групацији производи се трећина европске производње вина. Производња је на прилично стабилном нивоу што указује коефицијент варијације (18,2%). Анализа производње обухвата само Молдавију и Србију с обзиром да су оне највећи произвођачи вина у региону. Најзначајнији произвођач вина је Молдавија са просечном производњом од 199,8 милиона литара, што представља трећину укупне производње наведених земаља. У ана-

лизираном периоду она благо повећава производњу по стопи од 2,18% годишње. Брежуљкаст крајолик, плодно тло, топла клима, бројне реке и близина Црног мора доприносе високој и квалитетној производњи вина. Укупна површина под виновом лозом износи око 110 хиљада хектара. У Молдавији грожђе се гаји још од осмог века пре нове ере. Захваљујући француским колонистима у XIX веку засађене су најпознатије сорте винове лозе. Постоји 29 већих винарија. Највише се производе вина од грожђа висококвалитетних сорти: *aligote, fetjaska, rajnski rizling, sovinjon, rkaciteli, traminac, muskat beli* др. Од црних највише се узгајају сорте *cabernet sovinjon i saperavi*, а од домаћих аутохтоних сората *sereksija u černaја*, из чијег се грожђа производе, углавном, лагана црвена стона вина. Виногради се простиру на целој територији државе, већина је у околини престонице Кишињева у централном делу. Грожђе се, такође, гаји у југоисточној зони (Пукарска област), Јужној и Северној зони. Познати центри за вино су Бардар, Црицова, Чимишлија, Чумај, Пухој и Пукара [1]. Произведена вина у највећем обиму сврставају се у групу квалитетних. Садрже око 12% vol. алкохола, скоро су искључиво сува с високим садржајем укупних киселина (између 6 и 8 г/л) па су стога питка и освежавајућа. Тренутно, вински сектор у Молдавији доживљава велики преображај. Нови засади винове лозе су са високо-квалитетним клоновима познатих сорти [2]. Најпознатија бела вина су: *Chateau de Montagne*, од грожђа сорте *Chardonnay*, *Aligote* са посебним француском технологијом, у којој је вино сазрева у храстовим бурадима. *Sauvignon, Chardonnay, Muscat, Doin Rosa* и др. Најпознатија црвена вина: *Kagor, Isabella, Lidia, Comtesse noire, Cabernet Sauvignon, Merlot* и др.

Понос молдавске винске индустрије чине две винарије с највећим подрумима на свету. Најпознатија је *Sticova* која се специјализовала за врхунска пенушава вина. Тунели винарије протежу се у дужини од 120 километара. Годишње се у њој произведе 40-ак милиона литара квалитетног вина. Свака врста вина чувана је у истоименој улици. На пример улице *Диониза, Кабарнеа, Мерлоа, Траминца*, итд. Архива садржава поједина вина која имају вредност и већу од сто хиљада евра. Примењује се савремена француска технологија производње. Винарија *Milestii Mici*, позната је по архивским винима, има највећу збирку вина на свету. Њени подруми дугачки су преко 200 километара, службено је уврштена у Гинисову књигу рекорда[3].

На другом месту према обиму производње налази се Република Србија са просечном производњом од 145,9 милиона литара. У анализираном временском периоду смањује производњу по стопи од 3,15% годишње. Постоји око 50 већих винарија где се производи 120 врста вина са географским пореклом. У структури производње доминирају бела (64%) у

односу на црвена вина. Данас највеће винарске куће представљају "Вршачки виногради" са око 1.700 хектара. "Навин" из Београда и "Рубин" из Крушевца имају 700-800 хектара винограда. У Србији се 83% парцела под виновом лозом налази на малом и средњем поседу [4]. Усвајањем Закона о вину успостављен је виноградарски и винарски регистар по стандардима ЕУ прилагођен породичним винаријама, које данас имају највеће учешће у виноградарству Србије. Циљ законских мера јесте повећање површина под виноградима, побољшање квалитета домаћег вина и повећање производње вина са географским пореклом. Затим, усаглашавање стандарда са захтевним прописима ЕУ, као и побољшање конкурентности вина и његове промоције на међународном тржишту. Србија би требало да пре уласка у ЕУ подигне што више винограда, како би могла да искористи више европских средстава, јер производња вина се значајно финансира из фондова ЕУ [5].

Раст производње вина присутан је у Молдавији, Републици Македонији и Албанији. Остале земље потписнице ЦЕФТА споразума имају тренд опадања производње. У наредном периоду очекује се даља редукција производње како винског грожђа, тако и вина. У првом плану је квалитет произведеног вина, чијом диференцијацијом се тежи да се задовоље захтеви и најпробирљивијих купаца. Квалитет представља пресудан чинилац успеха на тржишту.

3.2. Извоз вина земаља ЦЕФТА региона

Просечан извоз вина анализирани економске групације износио је 243,5 милиона литара и у посматраном временском периоду бележи незнатан пад по стопи од 1,74% годишње. Пад извоза резултанта је деловања низа фактора, пре свега, пада обима производње, смањења тражње на међународном тржишту и сл. Извоз је на доста стабилном нивоу на шта указује коефицијент варијације (23,3%). Међутим, уочава се да производња има стабилнија обележја у односу на извоз. Од укупне производње извози се преко 40% вина, што је значајан део. Значи да је винарска индустрија поменуте групације земаља значајно извозно оријентисана. У структури укупног европског извоза вина поменута групација учествује са 4% (2009.).

Вредност извоза износи 213,9 милиона US долара. Просечна извозна цена износи 0,9 долара за литар. Она је значајно мања од цене коју постижу велики светски извозници. То указује да у структури извоза доминирају вина слабијег квалитета - стона вина. Извозна цена вина из Европске уније износи 2,8 долара по литру. Италија, као највећи светски извозник остварује извозну цену од 3,4 долара по литру (2009.). Тржиште Европске уније највише тражи вина од црвених сорти типа каберне совињон, мерло, од белих сорти – шардо-

не, совињон бланк. Евидентно је да све земље потписнице ЦЕФТА споразума немају исти значај у извозу вина. У наредном делу рада анализирани су само земље водећи извозници вина из региона.

Табела 2. Извоз и увоз вина земаља ЦЕФТА (2001-2009), мил. лит.
Table 2 Export and import of wine of the CEFTA countries (2001-2009) mil. lit.

<i>Земља Country</i>	<i>Извоз Export</i>	<i>Увоз Import</i>	<i>Биланс Balance</i>
Молдавија – Moldavia	152,9	12,1	140,8
Р. Македонија – Macedonia	73	0,6	72,4
Србија – Serbia	7	17,5	-10,5
Хрватска – Croatia	5,8	10,8	-5,0
Босна и Хер. – Bosnia&Her.	2,6	6,9	-4,3
Црна Гора – Montenegro	2,2	0,4	1,8
Албанија – Albania	0,004	1,4	-1,4
Косово (УНМИК)* UNMIK	-	-	-
Укупно	243,5	49,7	193,8

Извор: Обрачун на бази података ФАО
За Косово (УНМИК) нема података.

Најзначајнији извозник у оквиру групације јесте Молдавија (табела 2). Представља и највећег произвођача вина поменуте економске групације. Њен просечан извоз износи 152,9 милиона литара, што чини две трећине укупног извоза ЦЕФТА-е. У посматраном периоду присутан је тренд смањења извоза по стопи од 4,0% годишње. Вредносно исказано извоз чини 149 милиона US долара. Извоз вина је 20% удела у БДП-у Молдавије. Молдавска вина извозе се у више од 50 земаља света. Највећи део, односно око 20% укупне производње извози се у Русију. Извоз је доста варирао. На пример, 2006. године Русија је забранила увоз вина из Молдавије, правдајући одлуку slabим квалитетом. Пољска је највећи увозник молдавских вина у Европској унији [6].

Споразум о слободној трговини између Србије (тада СЦГ) и Републике Молдавије потписан је 13. децембра 2003. године у Риму. Он има симетричан модел међусобне трговине. За индустријске производе даном ступања Споразума на снагу договорено је реципрочно укидање царина. За област пољопривредно-прехрамбених производа постигнут је, такође, велики степен либерализације са изузетком појединих производа (где спада и вино), за чији увоз су предвиђене симетричне годишње квоте са преференцијалним царинама. По искоришћењу квота на даљи увоз примењују се царине по начелима најповлашћеније нације.

На другом месту по извозу налази се Република Македонија са 73 милиона литара. Она партиципира 30% укупног извоза вина земаља региона. Од укупне производње извезе 80% вина. Извоз има стагнантан тренд (стопа 0,26%). У Републици Македонији данас се улаже у производњу и пласман квалитетнијих вина, и на тај начин повећава се број произвођача вина и винарија. Око 28.500 хектара површине у Македонији је под виновом лозом. Око 35% произведеног вина је црвено вино, док остало отпада на бела вина. Медитеранска клима долине реке Вардар, заједно с присутним узвишењима ограничавају утицај хладних ветрова, и плодно тло чине Македонију идеалном земљом за производњу вина [7]. У Републици Македонији постоји 16 виногорја и 64 регистрованих винарија. Извоз се највише реализује на тржишта Немачке, Аустрије, Србије, Црне Горе, Хрватске, Словеније, Чешке, али и Албаније, Јапана и Русије. Највећи извозник је винарија „Тиквеш“ Кавадарци, која извози 80% македонског вина. Винари из Македоније више не могу да извозе свој производ у земље ЕУ уколико је географско порекло на етикетама наведено као „македонско“ – пошто је Грчка још 1989. заштитила придев „македонски“. Произвођачи вина из Македоније страхују да ће се све то негативно одразити на извоз. Највећи део производње вина Македонија извози у Немачку. Према регулативи ЕУ, на етикетама убудуће треба да стоји сорта грождја или регион у Македонији где је вино произведено. Проблем је у томе што ни у самој Македонији није заштићено ни географско нити регионално порекло вина. На пример, повардарски регион из којег потиче највећи део производње, уопште није регистрован у земљи и иностранству [8].

Извоз вина из Србије може се окарактерисати као скроман. Просечно је износио око седам милиона литара, што вредносно чини 7,5 милиона US долара. У 2010. години вредност извоза вина достигла је 13 милиона долара. Позитивно је то што извоз бележи тенденцију значајног раста (стопа 12,55% годишње). Најзначајнији спољнотрговински партнер јесте Босна и Херцеговина где се реализује више од половине укупног извоза вина. Са поменутом земљом постоји споразум о слободној трговини који се примењује од 2002. године, док је потпуна либерализација на снази од 2004. године, с тим што БиХ, од тада често пута једнострано уводи разна ограничења за увоз из Србије. Следи Црна Гора са 16%. Нешто мањи купци су Немачка, Аустрија и Хрватска [9]. Европска унија повећала је Републици Србији извозну квоту вина са 55 на 63 хиљаде хектолитара за бесцарински извоз, од чега је 10.000 хл. Вино у ринфузи. За узврат Србија је дала ЕУ преференцијалну квоту за испоруке вина без царине у висини од 25.000 хектолитара годишње. Квота је резултат преговора Србије и ЕУ, што се односи на договорени Споразум о придруживању и стабилизацији којим је ово тржиште отворено. Најновија одлука о повећању извозних квота представља подстицај за бржи развој виноградарства и винарства у Србији. Међутим, добијена квота у првој половини 2010. године испуњена је свега са 2,1%. Разлози за такво стање су високи за-

хтеви купаца ЕУ у погледу квалитета вина; недовољна је и понуда квалитетног вина која се у Србији производе. Истовремено повећан је извоз у Русију, где је у истом периоду извезено око два милиона литара, што је за половину више него у 2009. години. Укратко, лимитирајући чиниоци већег извоза јесу мале површине под виновом лозом, неодговарајућа структура производње, односно недостатак квалитетних и врхунских (чувених) вина. У структури домаће производње доминирају стона вина са 65%, следе квалитетна са 20%, док врхунска вина учествују са свега 15% [10]. Највећи извоз вина у класи је између стоних и вина са контролисаним географским пореклом [11]. Раст и промена структуре производње представља основу повећања извоза вина [12]. Осим Молдавије и Хрватске, све остале земље групације повећавају извоз вина. Најинтензивнији пораст извоза остварила је Босна и Херцеговина (стопа 13,58%), пре свега, због ниске полазне основе. Све земље ЦЕФТА региона, уколико желе да повећају извоз треба више пажње да посвете стварању и јачању аутохтоних робних марки вина (брендова). То представља један од најјачих и најзначајнијих чинилаца у конкурентској борби за тржиште. У свету је тренутно већа тражња за црвеним винима, док у нашој понуди доминирају бела вина. На пример, у Француској, земљи која је највећи светски произвођач, доминирају црвена вина са учешћем од 73%, док бела учествују са 27% [13]. Неопходно је истраживати преференције потрошача у појединим земљама и према истим прилагодити производњу. Потребно је учинити више напора ка визуелном изгледу боце вина. Наиме, у последњим годинама потрошачи имају све веће захтеве у погледу изгледа, односно визуелног аспекта производа (боца, етикета и сл.). Савремени дизајн треба да буде у функцији промоције, односно потпуног задовољења потрошача.

Описујући квалитетна вина из региона, лондонски магазин *The Economist* ставио је нагласак на вина која долазе из бивших југословенских република – Хрватске, Црне Горе и Македоније. Вина из Србије нису уврштена у понуду добрих вина са западног Балкана. То је последица, не толико што Србија не може да понуди квалитетна вина, већ због тога што је потребно инвестирати у производњу и промоцију квалитетних вина са ових простора [14].

3.3. Увоз вина земаља ЦЕФТА региона

Просечан увоз вина анализирание економске групације износио је 49,7 милиона литара и исти у посматраном временском периоду бележи значајан пораст по стопи од 12,44% годишње. Увоз је обележен значајнијим варијацијама у односу на извоз вина (коэффицијент варијације 31,6%). Вредност увоза износи 54,8 милиона US долара. Просечна увозна цена вина износи 1,1 евро по литру. Евидентно је да је увозна цена виша у односу на извозну цену вина

земаља ЦЕФТА групације. Даља анализа односи се само на Републику Србију као највећег увозника вина у оквиру поменуте економске групације.

Најзначајнији увозник вина у оквиру групације јесте Република Србија. Њен просечан увоз износи 17,5 милиона литара, што чини више од трећине укупног увоза групације ЦЕФТА-е. У посматраном периоду она значајно повећава увоз по стопи од 11,48% годишње. Вредносно увоз чини 16,8 милиона долара. У 2010. години вредност увезеног вина достигла је 31 милион долара. Апсолутно највећи део увоза потиче из Републике Македоније (75%). Вино се увози делом у ринфузи (цистернама) а делом у боцама. Један број домаћих винарија увози, углавном, црвено (црно) вино, гда се чува и негује, а касније пуни у боце и пласира на тржиште. Највећи увоз вина је од произвођача „Гиквеш“ Кавадарци, знатно мањи је од произвођача „Повардарије“ Неготино, „Сковин“ Скопље. Код увоза вина у боцама најчешће доминирају квалитетна црвена (црна) вина различитих робних марки. Споразум о трговини са Републиком Македонијом потписан је 1996. године, а крајем 2005. прерастао је у споразум о слободној трговини и као такав примењује се од 1. јануара 2006. године. Осим Молдавије и Црне Горе, све земље региона повећавају свој увоз вина. Најинтензивнији увоз остварује Албанија (стопа 57,4%).

Нетарифне баријере представљају највећу препреку у реализацији расположивих потенцијала у слободној трговини ЦЕФТА земаља. Обухватају техничке баријере (технички, санитарни и фитосанитарни стандарди и сертификавање) и административне баријере (лиценцирање, време и документација потребна приликом увоза и извоза, доступност царинских закона и прописа). Потписнице Споразума ступиле су у преговоре ради закључивања плурилатералних споразума о хармонизацији или узајамном признавању у области техничких прописа и стандарда, као и процедура оцењивања усаглашености и атестирања у складу са одредбама споразума СТО о техничким препрекама у трговини и осталим релевантним међународним споразумима. Иако су дуго најављиване, за сада нема промена у 2011. години за примену стопа царине у складу са Споразумом о слободној трговини са земљама ЦЕФТА-е. Даља либерализација стопа царине за пољопривредне производе, која је предложена од стране ЦЕФТА, подкомитета за пољопривреду, још увек није потврђена. Очекује се да ће правни аспекти бити решени ускоро и да ће се на тај начин омогућити повољнији третман пољопривредних производа у међусобној трговини у оквиру ЦЕФТА региона [15].

Земље ЦЕФТА групације остварују позитиван биланс спољнотрговинске размене вина у количини од 193,8 милиона литара (табела 2). Позитиван биланс размене остварују Молдавија, Република Македонија и Црна Гора. Негативан биланс размене имају Република Србија, Хрватска, Босна и Херцеговина и Албанија.

4. Закључак

Земље потписнице ЦЕФТА представљају значајног произвођача вина у европским оквирима. Просечна производња у наведеном региону износи 610 милиона литара са тенденцијом опадања по просечној годишњој стопи од 2,81%. Просечан извоз вина земаља износи 243,5 милиона литара са тенденцијом благог пада, по стопи од 1,74%. Извозна цена вина износи 0,9 долара по литру, што указује да се извозе, углавном, вина слабијег квалитета (стона вина). Најзначајнији извозник је Молдавија са учешћем од 63% укупног извоза из региона. Увоз вина групације износи 50 милиона литара и бележи тренд значајног пораста по просечној стопи од 12,44% годишње. Највећи увозник је Република Србија са учешћем од 46,7%. Земље региона остварују позитиван биланс спољнотрговинске размене вина, просечно преко 190 милиона литара. Ради повећања извоза неопходно је интензивирати производњу вина уз промену структуре ка квалитетнијим винима. Позитиван биланс размене остварују Молдавија, Република Македонија и Црна Гора. Остале земље имају негативан биланс размене. Нетарифне баријере представљају највећу препреку у реализацији пуних капацитета у слободној трговини ЦЕФТА земаља.

Литература

1. <http://moldavia.webgarden.cz/moldavsko-a-vino> [приступљено: мај 2011].
2. <http://www.vinopedia.hr/wiki/index.php?title=Moldavija> [приступљено: мај 2011].
3. <http://www.poslovnisavjetnik.com/sites/default/files/moldavija.pdf> [приступљено: мај 2011].
4. <http://www.vino.rs/srbija.html> [приступљено: мај 2011].
5. <http://www.kombeg.org.rs/Komora/OpstaA.aspx?veza=1987> [приступљено: мај 2011].
6. http://www.progressivenewsletter.com/view_news.do?id=27496&language=yu [приступљено: мај 2011].
7. <http://www.poslovni.hr/vijesti/vino-i-grozde--glavni-izvozni-aduti-makedonije-92777.aspx> [приступљено: мај 2011].
8. <http://www.politika.rs/rubrike/region/Rat-vinarskih-etiketa.lt.html> [приступљено: мај 2011].
9. Vlahović, B., Puškarić, A., Maksimović, Branka (2009): Competitiveness of Wine Export From the Republic of Serbia, 113 Seminar of the EAAE, The Role of Knowledge, Innovation and Human Capital in Multifunkcional Agriculture.

Iture and Territorial Rural Development, Thematic Proceedings, Belgrade, str. 475-481.

10. [http://: www.poslovni magazin](http://www.poslovni_magazin) [pristupljeno: мај 2011]..
11. <http://www.glassrbije.org/pr/content/agrar> [pristupljeno: мај 2011].
12. Влаховић, Б., Томић, Д., Пушкарић, А., (2008): Производња вина у Републици Србији, Економика пољопривреде, број 3, Београд.
13. Ribero-Gajon, P.: Француска вина, www.ambafrance.srb. [pristupljeno: april 2011].
14. <http://www.agropress.org.rs/tekstovi/16177.html> [pristupljeno: мај 2011].
15. http://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/vesti/Liberalizacija_NP.pdf [pristupljeno: мај 2011].

Примљено: 21.06.2011.

Одобрено: 02.12.2011.

UDC: 663.2:339.13(4-15)

CHANGE AT WINE MARKET IN THE COUNTRIES OF CEFTA REGION

Branislav Vlahović¹, Ph.D., Danilo Tomić², Ph.D., Anton Puškarić³, MSc.

¹ Faculty of Agriculture, Novi Sad, Serbia

² Higher Business School in Novi Sad, Serbia

³ Institute of Agricultural Economics, Belgrade, Serbia

Summary

Viticulture and wine production are important industries in most of the countries who have signed CEFTA agreement. The countries of this region have favorable environmental conditions for a high production of grapes and wine. The subject and purpose of the research is to understand the trends of production, export and import in the countries of CEFTA region. Source of data is FAO database (Food and Agriculture Organization - FAO), for the time period 2000-2009. Average wine production in the given region is 610 million liters with a tendency of slight decrease at an average annual rate of 2.81%. Average wine export for countries of this group is the 243.5 million liters, with a tendency of slight decrease at a rate of 1.74%. Export price of wine is 0.9 dollars per liter, which indicates that lower-quality categories of wine (table wine) are mainly being exported. The most important exporter is Moldova with the participation of 63% of total exports from the region. Import of wine is 50 million liters with a trend of significant growth at an average rate of 12.44% per year. The largest importer is the Republic of Serbia with a share of 46.7% of the region. Countries in the region are achieving a positive trade balance of wine, averagely over 190 million liters. It is necessary to increase the production of wine with changes in the structure with regard to quality.

Key words: wine, production, export, import, trade balance, CEFTA

Author's address:

Prof. dr Branislav Vlahović
Poljoprivredni fakultet
Trg Dositeja Obradovića 8
21000 Novi Sad
mail: vlahovic@polj.uns.ac.rs

ЕКСТРАКЦИОНЕ ТЕХНИКЕ ЗА ЛЕКОВИТО И АРОМАТИЧНО БИЉЕ И САВРЕМЕНА ПРОИЗВОДЊА ПРЕХРАМБЕНИХ ПРОИЗВОДА¹

Славица Костић-Николић²

Резиме: Савремена индустријска производња прехранбених производа не може да се замисли без коришћења одређених додатака (ароме, боје, конзерванси и др.). Наука о исхрани утиче на нова сазнања о користи или штетности састојака хране. Данас велики значај има примена природних додатака у индустријској производњи прехранбених производа. Процесом прераде из неких врста биљака могуће је да се добију екстракти (етарско уље) са антиоксидативним својствима. У раду се указује на значај одређених сепарационих процеса за изоловање природних додатака из лековитог и ароматичног биља. Циљ овог рада је да упореди различите екстракционе технике за добијање етарског уља као што су: дестилација са паром, хидродестилација, екстракција са калцијним органским раставарачима и надкритична екстракција угљендиоксидом (НКЕ). За постизање ових циљева дат је хемијски састав етарског уља, ефекти квалитета и приноса као и радни услови издвајања за поједине компоненте или биљне фамилије. Узети су у обзир основни параметри процеса: температура, притисак и време екстракције, проток растварача и степена уситњености. Закључено је да надкритична екстракција угљендиоксидом (НКЕ) нуди велике предности над хидродестилацијом (HD).

Кључне речи: лековито биље, сепарациони процеси, етарско уље, природни додаци, прехранбени производи.

¹ Истраживања саопштена у овом раду реализована су у оквиру пројекта TR31031: „Унапређење одрживости и конкурентности у органској биљној и сточарској производњи применом нових технологија и инпута“ који финансира Министарство за науку и технолошки развој Владе Републике Србије.

² Др Славица Костић-Николић, ванредни професор, Мегатренд универзитет, Београд, Факултет за биофарминг Бачка Топола, e-mail: skostic@megatrend.edu.rs

Увод

Жеља потрошача да има могућност да користи различите врсте намирница пријатног укуса, изгледа и ароме без обзира на сезону и географско порекло, довела је до производње одређених хемијских супстанција – адитива. Адитиви представљају одређене супстанције које нису храна али се у малим количинама намерно додају у храну за продужење њеног трајања, побољшање укуса и мириса, изгледа и конзистенције (имају већи или мањи утицај на одређене групе микроорганизама).

Током двадесетог века, повећана потражња за готовом храном и храном коју је могуће дуже чувати, утицала је на повећану употребу адитива (хемијских). Употреба синтетичких компонената у храни (нпр. ароме, боје, конзенси), довела је до дисхармоније у организму услед појаве алергија, анемија, болести јетре, бубрега, коже и сл.

Данас употреба хемијских адитива и додатних састојака у прехранбеним производима постаје све већа, комплекснија и одговорнија са технолошког, здравственог, економског, еколошког и нормативног аспекта. Постоје подељена мишљења о њиховој примени. Због тога је велика пажња посвећена испитивању алтернативних природних прехранбених додатака из лековитог и ароматичног биља и одговарајућих сепарационих процеса за њихово изоловање³.

Лековито и ароматично биље се вековима масовно примењује у народној медицини. Знање и искуство народне медицине, нашло је примену и у неким гранама индустрије (фармацеутска, прехранбена, хемијска, козметичка и индустрији парфема као и индустрија дувана).

Према дефиницији Светске здравствене организације (WHO), у лековито биље убрајају се оне биљне врсте чији један део или више делова садржи биолошки активне супстанције које се могу користити у терапијске сврхе или за хемијско фармацеутске синтезе. У ароматично биље спадају оне биљне врсте које садрже једну или више активних супстанција посебног мириса или укуса и користе се у производњи мириса, козметичких и прехранбених производа.

У прехранбеној индустрији, лековите и ароматичне биљке користе се као зачини и конзерванси. Екстракти и етарска уља лековитог и ароматичног биља и зачинске смеше могу да побољшају укус, мирис и изглед хране, спрече њено кварење-конзервишу храну, побољшају сварљивост и одрживост. Зачинске биљке имају врло разнолико инхибиторно деловање (оксидационо,

³ Ивановић, Ј., Аничич, Н., Жижовић, И., Петровић, С. Д.: Наткритични CO₂ биљни екстракти као додаци у производњи и преради меса, *Технологија меса* 48 (2007) 5-6, 236-241

антиоксидационо, антимикробно, антифунгално и др.). Зачини одређене концентрације коче цео низ врста бактерија као што су *Escherichia coli*, *Proteus vulgaris*, *Salmonella enteritidis* и *Pseudomonas fluorescens*.

Многобројна истраживања показала су да већина зачинских биљака и њихових екстраката, поред значајне антимикробне активности, испољава и снажне антиоксидативне и антирадикалске ефекте⁴. Оптималном смешом зачина, могуће је постићи ефикасно инхибиторно дејство, што знатно утиче на квалитет и одрживост прехранбеног производа.

1. Биљне сировине и биљни препарати као индустријске сировине

Биљна сировина (herbal drug) представља цео или уситњен, осушен (ређе сиров) део биљке, алге, гљиве или лишаја, који се користи, због одређених својстава (зачинских, ароматичних, лековитих).⁵ Под појмом биљна сировина обухваћени су и ескудати (смола, балзам, гума). Најчешће се користе појединачни органи биљака: лист, стабло, кора, корен, херба, цвет, кртола, ризом, плод, семе, дрво.

Својства лековитог и ароматичног биља зависе од њихог станишта и времена брања. За биосинтезу су изузетно важни еколошки чиниоци (посебно важно при плантажном гајењу лековитог биља). Температура утиче на распрострањеност, начин развоја биљака и на производњу биомасе. Географска ширина је важна због температуре и сунчаних раздобља. Светлост је такође важан фактор за стварање биолошки активних супстанција. Интензитет светлости утиче на метаболизам биљке, тј. на квалитет и квантитет активних супстанција. Вода може битно да утиче на удео биолошки активних супстанција у лековитом биљу (смањење садржаја етарског уља). Хемијски састав активних материја биљака утиче на њихову употребу (примарни: шећери и протеини, неопходни за раст и репродукцију биљке и секундарни, тј. биолошки активне супстанције као што су алкалоиди, органске киселине, етарска уља, гликозиди, биљне слузи, гуме, смоле, танин, витамини и др.).

Биљни препарати (herbal drug preparation) су производи који се добијају од биљне сировине применом специфичних технолошких поступака:

⁴ Божин, Б., Мимица-Дукић, Н., 2006: Ароматичне биљке као дијететски суплементи у исхрани, *Eskular*, 1 (1), 95–100 Антиоксиданси су хемијске супстанције које, присутне у малим количинама, спречавају, или успоравају процес оксидације продуката лако подложних оксидацији.

⁵ У медечини и фармацији биљна сировина која се користи због фармаколошки активних састојака назива се дрога (herbal drug); лековита сировина природног порекла = дрога

дестилације, цеђења, екстракције, фракционе дестилације или ректификације, концентрисања, пречишћавања, сушења (дехидратације) и др. Етарска уља, екстрати, тинктуре, биљни сок и масно уље такође спадају у биљне препарате (Ph.Jug.V, Ph.Eur. IV).

Поред чајева и припревака (*macerata*, *decocta*, *tinctura*, *infusa*) као најстаријих облика примене лековитог биља, фармацеутска индустрија данас, користећи савремене принципе фармакогнозије⁶ и технологије, формулисала је велики број финалних облика стандардизованог квалитета (фитофармака).⁷

Ароматичне биљке и њихове активне материје, користе се као додаци - адитиви (за производњу алкохолних и безалкохолних пића), конзерванси и зачини (у прехранбеној индустрији) и као сировине (за ароматизацију козметичких и хемијских препарата). Ароматичне биљке су веома распрострањене у природи, а велики број се гаји плантажно ради производње етарских уља (највише заступљени родови *Lamiaceae* (*Labiatae*), *Ariaceae* (*Umbelliferae*), *Asteraceae* (*Compositae*), *Rutaceae*, *Lauraceae*, *Myrtaceae*).⁸

1.1. Производња фармаколошки активних супстанци екстракцијом биља

Етарска уља представљају сложене смеше угљоводоника, алкохола, фенола, кетона, алдехида, киселина, естара, оксида, меркаптана и других алифатичних, ароматичних и хетероциклических једињења. Пријатног су мириса. Користе се у фармацији и козметици (мирисне супстанции). Служе за добијање терпена и камфора. У табели 1 дат је приказ карактеристика (садржаја) етарског уља за одређени број лековитих биљака и могућност њихове примене.

Етарска уља немају дуг век трајања, пошто су природни антиоксиданти и приликом издвајања уља се веома брзо разграђују. Због тога се етарска уља највише користе у прехранбеној индустрији за производњу биолошки вредних производа.

⁶ Фармакогнозија је једна од фармацеутских наука и заната, која изучава лековито биље и лековите сировине (дрогe) биљног, животињског или минералног порекла.

⁷ Фитофармак - фитопрепарат или лековито средство.

⁸ Туцаков, Ј.: Лечење биљем, Култура, Београд, 1983

Табела 1. Преглед карактеристика и могућност примене лековитог биља⁹
Table 1 Summary of characteristics and applications of medicinal herbs

Назив биљке	Део биљке који се користи	Садржај етарског уља, % мас	Примена етарског уља или неких делова биљке
Хајдучка трава <i>Achillea millefolium L.</i>	Цвет, лист	0.05-0.4	Антиспазматик, за јачање, апетит
Коријандер <i>Coriandrum sativum L.</i>	Цела биљка	10	Прехрамбена индустрија (слаткиши, пецива), ветеринарска индустрија, ветеринарска медицина
Мајчина душица <i>Thymus serpyllum L.</i>	Лист, цвет	1.0	Антисептик, против великог кашља и цревних паразита
Мајоран <i>Origanum majorana L.</i>	Надземни делови	0.7-3.5	У индустрији меса, лековита маст
Матичњак <i>Melissa officinalis L.</i>	Лист	0.01-0.1	У козметици, против неуралгије, као стомахик
Нана <i>Mentha piperita L.</i>	Лист	1.0-2.5	Анестетик, против реуматизма, у стоматологији
Рузмарин <i>Rosmarinus officinalis L.</i>	Лист и врхови гранчица	1.5-2.0	У индустрији меса, козметичкој индустрији
Селен <i>Levisticum officinale L.</i>	Корен, плод	1.0	Диуретик, стомахик, курминатив
Тимјан <i>Th. vulgaris L.</i>	Горња половина биљке	0.5-2.5	Конзерванс, зачин, антисептик
Жалфија <i>Salvia officinalis L.</i>	Лист	1.5-2.5	Антисептик, за јачање организма, против упала, у стоматологији

Извор: Совиљ, М., Спасојевић, М.: Производња и примена етарских уља из домаћег лековитог биља, РТЕР 5(2001) 1-2, UDK: 631.57; 678.049.4;633.88

2. Технолошки поступци прераде лековитог и ароматичног биља

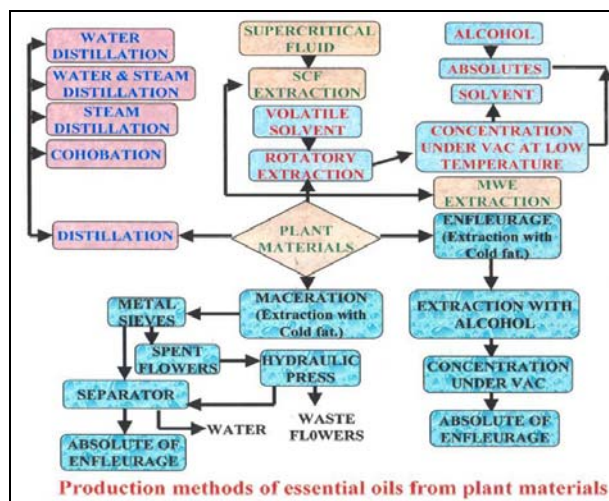
Лековити и ароматични састојци биља могу се изоловати из биљног материјала хемијско-технолошком прерадом, применом дестилације помоћу водене паре и екстракцијом различитим екстрагенсима: водом, уљима и мастима, смешом алкохол-вода, различитим органским растварачима и гасовима под притиском (течним и наткритичним флуидима), слика 1.

У прошлости, прерада лековитог и ароматичног биља одвијала се на занатском нивоу. Последњих деценија, захваљујући развоју модерних аналитичких метода и уређаја за дестилацију и екстракцију остварен је значајан напредак у технологији прераде.

С обзиром на примењен растварач (екстрагенс), екстракција се може извршити:

⁹ Етарска уља добијена из разних делова лековитог биља, имају широку примену у ароматерапији, фармакологији, козметичкој и прехрамбеној индустрији. Готова сва етарска уља, више или мање, интензивно спречавају развој микроорганизама

- дестилацијом помоћу водене паре
- екстракцијом погодним растварачем
- екстракцијом гасовима под притиском.



Слика 1. Поступци производње етарског уља из лековитог биља
Figure 1. Production methods of essential oils from plant materials

Source: Sukhdev Swami Handa, Suman Preet Singh Khanuja, Gennaro Longo, Dev Dutt Rakesh: *Extraction Technologies for Medicinal and Aromatic Plants* © United Nations Industrial Development Organization and the International Centre for Science and High Technology, 2008

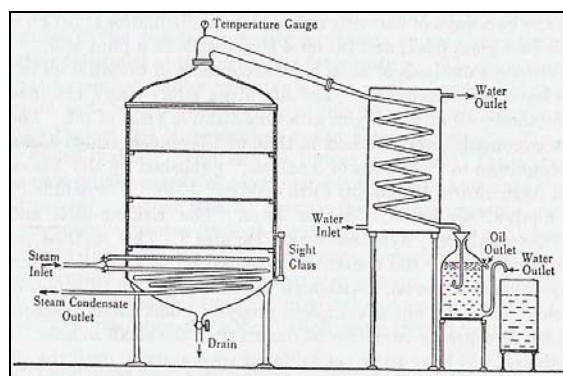
2.1. Дестилација помоћу водене паре

Етарско уље представља специфичан, најчешће течан продукт биљног ткива (садрже испарљиве компоненте одговорне за арому свеже биљне сировине). Конвенционални поступци за добијање биолошки активних супстанција из биљних сировина су дестилација воденом паром, дестилација воденом паром и водом и дестилација водом. Основни циљ сваког процеса је да се добије максимална количина етарског уља најбољег квалитета.¹⁰

Најједноставнији начин да се изолује етарско уље из биљне сировине је дестилација помоћу водене паре (Слика 2). То је један од најстаријих, али до данашњих дана, најзаступљенијих начина за добијања етарских уља. Овај поступак је погодан за прераду сировине која садржи релативно висок

¹⁰ Ciccarelli, D., Andreucci, A.C., Pagni, A.M., *Annals of botany*, 88 (2001) 637

процент етарског уља које је у води слабо растворно и садржи термостабилне компоненте. Температура дестилације је увек нижа од 100°C. Базира се на релативно великој испарљивости компонената и може да се изводи на атмосферском притиску, под притиском или у вакуму.



Слика 2. Дестилација воденом паром
Figure 2. Steam distillation unit

Source: Guenther, 1972

У оквиру технолошког поступка укључене су операције грубог уситњавања биљне сировине (дрогe), дестилације (директним увођењем технолошке паре или загревањем индиректно воденом паром преко двоструког омотача дестилатора), кондензације и хлађења пара етарског уља и воде и раздвајања лаке (најчешће етарско уље) и тешке фазе (најчешће вода¹¹).

Припрема биљног материјала има велики значај у поступцима добијања етарског уља. Ако биљни материјал није добро припремљен може да дође до губитка у приносу етарског уља и погоршања његовог квалитета (смањен садржај активне супстанције тј. природних антиоксиданата).

Основни недостатак који се јавља у поступку дестилације помоћу водене паре је трансформисање многих компонената које су присутне у етарском уљу у току термичког третмана и хидролизе, тако да мирис уља у потпуности не одговара нативном мирису биљке из које је добијено. Долази до деградације лако испарљивих ароматичних компоненти, а створени бинарни систем садржи две течности које се међусобно не мешају нити

¹¹ У ретким случајевима етарско уље је теже од воде; нпр. етарско уље корена першуна итд.

реагују. Пажљивим избором поступка за издвајање етарског уља могу да се умање промене органолептичких карактеристика и хемијски састав уља. Неопходно је да се узме у обзир тип биљке, хемијски састав уља и део биљке у коме је уље смештено (лист, цвет, плод и/или семе, корен, стабљика).

Поред класичног шаржног поступка, развијани су и континуални поступци и уређаји: карактеристична је висока економичност у случају прераде једне биљне врсте у дужем временском периоду.¹²

2.2. Екстракти и екстракција

Екстракт¹³ је концентровани припремак течне (*extractum fluidum*), полуврсте (*extractum spissum*) и чврсте (*extractum siccum*) конзистенције, који се добија из биљних или анималних сировина (*Ph.Jug.V*, *Ph.Eur.IV*). Биљни екстракти могу да се користите као основна (активна) компонента или помоћна компонента за различите врсте производа: адитиве за прехранбену индустрију, индустрију алкохолних пића и сокова, биљне лекове (код нас помоћна лековита средства, PLS), дијететске суплементе – дијететске намирнице или PLS, медецинску козметику, козметичке препарате и препарате за кућну хигијену.

Поступак припреме сировина, избор растварача, технологија израде и стандардизација зависи од намене и начина примене биљних екстраката. Из биљне сировине (дрогe) екстрахују се активни састојци са одређеном количином активних материја, тако да је потребна обрада сировог екстракта

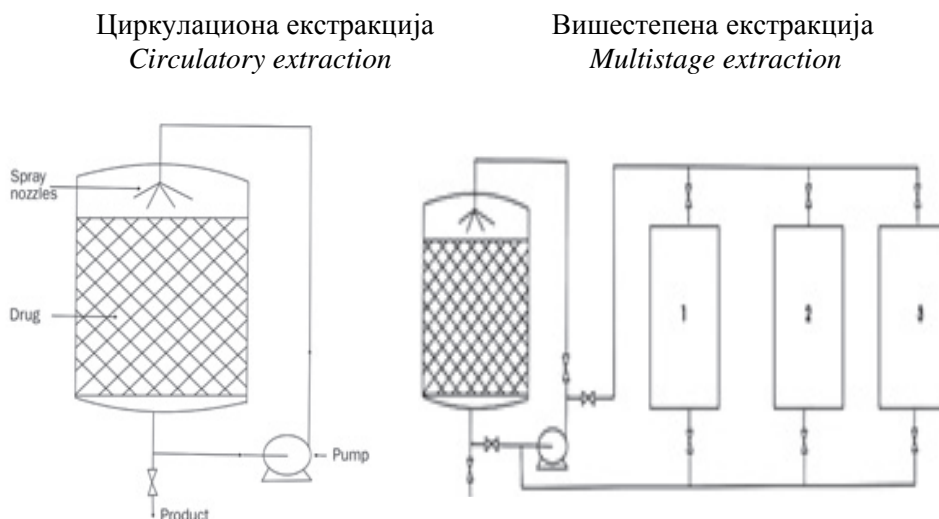
¹² У Институту за проучавање лековитог биља „Др Јосиф Панчић“ Београд, изграђено је пилот постројење за екстракцију и дестилацију лековитог и ароматичног биља, капацитета 0,63 м³ дестилатора/екстрактора. Произвођач пилот постројење је УТВА ПРОМАГ Панчево, Извођач: СІРА–Центар за истраживање, развој и апликације; одговорни пројектант Костић-Николић, С., техничка контрола Ђук, М., разрада Јовић, М., Београд, 1989. На комбинованом постројењу за екстракцију и дестилацију, могуће је добити, као финални производ етарско уље и екстрате различите конзистенције (*extractum fluidum*, *extractum spissum*, *extractum siccum*). На екстрактору/дестилатору, примењена су одређена побољшања, везана за правилан и равномеран довод технолошке паре и екстрагенса тј. растварача. Изградњом комбинованог постројења за екстракцију и дестилацију, као и турбо дестилатора за обраду коренастог биља и семена, постигнуте су значајне економске уштеде по јединици производа, смањен утрошак енергије, екстрагенса (растварача) и технолошке паре.

¹³ Екстракти зачинског биља имају изражено инхибиторно деловање на раст плесни. Екстракти тимјана и каранфилића потпуно инхибирају раст плесни при концентрацијама од 0,04%, а екстракт аниса делује при концентрацији од 0,2%. Испитивања инхибиторног деловања алкохолних екстракта зачинских биљака (33 врсте) на раст *Clostridium botulinum* су од посебног значаја за индустрију меса, с обзиром на токсин *botulinus*: најизраженији инхибиторни ефекат на раст *Clostridium botulinum* имају маџис, ловор, бели и црни лук и мушкатни орах. Мање активни су рузмарин, каранфилић, тимјан, паприка и куркума.

кроз сложене технолошке операције концентрисања, упаравања (под вакумом), сушења и уситњавања.

Развијено је више технолошких поступака и процеса добијања биљних екстраката из биљне сировине: дисконтинуални процес екстракције (мацерација, турбоекстракција, дигестија) и континуални процес екстракције (перколација, реперколација, циркулациона екстракција)

Избор технологије зависи од опремљености произвођача, цене коштања готовог производа, али и од циља и намене производа (Слика 3). Процес екстракције увек прати основно питање: Шта треба екстраховати из биљне сировине, којим растварачима и за коју намену је екстракт произведен? Одговори на ова питања одређују битне факторе процеса екстракције, као и сам екстракт.



Слика 3. Екстракциона технологија за лековито и ароматично биље
Figure 3 Extraction Technologies for Medicinal and Aromatic Plants

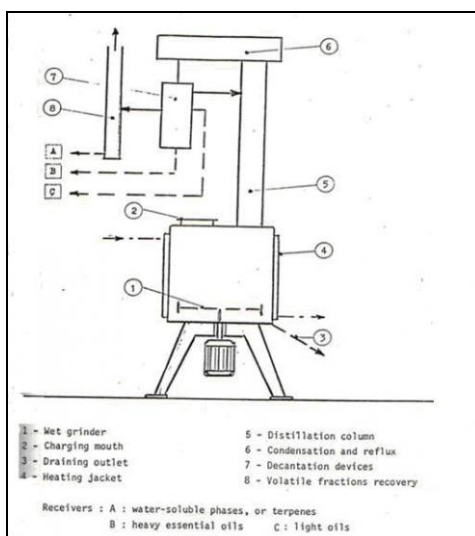
Source: Maceration, Percolation and Infusion Techniques for the Extraction of Medicinal and Aromatic Plants, *J. Singh, pp 73, 74*

2.3. Турбодестилација

У данашње време, поступак турбодестилације се све више примењује (Слика 4).¹⁴ Операција уситњавања биљне сировине врши се специјалним

¹⁴ У Институту за проучавање лековитог биља „Др Јосиф Панчић“ Београд пројектовано је и изграђено постројење за обраду корена и плодова лековитог и ароматичног биља – турбо

ножевима у самом уређају. Биљна сировина (дрога) се *in toto* ставља у воду и након уситњавања, дестилише. На овај начин, предходним уситњавањем, избегнути су губитци у приносу уља. Постукак је ефикаснији у односу на дестилацију за исти радни капацитет: код турбодестилатора (нпр. запремина 1000 l), скраћено је време екстракције за око 50%, утрошак паре по килограму старског уља је смањен за око 60%, а утрошено време по килограму добијеног уља скраћено за око 80%.¹⁵



Слика 4. Турбодестилатор
Figure 4 The turbo-distillation unit (Marcel, 1981).

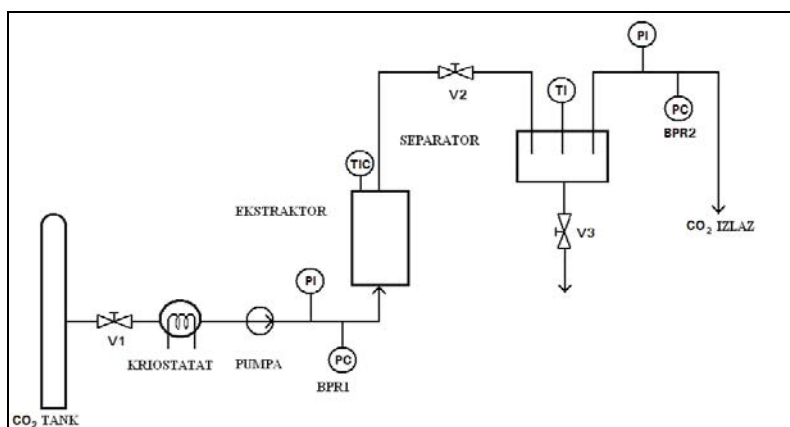
2.4. Екстракција гасовима под притиском

Екстракција органским растварачима има низ недостатака. Поред нежељеног остатка органског растварача у екстракту, присутна је недовољна селективност органских растварача према антиоксидативним компонентама. Резултат је да добијени екстракти нису довољно концентровани да би заменили хемијске антиоксидансе.

дестилатор капацитета 0.25 м³ Изградњом комбинованог постројења за екстракцију и дестилацију, као и турбо дестилатора за обраду коренастог биља и семена, постигнуте су значајне економске уштеде по јединици производа, смањен утрошак енергије, екстрагенса (растварача) и технолошке паре.

¹⁵ AROMA PROCESS © TURBO – DESTILATOR, French Patent: 7712831 Foreign Patents: ANVAR /PARIS

Поступак екстракције гасовима под притиском развио се као алтернатива на предходно наведене поступке дестилације и екстракције и недостатке тих процеса (Слика 5). Представља нову екстракциону технику у преради биљних сировина и нови начин за изоловање антиоксиданаса.¹⁶ Наткритична екстракција (НКЕ) угљеник(IV)-оксидом пружа могућност селективног изоловања етарског уља, односно антиоксидативне фракције променом притиска и температуре, односно густине угљеник(IV)-оксида.¹⁷



Слика 5. Схематски приказ уређаја за наткритичну екстракцију
Figure 5 Schematics of supercritical extraction assembly

Izvor: Ivanović, J., Aničić, N., Žižović, I., Petrović, S. D.: Natkритични CO₂ biljni ekstrakti kao dodaci u proizvodnji i preradi mesa, Tehnologija mesa 48 (2007) 5-6, 236-241, str. 238

Екстракција гасовима под притиском има низ предности: гасови (пропан, бутан, угљен диоксид и др.) под притиском прелазе у течно стање и добијају особине растварача. Променом притиска и температуре могуће је мењати селективност растварача. За екстракцију биљних сировина користи се угљен диоксид, пошто има низ предности: физиолошки је неактиван, има

¹⁶ Kahleyss, R., Michlbauer, F., 1995. Process for the Production of natural antioxidant, United States Patent 5, 433, 949

¹⁷ Hadolin, Majda, Rižner Hrad, A., Bauman, D., Knez, Ž., 2004. Isolation and concentration of natural antioxidants with high-pressure extraction, Innovative Food Science and Emerging Technologies, 5, 245–248

Nguyen, U., Frakman, G., Evans, A. D., 1991. Process for extracting antioxidants from Labiateae herbs, United States Patent 5, 017, 397

Ramirez, P., Fornari, Tiziana, Senorans, F. J., Ibanez, Elena, Reglero, I., 2005. Isolation of phenolic compounds by SCF, Journal of Supercritical fluids, 35, 128–132;

нису цену, њиме се лако рукује, а под притиском се понаша као неполарни растварач. За многе природне, фармаколошки активне супстанције, као што су капсаицин (из паприке), кофеин (из кафе) и азулеин (из камилице) дефинисани су услови екстракције угљен диоксидом под суперкритичним условима (температура, притисак, време екстракције, одређени проток гаса.

3. Ефекти квалитета и приноса етарског уља

Истраживања везана за принос и садржај етарског уља применом различитих сепарационих техника показује да постоји квантитативна разлика у садржају етарског уља који је добијен дестилацијом помоћу водене паре и етарског уља добијеног из селектованих екстраката.

Принос екстракције је могуће испитивати коришћењем поступка екстракције течним угљеник (IV) - оксидом (температура испод критичне температуре, а притисак нешто испод или изнад критичног притиска), и екстракције наткритичним угљеник (IV) - оксидом (притисак и температура изнад критичних вредности притиска и температуре).

Прерачунавањем је показано да је садржај етарског уља у дроги вишеструко већи (4-10 пута) од садржаја, одређеног официналним поступком, табела 2.

Табела 2. Састав уља жалфије добијеног поступком наткритичне екстракције са CO₂ и дестилацијом помоћу водене паре

Table 2. Composition of the sage oil samples extracted with SC-CO₂ and hydro distillation (peak area, %)

Притисак, МПа Pressure, МПа	9	9-9.5	10-11	12-12.8	hydro distillate
Температура, °C Temperature, °C	25	40	40	50	
Компоненте, Component					
α-pinen	1.60	2.05	1.35	2.05	4.33
camphene	2.80	3.41	2.48	3.59	7.57
α-thujone	19.28	23.26	19.26	19.92	25.00
β-thujone	2.80	3.30	3.22	3.09	4.00
camphor	21.03	24.26	21.82	22.50	23.99
manool	16.85	11.97	15.09	12.11	4.03

Source: Sovova, H., Aleksovski, S.A., Bocevska, M., Stateva, R.P.: Supercritical fluid extraction of essential oils-results of joint research, CI&CEQ 12 (3) 168-174 (2006)

Ова појава се објашњава увођењем појма „везано“ етарско уље и „слободно“ етарско уље.¹⁸ Значајан утицај на брзину екстракције, посебно код екстракције наткритичним угљеник (IV) оксидом, има и степена уситњености дроге. За индустријску примену процеса важни параметри су принос и време екстракције. У наткритичној области променом притиска се значајно мењају својства екстрагенса (повећава се способност растварања и др.).

Код изотермних поступака принос екстракције расте са повећањем притиска екстракције, табела 3. Екстракти који су добијени при вишим притисцима имају мањи садржај етарског уља (на већим притисцима је веће растварање главних компонената али и компонената као што су смоле, воскови и масна уља).

Табела 3. Резултати екстракције жалфије наткритичном екстракцијом са CO₂
Table 3 The results of the extraction of *Salvia officinalis* L.
by supercritical carbon dioxide

Притисак (bar) Pressure (bar)	Принос екстракта Extract yields (g/100g drug)	Принос етарског уља Oil yields (ml/100 g TE)
80	0.76	58.79
100	2.49	47.87
150	3.78	40
200	4.28	29.93
300	4.67	29.90

Source: Mičić, V., Lepojević, Ž., Mandić, B., Jotanović, M., Tadić, G., Tolić, A.:
Influence of pressure and time on extraction process using supercritical CO₂, *Journal of Mining and Metallurgy* 44 B (2008) 125-131, 128

У табели 4 дат је приказ утицаја температуре на принос антиоксидативних компоненти у различитим врстама лековитог и ароматичног биља. При константном притиску, са порастом температуре расте принос антиоксидативне фракције што се објашњава чињеницом да се растворљивост компоненте може повећати, смањити или остати иста са повећањем температуре.

¹⁸ Милошевић, С.: Екстракција гинка (*Ginkgo biloba* L.) угљеник (IV) - оксидом под притиском, докторска дисертација, Универзитет у Новом Саду, Технолошки факултет, 2011.

Табела 4. Утицај температуре на принос антиоксидативне фракције
Table 4 Temperature effect on yield of ant oxidative fraction

Биљни материјал/ Herb	Притисак, МПа/ Pressure, МПа	Температура, °C/ Temperature, °C	Принос, маса % Yield, % (w/w)
Рузмарин/Rosemary	30	40	0.93
		100	2.04
Жалфија/Sage	30	40	0.91
		100	1.99
Изоп/Hyssop	30	40	0.85
		100	1.90

Извор: Ивановић, Ј., Аничих, Н., Жижовић, И., Петровић, С. Д.: Наткритични CO₂ биљни екстракти као додаци у производњи и преради меса, Технологија меса 48 (2007) 5-6, 240.

Наткритичном екстракцијом угљеник(IV)-оксидом под одређеном температуром и притиском, изоловани екстракти не садрже трагове органских растварача, бактериолошки су чисти и могу имати широку примену као природни додаци у прехранбеним производима. Приказани резултати указују да зачинско биље фамилије *Lamiaceae* представља значајну сировину за производњу прехранбених адитива.

4. Закључак

Постоје бројни технолошки процеси који се користе при издвајању активних компонената из лековитог и ароматичног биља. Наткритична екстракција угљеник(IV)-оксидом омогућава производњу екстраката високог квалитета за потребе прехранбене индустрије (добивање природних додатака). Предност надкритичне екстракције угљеник(IV)-оксидом у односу на екстракцију органским растварачем огледа се у приносу, брзини процеса и селективности. Етарско уље који се добија дестилацијом воденом паром има лошији квалитет због повишене температуре у току процеса (долази до деградације лако испарљивих активних компоненти). Инвестициони трошкови за процес надкритичне екстракције угљеник(IV)-оксидом су виши у односу на конвенционалне врсте екстракција (недостатак), али су оперативни трошкови знатно нижи захваљујући лакој регенерацији растварача.

Литература

1. C.F. van Kreijl, A.G.A.C. Кнаар and J.M.A. van Raaij (2006) Our food, our health, Healthy diet and safe food in the Netherlands, pp 1-358, National Institute for Public Health and the Environment
2. Guenther, E. (1949-52.): The Essential oils, vol 1-6, New York
3. Kostic-Nikolic, S. (2011): Opportunities of usage medical and aromatic plants in food industry, University of Novi Sad, Serbia, Faculty of agriculture, 22nd International Symposium Food safety production, Proceedings, ISBN: 978-86-7520-219-6, pp 304-307, pp 305.
4. Костић-Николић, С., Симић, Н., Милановић-Голубовић, В., (2007): Могућности развоја и пројектовања опреме за прераду лековитог и ароматичног биља, часопис Трактори и погонске машине, 3, ЈУМТО, Нови Сад, 54-60, ISSN 0354-9496, Vol.12, No.3, научни чланак, UDK 631.372
5. Ковачевић, Н. (2001): Квалитет и контрола квалитета биљних дрога, екстраката и фитопрепарата, Лековите сировине, vol. 20: 57-68
6. Lange, D. (1998): Europe's medicinal and aromatic plants: their use, trade and conservation. TRAFFIC International, Cambridge.
7. Лукић, П. (1979): Фармакогнозија, Фармацеутски факултет, Универзитет у Београду
8. Memedovic, O. (2010) Structural Change in the World Economy: Main Features and Trends, 1-52, Programme Coordination and Field Operations Division UNIDO, Vienna
9. Пекић, Б. (1983): Хемија и технологија фармацеутских производа (алкалоиди и етарска уља), Технолошки факултет, Универзитет у Новом Саду, Нови Сад
10. Полић, М., Технолошки и економски аспекти домаће производње адитива и додатних састојака и њихова потрошња у југословенској индустрији меса, Технологија меса 3, годинаXXIV, стр. 87-88.
11. Staubli, F. (2005): *Natural Ingredients for Pharmaceuticals and for the Food Industry*, pp. 215, (pt. 41, 57, 58), ProFound in collaboration with Klaus Dürbeck, 1st Edition Zürich

Примљено: 12.11.2011.

Одобрено: 02.12.2011.

**EXTRACTION TECHNIQUES FOR MEDICAL
AND AROMATIC AND MODERN INDUSTRIAL
PRODUCTION OF FOOD PRODUCTS**

Slavica Kostić-Nikolić, Ph.D.
Megatrend University, Belgrade, Serbia

Summary

Modern industrial production of food products is characterized by the use of certain additives. The food science, by using the modern diagnostic methods, significantly affects the new findings regarding the harmless or harmfully effect of certain substances. The important trends in food industry production of food products today is implementation of natural ingredients. It is possible to obtain extracts (essential oil) with antioxidant characteristics. The paper points out the importance of certain separation process for isolating natural ingredients from drugs. The aim of this paper is to compare different extraction techniques such as distillation with steam, hydro distillation, the application of classical organic solvents and supercritical extraction (SCFE) in production of essential oil. To obtain these goals, the following works will be carried out: investigate the chemical composition of essential oil, investigate the effects of quality and yield, the selection of the operating conditions depends on the specific compound or compound family to be extracted. There are five crucial parameters that need to be taken into account of essential oils including: extraction temperature, extraction pressure, extraction time, CO₂ flow rate and particle size. The SCFE method offers many important advantages over hydro distillation.

Key words: medicinal plants, separation processes, essential oil, natural ingredients, food products.

Author's Address:

Dr Slavica Kostic-Nikolic
Megatrend University
Bulevar umetnosti 29
11070 Beograd
Srbija
e-mail: skostic@megatrend.edu.rs

ПРОМЕТ И УВОЗ СРЕДСТАВА ЗА ЗАШТИТУ БИЉА И СРЕДСТАВА ЗА ИСХРАНУ БИЉА У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

Д. Дабовић¹

Резиме: Средином 2009. године, у Републици Србији донети су Закон о средствима за заштиту биља² и Закон о средствима за исхрану биља и оплемењивачима земљишта³, који су усклађени са одговарајућим међународним прописима, пре свега са релевантним регулативама и директивама Европске уније. На тај начин, створен је основ за успостављање савременог система у овој области, који ће се заокружити доношењем правилника о појединим техничким питањима. Нови правни оквир је донео измене у погледу либерализације увоза средстава за заштиту биља (пестицида) и средстава за исхрану биља и оплемењивача земљишта (ђубрива), односно укинута су дозволе за увоз, а уведено је више регистара. У области пестицида установљени су: Регистар средстава за заштиту биља, Регистар дистрибутера и увозника средстава за заштиту биља, и Регистар пружалаца услуга. У области ђубрива успостављен је Регистар средстава за исхрану биља и оплемењивача земљишта. Осим тога, у поступку регистрације пестицида и ђубрива усклађени су методи испитивања са међународно признатим методима.

Кључне речи: Средства за заштиту биља, средства за исхрану биља, промет, увоз.

Увод

Доношењем Закона о средствима за заштиту биља и Закона о средствима за исхрану биља и оплемењивачима земљишта, средином 2009. године, у Републици Србији је створен правни оквир за успостављање савременог система у овој области који је усклађен са одговарајућим

¹ Др Душан Дабовић, виши саветник, Министарство пољопривреде, трговине, шумарства и водопривреде–Управа за заштиту биља, Београд,
e-mail: dusan.dabovic@minpolj.gov.rs

² Службени гласник РС, број 41/09

³ Исто.

прописима Светска трговинске организације и Европске уније. Законом о средствима за заштиту биља се уређује регистрација, контрола, промет, увоз и примена средстава за заштиту биља у пољопривреди и шумарству, послови од јавног интереса, као и друга релевантна питања. Овај закон је донет у складу са Директивом 91/414/ЕЕЦ о стављању производа за заштиту биља у промет и са Директивом 79/117/ЕЕЦ којом се забрањује стављање у промет и употреба производа за заштиту биља који садрже одређене активне супстанце. После доношења овог закона, у Европској унији ове директиве су замењене Регулативом Европског парламента и Савета 1107/2009 од 21. октобра 2009. године, о стављању производа за заштиту биља у промет, као и Директивом 2009/128 која успоставља правни оквир за постизање одрживог коришћења пестицида, односно за смањење ризика и утицаја употребе пестицида на здравље људи и животну средину. Законом о средствима за исхрану биља и оплемењивачима земљишта уређује се разврставање, квалитет, обележавање, фитосанитарна контрола и узорковање у промету, увозу и примени ових средстава, њихово испитивање, као и друга питања. Овај закон је донет у складу са Уредбом Савета 2003/2003 којом се регулише идентификација, следљивост, обележавање, етикетирање, дозвољена толеранција, посебни захтеви за поједине врсте ђубрива, као и мере безбедности и контроле.

1. Услови за промет средстава за заштиту биља

Према Закону о средствима за заштиту биља (у даем тексту: Закон), пестициди се могу стављати у промет на територији Републике Србије ако су: 1) регистровани; 2) снабдевени декларацијом и упутством за примену у складу са Законом и прописима донетим на основу њега; и 3) ако су упаковани у амбалажу безбедну по здравље људи и животну средину. Активна супстанца, односно основна супстанца коју средства за заштиту биља садрже може се стављати у промет на територији Републике Србије, ако је уписана у Листу одобрених супстанци. При томе, амбалажа средстава за заштиту биља мора имати декларацију и упутство за примену са подацима који су садржани у решењу о регистрацији, на српском језику, јасно, недвосмислено и читљиво, тако да се не могу избрисати или одстранити. У декларацији и упутству за примену пестицида морају бити наведене и специфичне ознаке ризика и упозорења за човека и животну средину.

Дистрибутер који врши промет пестицида мора бити уписан у Регистар привредних субјеката и у Регистар дистрибутера и увозника средстава за заштиту биља. Да би дистрибутер односно увозник био уписан у Регистар дистрибутера и увозника, мора да испуњава услове у погледу објеката,

опреме и стручне оспособљености кадрова. Ови услови прописани су посебним правилником⁴, према којем поред других услова, дистрибутер или увозник који жели да врши промет средстава за заштиту биља на мало, односно на велико, мора имати у пољопривредној апотеци, односно у складишту, најмање једно лице које је распоређено на пословима смештаја и издавања средстава за заштиту биља у складишту, запослено на неодређено време, са пуним радним временом које има најмање средње образовање пољопривредне или хемијске струке и поседује доказ о стручној оспособљености за стављање у промет средстава за заштиту биља. Осим тога, привредни субјект који се бави прометом средстава за заштиту биља на велико, поред запосленог у складишту, са наведеном стручном спремом, мора да има и најмање једно лице запослено на неодређено време, са пуним радним временом које је стекло високо образовање на студијама другог степена (дипломске академске студије - мастер, специјалистичке академске студије, специјалистичке струковне студије), односно на основним студијама у трајању од најмање четири године, из области заштите биља. При томе, стручно оспособљавање за запослене у пољопривредној апотеци, односно у складишту, врши се у складу са Програмом стручног оспособљавања лица одговорних за складиштење и стављање у промет средстава за заштиту биља, који је наведен у истом правилнику⁵, а обухвата проверу познавања закона, других прописа и правила која се односе на средства за заштиту биља, као и њихову практичну примену.

Захтев за упис у Регистар дистрибутера и увозника подноси се на образцу прописаним посебним правилником, којим је прописана и садржина овог регистра⁶. Поред осталих података, који се односе на привредни субјект, одговорно лице и стручно лице, у регистар се уписују и објекти и продајна места на којима ће се вршити промет пестицида, тако да се промет пестицида може обављати само у објектима и продајним местима уписаним у овај регистар.

Регистрована средства за заштиту биља која су класификована као нарочито опасна средства за заштиту биља, нису намењена за општу

⁴ Правилник о условима у погледу објеката, опреме и стручне оспособљености кадрова које мора да испуњава дистрибутер, односно увозник за упис у Регистар дистрибутера и увозника, као и о условима у погледу објеката, опреме и стручне спреме кадрова које мора да испуњава дистрибутер за стављање у промет нарочито опасних средстава за заштиту биља (Сл. гласник РС бр. 80/10).

⁵ Ibidem.

⁶ Правилник о образцу и садржини захтева за упис у регистар дистрибутера и увозника средстава за заштиту биља и садржини тог регистра (Сл. гласник РС бр. 5/10).

употребу и није дозвољено стављати их у промет без решења о одобрењу промета, које доноси министарство надлежно за област пољопривреде (у даљем тексту: министарство). Ово решење може се издати дистрибутеру који је уписан у Регистар дистрибутера и увозника и који испуњава услове у погледу објеката, опреме, стручне спреме и стручне оспособљености кадрова (стручно лице мора поседовати посебну лиценцу министарства).

Транспорт и складиштење средстава за заштиту биља мора се вршити на начин којим се не угрожава живот и здравље људи и животиња и животна средина и у условима који обезбеђују одржавање непромењених физичких и хемијских особина и погодности за примену средстава за заштиту биља. Стога је забрањена продаја, складиштење или транспорт средстава за заштиту биља у истом простору са храном или храном за животиње. Лице које врши складиштење средстава за заштиту биља мора бити стручно оспособљено за обављање тих послова, што се потврђује потврдом министарства која се добија након похађања одговарајуће обуке.

Закон забрањује стављање у промет пестициди којима је истекао рок употребе. Међутим, ови пестициди могу се примењивати ако се на основу одговарајућих испитивања узорка утврди да су хемијске и физичке карактеристике узорка идентичне са условима утврђеним у решењу о регистрацији. Осим тога, потребно је да министар решењем одобри примену ових пестицида.

2. Увоз средстава за заштиту биља

У нашу земљу могу се увозити само регистровани пестициди који су претходно у прописаном поступку уписани у Регистар средстава за заштиту биља, који води министарство. Може се увозити и активна супстанца, односно основна супстанца ако је уписана у Листу одобрених супстанци и ако се користи за производњу регистрованих средстава за заштиту биља. Увоз регистрованих средстава за заштиту биља може вршити правно лице, односно предузетник ако је уписан у Регистар привредних субјеката и у Регистар дистрибутера и увозника, док увоз активне супстанце, односно основне супстанце која је уписана у Листу одобрених супстанци и која се користи за производњу пестицида може вршити произвођач уколико има седиште у нашој земљи.

Увоз и транзит пестицида може се вршити само преко граничних прелаза на којима постоји организована фитосанитарна инспекција и који

испуњавају хигијенско-техничке и радне услове.⁷ Изузетно, увоз пошилике пестицида може се вршити и преко граничних прелаза на којима није организована фитосанитарна инспекција, а који се за ту намену решењем министра привремено отварају на захтев странке. Ако на граничном прелазу није могуће извршити преглед, односно узорковање пошилике у складу са овим законом, преглед пошилике, односно узорковање може се обавити у одређеним местима унутар земље у одредишној царинарници. Узорке узете из пошилике фитосанитарни инспектор доставља правном лицу које обавља послове од јавног интереса ради испитивања хемијских и физичких особина. Ако су резултати прегледа, односно лабораторијских испитивања у складу са прописаним условима, фитосанитарни инспектор решењем одобрава увоз пошилике. Ако резултати прегледа, односно лабораторијских испитивања, нису у складу са прописаним условима, фитосанитарни инспектор решењем забрањује увоз пошилике и наређује њено враћање или привремено одузимање.

3. Промет средстава за исхрану биља и оплемењивача земљишта

Закон о средствима за исхрану биља и оплемењивачима земљишта (у даљем тексту: закон) прописује да се средства за исхрану биља и оплемењивачи земљишта (у даљем тексту: средства за исхрану биља) која садрже и средства за заштиту биља, односно хемикалије, могу производити, стављати у промет и примењивати ако су разврстана, упакована и обележена у складу са овим законом и прописима донетим на основу њега и прописима којима се уређују средства за заштиту биља, односно хемикалије.

Средства за исхрану биља могу се ставити у промет ако су прописане врсте, типа и квалитета, ако су обележена на прописани начин и ако се њиховом правилном примени не угрожава здравље људи, животиња и биља, плодност земљишта и животна средина. Пре стављања у промет средства за исхрану биља морају бити уписана у Регистар средстава за исхрану биља и оплемењивача земљишта (у даљем тексту: Регистар), који води министарство. Списак средстава за исхрану биља која су уписана, односно брисана из Регистра објављује се једном годишње у „Службеном гласнику Републике Србије”.

⁷ Правилник о хигијенско-техничким, радним и другим условима које морају да испуњавају гранични прелази на којима постоји организована фитосанитарна инспекција (Сл. гласник РС бр. 37/10).

Министарство може, да привремено или трајно забрани производњу и промет одређених средстава за исхрану биља, ако у складу са новим научним и техничким сазнањима, постоји разлог да средства за исхрану биља одређене врсте и типа, која испуњавају услове за производњу, стављање у промет и примену у складу са овим законом и прописима донетим на основу њега, представљају ризик за безбедност или здравље људи, животиња или биља или ризик за плодност земљишта и животну средину. Осим тога, министарство може да одреди услове под којима се таква средства за исхрану биља могу производити, стављати у промет и примењивати.

У погледу квалитета, закон прописује да је забрањена производња, промет, увоз и примена средстава за исхрану биља која немају одговарајући квалитет и која не испуњавају прописане услове. При томе се сматра да средства за исхрану биља нису одговарајућег квалитета ако немају одређени садржај хранљивих материја и одговарајућа хемијска, физичка, физиолошка и друга својства. Средства за исхрану биља морају бити декларисана и обележена, а квалитет средстава за исхрану биља мора одговарати подацима који су наведени у декларацији, при чему декларација мора бити утиснута на паковању или неодвојиво причвршћена за паковање и мора се налазити на видном месту на паковању или на механизму који се користи за затварање, ако се средства за исхрану биља стављају у промет упакована. Ако су средства за исхрану биља у промету у расутом стању, подаци о квалитету тих средстава морају бити наведени у пратећој документацији. У складу са европским стандардима, минерално ђубриво које испуњава услове за промет на подручју земаља чланица Европске уније обележава се ознаком „ЕС FERTILISER”.

У поступку увоза, средства за исхрану биља подлежу прегледу, (који обухвата идентификацију и преглед документације, паковања и објеката у којима се средства складиште), као и узорковању. Узорке узете из средстава за исхрану биља фитосанитарни инспектор доставља на лабораторијска испитивања правном лицу које обавља послове од јавног интереса ради провере хемијских и физичких особина средстава за исхрану биља. Ако су резултати прегледа, односно лабораторијских испитивања, у складу са прописаним условима, фитосанитарни инспектор решењем одобрава увоз пошиљке. Ако резултати прегледа, односно лабораторијских испитивања, нису у складу са прописаним условима фитосанитарни инспектор решењем забрањује увоз пошиљке и наређује њено враћање или привремено одузимање. Под испитивањем средстава за исхрану биља, у смислу овог закона, сматра се утврђивање усклађености испитиваних средстава за исхрану биља са прописаним условима и међународним стандардима, у погледу врсте, садржаја хранљивих материја, садржаја штетних материја и

биолошке хранљиве вредности. Испитивање средстава за исхрану биља врши Дирекција за националне референтне лабораторије према годишњем плану испитивања, који доноси министар. Странка која се не слаже са резултатима лабораторијских испитивања узорака средстава за исхрану биља узетих у поступку инспекцијске контроле ради провере физичких и хемијских особина, може у року од 15 дана од дана пријема резултата испитивања поднети захтев Министарству за поновно испитивање.

Ради праћења амонијум нитратног ђубрива са високим садржајем азота, које због свог својства експлозивности представља опасност, произвођач мора чувати податке о називима и адресама погона где се то ђубриво и његове основне компоненте производе и податке о лицима одговорним за те погоне. Пре стављања у промет произвођач мора испитати отпорност амонијум нитратног ђубрива са високим садржајем азота на експлозивност, односно мора доказати да су извршена одговарајућа испитивања.

4. Закључак

Средином 2009. године, у Републици Србији су донети посебни закони који регулишу промет и увоз пестицида (Закон о средствима за заштиту биља) и ђубрива (Закон о средствима за исхрану биља и оплемењивачима земљишта), чиме је ова област усклађена са правилима Светске трговинске организације и Европске уније. Новине које су донели ови закони тичу се пре свега либерализације спољнотрговинског промета, с обзиром да су укинуте до тада постојеће увозне дозволе. Нови систем се базира на различитим регистрима које води Министарство пољопривреде, трговине, шумарства и водопривреде. У области пестицида установљени су: Регистар средстава за заштиту биља, Регистар дистрибутера и увозника средстава за заштиту биља, и Регистар пружалаца услуга. У области ђубрива успостављен је Регистар средстава за исхрану биља и оплемењивача земљишта. Осим тога, у поступку регистрације пестицида и ђубрива усклађени су методи испитивања са међународно признатим методима.

Литература

1. Закон о средствима за заштиту биља ("Службени гласник РС", бр. 41/09).
2. Закон о средствима за исхрану биља и оплемењивачима земљишта ("Службени гласник РС ", бр. 41/09).
3. Правилник о условима у погледу објеката, опреме и стручне оспособљености кадрова које мора да испуњава дистрибутер, односно увозник за упис у Регистар дистрибутера и увозника, као и о условима у погледу објеката, опреме и стручне спреме кадрова које мора да испуњава дистрибутер за стављање у промет нарочито опасних средстава за заштиту биља (Сл. гласник РС бр. 80/10).
4. Правилник о обрасцу и садржини захтева за упис у регистар дистрибутера и увозника средстава за заштиту биља и садржини тог регистра (Сл. гласник РС бр. 5/10).
5. Правилник о хигијенско-техничким, радним и другим условима које морају да испуњавају гранични прелази на којима постоји организована фитосанитарна инспекција (Сл. гласник РС бр. 37/10).

Примљено: 19.09.2011.

Одобрено: 02.12.2011.

UDC: 632.95:339.562(497.11)

**DISTRIBUTION AND IMPORT OF PLANT PROTECTION
PRODUCTS AND PLANT NUTRITION PRODUCTS
IN REPUBLIC OF SERBIA**

Dušan Dabović, LLD

Ministry for Agriculture, Trade, Forestry and Water Management –
Directorate for Plant Protection, Republic of Serbia

In mid-2009 the Republic of Serbia adopted the Law on plant protection products (pesticides) and the Law on plant nutrition products (fertilizers), which are in accordance with relevant international legislation, particularly with the regulations and directives of the European Union. In this way, these laws created the basis for establishing a modern system in the area, which will be finished after the adoption of rules on specific technical issues. The new legal framework has made changes regarding liberalization of foreign trade of plant protection products, and plant nutrition products, as well as has introduced few registers. In the area of pesticides were determined: the Register of Plant Protection Products, Register of Distributors and Importers of Plant Protection Products, and Register of Providers of the Services. Also, the Register of Plant Nutrition Products was determined. In addition, the registration of pesticides and fertilizers was modified to be in accordance with internationally recognized testing methods.

Key words: Distribution, import, plant protection products, plant nutrition products.

Author's address:

Dr Dušan Dabović
Ministarstvo poljoprivrede, trgovine, šumarstva i vodoprivrede
Uprava za zaštitu bilja
Omladinskih brigada 1.
11000 Beograd
Srbija
dusan.dabovic@minpolj.gov.rs

РЕГУЛАТИВА И ПРАКСА ФИНАНСИЈСКОГ ИЗВЕШТАВАЊА О БИОЛОШКИМ СРЕДСТВИМА У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

Кристина Мијић¹, Наташа Спахић², Бојана Вуковић¹

Абстракт: Финансијски извештаји пољопривредних предузећа представљају важан извор информација за оцену ефеката употребе ресурса и сагледавање учинака предузећа. На бази финансијских извештаја пољопривредних предузећа доносе се одлуке од значаја за пољопривредну, а тиме и целокупну економску активност. У циљу доношења поузданих и адекватних одлука, неопходно је обезбедити квалитетне финансијске извештаје који садрже потпуне и истините информације о стању и резултату пословања пољопривредних предузећа. На тај начин ће се обезбедити сигурна информациона основа која ће омогућити ефикасну оцену перформанси пословања пољопривредних предузећа. У складу са тим, у раду је вреднован квалитет финансијског извештавања пољопривредних предузећа у Републици Србији са аспекта презентовања информација о биолошким средствима у периоду 2008-2010. година. Иако у посматраном периоду долази до раста броја предузећа која испуњавају захтеве стандарда, квалитет извештавања о биолошким средствима није на задовољавајућем нивоу. Потпуно обелодањивање информације у складу са регулативом први пут се јавља у 2010. години у свега 6,67% истражених финансијских извештаја.

Кључне речи: финансијско извештавање, биолошка средства, МРС 41.

Увод

Пољопривредна предузећа карактерише процес управљања биолошком трансформацијом живих животиња или биљака. Под биолошком трансформацијом се подразумева промена биолошких средстава у виду раста (повећање квантитета или унапређење квалитета), опадања (смањење

¹ Кристина Мијић – мастер, асистент, Бојана Вуковић – мастер, асистент, Економски факултет Суботица, e-mail: mijick@ef.uns.ac.rs

² др Наташа Спахић, доцент, Природно-математички факултет, Нови Сад.

квантитета или погоршавање квалитета), стварања нових животиња и биљака или производња пољопривредних производа - вуна, млеко (IASB, 2001). Тиме су детерминисана специфична обележја пољопривредног процеса. Рачуноводствени третман биолошких средстава, адекватност обелодањивања информација о њима и презентација финансијских извештаја пољопривредних предузећа заокупљују пажњу економске јавности у савременим условима. Услед тога, праћење промена биолошких средстава и њихово истинито приказивање у финансијским извештајима постаје значајно за управљање пољопривредним предузећем и доношење поузданих пословних одлука. У складу са тим, квалитетно финансијско извештавање ће пружити сигурност приликом оцене сврсисходности употребе ресурса и сагледавања ефикасности пословања пољопривредних предузећа.

Специфичности биолошких средстава и промене на њима које је често тешко рачуноводствено испратити, условиле су потребу за развојем Међународног рачуноводственог стандарда 41 – Пољопривреда. Наведени стандард регулише рачуноводствени третман и финансијско извештавање са посебним захтевима за обелодањивање информација о биолошким средствима у финансијским извештајима. Примена стандарда побољшава квалитет финансијског извештавања пољопривредних предузећа о биолошким средствима, пружајући комплетне и квалитетне информације за одлучивање.

Циљ рада је да се презентују захтеви регулативе финансијског извештавања о биолошким средствима и резултати истраживања праксе извештавања у Републици Србији према МРС 41. Истраживање је спроведено на бази финансијских извештаја 30 пољопривредних предузећа за период 2008-2010. година, преузетих са сајта Агенције за привредне регистре (АПР, 2011).

1. Појмовно одређење и методе вредновања биолошких средстава

Живе животиње и биљке представљају биолошка средства пољопривредног предузећа ако су испуњена три критеријума. Прво, пољопривредно предузеће мора да има контролу над биолошким средством. Контрола се остварује правним власништвом предузећа над животињама или биљкама. Друго, мора бити извесно да ће будуће економске користи у вези са биолошким средством притицати у пољопривредно предузеће. Будуће економске користи се процењују одмеравањем значајних физичких карактеристика биолошког средства. Последњи критеријум је могућност поузданог одмеравања фер или набавне вредности биолошког средства (према: IASB,2001)

Примарна вредност по којој се биолошко средство признаје у моменту настанка или прибављања, као и вредност по којој се изражава стање биолошког средства на крају извештајног периода представља фер вредност умањену за трошкове продаје. Међутим, када се фер вредност не може ни по једном основу поуздано одмерити, биолошко средство се признаје по набавној вредности умањеној за акумулирану амортизацију и евентуалне акумулиране губитке од умањења вредности (IASB,2001). Фер вредност биолошког средства представља износ за који се нека животиња или биљка може разменити у оквиру независне трансакције (цена биолошког средства на активном тржишту). Приликом утврђивања фер вредности на активном тржишту у обзир треба узети локацију и стање биолошких средстава. Тако нпр. фер вредност живине на фарми је вредност живине на одговарајућем тржишту умањена за трошкове транспорта и друге трошкове допремања живине на тржиште. У ситуацији када не постоји активно тржиште за биолошко средство, приликом одређивања фер вредности може се користити:

- цена последње тржишне трансакције, под условом да није било значајне промене економских околности између датума последње трансакције и краја извештајног периода,
- тржишна цена сличних биолошких средстава уз корекцију како би се одразиле разлике у средствима,
- секторски репер (нпр. вредност воћњака изражена по гајби, бушелу или хектару приноса, вредност стоке изражена по килограму меса),
- садашња вредност очекиваних нето токова готовине од датог средства дисконтована по текућој тржишној стопи (према: IASB, 2001).

Вредновање биолошких средстава по фер вредности умањеној за трошкове продаје узрокује настанак добитака и губитака у пољопривредном предузећу који се укључују у добитак или губитак периода у коме су настали. Добитак при почетном признавању биолошког средства може настати нпр. при тељењу. Губитак при почетном признавању може настати јер се приликом утврђивања вредности биолошког средства фер вредности умањује за трошкове продаје. Добитак или губитак на крају периода настаје као резултат промене фер вредности услед физичких промена биолошких средстава (прелазак из једне у другу категорију животиња – нпр. теле у јуне) или због промена цена на тржишту (према: Epstein, Jermakowicz, 2010).

2. Регулатива финансијског извештавања о биолошким средствима

Према МРС 41 – Пољопривреда, информације о укупној вредности биолошких средстава презентују се у билансу стања, док се детаљне информације о биолошким средствима обелодањују у напоменама уз

финансијске извештаје. У билансу стања пољопривредних предузећа у Републици Србији укупна вредност биолошких средстава презентује се у оквиру позиције Биолошка средства - ознака за АОП позицију 008 (опширније видети: Сл. гласник РС 119/2008, 2008).

У напоменама уз финансијске извештаја обелодањују се минимум следеће информације у вези са биолошким средствима:

- а) методе вредновања биолошких средстава
- б) опис сваке групе биолошких средстава
- в) фер вредност умањену за трошкове продаје за пољопривредне производе који су убрани у току извештајног периода
- г) добитак или губитак настао по основу почетног признавања биолошких средстава или као резултат промене фер вредности
- д) информације о променама књиговодствене вредности биолошких средстава између краја и почетка извештајног периода (према: IASB, 2011)
- а) Информације о методу вредновања биолошких средстава презентују се у оквиру рачуноводствених политика пољопривредног предузећа (приказ 1).

Приказ 1. Извештавање о методу вредновања биолошких средстава
Figure 1 Disclosure of the method applied in determining
the value of biological assets

Жива стока (краве) вреднује се по фер вредности умањеној за трошкове продаје. Фер вредност се одређује на активном тржишту, тј. на тржишту живе стоке сличних узраста, расе и генетских својстава. У моменту убирања млеко се почетно признаје по фер вредности умањеној за трошкове продаје. Фер вредност млека одређена је ценом на локалном тржишту.

Извор: Greuning, Scott, Terblance, 2011

б) Груписање биолошких средстава се може вршити према критеријуму употребне зрелости на зрела и незрела у зависности да ли се користе или ће се користити за обављање пољопривредне активности у будућем периоду. Такође, груписање биолошких средстава се може вршити на потрошна која су намењена за убирање или даљу продају (стока намењена за производњу меса)

и биолошка средства која нису потрошна (жива стока намењена за производњу млека). Опис групе биолошких средстава садржи информације о животињама или биљкама које чине групу биолошких средстава, информације о врсти активности пољопривредних предузећа и физичким јединицама мере биолошких средстава. Информације о опису биолошких средстава презентују се у посебној напомени (приказ 2).

Приказ 2. Обелодањивање информације о опису биолошких средстава
Figure 2 Disclosure of the description of biological assets

Пољопривредно предузеће „А“ а.д. Београд бави се производњом млека за снабдевање индустрија за прераду млека и производњу млечних производа. На дан 31.12.2010. предузеће је имало 310 крава способних да дају млеко (зрела биолошка средства) и 120 крава од којих се очекује млеко у будућем периоду (несазрела биолошка средства).

Извор: према Greuning, Scott, Terblance, 2011

в) Информације о фер вредности пољопривредних производа који су убрани у току обрачунског периода презентују се у оквиру напомена уз финансијске извештаје као посебна категорија или у оквиру описа биолошких средстава.

Приказ 3. Извештавање о фер вредности умањеној за трошкове продаје пољопривредних производа убраних у току периода
Figure 3 Disclosure the fair value less costs to sell of agricultural produce harvested during the period

У току 2010. године произведено је 1.000.000 литара млека чија је фер вредност умањена за трошкове продаје у моменту убирања износила 20.000.000 дин.

г) Добитак или губитак настао при почетном признавању или услед промене фер вредности биолошког средства на крају извештајног периода обелодањује се у оквиру напомене Остали приходи и остали расходи (Опширније видети: Сл. гласник РС 9/2009, 2009).

д) Информације о промени књиговодствене вредности биолошких средстава у току извештајног периода могу се презентовати у виду табеларног приказа (приказ 3) који садржи информације о добитку или губитку услед промене фер вредности, информације о повећању и смањењу вредности биолошких средстава (куповина, пословне комбинације, продаја, угинуће, убирање) и информације о нето курсним разликама насталим превођењем финансијских извештаја у различите валуте за презентацију (према: IASB, 2001).

Приказ 4. Извештавање о променама вредности биолошких средстава
Figure 4 Disclosure of changes in the carrying amount of biological assets

Основно стадо - краве	
1. Вредност на дан 01.01.2010.	104.000
2. Повећање услед куповине	6.000
3. Добитак од промене фер вредности (3.1 + 3.2)	10.000
3.1 повећање тржишних цена	7.500
3.2 физичке промене (превођење у другу категорију)	2.500
4. Смањење услед продаје	(5.000)
5. Смањење услед угинућа	(1.000)
6. Вредност на дан 31.12.2010. (1+2+3-4-5)	114.000

Поред обавезних обелодањивања, могућа су и додатна обелодањивања у вези биолошких средстава у посебним околностима као што су постојање биолошких средстава над којима је ограничено право својине или која су заложена као гаранција за обавезе, постојање обавеза за развој или прибављање биолошких средстава, примена стратегије управљања финансијским ризиком у пољопривредном предузећу. Ако пољопривредно предузеће одмерава биолошка средства по набавној вредности, потребно је поред вредности биолошких средстава у билансу стања, обелоданити у напоменама уз финансијске извештаје: опис биолошких средстава, разлоге немогућности одмеравања фер вредности, коришћен метод и стопе амортизације, бруто књиговодствену вредност и акумулирану амортизацију на почетку и крају периода (IASB, 2001.)

3. Практика финансијског извештавања о биолошким средствима у Републици Србији

Квалитетни финансијски извештаји подразумевају пружање истинитих и објективних информација. Специфичности које карактеришу пољопривредна предузећа чине овај захтев поприлично комплексним. Ове специфичности везује се пре свега, за процесе биолошке трансформације, који за последицу имају квалитативне и квантитативне промене животиња или биљака које обично нису равномерне и често трају дужи временски период. У том погледу, захтев за квалитетним извештавањем о биолошким средствима је од посебне важности, будући да утиче на смањење ризика доношења погрешних пословних одлука корисника финансијских извештаја пољопривредних предузећа. Доношење одлука мањег степена ризика ће резултирати ефикаснијом алокацијом ограничених ресурса уз одговарајући допринос развоју пољопривреде. Квалитет финансијског извештавања о биолошким средствима одређен је степеном испуњења захтева дефинисаних у МРС-41. Истраживање праксе финансијског извештавања о биолошким средствима у Републици Србији у периоду од 2008-2010. године треба да укаже на квалитет финансијских извештаја пољопривредних предузећа према захтевима МРС 41–Пољопривреда. Квалитет извештавања о биолошким средствима мерио се са аспекта обелодањивања следећих обележја:

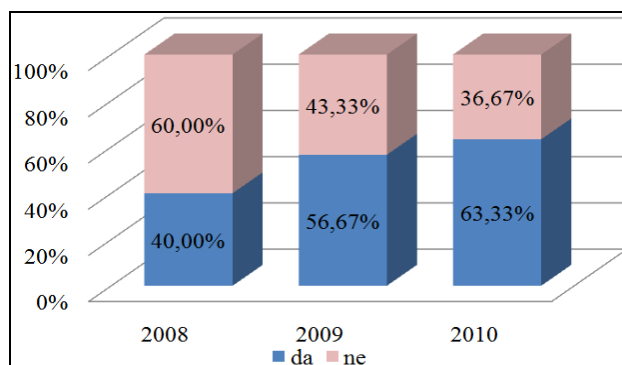
- 1) методе утврђивања вредности биолошких средстава
- 2) врсте животиња и биљака
- 3) физичке јединице мере биолошких средстава
- 4) активност у вези са биолошким средствима
- 5) фер вредност у моменту убирања
- 6) добитка или губитка услед усклађивања фер вредности
- 7) информације о промени књиговодствене вредности биолошких средстава у току извештајног периода

Резултати спроведеног истраживања показују следеће:

1) Број предузећа која извештавају о методу вредновања биолошких средстава расте са 40% у 2008. години на 63,33% у 2010. години (график 1). Приметно је да сва предузећа биолошка средства вреднују по фер вредности умањеној за трошкове продаје која се одређује на активном тржишту.

График 1. Обелодањивање методе вредновања биолошких средстава у периоду 2008-2010.

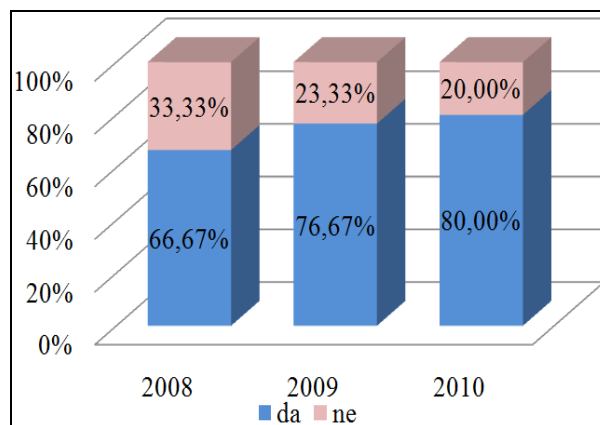
Graph 1 Disclosure of the Method Applied in Determining the Value of Biological Assets in the Period 2008-2010



2. У периоду 2008-2010. присутан је значајан раст предузећа која пружају информације о конкретној врсти животиња или биљака као биолошким средствима са 66,67% на 80% (график 2).

График 2. Обелодањивање врсте биолошких средстава у периоду 2008-2010.

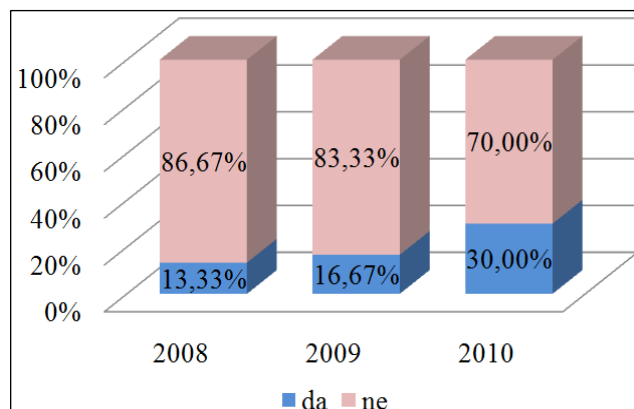
Graph 2 Disclosing the Type of Biological Assets in the Period 2008-2010



3. Квалитет финансијског извештавања о биолошким средствима израженим у физичким јединицама мере је на незадовољавајућем нивоу. Иако је присутан тренд раста броја предузећа која презентују информације о физичким јединицама мере биолошких средстава, у 2010. години, свега 30% предузећа је обелоданило наведено обележје.

График 3. Обелодањивање физичких јединица мере биолошких средстава у периоду 2008-2010.

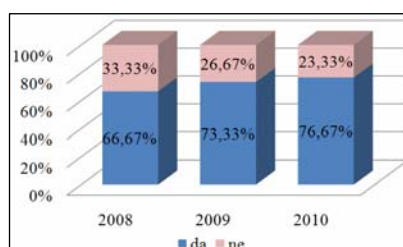
Graph 3 Disclosing Physical Unit of Measurement of Biological Assets in the Period 2008-2010



4. Извештавање о природи активности у вези са биолошким средствима има тенденцију пораста са 66,67% финансијских извештаја у 2008. години, на 76,67% у 2010. години (график 4).

График 4. Обелодањивање природе активности у периоду 2008-2010.

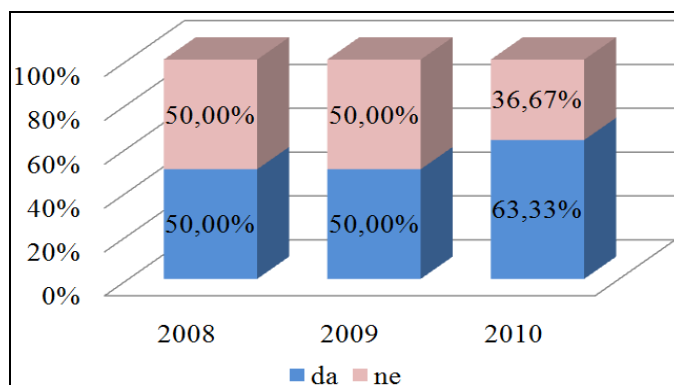
Graph 4 Disclosing the Nature of Activities in the Period 2008-2010



5. У 2008. и 2009. години ни у једном финансијском извештају није обелодањена фер вредности пољопривредних производа у моменту убирања, а у 2010. години наведено обележје је представљено у свега 6,67% извештаја.

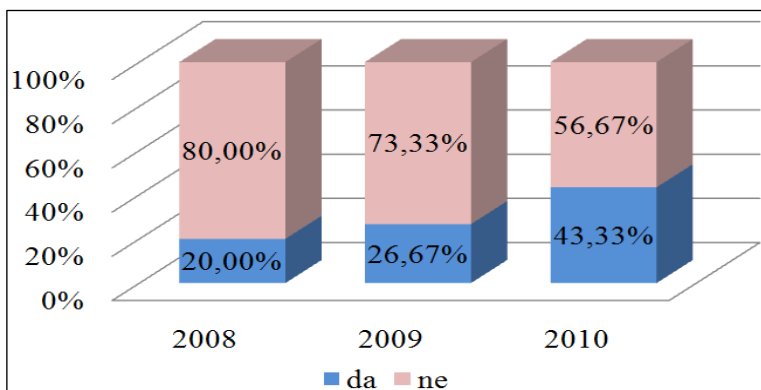
6. Обелодањивање добитка или губитка од усклађивања фер вредности бележи пораст са 50% у 2008. и 2009. години на 63,33% у 2010. години (график 5). У највећем броју случаја где није обелодањен добитак или губитак, истиче се непостојање напомене о осталим приходима и расходима.

График 5. Обелодањивање добитка или губитка од усклађивања фер вредности у периоду 2008-2010.
Graph 5 Disclosing the Gain or Loss From the Change in Fair Value in the Period 2008-2010



7. Посматрајући извештавање о променама књиговодствене вредности биолошких средстава уочава се пораст броја предузећа која испуњавају наведени захтев са 20% у 2008. на 43,33% у 2010. години (график 6).

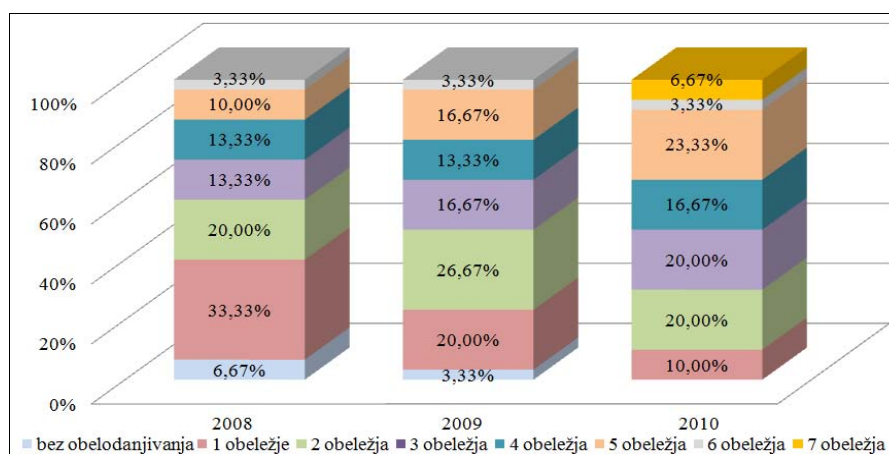
График 6: Обелодањивање промена књиговодствене вредности у 2008-2010.
Graph 6: Disclosing of Changes in the Carrying Amount of Biological Assets in Period 2008-2010



Узимајући у разматрање квалитет извештавања о биолошким средствима према броју обелодањених обележја у току 2008-2010. године, резултати показују да предузећа у све већој мери поштују захтеве МРС 41 (график 7). Међутим, испуњење захтева није на задовољавајућем нивоу,

обзиром да је нпр. у 2010. години обелодањивање 5 захтева пристуно у 23,33%, 6 захтева у 3,33% случајева, а свих 7 обележја у свега 6,67% испитаних случајева.

График 7. Структура обелодањивања обележја према MPC 41 у 2008-2010.
Graph 7 The Structure of Disclosuring by IAS 41 in Period 2008-2010



Закључак

На основу спроведене анализе финансијских извештаја пољопривредних предузећа уочава се пораст броја предузећа која испуњавају захтеве за обелодањивањем информација у вези са биолошким средствима у периоду 2008-2010. година. Међутим, и поред тога квалитет финансијског извештавања о биолошким средствима у Републици Србији је на незадовољавајућем нивоу. Резултати истраживања показују да се обелодањивање минимума обележја дефинисаних MPC 41 први пут јавља у 2010. години у свега 6,67% испитаних финансијских извештаја. У највећој мери пољопривредна предузећа непоштују захтеве за обелодањивањем фер вредности пољопривредних производа у моменту убирања, као и физичких јединица мере биолошких средстава. Са друге стране, у 2010. години обелодањивање активности у вези са биолошким средствима присутно је у 76,67% испитаних финансијских извештаја, а обелодањивање врсте животиња и биљака која чине биолошка средства у 80% случајева.

Истражујући праксу извештавања о биолошким средствима уочено је да ниједно предузеће није приказало додатне информације, као што је вредност и опис биолошких средстава над којима је ограничено право

коришћења или стратегија управљања финансијским ризиком. Необелодањивање додатних информација не може се тумачити у контексту квалитета извештавања о биолошким средствима, обзиром да се извештавање врши уколико су неке од специфичних ситуација приступне у пољопривредном предузећу, а увидом у финансијске извештаје не постоји могућност да се у то увери.

У циљу унапређења квалитета финансијског извештавања о биолошким средствима у Републици Србији неопходно је да се потпуно поштују захтеви дефинисани у MPC 41. На тај начин, створиће се услови за свеобухватнију анализу финансијских извештаја пољопривредних предузећа и омогућити доношење пословних одлука мањег степена ризика.

Литература

1. Агенција за привредне регистре (АПР) (2011), *Регистар привредних друштава – финансијски извештаји за 2008. 2009. и 2010. годину*, Преузето 01.09.2011. са сајта <http://www.apr.gov.rs>
2. Epstein Barry & Jermakowicz Eva (2010), *IFRS: Interpretation and Application of International Financial Reporting Standards*, John Wiley & Sons. New Jersey
3. Greuning Hennie, Scott Darrel & Terblance Simonet (2011), *International Financial Reporting Standards – A Practical Guide* The World Bank, Washington
4. International Accounting Standards Board (IASB) (2001), *International Accounting Standard 41 – Agriculture*, Преузето 01.09.2011. са сајта <http://www.ifrs.org>
5. Сл. гласник РС 119/2008 (2008), *Правилник о садржини и форми финансијских извештаја за привредна друштва, задруге, друга правна лица и предузетнике*, Сл. гласник РС, Београд
6. Сл. гласник РС 9/2009 (2009), *Правилник о контном оквиру и садржини рачуна у контном оквиру за привредна друштва, задруге, друга правна лица и прдузетнике*, Сл. гласник РС, Београд

Примљено: 06.10.2011.

Одобрено: 02.12.2011.

UDC: 631.16:633/636

**REGULATION AND PRACTICE OF THE FINANCIAL REPORTING
OF BIOLOGICAL ASSETS IN REPUBLIC OF SERBIA**

Kristina Mijić¹, M.Sc., Nataša Spahić², Ph.D., Bojana Vuković¹, M.Sc.

¹ The Faculty of Economics Subotica

² Faculty of Sciences, Novi Sad

Summary

Financial statements of agricultural enterprises are an important source of information for assessing the effects of using resources and consideration of the effects of the company. Based on the financial statements of agricultural enterprises, users make important decisions to agriculture, and thus overall economic activity. In order to make reliable and appropriate decisions it is necessary to provide quality financial statements that contain complete and accurate information about position and results of agricultural enterprises. This will provide information for efficient evaluation of business performance of agricultural enterprises. Accordingly, this paper provide the results of research the quality of financial reporting of biological assets in the Republic of Serbia in the period 2008-2010. In this period there is a growing number of companies that adopted the requirements of standard, but the quality of financial reporting of biological assets is not satisfactory. Full disclosure of information accordnig to standard first appears in 2010. year in only 6.67% of all investigated financial statements.

Key words: financial reporting, biological assets, IAS 41.

Author's address:

Kristina Mijic, M.Sc.
Ekonomski fakultet Subotica
Segedinski put 9-11
24000 Subotica
mijick@ef.uns.ac.rs

**THE PROSPECTS FOR WINE TOURISM AS A TOOL
FOR RURAL DEVELOPMENT IN ARMENIA
– THE CASE OF VAYOTS DZOR MARZ¹**

A. Harutjunjan², Margaret Loseby³

Abstract. The paper examines the prospective role which wine tourism could play in the rural and in the much needed overall economic development of Armenia. It begins with a brief description of the antique origin and the present economic situation of the wine sector in Armenia, followed by a description of recent trends in the tourist sector as a whole in Armenia. The particular features of wine tourism are examined in relation to Armenia and to other wine producing countries. Attention is then concentrated on a specific region of Armenia, Vayots Dzor, which is particularly important for wine production, and is also endowed with historical monuments with great potential for the development of tourism. The case of one particular village is illustrated in some detail in order to indicate how tourism in general, and specifically wine tourism could be developed for the benefit of the rural community. The paper concludes by outlining a strategy to be followed to achieve the growth of the sector.

Key words: Wine industry, tourism, cultural heritage, rural development, wine tourism

1. Introduction

Grape cultivation is believed to have originated in Armenia near the Caspian Sea, from where it seems to have spread westward to Europe and Eastward to Iran and Afghanistan (Economic and Social Commission for Asia and the Pacific 1999). A legend tells that Noah planted the first vineyard in the plateau of Ararat. This

¹ This paper was made possible through cooperation made possible through the Erasmus Mundus, External Cooperation Window, lot 6, for Armenia, Azerbaijan and Georgia project

² Arman Harutjunjan, Armenian State Agrarian University, Armenia; armanhar@list.ru

³ Margaret Loseby, Faculty of Agriculture, University of Tuscia, Viterbo, Italy; loseby@unitus.it

legend is upheld by local research that pinpoints Armenia as the ancient birthplace of viticulture and winemaking.

But at present Armenia does not have a competitive advantage in wine, as far as the cost of production is concerned, compared with other countries. The major reason for this is the difficult weather conditions prevailing in Armenia. Additional work in the vineyard is essential in order to protect vines from freezing temperatures, and irrigation is a necessity due to the low rainfall. Compared with other eastern countries (Moldova, Georgia and Bulgaria), the production cost of one kg of wine grapes in Armenia is 20-30% higher (Vertumne and Associates, 2001, a).

Because of the blockades imposed by Azerbaijan and Turkey, in addition to the difficult relations with Georgia and the absence of sea access, Armenia also has transport costs for exports of wine higher than most of its competitors.

The wine sector experienced a sharp decrease in size in less than 10 years: in 1980, wine represented 48% of the total Armenian production of alcohol; in 1990, in coincidence with the political changes in the former Soviet Union, it represented only 13.7%. During the same period, production of Brandy and Vodka increased their relative share, even if the volume produced of these two products also sharply decreased.

The domestic alcohol market (which includes both domestic consumption and storage) used to be very small in Armenia, representing, in 1988, 13% of wine production, 21.5% of the brandy production, and 74% of the sparkling wine production. In 2000, due to the collapse of exports – (wine exports decreased from 411,900hl in 1988 to 2,720hl in 2000; brandy exports decreased from 96,400hl in 1988 to 24,120hl in 2000; sparkling wine exports decreased from 13,000hl in 1988 to almost 0 in 2000) - the domestic market absorbed 90% of wine production, 15.7% of brandy production and 100% of production of sparkling wine. (Vertumne and Associates, 2001 b).

On the one hand, competition in international markets will be very hard for Armenian wine producers, and, on the other hand, the domestic market is small. It is our belief that development of wine tourism is one of the main ways of rehabilitation and development of the wine-making industry in Armenia.

The changing values of the present day consumer have created a demand for new products and provided a driving force for the development of new types of tourism. Traditional mass tourism, although still prevalent, is evolving into a “new tourism”, often called responsible, soft, alternative, green, or sustainable tourism. The new types of tourism that hold a great potential for the future are cultural tourism: health, fitness and thermal cures; nature-based; educational; wildlife,; gastronomic or food and wine etc. These new types of tourism require

customisation of tourist products, which has begun to play an important role in the individual tourist's requirements, and tourism is therefore being transformed from focus on the mass market to diversification and focus on individual tourist's needs.

Given the difficulties mentioned above for production and marketing of Armenian wine, in this paper we would like to point out how an appropriate development of wine tourism could contribute to the prosperity of the industry and to rural development, thus promoting overall economic development of the country.

2. Armenia and the tourist industry

2.1. The current situation and the problems in the tourist sector in Armenia

Currently Armenia does not stand out amongst the world's tourist destinations, despite its rich historical, cultural and natural tourist resources. Only a small proportion of the global population have heard of Armenia, know where it is located or have an image of what the country has to offer. Armenia needs to position itself carefully in the global market as a tourist destination

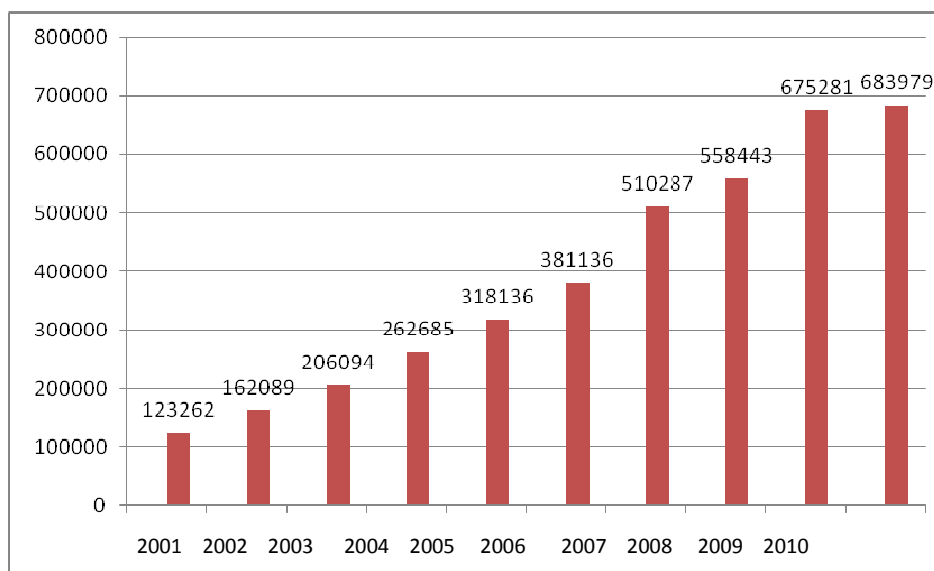
With its rich cultural resources and stunning landscapes, Armenia has the foundations for a sustainable tourist industry. These comparative advantages on their own, however, may be insufficient to attract tourists. Rather than simply visiting destinations just to see sights, tourists want experiences in the destination country, interaction with the locals, closer communication with local culture and traditions and use of quality services(US Aid-Caps, 2008 b).

During the Soviet Era, Armenia had a flourishing tourist industry with more than 600,000 visitors a year (Armenian Tourist development Agency), but the collapse of the Soviet Union, coupled with the devastating 1988 earthquake and blockade brought extremely severe economic problems to Armenia. Over the past decade the economy has begun slowly to revive, and the development of tourism has contributed to its recovery. In the year 2000 Armenia received 84,000 visitors - - in 2001 that figure increased spectacularly to 123,000, most likely due to the events associated with the celebrations for the 1700th anniversary of Christianity in Armenia (Armenian Tourist Development Agency).

Since 2001 high growth rates have been registered in the tourist sector of Armenia. (Chart 1) and in 2008 the number of visitors reached 558 thousand.. The trend continues: according to data provided by the statistical analysis of trips, carried out in cooperation between the Ministry of Economy, the National Statistical Service and USAID, 575 thousand tourists visited Armenia in 2009, which is slightly more again (3 %) than the number registered in the same period in

2008. The trend appears to have continued and in 2010, it is estimated that almost 684,000 foreign tourists visited Armenia. Whilst there is general agreement that the number of tourists arriving in Armenia, there is some dispute about the dimension of the increase (Tourism Review.com, 2011), and in fact, a government Decision regarding the “Approval of 2008-2012 tourism development programme” has set up a working group aiming for greater clarification of tourism statistics (Ministry of the Economy of the Republic of Armenia, 2009).

Chart 1. Growth in number of foreign tourists visiting Armenia, 2001-2010
(thousand persons)



Source: Ministry of the Economy of the Republic of Armenia, Yerevan, 2010

The potential importance of tourism for the economy of Armenia has become increasingly recognised in recent years. In 2008, the Tourism Development Concept paper was published (US Aid-Caps, 2008 b) in collaboration with the US Aid funded Competitive Armenian Private Sector (Caps) Project, *Armenia 2020*. This specifies as the overall goal of state policy in Armenia’s tourist industry “to increase its contribution to the national economy and ensure equal regional economic growth while at the same time alleviating poverty”. A detailed programme of objectives and strategies is set out, together with indicators for monitoring and evaluation. The primary issues identified include not only issues directly related to the development of an infrastructure of support for tourism, but

also those related to the overall development of the economy, such as improving and developing infrastructure, developing the workforce, ensuring public health and safety.

2.2. Natural and cultural resources for the development of tourism

Ancient geographers called the Armenian Highlands the "Island of Mountains" or the "Rooftop of Asia Minor." In fact, the average altitude of the country is over a mile high, at about 1800 meters above sea level.

The country's major intrinsic tourism assets are *religious, historic and cultural monuments*, as well as natural conditions favourable for the development of *eco-tourism*. In addition, the elements of adventure and agro-tourism are thought to offer important opportunities for further development.

The major Armenian tourist destinations are Yerevan, Tsaghkadzor, Sevan, Jermuk and Dilijan. However, only Yerevan, the capital, with a relatively well-developed infrastructure and service-oriented tourist cluster, has emerged as a hub for inbound tourism in the country.

The landscape is dominated by views of Mount Ararat, located southwest of Yerevan, in present day Turkey. Yerevan itself boasts opera, theatres and other cultural attractions. The casinos in Argavand are also popular with tourists.

Lake Sevan, the world's largest mountain lake, is a popular summer tourist spot. The Tsakhkadzor ski resort is open year round for skiing in the winter and hiking and picnicking the rest of the year.

The Christian faith has shaped Armenian culture so intimately that it permeates the very landscape at virtually every corner of the country. Armenia became the first nation to declare Christianity as its state religion in 301 AD. With the spread of Christianity, many churches and monasteries were erected, some on the foundations of pagan temples. Armenia's innovative architectural traditions can be seen in the church complexes as precursors to the Gothic form.

From a historical and cultural point of view, Armenia is often referred to as an open air museum: over 4,000 historical monuments can be found throughout Armenia, covering various periods of the country's history from prehistoric to Hellenistic times, and from the early to medieval Christian era. The Armenians created their masterpieces during rare periods of peace and relative prosperity over the centuries. Within Yerevan alone there are more than 40 fine arts museums and galleries.

3. Wine tourism

3.1. *Wine tourism as an emerging type of tourism*

A wide range of experiences can potentially be built around tourist visits to wine regions, including: wine tasting, wine and food, appreciation of regional environs, day trips or longer- term recreation, the experience of a range of complementary cultural, nature based and lifestyle activities available in wine regions.

Wine tourists differ in their requirements, and wine producers must know who they are and what they want. Wine tourists may be grouped broadly into three categories, each with slightly different requirements and different potential in terms of present and future wine consumption – they have been labelled *accidental*, *interested* and *dedicated* (Tourism New South Wales, 2004) Cellar door staff have the opportunity to influence tourists and to convert “accidental” wine tourists to “interested” or even “dedicated” wine tourists if the cellar door experience is fun, informative and memorable. Dedicated wine tourists are motivated to visit by their interest in wine – the cellars are the focus of the visit. Interested and accidental tourists, on the other hand, come to the region to have a weekend in the country with the added bonus of visiting a cellar.

Accidental or curious wine tourists need to feel comfortable at the cellar, not intimidated. They need to be educated about wine in an entertaining and informal way.

Interested wine tourists need to find wines and information that they would not get at their local liquor shop back home. They often want to discover something new to show their friends.

Dedicated wine tourists want even more information, and the opportunity to develop their palate further, be recognised as knowledgeable and try/buy the latest or rarest wines.

For accidental visitors or curious tourists, wine cellars are seen as a tourist attraction of the region visited. A visit to a wine cellar is an opportunity for a social occasion with friends or family, They may have below average knowledge of wines, but be moderately interested in wine, their interest and curiosity being aroused by drinking wine, advertisements by the roadside, brochures or general tourist promotion. Usually with moderate income and education level, they may purchase at the winery. They are, however, unlikely to join a mailing list.

For interested wine tourists a cellar visit is an enhancement to their trip, but not the prime motivation for visiting the region. Along with moderate to high interest in wine. they frequently have a moderate to high income, are educated to University level and are likely to have visited other wine regions.

Dedicated wine tourists, in contrast, are wine lovers who visit wine regions frequently as an integral part of a trip; they have an above-average knowledge of wine, are extremely interested in wine and wine making. Usually they are of mature age, with a high income and a high level of education. They are likely to purchase wine at the cellar and also to join the mailing list.

3.2. Wine tourism around the world

Wine tourism is not a "new thing", having been carried out in Europe and other countries for many years. It has traditionally focused on events centred on the theme of wine or dining and gastronomic activities, and sales of wine and wine-related products. It may be considered as a "niche" market in the same way as gastronomic tourism. A recent survey carried out in Hong Kong and Macao concerning gastronomic tourism points out that "the motivation for travel for gastronomy reasons is a valid construct for ...market segmentation". Moreover, "...gastronomy plays a major role in the way visitors experience a destination and indicate that some travellers would return to the same destination to savour its unique gastronomy"(Kivela, J.J. and Crofts, J.C., 2009)

Many wine regions around the world have found it financially beneficial to promote such tourism and, as a result, growers' associations and others in the hospitality industry in wine regions have spent significant amounts of money over the years for this purpose. This is true not only of "Old World" producers (such as Spain, Portugal, France or Italy), but also for the so-called "New World" wine regions.

"Old World" wine refers primarily to wine made in Europe but can also include other regions of the Mediterranean basin with long histories of winemaking such as North Africa and the Near East. New World wines are those wines produced outside the traditional wine-growing areas of Europe, in particular from Argentina, Australia, Canada, Chile, Mexico, New Zealand, South Africa and the United States.

Each of these countries have separate wine-growing heritages, some, by now, quite long, but there are several common themes. The Christian Church often initiated imports of wine and then promoted local viticulture to provide wine for ritual purposes.

Where immigrants came from wine-growing areas, they brought their vines and winemaking traditions with them. British colonists, on the other hand, lacking a wine making tradition at home, tried to replicate the varieties that they had been accustomed to import, and sold them under the familiar, semi-generic, names. So, for instance, both Australia and the USA made wines sold as 'port' or 'Burgundy'

that were often made from Syrah or other Rhone varieties, whilst 'Chablis' and 'hock' might be made from Welschriesling or Chenin Blanc. Since much of the wine imported into the colonies was fortified to preserve it during the sea voyage, the local markets expected their domestic wine to be similar in style, and with a few notable exceptions, many early wines in the New World were fortified (Wikipedia, 2011).

Nevertheless, experience has shown that, in order to achieve its full economic potential, wine tourism must overcome some hurdles. Even in an area with an old and prestigious tradition of wine making such as the Champagne region of France, a recent study (Charters, S., 2010) shows that the potential of wine tourism as a lever for rural development is diminished by the attitude of producers, particularly small producers: many of them feel it is not relevant to them, even though they sell wine directly; moreover, few of them have a clear idea of the expectations of wine tourists. The study confirms, however, that tourists display a propensity to pay more than local purchasers of wine.. These results should inform the strategy for wine tourism development in Armenia, where similar problems are likely to arise.

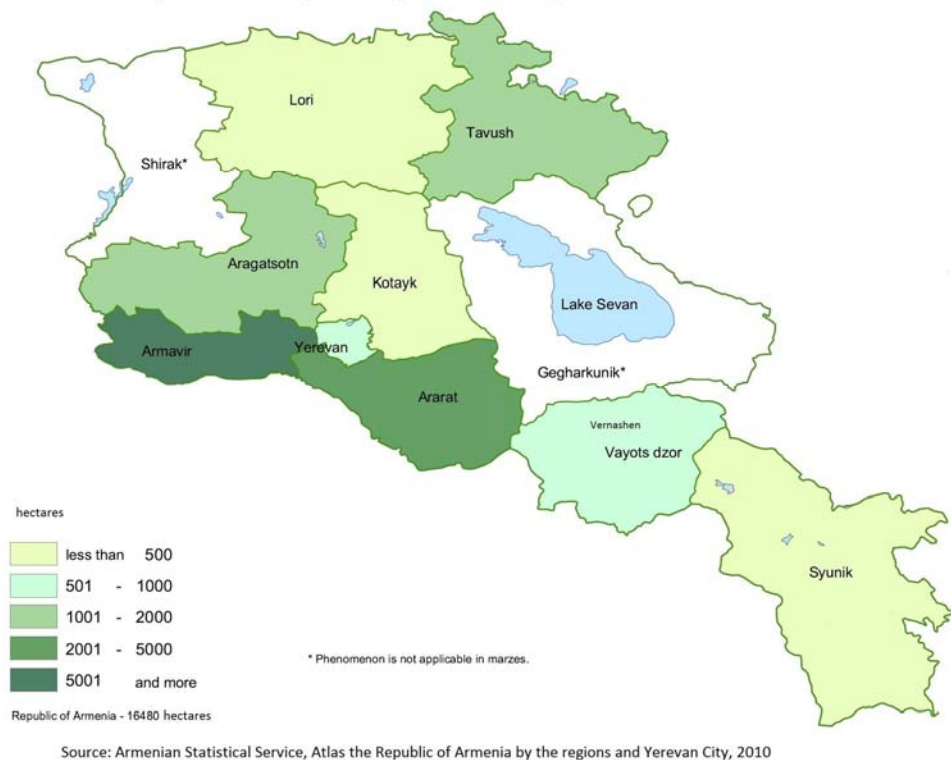
3.3. Wine tourism in Armenia

Today, wine tourism is growing in the international tourist industry, and Armenia has many qualifications to participate in it. For example, Armenia's active presence on new cross-border Wine Routes that are being planned, would highlight the country from a completely new aspect for international travellers and would provide other opportunities for development of tourism and related fields (Vayots Dzor Tourism Development).

The target consumers of wine tourism would be not only wine lovers, but also operators in the market for hospitality i.e. hotels and restaurants. The potential market is large. Nevertheless, in the detailed plan for tourist development previously mentioned (US Aid-Caps, 2008 b) it is surprising that no specific mention is made of wine tourism.

The wine, culture and tourist sectors are complementary to each other. As has recently been pointed out “ in many countries wine is simultaneously an expression of the culture of a territory and a reservoir of traditions rooted in antiquity” (Asero, V. and Patti, S., 2009 a). The tourist sector has long recognised the value of culture to the industry. Our aim is to explore how wine tourism can be developed in Armenia to the advantage of all three sectors involved. We will do this by reference to a particular wine-producing area, Vayots Dzor, citing in more detail the situation in a particular village in that region.

Figure 1- Armenia, areas of grape cultivation, 2009.



4. Wine tourism in Vayots Dzor

4.1. *The tourist resources of Vayots Dzor*

We can characterize Vayots Dzor Marz tourist resources in two main groups: natural-climatic and historical-cultural.

Vayots Dzor has been described as a “wild assemblage of small lakes, narrow gorges, lush vineyards, rough and jagged slopes, bucolic pastures, and noisy rivers. Against this natural mosaic, a visitor to this southern region of Armenia will enjoy unbelievably tasty fruits and vegetables. With the Yeghegis and Arpa rivers flowing through the region, Vayots Dzor is a perfect place for trout fishing, nature tours tours and hunting. For the more adventurous, a helicopter tour will provide a plethora of unforgettable impressions and fantastic memories” (Vayots Dzor Tourism Development Centre).

Jermuk, the third largest town in the region, is among Armenia's most famous spa resorts. Boasting many days of sun, and situated on high ground with

clean air and a favourable climate, Jermuk's most deserved claim to fame are the 40 underground fresh water and mineral water springs. The word "Jermuk" derives from Armenian "jerm" which means warm. Local Spas provide treatment for various ailments and diseases using the water, and it is an ideal spot for rest and relaxation. The quiet resort town is well-endowed with parks, forested areas, as well as a waterfall and a natural land bridge. A special pavilion is located downtown where guests can taste firsthand the renowned mineral waters, which flow at natural temperatures ranging from 57 to 64 degrees Celsius.

In general, the variety of natural resources in the Marz lends itself to ecotourism, scientific tours, nature tours, hiking, and studies of upland landscapes.

In addition, from a historical-cultural point of view, there are more than 1,300 historical and cultural monuments registered in 44 communities of Vayots Dzor Marz.

Ruins of graveyards from the Bronze and early Iron Age can be found in the region. Burial grounds, village territories, bridges, mills, oil-mills, monasteries, churches, fortresses, cross-stones abound in the territory of the Marz. From the days of Marco Polo, along the Silk Road (from China to Europe) Medieval Armenia was a major thoroughfare for merchants, traders, and explorers alike. Weary travellers would look forward to a stay at one of many inns, or caravansaries, along the way. The Selim Caravansary, constructed in 1332 and situated in the Selim (Sulema) mountain pass on the border of Gegharkunik, is one of the best preserved.

Such abundance of historical-architectural monuments clearly increases the value of the Marz as an attractive centre for tourism. As Wilton (Wilton, J., 2005) points out, however, "...until the infrastructure ...of these rural regions improves, tourism will probably remain a very small part of the rural economy and visitors may miss the historical and cultural attractions they offer"

At present, there is no reliable statistical data on the number of tourists visiting Vayots Dzor Marz. The main destinations are Noravank-Gnishik River ravine, the city of Jermuk, Gndevaz, Herher, Vernashen, and Artabyunk communities. The main purposes of the visits are to see relatives, take health cures, find recreation and tour historical-architectural monuments. It is estimated that 50% of visitors are foreigners, and the remaining 50% are locals and those who return to their families and relatives.

The only regular tourist route involving the Marz is Yerevan - Khor-Virap - Noravank-Yerevan. Thus, only a negligible part of the Marz tourist opportunities is used and this will remain so unless there is a widespread promotional campaign and provision of entertainment and other relevant infrastructure

Taking advantage of the geographical position of Vayots Dzor Marz and regarding it as a centre, it is possible to design routes covering Ararat, Gegharkunik and Syunik Marzes and to propose long-term tour packages to the foreign tourist market. A "Silk Road" tour proposed by World Tourism Organization (WTO) is a new and promising route. The number of the tour packages presenting this route is increasing every year. This provides great advantages to the countries through which it runs .

4.2 Resources for wine tourism in Vayots Dzor

Vayots Dzor has a very strong potential for tourism but its current situation is rather poor. The region has specific characteristics, amongst which are good agricultural growing conditions which permit high quality food products at relatively low cost.

The fundamental factor for developing wine tourism is, obviously, the presence of a wine producing industry. This region is famous for its Areni types of grape and wine. In reality, the Areni type of grape, which is considered the finest for wine, grows in Vayots Dzor precisely because of the rocky land and the sun. Vayots Dzor on the Arpa River valley has one of the highest number of sunny days throughout the entire territory of Armenia. The sun heats the rocks and helps maintain high temperatures. For this reason fruit growing also prospers in the region.

During recent years, wine-making has developed considerably in Vayots Dzor. On the banks of the Arpa alone there are a number of small and medium sized cellars: Getnatoun, Kimley, Areni, Ginetas, etc, which purchase almost the entire grape harvest. They produce mainly dry red wine.

Not all grape growers supply the wine cellars: it is more profitable to make homemade wine and sell it at the roadside. The sale of homemade wine along the length of Areni village has become a tradition.

Vayots Dzor is home to a national wine festival: the Areni Wine Festival. The festival is to promote tourism development in the region. It has been held three times: in 2004, 2007 and 2009, but now, in 2010, it has been decided to make the Areni Wine Festival an annual event.

Apart from being a showcase for good wine, the festival is a major event for traditional food making and tasting. The program includes traditional dancing, singing, food-making and tasting, wine-making and tasting, traditional games, contests and so on. Villagers sell home-made products- cream, honey, nuts and walnuts, vegetables, fruits, dried fruits, baked goods, lavash (bread), home-made jams and jellies, sweets, herbal teas and all the other products that a typical

Armenian household usually prepares for its members. In short, the region is well-endowed with what has been denominated as “territorially intensive products” (Asero, V. and Patti, S., 2009 b)

A second important factor for wine tourism is the culture present in wine producing regions. In this respect, there are several sites along the Arpa valley that attract tourists. The first is, of course, the monastery complex of Noravank, one of medieval Armenia’s spiritual and cultural centers. The complex, which is enclosed within boundary walls and consists of four churches and a bell tower, was constructed from the beginning of the 13th century to the 14th century. The Church of Saint Astvatsatsin, the work of the architect Momik, is the masterpiece of the Noravank complex.

But perhaps the most striking factor for developing wine tourism in this region is the ancient wine making culture. In this region are many caves. During the excavations of the cave of Birds of Areni, in Vayots Dzor Marz, 50-liter clay jars, pitchers, samples of crockery, vines were found, which led scholars to suppose that there had been an industrial area of wine production there. The objects found date back mostly to the Eneolith period, i.e. 3 500 years ago, thus the oldest winery found in the Areni grotto is the world’s most ancient centre of winemaking.

But to complement these features which could provide a sound basis for tourism, it is obviously important that there should be a sound infrastructure of hotels, catering institutions and other services. At present, in the Vayots Dzor Marz these are not strongly developed: in 2004 (later figures are not readily available) there were 15 small hotels of which seven with a capacity of 2500 beds concentrated in the city of Jermuk(5). In addition there were just over 30 institutions of various dimensions in the catering sector in Vayots Dzor Marz with a total capacity of about 1,000 places. They employed about 100 people. The majority of them work on a seasonal basis, with the exception of those located near the Yerevan-Meghri highway which operate all year round. The dishes offered in these institutions are made exclusively from locally produced products. They serve locally produced wine, mineral water, fruits, cheese, etc.

Considering the present relative lack of facilities for hospitality, there would be opportunities for wine cellars to open small guest houses, a type of agro-tourist establishment, in order to reach those potential tourists who wish to spend some time in the countryside. This would boost revenue and indirectly promote their product. Such agro-tourist establishments would also complement existing catering institutions

Recently, an important decision has been taken which should provide an important stimulus to the development of tourism in the Marz: the Tourist Development Center of Vayots Dzor region has been nominated as the official

representative for Armenia, in an international organization that is being founded with the purpose of developing a Wine Route within Black Sea countries. The decision was taken at an expert meeting of the European Council's Wine Culture Tourism Exchange (WCTE) pilot program held on October 5, 2009 in the Armenian resort city of Jermuk.

Marking the end of WCTE's three-year pilot phase, which focused on the development of regional, trans-border, wine and tourist routes, in support of the promotion of peace and economic prosperity in the region, the meeting refocused the work of the WCTE program activity, to make it more relevant to the larger policy developments in the Region and to agree on management structures and resources for future activities(18). Experts discussed the possibilities for creating an international organization that will take over the initiative to develop the Wine Route among Black Sea countries. France has been suggested as the official location of the organization, and Vayots Dzor Tourism Development Center was proposed as the official representative of the organization in Armenia.

The initiative has interesting prospects for the development of the Marz.

4.3. Wine tourism resources in Vernashen village

In order to make more concrete proposals, the prospects for one particular village, Vernashen, will be examined here, using it as a case study

Vernashen is well endowed with those natural, historical and cultural resources basic for tourism, as discussed earlier: it has ancient traditions, vineyards, homemade wine, specific foods, churches and monasteries, ruins of a medieval university, and a fortress.

As regards wine, it is possible to take a walk through beautiful vineyards, be witness to the wine making process and taste the wine, guided by local experts. This would also help in promoting wine which could be bought on the spot by tourists convinced by its merits..

In addition to the Areni variety of wine, Vayots Dzor produces another type of wine which takes on the name of the village: Vernashen. Vernashen wines are semisweet red wines. Adaptable to different circumstances: to have with a meal, with fruit and cheese, or just to pass the time, wines for meditation. In addition to homemade wine, tourists can taste Vernashen type of wine produced by the several winemaking companies of region.

From the food point of view, one of the gourmet attraction in Vernashen village is dolma. This, essentially, consists of stuffed vine leaves and comes in many varieties according to the filling and the sauces served with it. In addition,

there is a special type of bread, lavash. Over the centuries the baking technology has undergone almost no changes and is still widely used in rural areas of Armenia. Lavash is baked in an ancient wood-fired oven specially constructed, called tonir. Lavash baking usually takes about 2-3 minutes. Ceremonies of bread baking could be organised by villagers and tourists would be able to taste lavash and wine. Another local food is goat cheese, produced on many farms, and processed in a particular manner. Goat cheese is soaked in a brine solution, drained, grated, then mixed with herbs. The cheese is pressed into clay pots which are turned upside down into a layer of wood ashes.

There is, moreover, an opportunity of participating in one of the most important Armenian festivals, the Ceremony of Blessing the Grapes, which is held in August. Traditionally, in Armenia grapes must not be eaten before they are blessed. In August, the Armenian Apostolic Church celebrates the feast of the Assumption of the Virgin Mary. By the time of this festival the grapes are ripe and so, on the Feast day, the Ceremony of the Blessing of the Grapes is conducted. The entire harvest is blessed, and, as a sign of richness and abundance, a part of the wine blessed is set aside for the following year.

This ceremony takes place in the church of Saint Khach, which is situated seven kilometres to the east of Vernashen. The monastery of Saint Kach is a well known place for pilgrimage and there is evidence of its existence since the 8th century. The current church of the monastery was almost completely reconstructed in 1870-1871. It is claimed that a piece of the original Cross is buried to the south-east of the church and for this reason the church is known as «Surb Khach» - «Holy Cross».

As regards cultural heritage, the village is home to Gladzor University, well-known historically as an educational and scientific academy. Its name was mentioned in writings dating from 1291 and study at the University continued until 1390. The miniature of Gladzor is one of the schools of medieval art in Armenia which had close links with other examples of monumental art and culture (EU TACIS, 2004).

Another feature of the village is the large number of *khachkars* or cross stones. These are an important feature of medieval monumental art in Armenia., with an especially rich artistic content. Forerunners of *khachkars* were early medieval circular or octahedral columns or squares of pillared sections with crosses carved in them and bulky crosses placed above them. The surface of the pillars is decorated with winding vines and dangling clusters of grapes.

In 1984, in honour of the 700th anniversary of the Gladzor University, the Gladzor University Museum was opened due to the efforts of the congregation of the church of Vernashen. On the hill near the University are paths which were built

during the works for celebration of the anniversary of the Gladzor University, which could now be used for establishing a park. where the main exhibits could be cross stones together with vines and grapes.

Once they have tasted the wine and become familiar with it,, tourists may wish to visit the vineyards where it is made and experience the country lifestyle and culture of the wine regions. Not far from the Tanahat church near Gladzor University, the villagers of Vernashen have their vineyards. After a visit to Gladzor University tourists could harvest the grapes and taste the wine, walk in the vineyards, sit under shadow of apricot trees and from distance see the ruins of Gladzor University and Tanahat church.

On the other edge of the village are vineyards established by “Getnatoun” winery. From here tourists can see the Proshaberd fortress and listen to stories about region. A tour to the fortress and Spitakavor church.could be organised. Proshaberd is a fortress built in the 13th century. It is located approximately 6-7 kilometers north of the village of Vernashen. Almost one kilometer east from the fortress is the 14th century Spitakavor Church dedicated to Saint Astvatsatsin.

The historical sites of the village just mentioned are depicted on the labels of the wine produced and bottled there. For example “Getap Vernashen” wine produced from “Getap Wine Factory” LLC, or “Areni of Vernashen” produced by “Getnatoun” LLC portray pictures of Surb Ashtvatsatin church, which is situated in Vernashen village. This is another opportunity for wine tourism. In this way, wine-making promotes tourism and vice versa, tourism can promote wine-making, to the benefit of the areas involved.

5. A strategy for the development of wine tourism in Armenia

The previous sections have attempted to illustrate the latent potential for the development of wine tourism in Armenia, as a means of promoting overall rural and economic development of the country. It is clear, however, that progress in that direction requires the creation of a favourable social and institutional environment.

Continuing with the example of the Vayots Dzor region, at the moment, “tourist products” in general, and “wine tourism products” are almost non-existent. Until such “products” are developed it is not possible to initiate an effective campaign for their promotion. Clearly, the products should be developed with an eye towards potential target markets, and tailored accordingly. The target markets for tourism in general are well specified plans for tourism expounded in (US Aid-Caps, 2007). As regards wine tourism in particular, which is not mentioned in this detailed document, it is necessary however, to elaborate a specific strategy for development, within which short term action plans can be drawn up and carried

out. This type of plan should be limited to a specific wine producing area. At a later stage, coordination between the different areas could prove beneficial.

The local action plans should operate at three levels: in the first place, the basic traditions, as illustrated for Vayots Dzor and for Vernashen village, provide a favourable starting point and should be developed in a systematic manner

Secondly, much must be done to educate operators and personnel for the many different activities necessary for development of wine tourism.

Thirdly, tourist infrastructure, in the forms of accommodation, catering, and other basic services must be strengthened;

In a first phase, it is necessary to draw up an inventory of actions possible which build on existing festive traditions, and to select those to which priority should be given on the basis of the most favourable benefits: cost ratio. It is important to limit the number of initiatives in order to concentrate attention and resources – both financial and human, and to provide visible results in a short space of time.

This can be done most successfully if the time span of the action plan is short –possibly not longer than 12 to 18 months, offering the prospective for launching further plans once the first ones have reached a self-sustaining phase. It is essential to overcome the inevitable local rivalries for obtaining the limited development resources. Priorities for plans could be based partly on the brevity of the time span realistically necessary for their implementation.

The development of tourist infrastructure in general will require a longer term planning horizon as regards investment in construction of hotels and transport systems. It is important, however, to create a climate favourable to private enterprise, which can operate both on a large and on a small scale.

In particular, on a smaller rural scale, wine cellars as well as grape producers and farmers in general, could be encouraged to expand their activities into the hospitality sector, a form of agro-tourism, possibly by introducing fiscal advantages or credit facilities. In this way, rather than by the construction of large establishments, the character of rural areas will be maintained and there would be encouragement of the category of tourists interested in rural activities.

Qualified human resources for wine tourism sector are just as important as the physical infrastructure, and here much remains to be done. If the objective is to attract foreign tourists, it is essential that those employed in the sector should have a working knowledge of one or more foreign languages. Both foreign and domestic tourists, however, benefit from guides well prepared in all aspects of the tourist features of the country, with a knowledge of local history and culture, as well as an intimate knowledge of wine production and tasting in all its aspects.

Professional training for tourist guides is important. It has been recognised as such since the early years of the new millennium and in 2002 the Armenian Tourist Development together with the International Executive Services Corps provided a first training course on leadership for government officials and tourism industry managers. Professional training for tourist guides and other workers in the tourist industry is recognised as important (US Aid-Caps, 2007; US Aid-Caps, 2008 b). A recognised register of guides has already been initiated. It is essential, however, that some provision be made specifically for wine tourism –both by including it in training programmes already foreseen at a general level, and by running specific training at local level in the areas of wine tourism.

6. Conclusions

Armenia is a country with an important but little-known patrimony which lends itself to the development of tourism from the point of view of history and culture. In particular, archaeological evidence suggests that the country has been the cradle of wine production. These endowments could be utilised to promote the economic growth which the country strongly needs.

Wine tourism provides an opportunity for the development of tourism both in cities and in rural areas. It could be considered either as a central feature of tourism “products”, or as a complementary feature for tourism which revolves around other aspects of interest. In either case, it would promote the well-being of rural areas, reinforcing incomes for farmers and for wine manufacturers.

In order to encourage wine tourism, it is necessary to carry out a strategy for the development of tourism as a whole. More emphasis is needed, however, in developing the specific sector, building on local traditions, facilitating and encouraging small-scale private sector intervention for the development of services of hospitality on the part of wine producers through forms of agri-tourism, and for the provision of local structures of support for other associated services such as wine tasting and exhibitions. It is, moreover, essential to provide effective training both for those who work in the rural hospitality sector and in producing and promoting wines. These two categories provide the key for transmission to tourists of the local wine culture.

The international tourist market is extremely competitive, and monitoring of the position of Armenia (US Aid-Caps, 2009) has shown a deterioration of its relative ranking in recent years. Attention to the potential of the wine sector could possibly improve the situation and, also in Armenia, as in other countries, it may prove that “wine tourism represents the most innovative phenomenon of the more general tourism supply created around a territorially intensive product” (Asero, V., and Patti, S. 2009 a)

Bibliographical references and websites

1. Armenian Tourist Development Agency (ATDA) Armenia's Tourism Development Initiative 2001-2003, www.armeniainfo.am
2. Asero, V., and Patti, S.,(2009) From wine production to wine tourism experience: the case of Italy, American Association of Wine Economists, Working Paper no. 52, November 2009, www.wine-economics.org
3. Asero, V., and Patti, S., (2009) Developing the tourist market through the exploitation of the typical products, Annali of "Dundrea de Jos", University of Galati, Fascicle I/2009, year XV, 2009
4. Carlsen, J.Charters, S., Cowan, E., (eds.) (2007) Global Wine Tourism, Research, Management and Marketing, CABI 2007
5. Charters, S. (2010)Wine Tourism in Champagne, Journal of Hospitality and tourism Research, November, 2010.
6. Economic and Social Commission for Asia and the Pacific, (1999) Tourism development along the Asian Highway, United Nations, New York.
7. EU TACIS, (2004)Vayots Dzor Marz, Economic Assessment, Armenia.
8. EV Consulting CJSC, (2009) Industry Insights, Tourism Sector, Yerevan.
9. Hall, C:M:, Sharples, L., Cambourne, B., and Macionis, N., (2000)Wine tourism around the world: development, management and markets, Butterworth and Heineman, Oxford.
10. Kivela, J.J., Crofts, J.C., (2009) Understanding Travelers' Experiences of Gastronomy through Etymology and Narration, Journal of Hospitality and Tourism Research, May 2009.
11. Ministry of the Economy of the Republic of Armenia, (2009)Armenian Tourism Statistics, Yerevan.
12. Papademetriou, M.K., Dent, F.J (eds.) (2001) Grape production in the Asia-Pacific region, FAO Regional office for Asia and the Pacific, Bangkok.
13. Tourism New South Wales, Wine tourism development information: understanding your tourism market. Factsheet, <http://corporate.tourism.nsw.gov.au>
14. Tourism Review.com, (2011) Armenia: Tourism is doing better, www.tourism-review.com, 14th February 2011
15. US Aid-Caps, (2007) Summary of the World Economic Forum Travel and Tourism Competitiveness Report, www.caps.am

16. US Aid -Caps,(2007) Assessment of Human Resource Training Needs for Armenian Tourism, www.caps.am
17. US Aid-Caps,(2008)Tourism Skills and Knowledge Needs, www.caps.am
18. US Aid-Caps, (2008) Tourism development concept paper, www.mineconomy.am
19. US Aid-Caps, (2009) Analysis of Armenia's Travel and Tourism Competitiveness, www.caps.am
20. Vayots Dzor Tourism Development Center Partner in Wine Route Development Programme www.caps.am.
21. Vertumne International and Associates, (2001) Analysis of the Armenian wine industry- strengths and weaknesses-rehabilitation strategy-opportunities for further development.
22. Vertumne International and Associates, (supervisor Mark Lundell,) (2001) Wine and vine sector in Armenia – rehabilitation of the wine and vine sector.
23. Wikipedia, Old World Wine, <http://en.wikipedia.org>
24. Wilton, J., (2005) Tourism Development in the South Caucasus: Challenges and Opportunities in the Republic of Armenia, e-Review of Tourism Research (eRTR), Vol. 3, No. 6.
25. <http://ertr.tamu.edu>

Примљено: 26.09.2011.

Одобрено: 02.12.2011.

ИНТЕГРАЦИЈА ЕКОНОМСКИХ ИНСТРУМЕНАТА КРОЗ ПРОПИСЕ О ЗАШТИТИ ЖИВОТНЕ СРЕДИНЕ

В. Радојевић¹, В. Радојевић², Гордана Васојевић¹

Резиме: Рад има за циљ да потенцира државну интервенцију у области екологије, применом одговарајућих прописа и економских инструмената. Акцент је дат на вези између економских односа и околине. Усвајањем стратегије одрживог развоја (према Рио Декларацији о одрживом развоју и заштити животне средине), државни органи требало би да унапреде коришћење економских инструмената у финансирању животне средине и обезбеђењу спровођења основних начела “одрживости”, на основу примене принципа “загађивач плаћа” и “корисник плаћа”. Примена начела одрживог развоја на националном, регионалном, локалном и нивоу предузећа, подразумева примену економских инструмената у области животне средине. Економски, тржишни, плански и остали инструменти заштите животне средине требало би да буду део глобалног система управљања животном средином и део производног менаџмента (на нивоу предузећа).

Кључне речи: екологија, одрживи развој, економски инструменти, накнаде, прописи.

1. Увод

Економија однос према природи разматра као *рационалност експлоатације ресурса*, дакле као активан однос. Екологија, на супрот тој активној улози економије коју можемо дефинисати појмом „користи”, има улогу истраживања узајамних односа између живог света и физичке средине. Дакле, екологија нема за циљ никакво максимизирање добитака. Пре би се могло рећи да екологија за циљ има минимизирање губитака, који по животну средину настају услед *експоненцијалне експанзије људске економске*

¹ Др Вељко Радојевић, ред. проф., дипл. инг. Гордана Васојевић, Хип-Азотара, Панчево.

² Мр. Вук Радојевић, асистент, Пољопривредни факултет Нови Сад.

активности. Из овог сажетог дефинисања појмова економије и екологије произилази нужност међусобних размирица, али и тачака интеграције, посебно у тросекторским моделима разматрања *економско-социјално-еколошког развоја*.

2. Одрживи развој

“Развој који тежи да задовољи потребе садашњих генерација, а да истовремено не доведе у питање способности будућих генерација да задовоље своје.” [1]

Савремени свет, суочен са потребом глобалне, заједничке одговорности за развој у складу са потребама људи и природе и схватањем да се планета Земља мора очувати, одржао је 1992. године у Рио де Жанеиру први Светски самит о животној средини и развоју. Укупно 182 земље учеснице (укључујући и СРЈ) су подржале *Рио декларацију о животној средини и развоју и Агенду 21*.

Циљ оба документа је да послуже као основа за уравнотежавање еколошких, економских и социјалних потреба сваке земље, тј. за успостављање одрживог развоја. Рио декларација се састоји од 27 принципа одрживог развоја, а Агенда 21 представља план активности за 21. век у свим подручјима одрживог развоја (социјална, економска питања, заштита и управљање ресурсима, јачање улоге значајних друштвених група итд.).

Национална стратегија одрживог развоја је у Србији, донешена 2008. године, са циљем да доведе до равнотеже 3 главна фактора одрживости:

- одржив економски раст (Економски раст - право људи да живе боље, економија Републике Србије мора и треба да расте, а становништво има право да користи економски и технолошки развој заснован на расту производње, запослености и стандарда. Да би остварила одрживи раст заснован на економији знања, Република Србија ће у наредним деценијама морати много више да се ослања на приватни сектор који би морао да оствари квалитетнији економски раст и квалитативне развојне ефекте: технолошки напредак, структурне промене, продуктивно запошљавање и јачање конкуренције. Мере за постизање овог циља треба да буду оријентисане ка подстицању домаћих и страних инвестиција, убрзању приватизације и реструктурирању јавног сектора на конзистентан и социјално одговоран начин.) [3]

- одржив развој друштва (Република Србија би морала да реалистично процењује сопствене могућности, како у погледу материјалних,

финансијских, природних и технолошких ресурса којима располаже, тако и у погледу ослањања на људе. Будући економски развој Републике Србије мора да се заснива и на начелима социјалне правде и социјалне одговорности заједнице за сваког појединца. Република Србија мора да унапреди сав економски амбијент и да предочи боље шансе за незапослене, сиромашне и социјално осетљиве категорије, нарочито да онима који заиста хоће да раде омогући да реализују своје способности.) [3], и

- заштиту животне средине (То подразумева интеграцију и усаглашавање циљева и мера свих секторских политика, хармонизацију националних прописа са законодавством ЕУ и њихову пуну примену. Од 74 приоритетне важности је усвајање и спровођење националног програма заштите животне средине уз одговарајуће акционе планове, као и усвајање и примена националне стратегије одрживог коришћења ресурса и добара које доноси Влада.) [3]

Протокол из Кјота уз Оквирну конвенцију Уједињених нација о промени климе (*The Kyoto Protocol to the United Nations Framework Convention on Climate Change*) је додаток међународном споразуму о климатским променама, потписан са циљем смањивања емисије угљен-диоксида и других гасова који изазивају ефекат стаклене баште. Протокол је ступио на снагу 16. фебруара 2005. године, када га је ратификовала Русија. Државе које су га ратификовале чине 61% загађивача. Протоколом се смањује испуштање шест гасова који изазивају ефекат стаклене баште: *угљен-диоксида, метана, азот-диоксида, флуороугљоводоника, перфлуороугљоводоника и хексафлуорида*. У последњих неколико деценија повећале су се концентрације ових гасова у атмосфери због коришћења фосилних горива у индустрији, саобраћају итд, што је допринело глобалном загревању и климатским променама[4]. Овим протоколом су разматрани следећи циљеви:

Политике и мере у складу са националним односима,

Повећање енергетске ефикасности у релевантним секторима привреде,

Заштита и повећање понора и резервоара гасова са ефектом стаклене баште,

Одрживо управљање шумама, пошумљавање и крчење,

Унапређивање, истраживање, развој, повећано коришћење: нових и обновљивих извора енергије технологија за издвајање угљен диоксида унапређених и иновативних еколошки чистих технологија,

Економске подстицајне мере у свим релевантним секторима су: порези, таксе и царинске олакшице.

3. Процес приближавања Европској Унији

Процес приближавања Европској Унији садржи три кључна елемента: (1) **хармонизација прописа** (Србија ће предузети неопходне мере како би постепено постигла усклађеност са техничким прописима Заједнице и европском стандардизацијом, метрологијом, акредитацијом и процедурама оцене усаглашености), (2) **изградњу административних капацитета и капацитета институција** (Изградња административних капацитета у претприступном периоду је од веома великог значаја за земље које приступају ЕУ како би могле ефикасно да управљају финансијским средствима претприступних фондова и тако се припреме за коришћење Структурних фондова ЕУ), и (3) **економске инструменте** (Економски инструменти би требало да буду у сагласности са постојећом политичком, административном, судском и фискалном организацијом).

3.1. Прописи

Више од 30% свих прописа које наша земља треба да донесе и имплементира, у процесу европских интеграција, су из области заштите животне средине. До сада донесени су бројни закони³, као и многобројна подзаконска⁴ акта:

³ Закон о заштити животне средине (Сл. гласник РС бр. 135/04 и 36/09); Закон о стратешкој процени утицаја на животну средину (Сл. гласник РС бр. 135/04 и 88/10); Закон о изменама и допунама закона о процени утицаја на животну средину (Сл. гласник РС бр.36/09); Закон о интегрисаном спречавању и контроли загађивања животне средине(Сл. гласник РС бр.36/09); Закон о заштити од јонизујућих зрачења и о нуклеарној сигурности (Сл. гласник РС бр.36/09);Закон о заштити од нејонизујућих зрачења (Сл. гласник РС бр.104/09); Закон о хемикалијама (Сл. гласник РС бр.36/09); Закон о управљању отпадом (Сл. гласник РС бр.36/09 и 88/10); Закон о амбалажи и амбалажном отпаду(Сл. гласник РС бр.36/09); Закон о заштити ваздуха (Сл. гласник РС бр.36/09); Закон о водама (Сл. гласник РС бр.36/09); Закон о заштити природе (Сл. гласник РС бр.36/09 и 88/10); Закон о заштити од буке у животној средини (Сл. гласник РС бр.36/09); Закон о Фонду за заштиту животне средине (Сл. гласник РС бр.72/09)

⁴ Уредба о граничним вредностима емисија загађујућих материја у ваздух ("Службени гласник РС",бр.71/10); Уредба о листама отпада за прекогранично кретање, садржини и изгледу документа који прате прекогранично кретање отпада са упутствима за њихово попуњавање (Сл.гл. РС. бр.60/09); Правилник о обрасцу Документа о кретању отпада и упуству за његово попуњавање(Сл.гл. РС. бр.72/09); Уредба о производима који после употребе постају посебни токови отпада, обрасцу дневне евиденције о количини и врсти произведених и увезених производа и

3.1.1. закон о заштити животне средине. На основу Закона о заштити животне средине („Сл. гл. РС“, бр. 36/09), загађивач је дужан да плаћа накнаду за загађивање животне средине.

Критеријуми за одређивање накнаде су:

- 1) врста, количина или особине емисија из појединог извора;
- 2) врста, количина или особине емисија произведеног или одложеног отпада;
- 3) садржај материја штетних по животну средину у сировини, полупроизводу и производу.

Изменама и допунама, поред осталог, обезбеђено је потпуније остваривање начела превенције и предострожности, начела очувања природних вредности, начела одрживог развоја, начела “загађивач плаћа” и “корисник плаћа”, али и увођење подстицајних мера;

годишњег извештаја, начину и роковима достављања годишњег извештаја, обвезницима плаћања накнаде, критеријумима за обрачун, висину и начин обрачунавања и плаћања накнаде (Сл.гл. РС. бр.54/10.); Правилник о врстама амбалаже са дугим веком трајања (Сл.гл.РС.бр.70/09); Правилник о критеријумима за одређивање шта може бити амбалажа, са примерима за примену критеријумима и листи српских стандарда који се односе на основе захтеве које амбалажа мора да испуњава за стављање у промет (Сл.гл. РС. бр70/09); Уредба о одређивању активности чије објављивање утиче на животну средину (Сл.гл. РС. бр.109/09); Уредба о критеријумима за утврђивање накнаде за заштиту и унапређење животне средине и највишег износа накнаде(Сл.гл. РС. бр.111/09); Правилник о утврђивању усклађених износа накнаде за загађивање животне средине(Сл.гл. РС. бр.05/10); Правилник о садржини обавештења о новом савесно постројењу односно комплексу постојећем савесно постројењу, односно комплексу и о трајном престанку рада савесно постројења, односно комплекса (Сл.гл. РС. бр.41/10); Правилник о Листи опасних материја и њиховим количинама и ктителијумима за одређивање врсте докумената које израђује оператер савесно постројења, односно комплекса. (Сл.гл. РС. бр.41/10); Правилник о садржини политике превенције удеса и садржини и методологији израде Извештаја о безбедности и Плана заштите од удеса. (Сл.гл. РС. бр.41/10); Правилник о изворима нејонизујућих зрачења од посебног интереса, врстама извора, начину и периоду њиховог испитивања (Сл.гл. РС. бр.104/09 од 06.12.2009.); Уредба о условима за мониторинг и захтевима квалитета ваздуха (Сл.гл. РС. бр.11/10); Правилник о начину размене информација о мерним местима у државној и локалној мрежи, техникама мерења, као и начину размене података добијених праћењем квалитета ваздуха у државној и локалним мрежама (Сл.гл. РС. бр.84/10); Правилник о Регистру хемикалија(Сл.гл. РС. бр.23/10); Правилник о класификацији, паковању, обележавању и рекламирању хемикалије и одређеног производа у складу са Глобално хармонизованим системом за класификацију и обележавање УН (Сл.гл. РС. бр.64/10)

У складу са овим законом нове подстицајне мере су праћене и одговарајућим санкцијама за оне који крше прописе. Изменама овог закона се неке новчане казне повећавају и до 15 пута, а уводи се и могућност изрицања казне у висини двадесетоструког износа учињене штете за привредни преступ.

Загађивач плаћа у случају да својим активностима проузрокује или може проузроковати оптерећење животне средине; уколико производи, користи или ставља у промет сировину, полупроизвод или производ који садржи материје штетне по животну средину и загађивач сноси укупне трошкове мера за спречавање и смањивање загађивања који укључују трошкове ризика по животну средину и трошкове уклањања штете нанете животној средини

Корисник плаћа: свако ко користи природне вредности дужан је да плати реалну цену за њихово коришћење и рекултивацију простора.

Загађивач је дужан да се придржава следећих начела:

Правно и физичко лице које је власник, односно корисник постројења које представља извор емисија и загађивања животне средине дужно је да, у складу са законом, преко надлежног органа, организације или овлашћене организације:

- 1) обавља мониторинг емисије;
- 2) обезбеђује метеоролошка мерења за велике индустријске комплексе или објекте од посебног интереса за Републику, аутономну покрајину или јединицу локалне самоуправе;
- 3) учествује у трошковима мерења емисије у зони утицаја, по потреби;
- 4) прати друге утицаје своје активности на стање животне средине. [6]

Овим законом су прописане мере заштите од опасних материја, као и обавезе оператера:

- 1) изради план заштите од удеса и да најмање сваке три године врши његово ажурирање или ревизију у складу са променама у раду постројења, примени технологије или обављању активности, укључујући и проверу приправности за његово спровођење;
- 2) спроводи превентивне и друге мере управљања ризиком од удеса из плана заштите од удеса;
- 3) изради извештај о стању сигурности који је доступан јавности и да најмање сваких пет година, као и у случају промена у раду постројења или обављању активности, врши ревизију извештаја о стању сигурности. [6]

3.1.2. Закон о управљању отпадом. Законом је власник отпада одговоран за све трошкове управљања отпадом. Трошкове одлагања сноси држалац (власник) који непосредно предаје отпад на руковање сакупљачу отпада или постојећу за управљање отпадом и/или претходни држалац (власник) или произвођач производа од којег потиче отпад. [7]

Управљање отпадом из надлежности јединица локалне самоуправе (спровођење регионалних и локалних планова управљања отпадом као и изградња постројења за складиштење, третман и одлагање отпада) се финансира се из: наменских средстава буџета јединица локалне самоуправе, кредита, донација, средстава правних и физичких лица која управљају отпадом, накнада и других извора финансирања.

Произвођач отпада дужан је да:

1) сачини план управљања отпадом из члана 15. овог закона и организује његово спровођење, ако годишње производи више од 100 тона неопасног отпада или више од 200 килограма опасног отпада;

2) прибави извештај о испитивању отпада и обнови га у случају промене технологије, промене порекла сировине, других активности које би утицале на промену карактера отпада и чува извештај најмање пет година;

3) прибави одговарајућу потврду о изузимању од обавезе прибављања дозволе у складу са овим законом;

4) обезбеди примену начела хијерархије управљања отпадом;

5) сакупља отпад одвојено у складу са потребом будућег третмана;

6) складишти отпад на начин који минимално утиче на здравље људи и животну средину;

7) преда отпад лицу које је овлашћено за управљање отпадом ако није у могућности да организује поступање са отпадом у складу са овим законом;

8) води евиденцију о отпаду који настаје, који се предаје или одлаже;

9) одреди лице одговорно за управљање отпадом;

10) омогући надлежном инспектору контролу над локацијама, објектима, постројењима и документацијом. [7]

Могу се раздвојити технички и економски аспекти Закона о управљању отпадом. Технички аспекти: Превенција и смањење стварања отпада; Поновна употреба и рециклажа; Побољшање организације сакупљања и транспорта; Поуздано одлагање отпада. Економски аспекти: Примена начела

„загађивач плаћа”; Продужена одговорност произвођача за сопствене производе; Реструктурирање и трансформација сектора услуга.

3.1.3. Закон о амбалажи и амбалажном отпаду. Испоручилац који амбалажу или упакован производ ставља у промет на територији Републике Србије, плаћа накнаду. Накнада одређује се према врсти, количини, саставу и намени амбалаже, материјалу од којег је амбалажа израђена, као и у односу на националне циљеве. Национални циљеви управљања амбалажом и амбалажним отпадом утврђују се Планом смањења амбалажног отпада. Приликом производње и стављања у промет амбалаже, као и поступања са амбалажним отпадом, обавезно се узимају у обзир национални циљеви утврђени Планом, који се односе на:

1) количину амбалажног отпада који је неопходно поновно искористити;

2) количину сировина у амбалажном отпаду које је неопходно рециклирати, а у оквиру количине прерађеног амбалажног отпада;

3) количину појединих материјала у укупној маси рециклажних материјала у амбалажном отпаду које је неопходно рециклирати. [8]

Управљање амбалажом и амбалажним отпадом заснива се на следећим начелима:

– Подела одговорности свих привредних субјеката у складу са начелом „загађивач плаћа” током животног циклуса,

– Спречавање, односно смањење стварања амбалаже и амбалажног отпада, као и њихове штетности по животну средину,

– Поновна употреба амбалаже, рециклажа и други облици поновног коришћења и смањење коначног одлагања амбалажног отпада,

– Добровољно споразумевање о управљању амбалажним отпадом.

3.1.4. Закон о фонду за заштиту животне средине. Фонд за заштиту животне средине као модел за спровођење економских инструмената основан је Законом о заштити животне средине 2004. године, као правно лице са седиштем у Београду ради стицања финансијских средстава за финансирање програма и пројеката из области превенције и заштите животне средине. Фонд остварује приходе на основу:

Уредбе о врстама загађивања, критеријумима за обрачун накнаде за загађивање животне средине и обвезницима, висини и начину обрачунавања и плаћања накнаде (Сл. Гласник РС 135/04)

Уредба о стављању под контролу коришћења и промета дивље флоре и фауне (Сл. Гласник РС 31/05, 45/05)

3.1.5. Закон о заштити ваздуха. Овим законом се пре свега предвиђају мере за заштиту и побољшање квалитета ваздуха које имају за циљ да се спрече или максимално смање штетне последице по људско здравље и животну средину. [9]

У циљу ефикасног управљања квалитетом ваздуха успоставља се јединствени систем праћења и контроле нивоа загађења ваздуха и одржавања базе података о квалитету ваздуха. Прецизно су утврђене надлежности у успостављању државне и локалних мрежа као и услови под којима се може вршити мониторинг.

Овим законом се предвиђа и доношење Стратегије заштите ваздуха, као основног документа са шестогодишњим периодом важења, за утврђивање захтева квалитета ваздуха, краткорочних акционих планова и програма за смањење емисија загађујућих материја у ваздух.

Из овог закона произилази накнада за емисије из појединачних извора, која се обрачунава према врсти, количини или особинама емисија следећих загађујућих материја:

- а) оксида сумпора изражених као сумпор диоксид (CO₂);
- б) оксида азота изражених као азот диоксид (NO₂) и
- ц) прашкастих материја.

3.1.6. Закон о водама. Заштита вода, у смислу овог закона, јесте скуп мера и активности којима се квалитет површинских и подземних вода штити и унапређује, укључујући и од утицаја прекограничног загађења, ради:

- очувања живота и здравља људи;
- смањења загађења и спречавања даљег погоршања стања вода;
- обезбеђења нешкодљивог и несметаног коришћења вода за различите намене;
- заштите водних и приобалних екосистема и постизања стандарда квалитета животне средине у складу са прописом којим се уређује заштита животне средине и циљеви животне средине.

Правно лице, предузетник, односно физичко лице које испушта или одлаже материје које могу загадити воду дужно је да те материје, пре испуштања у систем јавне канализације или реципијент, делимично или потпуно одстрани, у складу са овим законом и посебним законима који уређују област заштите животне средине, односно прописа донетих на основу тих закона.

Правно лице, односно предузетник који испушта отпадне воде у пријемник и јавну канализацију, дужно је да постави уређаје за мерење, да континуирано мери количине отпадних вода и испитује биохемијске и механичке параметре квалитета отпадних вода и да извештај о извршеним мерењима квартално доставља јавном водопривредном предузећу, министарству надлежном за послове заштите животне средине и Агенцији за животну средину.

Обвезник плаћања накнаде за испуштену воду је правно лице, предузетник, односно физичко лице које: испушта отпадне воде у сопствену канализацију, водоток, канал, језеро, акумулацију и слично; Накнада се плаћа за испуштену воду према количини (м³) и врсти испуштене отпадне воде. [10] Највише накнаде су предвиђене за активности које највише загађују, односно за испуштање непречишћених отпадних вода у реципијент најбољег квалитета. Прописане висине накнада повећавају се за 50% за I класу, односно 25% за II класу вода.

Загађивачи могу бити ослобођени од плаћања накнада уколико имају постројење за примарно, или за секундарно пречишћавање отпадних вода.

Приходи се уплаћују на посебан рачун Министарства за пољопривреду, шумарство и водопривреду и троше се наменски.

3.1.7. Закон о заштити природе. Заштита природе је једна од основних области којим се уређује заштита, унапређивање и коришћење природе и њене биолошке и предеоне разноврсности.

Стално погоршавање стања природних станишта и претња извесним врстама дивље флоре и фауне је међу кључним питањима политике ЕУ у области животне средине;

Према броју врста у односу на величину територије, биодиверзитет Србије је међу највећим у Европи;

Овим законом се предвиђа утврђивање и процена стања у природи и пределу, заштита природних добара, успостављање система праћења природних вредности и заштићених природних добара, заштита природе и предела у просторним плановима и пројектној документацији, доношење програма управљања природним ресурсима као и развијање свести о потреби заштите природе у процесу васпитања и образовања.

3.2. Казнене одредбе

Нашим законодавством су прописане и новчане казне за непоштовање закона и прописа. Нажалост, ниво ових казни је недовољан да би се створио подстицај за поштовање правне регулативе.

- Највиша казна која се односи на правна лица, предвиђена за привредне преступе, износи, тренутно, нешто мање од 30.000 Евра, док за преступ одговорно физичко лице унутар правног лица, може сносити максималну казну, тек, у износу нешто мањем од 2000 Евра.

- Уколико се ради о прекршају, максималне казне су још мање, за правна лица, максимално, испод 10.000 Евра, а за одговорна физичка лица, максимално, испод 500 Евра.

- Казне за предузетнике су, такође, веома ниске, за прекршаје, максимално, испод 5000 Евра, док за одговорно лице у државном органу, органу територијалне аутономије, органу јединице локалне самоуправе, максимална новчана казна износи нешто испод 500 Евра.

Још једна битна казнена одредба је када привредно друштво, предузеће или друго правно лице не поступа са амбалажним отпадом који није комунални отпад на прописан начин и не обезбеди преузимање, сакупљање, поновно искоришћење, рециклажу или одлагање амбалажног отпада на прописан начин. Тада ће се казнити предузетник новчаном казном од 250.000 до 500.000 динара или казном затвора до 30 дана.

4. Економија у склопу животне средине и одрживог развоја

Посматрано са економског становишта, заштита животне средине се своди на питање ефикасног коришћења ресурса у времену и простору. Последњих неколико деценија искуства на овом сегменту, показала су да економски систем није у стању да спонтано разреши нагомилане супротности које воде не само глобалном загађењу, већ пре свега, загађењима која се догађају на регионалном и локалном нивоу.

4.1. Тржишна решења

Задатак еколошког пореза и осталих механизма са тржишним ефектом је да уколони несавршеност тржишта, наплатом дажбина, чиме би се смањила производња и потрошња еколошки штетних производа, односно смањило загађење до нивоа који се сматра «одрживим».

Постоје три врсте тржишних решења [11]:

1. **Новчане казне и порези.** Корективни порези треба да изједначе граничне приватне трошкове са граничним друштвеним трошковима.

2. **Субвенције за смањење загађења.** Активнији начин учећа државе у смањењу загађења је кроз субвенционисање смањења загађења. Уместо да

опорезује загађење, држава је у могућности да субвенционише издатке на смањењу загађења. Уколико неће имати директну корист од смањења загађења, предузеће није мотивисано да инвестира у контролу и редукцију загађења, у случају непостојања казни.

3. **Трансферабилне дозволе.** У овом случају, држава је превасходно заинтересована за смањење општег нивоа загађења, али не и који је произвођач конкретно својом активношћу то узроковао.

Уколико из неких разлога предузеће смањи обим производње, и не потроши «своју квоту у загађењу», постоји могућност да прода, своје неискоришћено право загађења, кроз продају трансферабилне дозволе предузећу које проширује производњу (и има потребу за додатним загађењем, преко дозвољене висине загађења).

4.2. Економски инструменти

У циљу конкретизације заштите животне средине и реализације концепта одрживог развоја, неминовно се намеће питање економских инструмената. Инструменти који усмеравају економске субјекте кроз интернализацију трошкова животне средине или трошкова исцрпљивања природних извора, су економски. Употребом ових инструмената не делује се директно на примену другачије технологије или еколошких стандарда, већ се неправилности, настоје исправити економским инструментима. Економски инструменти представљају један од могућих приступа у еколошкој политици као део реаговања на ризике загађења животне средине. Основна улога економских инструмената у животној средини је да осигура ефикасну и одрживу употребу еколошких ресурса.

Сврха увођења економских инструмената је следећа:

– усмеравање економских актера на одлучивање и понашање у изабраним алтернативама ка стварању пожељне ситуације у животној средини, у односу на ситуацију која би постојала без примене ових инструмената и

– подстицање загађивача да смање штетне ефекте на животну средину.

Предуслови за успешну имплементацију највећег броја економских инструмената су: одговарајући стандарди; ефикасна администрација; мониторинг; спровођење надлежности; институционална координација; економска стабилност.

Према ОЕЦД подели, постоје следећи економски инструменти [12]:

Накнаде и порези за емисије. Накнаде за емисије су директне уплате базиране на проценама или конкретним мерењима концентрације и врсте емисије. У земљама југоисточне Европе и земљама у транзицији, се најчешће тичу велики број произвођача и често се комбинују са казнама.

Корисничке накнаде и порези. Овај инструмент има локални карактер. Средства прикупљена на овај начин, служе за финансирање конкретних еколошких проблема локалитета: одлагање и прикупљање отпада, обрада комуналних вода, експлоатација сировина, ловишта, паркова, рибњака и слично.

Казне. Порези и казне су најједноставнији механизми. Када је производња узроковала негативни екстерни ефекат, и када постоји разлика између друштвених и приватних трошкова, правилно утврђена казна или порез, суочавају произвођача са друштвеним последицама свог привређивања. Смисао овог инструмента је да изједначи приватне и друштвене трошкове и користи. Када се произвођачу наплати казна у износу граничних трошкова загађења, гранични приватни и друштвени трошкови ће се изједначити. Произвођач може да смањи загађење смањењем обима или начина производње. Промене у начину производње могу узроковати издатке за уређаје за контролу контаминације, или да промене инпут (сировину).

Накнаде за производе. Производи који узрокују загађење околине током производње, потрошње или у облику отпада, оптерећују се процењеним друштвеним трошковима. Циљ је прилагодити релативне цене производа, у циљу смањења њихове тражње, а тако прикупљења средства служе финансирању измењеног начина производње, који је еколошки прихватљивији. Накнаде за производе се могу применити на вештачко ђубриво, пестициде, пластичну амбалажу, батерије и слично.

Гаранција извршења (Performance bonds). Произвођачи или корисници природних ресурса, су у обавези да положе гаранцију, чиме гарантују поштовање услова заштите животне средине. По извршењу обавеза, гаранција се враћа произвођачу.

Одштете (Liability payments). За функционисање овог економског инструмента, неопходна је улога државе, која има обавезу креирања и гарантовања награђанског права на надокнаду штете или регулисати прописима одштету кроз фондове (фондови за загађење вода, фондови за угрожавања биодиверзитета, фондови за нафтне мрље и слично). Прикупљена средства кроз фондове могу користити оштећенима од хроничног емитовања загађења или држави.

Правна регулатива ОЕЦД земаља, прави разлику између појмова «накнаде» и «порези», у смислу употребе средстава прикупљених кроз

накнаде и порезе. За државу, оба инструмента доносе приходе, али је питање алокације прихода другачије изведено.

Наднада се односи на случајеве када је доминантан део прихода намењен покривању трошкова и заштити животне средине (на пример, средства су прикупљена кроз фондове за заштиту вода и животне средине).

Централизован приход, који превасходно није намењен заштити животне средине, већ повећава локалне и државне приходе, је *порез*.

5. Зелена економија

Концепт зелене економије подразумева широко коришћење обновљивих извора енергије, повећање броја радних места и инвестиција у такозваним зеленим гранама индустрије. Зелена економија се дефинише као она која емитује мало угљеника, ефикасно користи природне ресурсе и која је социјално стабилна. Зелена економија ствара велике шансе за одрживи развој, што подразумева повећање дохотка, смањење сиромаштва и унапређење квалитета живота. Зелена економија, посебно обновљива енергија је од кључног значаја и за смањење сиромаштва, посебно значајног проблема земаља у развоју.

Земље које успешно пропагирају зелену економију су Кина и Немачка. Кина данас улаже око 400 милијарди долара у зелене технологије и полако постаје лидер када је у питању коришћење енергије сунца и ветра. У Немачкој, која је такође лидер када су у питању чисте енергије, отворено је око 280 000 радних места захваљујући тренду зелене економије и коришћења одрживих извора енергије. [13]

5.1. Зелена економија у Србији

Треба истаћи да обновљиви извори енергије пружају велики потенцијал за будућност, али тренутно нису довољно искоришћени и добијање енергије њиховим коришћењем је скупље од конвенционалних извора. Зато производњу енергије из обновљивих извора треба стимулисати како би ценовно била конкурентнија над конвенционалним изворима, а самим тим подстакла би се изградња нових постројења за коришћење ових видова енергије што би свакако утицало на укупан друштвени развој. [14]

Србија има релативно велики енергетски потенцијал у биомаси, с обзиром да је шумом покривено око 24.000 км², док пољопривредно земљиште заузима 45.000 км². Енергетски потенцијал остатака биомасе процењен је на 115.000 ТЈ по години. Од тога је 65.000 ТЈ остатак

пољопривредне биомасе, а 50.000 ТЈ потенцијал шумске масе након експлоатације шума. Ако се има у виду да се производњом угља из Колубарског басена од око 35 милиона тона може добити енергетски потенцијал од 247.000 ТЈ, онда се може схватити о каквом се енергетском потенцијалу ради у сектору биомасе. [14]

6. Закључак

Чињеница је да данас не знамо, чак ни грубо, колике су заправо финансијске потребе политике заштите животне средине у будућности, да бисмо поставили и калибрисали економске инструменте. Можемо закључити, да нам недостаје не само познавање обима финансијских потреба јавне политике заштите животне средине, већ нам треба и много више стимулативности у креирању инструмената.

Досадашње искуство упућује на закључак да у Србији постоји хронично запостављање еколошко-економских инструмената што је, пројектовано на економски развој, у дугом року доприносило занемаривању значаја избора технологија, одређивања локације, капацитета и запослености привредних јединица.

Међутим главни закључак је да однос човека према животној средини и досадашњи развој више не могу да буду прихватљиви са аспекта очувања животне средине и опстанка човечанства и да економска криза и климатске промене представљају проблем чије се решење налази у тзв. „зеленој економији“, која треба да се одвија паралелно са процесом одрживог развоја и постизања Миленијумских циљева развоја.

Литература

1. Извештај Светске комисије за животно окружење и развој, "Наша заједничка будућност", 1987 год.
2. Весић, А.: "Економска корист од примене закона у области заштите животне средине", Београд 2009.
3. Национална стратегија одрживог развоја („Службени гласник РС”, бр. 55/05, 71/05-исправка и 101/07),
4. www.wikipedia.com
5. www.ekoplan.gov.rs
6. Закон о заштити животне средине (Сл. гласник РС бр. 135/04 и 36/09)

7. Закон о управљању отпадом (Сл. гласник РС бр.36/09 и 88/10)
8. Закон о амбалажи и амбалажном отпаду(Сл. гласник РС бр.36/09)
9. Закон о заштити ваздуха (Сл. гласник РС бр.36/09)
10. Закон о водама(Сл. гласник РС бр.36/09)
11. Stiglitz, J.E.: „Економија јавног сектора“, Економски факултет у Београду, Београд, 2004. пп. 34, 75-93, и 217-249
12. Упитник ОЕЦД, Извршно тело ЕАП-а, «Survey on the Use of Economic Instruments for Pollution Control and Natural Resources Management in the New Independent States», Мimeo, ЕАР Task Force, 1999.
13. Филиповић, М.:“ Компаративни преглед стања економских инструмената – подстицаји и санкције у области заштите средине у најразвијенијим земљама“, Економски Институт и Савезни хидрометеоролошки завод, Београд, (1991).
14. Милановић, М.: Мали еколошко-економски лексикон, НДАЕБ, Београд, 2009.
15. Радојевић, В., Дакић, Д., Тешић, Г. Шкатарић, Д. Лукач,: “Обновљиви извори енергије и пољопривреда ”, Економика пољопривреде, ЈБ, Београд, 2009.
16. Заштита животне средине у међународном и унутрашњем праву, Република Србија, Министарство здравља и заштите животне околине, Београд, 2001. , пп. 108-119.
17. Брошура “Економија екологије, екологија економије” приређена је за Конференцију “Еколошки фондови – модели и инструменти” (23 – 24. април 2008, Обреновац).
18. Његован, З.:“Економски инструменти као елемент одрживе политике заштите животне средине“, Београд 2004.
19. Здравковић Д., Радукић С., Национални систем одрживог развој заштите животне средине у процесу придруживања Европској Унији, Ниш, 2006.

Примљено: 26.10.2011.

Одобрено: 02.12.2011.

UDC: 504.05/06:351

INTEGRATION OF ECONOMIC INSTRUMENTS THROUGH ENVIRONMENTAL REGULATIONS

Veljko Radojević¹, Ph.D., Vuk Radojević², M.Sc, Gordana Vasojević¹

¹ Hip-Azotara, Pančevo.

² Faculty of Agriculture, Novi Sad, Serbia

Summary

This paper aims to highlight the state intervention in environmental issues through application of the relevant regulations and economic instruments. The emphasis is on the connection between the economic relations and the environment. Through the adoption of the strategy of sustainable development (according to the Rio Declaration on Sustainable Development and Environmental Protection) the state authorities should reinforce the use of economic instruments in financing the environment and providing the implementation of the basic principles of “sustainability”, based on the application of the “polluter pays” and “user pays” principles. The application of the principles of sustainable development at the national, regional, local and company level means the application of economic instruments in the environmental field. Economic, market-based, planning and other instruments of environmental protection should be part of the global system of managing the environment and part of the production management (at the company level).

Key words: ecology, sustainable development, economic instruments taxes, regulations.

Author's Address:

Dr Veljko Radojević
Hip-Azotara
13000 Pančevo
Republika Srbija

ПРАКСА ОЦЈЕЊИВАЊА ДРУШТВЕНЕ ОПРАВДАНОСТИ ИНВЕСТИЦИОНИХ ПРОЈЕКТА У ЕУ

Г. Поповић¹, М. Чопрка²

Резиме: Валоризација инвестиција, односно инвестиционих пројеката је изузетно значајна друштвена активност. Међутим, развојем производних снага праћеним убрзаном експлоатацијом природних ресурса, али и растом социјалних очекивања у модерним заједницама, инвестиционо одлучивање укључује и алтернативне економске могућности. У таквим околностима, избор пројекта се сматра рационалним и оправданим само ако је и у овим неекономским подручјима бољи од других. Зато је сагледавање инвестиционих пројеката у смислу њиховог будућег утицаја на ширу друштвену заједницу све значајније. Инвестиције утичу на привредни раст и друштвено благостање, али је у савременим условима њихова улога значајно измијењена, посебно са аспекта одрживости. Због тога ЕУ све више подстиче на друштвено одговорно пословање у дугорочним стратегијама и плановима предузећа, те коришћење методологије за оцењивање друштвене оправданости инвестиционих пројеката. Исто тако, постоје и друге методологије оцењивања друштвене оправданости инвестиционих пројеката, као што је случај са методологијом УН, што потврђује да је ова област изузетно значајна и у глобалним односима.

Кључне ријечи: Инвестиције, Европска унија, одрживост, друштвена оправданост, друштвено одговорно пословање, пројекти.

¹ Др Горан Поповић, ванред. проф., Економски факултет, Бања Лука, Босна и Херцеговина, е-mail: tacapopovic@yahoo.com

² Миодраг Чопрка, дипл. есс., Републичка агенција за развој малих и средњих предузећа, Бања Лука, Босна и Херцеговина.

Умјесто увода: друштвена одговорност предузећа у ЕУ

Последњих двадестак година су се десиле фундаменталне промјене у односу приватних предузећа и инвеститора према унапређивању општег добра. Таква пракса је утицала на измјену односа водећих свјетских менаџера, међу којима преовладава мишљење да корпоративна друштвена одговорност (Corporate Social Responsibility - CSR), односно, преузимање друштвене и еколошке одговорности од стране предузећа, постаје нужан услов за њихово успјешно вођење. Временом, концепт CSR добија на значају захваљујући и глобалним макроекономским односима, а посебно растућом конкуренцијом и убрзаном експлоатацијом природних ресурса на глобалном нивоу. Поред тога, раст мултинационалних и транснационалних компанија, измијењена улога државе, јачање глобалног цивилног друштва, све већи значај нематеријалне имовине предузећа, али и други релевантни фактори су додатно ојачали потребу за истраживање ове друштвене теме. У том контексту, и предузећа су увидјела да у разматрање пословања морају укључити социјалне и еколошке аспекте, како би осигурали свој дугорочни пословни успјех. И коначно, неопходно је нагласити да је савремени приступ у рјешавању ових проблема, још увијек привилегија само најразвијенијих друштвених заједница.

Европска унија је једна од водећих свјетских интеграција, која раст и прогрес фундира на одрживом економском развоју и социјалној сигурности. У томе се тзв. европски модел живота значајно разликује од америчког или азијског, који у први план стављају друге друштвене вриједности (профит по сваку цијену, високе стопе раста и раст запослености без обзира на нарушавање животне средине и сл.). Додељујући концепту заштите животне средине стратешку улогу, Унија даје до знања, да уз динамични и уравнотежени развој од Европе жели направити и мјесто изузетних карактеристика квалитета живота³. Многи аутори су се бавили циљевима које требају постићи уређене друштвене заједнице. Тако нпр. John Kenneth Galbraith сматра да је "добро друштво оно које мора да остварује стални и значајни економски раст-значајно повећање производње и запошљавања из године у годину", и да је "потребно да се обезбједи да та производња, њено коришћење и потрошња немају негативне посљедице по тренутно опште добро у цјелини и да се обезбједи да посљедице не могу да угрозе живот и

³ Цереми Рифкин, амерички политиколог и теоретичар у Frankfurter Allgemeine Zeitung (преведено у београдском НИИ-у 1.2.2007. стр. 56), констатује да је Европа у неким важним областима, као што је нпр. квалитет живота већ превазишла САД. О овој теми видјети и у: J. Rifkin, *Европски сан, Како европска визија будућности полако засјењује амерички сан*, Школска књига, Загреб, 2006.

животне услове генерација које долазе"⁴. Европска теоријска мисао у овој области је снажан покретач друштвених промјена, не само у Европи, него и на глобалном плану.

Европска унија се озбиљније бави са CSR послје 2000. године, односно, послје скупа у Лисабону⁵ који је одржан на највишем комунитарном нивоу. Од тада Европска комисија унапређује CSR и ствара неопходне законске оквире унутар ЕУ. То потврђује и завршна изјава највишег нивоа засједања, гдје стоји да: "Европско вијеће посебно апелује на осјећај друштвене одговорности предузећа, што се тиче поуздане праксе за доживотног учења, организације рада, једнакости шанси, социјалне интеграције и одрживог развоја"⁶. У том смислу, модерна и сложена друштвено-економска структура ЕУ подразумијева постојање институција, знања и других ресурса за борбу са интерним и екстерним изазовима.

Како би подстакла дијалог о представљеном CSR концепту и партнерским путем са заинтересованим групама детаљније дефинисала оквирне услове за имплементацију CSR, Комисија је 18. јуна 2001. године објавила тзв. Зелену књигу о Европским оквирним условима за социјалну одговорност предузећа. Зелена књига дефинише социјалну одговорност предузећа као добровољну обавезу предузећа у залагању за боље друштво и заштиту животне средине. Дакле, појам CSR треба схватити као концепт, који служи предузећима као темељ добровољног прихватања социјалних и еколошких интереса у вођењу предузећа и узајамних односа са својим интересним групама. У Зеленој књизи се такође спомиње како је низ предузећа, уводећи CSR у своје пословање, забиљежило раст ефикасности и добити.

Концепт CSR је много више од формалног доношења закона у социјалној и еколошкој сфери, односно то није замјена постојеће легислативе. Наиме, Европска комисија упућује, да се европска предузећа требају видјети као саставни дио друштва, и која дјелују на социјално одговоран начин. Иако је профит и даље главни циљ предузетничке дјелатности, он ипак не смије бити једино оправдање постојања. Зато је и нужан дугорочни приступ при

⁴ John Kenneth Galbraith, Добро друштво-хумани редослед, ПС Грмеч-Привредни преглед, Београд, 2001. стр. 27 и 72.

⁵ На засједању Европског савјета 23.-24. марта 2010. године у Лисабону усвојена је "Лисабонска стратегија" са циљем да се одреди правац економске и политике запошљавања ЕУ у наредној деценији; http://ec.europa.eu/growthandjobs/index_en.htm

⁶ Европско вијеће, завршна изјава са највишег степена засједања, 23. марта, 2000. године, Лисабон, тачка 39.

доношењу стратешких пословних и инвестиционих одлука. Примјена CSR је потребна, не само у ЕУ већ и глобално, као дио укупног економског ланца.⁷

1. Друштвено-економска оправданост инвестиционих пројеката: методологија и пракса оцјењивања у ЕУ

1.1. Друштвено одговорно инвестирање

Општи тренд у Европи представља друштвено одговорно инвестирање⁸ као и раст тражње за SRI фондовима (Socially Responsible Investment - друштвено одговорно улагање), који инвестирају у предузећа која испуњавају посебне социјалне и еколошке критеријуме. Поједини инвеститори се при одабиру не руководе само финансијским резултатима, него узимају у обзир и како се предузећа односе према животној средини, те на начин управљања људским потенцијалима и сл.⁹ У том контексту је и Eurosif¹⁰ процјењивао европско одрживо и одговорно инвестирање (SRI) у вези тржишног обима и трендова, почев од 2000. године. Посљедње издање студије¹¹ (октобар 2010. године) показује да се европско SRI тржиште¹² од 2008. године истовремено трансформише и шири. Успркос успоравању глобалног економског раста, студија показује експанзију SRI тржишта које крајем 2009. године износи око 5 трилијуна евра. Финансијска криза (која још увијек траје) је подстакла

⁷ Европско вијеће, завршна изјава са највишег степена засједања, 23. марта, 2000. године, Лисабон, тачка 1.5.

⁸ Генерички појам који обједињује финансијске циљеве инвеститора с њиховом бригом о еколошким, друштвеним и управљачким питањима.

⁹ Вукобрат, Б., Н., Барић, С., Зборник радова, *Социјално одговорно господарење – економски и етички аспекти*, Правни факултет свеучилишта у Загребу, Загреб, 2008. стр. 61.

¹⁰ Eurosif је непрофитно удружење основано 2001. године од стране националних Форума за одрживо инвестирање – Sustainable Investment Forum (SIF) – Француске, Њемачке, Италије, Низоземске и В. Британије. Касније су се придружили SIF-ови Белгије, Шпаније и Шведске. Придружени чланови укључују институционалне инвеститоре, финансијске установе, академске институције, синдикате и невладине организације. www.eurosif.org

¹¹ Европска SRI студија један је од ријетких извора у којем је детаљно приказано SRI тржиште с аспекта уложеног капитала као и трендова у Европи и на појединим националним тржиштима.

¹² Eurosif за сегментацију SRI тржишта користи термине основног SRI (процијењеног на 1,2 трилијуна евра на крају 2009. године) и проширеног SRI (процијењеног на 3,8 трилијуна евра на крају 2009. године).

многе инвеститоре на већу бригу о еколошким, друштвеним и управљачким (ESG) параметарима.

Предвиђа се, да ће захтјеви институционалних инвеститора бити главни покретач раста SRI у будућности. Тако Eurosif процјењује раст SRI инвестиција за 18% до 20% током слjedeће двије године. Глобална финансијска криза 2008. године је утицала на SRI индустрију, али укупно, утицаји су били више позитивни него негативни. Чак се може закључити да финансијске кризе упућују економске актере на интегрисање ESG ризика, будући да је повећање потреба за транспарентним производима у корелацији са SRI филозофијом. Еколошке и социјалне кризе су важан узрок раста свијести о неопходности интегрисања фактора одрживости у инвестиционе одлуке.

1.2. Методологија Европске комисије (cost benefit анализа)

Нови прописи ЕУ о Структурним и Кохезионом фондовима¹³ (који су доступни замљама чланицама ЕУ) захтијевају Cost benefit¹⁴ анализу за инвестиционе пројекте у случају када буџети пројеката прелазе 5 милиона евра. Дакле, Cost benefit анализа је кључна за доношење одлуке о оправданости финансирања појединих пројеката, гдје се анализирају друштвено-економска и финансијска оправданост. Анализа процењује у којој мјери пројекат доприноси економском напретку региона или земље (произилази из финансијске анализе), акцептирајући опортунитетне трошкове и користи¹⁵. Поред тога, она се врши у име читавог друштва (региона или земље), а не само због власника инфраструктуре, као што је случај са финансијском анализом.

Према методологији Европске комисије, у оквиру званичне cost benefit анализе, економска анализа се спроводи кроз слиjedeће фазе¹⁶:

¹³ Горан Поповић, Економија Европске уније, макроекономски аспекти и заједничке политике, Економски факултет у Бањој Луци, 2009, стр. 219, 231 и 232.

¹⁴ European Commission, *Guide to COST-BENEFIT ANALYSIS of investment projects*, Directorate General Regional Policy, 2008.

¹⁵ Опортунитетни трошак је везан за теорију избора. Како су ресурси оскудни, друштво бира између различитих могућности, тако да избором једне опције пропушта друге прилике.

¹⁶ European Commission, *Guide to COST-BENEFIT ANALYSIS of investment projects*, Directorate General Regional Policy, 2008., стр. 33.

Фаза 1: Корекција пореза/субвенција и осталих трансфера;

Прво се од токова финансијске анализе одузимају сва плаћања која немају реално покриће у ресурсима, као и субвенције и индиректни порези на *input* и *output*.

Фаза 2: Корекције екстерналија;

Циљ ове фазе је да се идентификују екстерне користи или екстерни трошкови као један или више редова који нису разматрани у финансијској анализи. Капитал у виду земљишта, зграда, механизације и природних ресурса се валоризује по опортунитетним трошковима, а не према историјској или званичној обрачунској вриједности.

Фаза 3: Конверзија тржишних цијена у обрачунске цијене;

У овој фази се одређују коефицијенти конверзије за трансформацију тржишних цијена у обрачунске. Дакле, у пројекту се поред финансијских трошкова и користи разматрају и социјалне користи и трошкови пројекта.

Након корекције ценовних разлика, потребно је дисконтовати све трошкове и користи који се јављају у различито вријеме, а затим израчунати економску интерну стопу рентабилности (EISR). Литература и међународна пракса нуде различите приступе у тумачењу и бирању вриједности социјалне дисконтне стопе која се треба усвојити. Европска дисконтна стопа од 5% може представљати стандардни репер за пројекте које суфинансира ЕУ.

Избором социјалне дисконтне стопе, потребно је израчунати економску нето садашњу вриједност (ENSV) и коефицијент односа трошкова и користи. Све пројекте са EISR мањим од 5% или негативном ENSV, након дисконтовања са дисконтном стопом од 5% треба пажљиво процијенити, а у неким ситуацијама чак и одбацити. Исто важи и за коефицијент односа трошкова и користи мањим од један. Међутим, у неким изузетним случајевима негативна ENSV се може прихватити, ако постоје важне нефинансијске користи, при чему их треба детаљно представити, јер ће такав пројекат имати само маргинални допринос циљевима Европске уније.

1.3. Вишекритеријумска анализа

Вишекритеријумска анализа, у оквиру Cost benefit анализе оцјене друштвене оправданости инвестиционих пројеката је ефикасна када је валоризацију трошкова и користи тешко, па чак и немогуће извршити. Ако се претпостави да пројекат показује дисконтну стопу од 5% и негативну нето садашњу вриједност од 1 милион евра, то значи да се предвиђа нето новчани губитак пројекта. Међутим, упркос томе, може се процијенити да пројекат

треба финансирати из Фондова ЕУ, јер има „веома позитиван“ утицај на животну средину који није могуће вредновати. У тим околностима Комисија узима у обзир заштиту животне средине као пресудно добро.

Из тог разлога се кроз вишекритеријумску анализу истовремено разматра низ циљева у вези са планираном инвестицијом чија се евалуација врши. Она олакшава разматрање циљева доносиоца одлука у процјени инвестиције који се у неким случајевима не могу уврстити у финансијску или економску анализу (нпр. друштвена једнакост, заштита животне средине, једнаке могућности за све итд.).

Приликом вишекритеријумске анализе је значајно утврдити слиједеће¹⁷:

- Да ли су прогнозе за нефинансијске аспекте квантификоване на реалан начин у ex-ante евалуацији;
- Да ли постоји прецизна анализа нефинансијских трошкова и користи;
- Да ли додатни критеријуми имају разумну политичку тежину да би се одредиле значајне промјене у финансијским и економским резултатима.

Ови циљеви су међусобно повезани. Тако нпр. повећање нивоа образовања повећава запосленост. Истраживање, развој и иновације у свим секторима привреде, заједно са повећаном искориштености ресурса доприносе расту конкурентности и отварању нових радних мјеста.

Улагања у чисте технологије и ниска емисија CO₂ штите животну средину, доприносе борби против климатских промјена, и стварају услове за нове пословне могућности и раст запослености¹⁸. Вишекритеријумска анализа разматра истовремено више инвестиционих циљева, олакшавајући доношење одлука у процјени инвестиције, а посебно фактора који у неким случајевима нису уврштени у финансијско-економску анализу.

Европска унија је усвојила Стратегију развоја до 2020. године, која се темељи на неколико стратешких циљева. Дугорочно одређење Уније је развој заснован на расту продуктивности и техничком прогресу, али и одрживост економског развоја. Почетком друге деценије овог миленијума Унија се изборила за позицију једног од глобалних лидера, и уз САД постала најразвијеније свјетско тржиште. Способност превазилажења екстерних криза и динамичан раст представљају важне аргументе за задржавање стратешких

¹⁷ European Commission, *Guide to COST-BENEFIT ANALYSIS of investment projects*, Directorate General Regional Policy, 2008., стр. 46.

¹⁸ EUROPE 2020 - A strategy for smart, sustainable and inclusive growth, EUROPEAN COMMISSION, Brussels, 3.3.2010., стр. 9.

циљева Лисабонске стратегије, па су европланери задржали окосницу друштвено-економских приоритета. Раст ЕУ ће и до 2020. године бити финансиран на знању, конкурентности и продуктивности. Све ово ће бити праћено са структурним промјенама и афирмисањем одрживог развоја. Заједничко тржиште ће бити економски простор производње и продаје производа највишег степена обраде и високих додатих вриједности. Стратегија ЕУ2020 охрабрује стицање нових знања, развој демократије и јачање социјалне сфере, те афирмише одрживи раст и конкурентност. Дакле, у буџету Европске уније се може очекивати доминација средстава која ће бити утрошена за одрживи развој, што је важно са аспекта оцјене друштвене оправданости инвестиционих пројеката.

2. Друштвено-економска оправданост инвестиционих пројеката: пракса оцјењивања УН

Почетак утврђивања друштвене оправданости инвестиционих пројеката према моделу који користе Уједињене нације је одрживост инвестиција, односно одрживост развоја. Једна општепризната дефиниција одрживог развоја се налази у Brundtland извјештају¹⁹ Одбора УН за развој и животну средину из 1987. године, која гласи: "Одрживи развој је онај развој који препознаје и иде у сусрет потребама садашњих генерација, неугрожавајући при томе могућности будућим генерацијама да удовоље својим потребама"²⁰.

У оквиру Уједињених нација, UN Global Compact²¹ од 2000. године разматра питања у вези са обавезом према CSR. У Начелима Уједињених нација за мултинационалне и транснационалне компаније и кодексу понашања за велика предузећа, призната су људска права, права запослених и закони и прописи о очувању животне средине. Принципи, на којима се темељи UN Global Compact, дају упуте компанијама како укључити друштвено одговорно пословање на подручју људских права, слободе рада, заштити животне средине и корупције у своје пословне стратегије. Овај се

¹⁹ UN Department of Economic and Social Affairs (Division for Sustainable Development) Одјељење Уједињених нација за економска и социјална питања (Сектор за одрживи развој). Видјети www.un.org/esa/sustdev/.

²⁰ Report of the World Committee on Environment and Development, Our Common Future, Oxford/New York 1987., стр 43.

²¹ Global Compact (глобално договор) је оквир УН-а за корпоративну друштвену одговорност. Осмишљен је 2000. године и до сада има чланство од око 8700 компанија из 130 различитих земаља, а циљ је да се до 2020. године број чланова повећа на 20000. Видјети www.unglobalcompact.rs

концепт стално обогаћује и проширује специфичностима и новим смјерницама.

3. Закључак

У посљедњих неколико година расте интерес за оцењивањем друштвене оправданости инвестиционих пројеката. Економије са различитим степеном развоја и различитим друштвено-економским системима покушавају да креирају програме, помоћу којих би држава могла да ефикасније подстиче друштвено оправдане инвестиционе пројекте, посебно због лимитираности природних и необновљивих ресурса. Како експлоатација ограничених ресурса има за посљедицу смањивање могућности њиховог коришћења у будућности, али и редукцију осталих друштвених циљева, тако су идентификација и дефинисање развојних циљева и стратегија у складу са постојећим потенцијалима и ресурсима постали нужни предуслови раста и развоја сваке земље.

Иако је свјетска економска криза значајно успорила улагања предузећа у финансирање иновативних пројеката, може се констатовати да је дугорочни друштвено-економски развој ЕУ остварив само уколико се реализују инвестиције које уводе нова техничко-технолошка и савремена рјешења која су ефикаснија од постојећих.

У том контексту се може рачунати на већ имплементирани мјере у еколошкој, агро-еколошкој, регионалној и другим заједничким политикама ЕУ. Дакле, компонента одрживости је већ инкорпорирана у друштвено-економско биће ЕУ, па се укључивање друштвене оправданости инвестиционих пројеката може сматрати ефикасним додатком већ имплементираних мјера и политика. Уосталом, највећи дио комунитарног буџета се пласира у активности и пројекте одрживог развоја.

С друге стране, финансијска криза је утицала на раст свијести инвеститора о потреби интегрисања одрживости у инвестиционе одлуке. Према мишљењу Европске комисије, већина европских потрошача све више своје одлуке о куповини усмјерава у зависности од позиције коју предузеће имај према заштити на раду, према поштивању људских права у цијелом ланцу снабдијевања, те према заштити животне средине, а посебно очувању климе.

Инвеститори не би требали бити искључиво профитно оријентисани, без сагледавања посљедица њиховог дјеловања на окружење у којем се налазе, или интересних група са којима послују. Перспективно, излазак из кризе ће брже остварити она предузећа која успоставе шира мјерила анализе

оправданости пословних активности. Инвеститори у своје инвестиционе одлуке требају интегрисати друштвено-економске анализе и оцјене како би обезбједили реализацију и одрживост својих инвестиција.

Европска унија је усвојила Стратегију развоја до 2020. године, утемељену на неколико стратешких циљева. Од настанка, дугорочно одређене ЕУ је развој заснован на расту продуктивности и техничком прогресу, али се посљедњу деценију форсира и одржива компонента економског развоја. На значајније промјене дугорочне стратегије није утицала ни економска криза. Способност превазилажења екстерних криза и динамичан раст Заједничког тржишта су аргументи за задржавање стратешких циљева, посебно од Лисабонске стратегије до данас. Због тога ће раст до 2020. године бити засниван на знању, конкурентности и продуктивности, а све ће пратити и афирмација одрживог развоја. Тржиште Уније ће бити економски простор производње и продаје производа највишег степена обраде и додате вриједности.

Стратегија ће се реализовати стицањем нових знања, развојем демократије и јачањем социјалне сфере, што ће синергијом одрживог и инклузивног раста (то су и вриједности друштвене оправданости инвестиционих пројеката) осигурати конкурентност и одрживост економије, афирмишући Европску унију као простор најбољих животних и радних услова на свијету.

Литература

1. Бендековић, Ј. и коаутори, *Припрема и оцјена инвестицијских пројеката*, ФОИП 1974, Загреб, 2007., стр. 17-20.
2. Бурда, Мајкл и Виплош, Чарлс, *Макроекономија: европски уџбеник, 3. издање.*, Београд, 2004., стр. 100-105.
3. Вукобрат, Б., Н., Барић, С., Зборник радова, *Социјално одговорно господарство – економски и етички аспекти*, Правни факултет свеучилишта у Загребу, Загреб, 2008., стр. 61.
4. European Commission, *EUROPE 2020 - A strategy for smart, sustainable and inclusive growth*, Brussels, 3.3.2010., стр. 9.
5. European Commission, *Guide to COST-BENEFIT ANALYSIS of investment projects*, Directorate General Regional Policy, 2008., стр. 33-46
6. EUROSIF, *European SRI Study – Revised edition*, Paris, 2010.

7. John Kenneth Galbraith, *Добро друштво-хумани редослед*, ПС Грмеч-Привредни преглед, Београд, 2001., стр. 27 и 72.
8. Поповић Г., *Економија Европске уније, макроекономски аспекти и заједничке политике*, Економски факултет у Бањој Луци, 2009., стр. 219, 231 и 232.
9. Цереми Рифкин, Frankfurter Allgemeine Zeitung, преведено у београдском НИИ-у 1.2.2007., стр. 56.
10. http://ec.europa.eu/growthandjobs/index_en.htm
11. www.eurosif.org

Примљено: 04.11.2011.

Одобрено: 02.12.2011.

UDC: 330.322EU

PRACTICE OF EVALUATION OF SOCIAL JUSTIFIABILITY OF INVESTMENT PROJECTS IN THE EU

Goran Popović¹, Ph.D., Miodrag Coprka

¹ Faculty of Economics, Banja Luka, Bosnia and Herzegovina

² Agency for development of small and medium-sized enterprises
of Republic of Serbian, Bosnia and Herzegovina

Summary

Valuation of investments and investment projects is a very important social activity. However, by the development of productive forces, accompanied by an accelerated exploitation of natural resources, and by growing of social expectations in the modern communities, investment decision-making includes also alternative economic opportunities. In such circumstances, the choice of the project is considered to be rational and justifiable only if it is better than others even in these non-economic areas. Therefore, consideration of investment projects in terms of their future impact on the wider social community is more and more important. Investments affect economic growth and social well-being, but in modern circumstances their role is significantly changed, especially in terms of sustainability. Therefore the EU increasingly encourages the corporate social responsibility in long-term strategies and plans of the companies, as well as the use of the methodology for evaluation of the social justifiability of investment projects. Also, there are other methodologies for evaluation of the social justifiability of investment projects, as it is the case with the methodology of the UN, which confirms that this area is extremely important in global relations.

Keywords: Investments, European Union, Sustainability, Social Justifiability, Corporate Social Responsibility, Projects.

Author's Address:

Dr Goran Popović
Ekonomski fakultet
Majke Jugovica 4
78000 Banja Luka
Republika Srpska, BiH
e-mail: tacapopovic@yahoo.com

ОРГАНИЗАЦИЈЕ ЗА ПРУЖАЊЕ КОНСУЛТАНТСКИХ УСЛУГА У СРБИЈИ¹

Б. Михаиловић, Д. Цвијановић²

Резиме. У земљама Западне Европе консултантске услуге су се развијале деценијама уназад, те су данас активне бројне консултантске организације које се међусобно разликују по организованости, моделу финансирања, и процесу консалтинга. Ипак, тржиште консултантских услуга у Србији је врло атипично, са великим бројем малих консултантских организација и изразито малим бројем великих компанија. Имајући у виду остала тржишта која су у доброј мери дефинисана, консултантско тржиште је подложно континуираним променама, што је природно с обзиром на специфичност послова које обавља и преке потребе да стално истражује нове облике организовања и буде корак испред праксе.

Кључне речи: консултантско тржиште, консултантске услуге, клијенти, интелектуални капитал.

Увод

У овом тренутку закони тржишног пословања не испољавају своје дејство у многим секторима домаће економије. Велика предузећа су у фази ишчекивања трансформационих промена, средња предузећа су углавном завршила приватизацију, док мала предузећа, без довољно финансијских средстава и пословног искуства, трагају за тржишним нишама у којима је конкуренција слабија. У таквим условима, консултантске организације помажу предузећима да остваре своје циљеве, реше проблеме везане за

¹ Рад је део истраживања на пројекту 46006 “Одржива пољопривреда и рурални развој у функцији остваривања стратешких циљева Републике Србије у оквиру дунавског региона” финансираног од стране Министарства просвете и науке Републике Србије.

² Др Бранко Михаиловић, научни сарадник, е-mail: brankomih@neobee.net, проф. др Драго Цвијановић, научни саветник, е-mail: drago_c@iep.bg.ac.rs, Институт за економику пољопривреде, Београд, Србија.

пословање и управљање, идентификују и искористе нове могућности, повећају своје знање и примене у пракси предложене промене. Консултантске услуге се могу разликовати од случаја до случаја, у зависности од циљева које треба постићи, али њихова основна улога је да увећају вредност и репутација предузећа – клијента. Будући да консултантске услуге не пружају само консултантске организације, анализа структуре понуда консултантских услуга у Србији базирана је на ширем приступу, који укључује: приватне консултантске организације; научноистраживачке организације; међународне финансијске институције; агенције за развој малих и средњих предузећа; привредне коморе.

Приватне консултантске организације

Према подацима Привредне коморе Србије (www.pks.rs), у табели 1. су приказане консултантске организације у Србији по облику организовања, а посебно оне које су регистроване као мала предузећа. На домаћем тржишту консултантских услуга, према подацима Привредне коморе Србије, послују 973 консултантске организације.³

Табела 1. Консултантске организације у Србији и Београду по облику организовања у 2010. години

Облик организовања	Србија				Београд			
	Мала		Укупно		Мала		Укупно	
	н	%	н	%	н	%	н	%
Акционарско друштво	10	3,7	19	1,9	6	2,9	13	1,7
Друштвено предузеће	4	1,5	5	0,5	1	0,5	4	0,5
Друштво са ограниченом одговорношћу	135	50,8	553	56,8	112	54,9	451	58,3
Једночлано ДОО	97	36,5	325	33,5	75	36,8	274	35,4
Командитно друштво	2	0,8	6	0,6	1	0,5	3	0,4
Ортачко друштво	15	5,6	59	6,1	8	3,9	27	3,4
Остали облици	3	1,1	6	0,6	1	0,5	2	0,3
Укупно	266	100	973	100	204	100	774	100

Извор: www.pks.rs

³ Михаиловић, Б. (2007): *Улога консалтинга у реструктурирању предузећа у транзицији*, Институт за економику пољопривреде, Монографија, Београд.

Подаци указују да је највећи број консултантских организација које су организоване као друштва са ограниченом одговорношћу (ДОО) – 56,8%, односно 58,3% у Београду или једночлана ДОО – 33,5%, односно 35,4% у Београду. Консултантске организације које су регистроване као ортачка друштва имају учешће око 6%, а као акционарска друштва 1,9% од укупног броја консултантских организација у Србији. Остали облици организовања имају релативно мало учешће. Уочљиво је, пре свега, да су консултантске организације у Србији углавном у приватном власништву, а занемарљив је број оних које су организоване као друштвена предузећа (0,5%). Овакво стање може се означити као логично и повољно. Међутим, индикативно је да је велики број консултантских организација са седиштем у Београду - (774 од укупно 973 или 79,5%), док су преостале лоциране по осталим регионима Србије. Без обзира на то што је Београд највеће консултантско тржиште, већина предузећа из провинције овде има своја представништва, координација међу консултантским организацијама је једноставна и јефтина итд. - овакво стање иницира процену развијености консалтинга у Србији. Значајно је учешће консултантских организација које припадају категорији малих предузећа – 27,3%. Оне задовољавају потребе клијената за које велике консултантске организације нису специјализоване или немају економски интерес за пружање консултантских услуга мањег обима. На тржишту консултантских услуга у Србији присутне су и поједине стране консултантске организације које су, по ширини тржишта на којем су присутне, као и по броју клијената, у потпуности глобалног карактера. Пословно искуство страних консултантских организација, поготову оних које делују у Србији, потребно је искористити и извршити његов трансфер на домаћи консултантски сектор путем процеса умрежавања консултантских организација, међусобном разменом консултантских модела и техника, пре свега кроз размену експерата и њихово стручно усавршавање.

Научноистраживачке организације

У економској теорији, али и у савременој пракси, познато је: ако се укупни капитал, као производни потенцијал, условно подели на *природни* (K_n) и *човеком створени* – физички и интелектуални (K_x), неопходно је да укупна залиха капитала (K_n+K_x) не опада током догледног времена.⁴ Очигледан услов за то је да се обезбеди изврстан степен супституције између различитих облика капитала, односно да се неминовно смањивање природног

⁴ Милановић, М., Стевановић, С., Ђоровић, М. (2008): "Развојне предности и елементи београдске аграрно-руралне мултифункционалности", International Scientific Meeting: Multifunctional Agriculture and Rural Development III – rural development and (un)limited resources, 4-5th December 2008, Faculty of Agriculture in Zemun – Belgrade, књига 2, стр. 83-89.

капитала надомести повећањем расположивог хуманог, а пре свега интелектуалног капитала. То се, дакле, може постићи само повећањем примене већ стечених и нових знања и најбоље савремене произвођачке праксе, односно коришћењем ресурса укупног научно-техничког и културног потенцијала. Наиме, транзиција економије подразумева значајнију примену знања, иновација и нових технологија-што укључује бројне реформе у области образовања, науке, научно-истраживачких институција и консалтинга.⁵

Табела 2. Научноистраживачка делатност - Број и врста организација, запослени научни радници и истраживачи по полу, % од укупно запослених

Год.	Број и врста научноистраживачких организација				Запослени са пуним радним временом						
	укупно	институти	факултети	ист. јед.	укупно		научни радници, истраживачи		стручни сарадници		% науч. радници/ук. запосл.
					свега	женски	свега	женски	свега	женски	
Република Србија											
1990	297	134	120	43	30267	13669	11870	3917	9039	4388	39
1995	221	76	81	64	27841	12907	12113	4390	8072	4094	44
2000	189	71	75	43	23117	10432	11969	4815	5448	2697	52
2001	150	51	62	37	19415	9300	10071	4246	4518	2513	52
2002	156	61	71	24	21291	10734	10855	4663	4631	2475	51
2003	165	54	78	33	22054	11444	11353	4968	4732	2629	51
2004	163	57	77	29	22485	11441	11637	5071	4844	2633	53
2005	163	55	77	31	22641	11650	11551	5050	4894	2664	51
2006	163	57	76	30	22707	11692	12079	5405	4756	2633	53
Централна Србија											
1990	217	125	56	36	22530	9165	9517	3052	6563	2665	42
1995	183	70	56	57	21098	8892	10101	3601	6063	2612	48
2000	165	67	59	39	19283	8748	9842	3928	4749	2309	51
2001	129	49	48	32	15688	7570	7997	3340	3837	2110	51

Извор: РЗС

⁵ Цвијановић, Д. (2009): System of Education, Scientific-Research and Consulting Work in Agriculture of Serbia, page 61-72. 113th Seminar of the European Association of Agricultural Economists (EAAE) – *The role of knowledge, innovation and human capital in multifunctional agriculture and territorial rural development*. Editors: Danilo Tomić, Zorica Valjiljević, Drago Cvijanović. Publisher: Institute of Agricultural Economics, Belgrade. December, 9th-11th 2009. Belgrade, Serbia.

Суштински допринос и главна улога у задовољењу овог важног услова управо припада науци, струци, односно одговарајућој мрежи института који би пружили потребну подршку предузећима у управљању трансформационим процесима. Временом, институти у Србији су прилагођавали своју делатност и ишли у сусрет потребама привреде. Многи технолошки институти постепено су се, од класичних научно-истраживачких института, трансформисали у професионалне организације за пројектовање и пружање технолошких услуга у области индустрије, инфраструктурних грана и пољопривреде. Међутим, иако су били уочљиви повољни трендови у прилагођавању делатности појединих института потребама привреде, укупан број научно-истраживачких организација у Србији се, неочекивано, током анализираних периода (1990-2006. година), значајно смањило (Табела 2).

Табела 3. Завршени научноистраживачки радови, приходи од истраживачког рада и % од укупног прихода

Година	Научноистраживачки радови				Приходи		
	укупно	фундаментални	примењени	развојни	укупни	од истраживачког рада	% од укупних прихода
Република Србија							
1990	3206	1520	1085	601	3663927	2820448	77
1995	5909	3268	1652	989	1047995	400838	38
2000	5641	2858	1795	988	8368964	3710114	44
2001	3308	1255	1215	838	9504088	2636486	28
2002	2923	1144	1087	692	12629710	7052877	56
2003	3913	1964	1279	670	15566842	6361680	41
2004	3140	1095	1278	767	20462244	4418784	22
2005	2920	1259	949	712	26264761	7300526	28
2006	3747	1372	1562	813	33195048	9593216	29
Централна Србија							
1990	3122	1499	1035	588	3622806	2796164	77
1995	4851	2739	1300	812	761161	333714	44
2000	4748	2483	1452	813	5918917	2295208	39
2001	2754	977	1064	713	6457068	1995055	31
2002	2589	983	1015	591	7852762	3207843	41
2003	3847	1944	1243	660	12168817	4845647	40
2004	2872	989	1193	690	15353914	3882236	25
2005	2519	1028	865	626	19147160	5903915	31
2006	3416	1276	1420	720	24814126	8394163	34

Извор: РЗС

Број института је редукован за 57%, односно, њихов укупан број је смањен са 134 (1990. година) на 57 института (2006. година). Истовремено, број факултета је опао за 37%, тј. у 2006. години је било 44 факултета мање него на почетку обухваћеног периода (1990. година). Број истраживачких јединица је такође смањен за око 30%. Сличне тенденције су и код запослених са пуним радним временом, чији се број смањило са 30.267 (1990. година) на 22.707 (2006. година). С друге стране, што се тиче структуре запослених, уочавају се позитивне промене. Наиме, повећано је учешће научно-истраживачких радника у односу на укупно запослене у научно-истраживачким организацијама са 39% (1990. година) на 53% (2006. година).

У *табели 3* је уочљиво да је број научно-истраживачких радова повећан у периоду 1990 - 2006. година са 3.206 (1990. година) на 3.747 (2006. година).

Међутим, анализа структуре истраживања указује да се допринос овом расту дугује примењеним и развојним истраживањима, јер се број фундаменталних истраживања током обухваћеног периода смањило за 9,7%. Укупни приходи научно-истраживачких организација су готово удесетостручени. При томе је опало учешће прихода од истраживања са 77% на 29% од укупно остварених прихода.

Међународне институције

Консултантске услуге међународних институција углавном се одвијају преко програма консалтинга које координирају регионалне агенције за мала и средња предузећа, привредне коморе и остале институције које пружају консултантску подршку предузећима у Србији. Навешћемо само неке значајније макропројекте у којима учествују консултантске услуге под окриљем међународних институција.

Пројекат и идеја регионалне сарадње – РЕССО. Концепт пословања мреже Центара за пословне услуге у Југоисточној Европи - SEE Network омогућио је успостављање Центара за пословне услуге за прекограничну сарадњу и спољну трговину у свакој од земаља партнера у пројекту. Пословни консалтинг и креирање услова за успешну пословну сарадњу доприносе унапређењу пословања сектора малих и средњих предузећа кроз успостављање билатералне сарадње и приступ новим тржиштима. Такође, развијена је и *Web* платформа за пружање и промовисање пословних услуга.⁶

⁶ www.see-network.com

Програм пружања помоћи развоју малих и средњих предузећа – BAS (Business Advisory Services). Ово је програм Европске банке за обнову и развој намењен предузећима која испуњавају одређене услове како би се квалификовала за добијање помоћи. Ти услови су: да предузеће буде регистровано у складу са важећим прописима, да је већински део акција у приватном и домаћем власништву и да постоји најмање две године. Основни циљ *BAS* програма је да се пружи подршка развоју и конкурентности малих и средњих предузећа путем финансијске помоћи која ће се користити за добијање пословних савета и консалтинг услуга од најбољих домаћих консултантских организација.

Пројекат развоја предузећа и предузетништва - Ekoris. Овај пројекат, којим управља ЕАР (European Agency for Reconstruction), а финансира га ЕУ, започет је у децембру 2004. године. Циљ пројекта је да се створе повољни услови за развој сектора малих и средњих предузећа, како би се унапредила њихова конкурентност на страном тржишту и додатно стимулисала конкурентност српске економије. Програм се састоји од следећих компоненти: развој политике сектора малих и средњих предузећа кроз подршку државне институције; директна подршка бизнису у оквиру које је основано седам регионалних агенција за развој малих и средњих предузећа и предузетништва; креирање националне иновационе стратегије и Фонда намењеног директном инвестирању у иновационе пројекте који стимулишу развој предузетништва.

Заокрет у управљању предузећима - ТАМ програм (Turn Around Management). Овај програм је у Србији покренут 2001. године и омогућава предузећима да развију нове пословне вештине на нивоу кључних менаџера. Српска предузећа која су укључена у ТАМ програм (већина њих) значајно су повећала извозне потенцијале, јер им је пројекат помогао да унапреде производњу и пословање и повећају продуктивност.

UNIDO програм унапређења пословања малих и средњих предузећа. Организација Уједињених нација за индустријски развој (UNIDO) већ 10 година успешно помаже унапређење пословања у земљама у развоју и транзицији. Досадашња примена програма је довела до просечног повећања ефикасности пословања предузећа од 8-25%. Осим унапређења менаџерских способности и вештина, програм садржи и експертске алате и праксу за мониторинг. Наиме, UNIDO технике и алати представљају пословни водич за предузећа која желе да унапреде своје пословне перформансе у условима појачане конкуренције и строжијих услова пословања. Овај програм води менаџера кроз пословање дијагностицирајући му у сваком тренутку актуелно стање пословања.

Агенције за развој малих и средњих предузећа

Искуства ЕУ показују да је основна мисија развојних агенција да обезбеде одрживо повећање стандарда за све своје грађане, да активно делују на привлачењу страних инвестиција, и да заједничком сарадњом са другим субјектима у регији створе плодну предузетничку климу. Овај приступ треба да тече кроз препознавање локалних предуслова за економски развој, запошљавање и конкурентност пословног сектора у регијама.⁷

Изградња система институција за нефинансијску подршку развоју МСП (малих и средњих предузећа) започела је у фебруару 2001. године када је званично основана Републичка агенција за развој малих и средњих предузећа и предузетништва, конципирана као носилац спровођења активности на развоју МСП на националном нивоу и главни ослонац мреже агенција за подршку овом сектору у Србији. У складу са значајем равномерног регионалног развоја формирана је и Асоцијација регионалних развојних агенција Србије (АРРАС). Чланице Асоцијације су у протеклом периоду биле кључни носиоци развојних процеса на територијама које су покривале својим радом, кроз партнерство са јавним и приватним сектором. Увођењем и дистрибуцијом консултантских услуга, намењених МСП сектору, стварале су предуслове за развој предузетништва. Менаџментом развојних пројеката укључивале су своје територије у међународне донаторске иницијативе и Националне програме за развој предузетништва и равномерни регионални развој.

Привредне коморе

Креирање препознатљивости Србије као земље тржишне економије, отворених граница, спремне да се укључи у надметање на тржишту Европске уније, представља национални интерес и суштинско опредељење Привредне коморе Србије, водеће асоцијације више од 100.000 српских привредника. Привредна комора Србије, као заступник интереса српске привреде, организована је на регионалном нивоу. Њени стратешки циљеви су: повећање конкурентности српске привреде, унапређење економског развоја земље, извоз, стране директне инвестиције, сузбијање сиве економије, нелојалне конкуренције и ограничавање монопола. Такође, интензивно ради на подизању нивоа конкурентности националних предузећа и прилагођавању европским стандардима, како би се што спремније суочиле са великим

⁷ Вемић, М. (2006): "Регионалне МСП/Развојне агенције као детерминанте регионализације Србије и унапређења перформанси у глобалној економији", *Часопис Економске теме*, Година излажења XLIV, бр. 1-2, 2006., стр. 511-519.

изазовима пословања на међународном тржишту. У основи, један велики део активности Коморе састоји се у пружању свестране помоћи привреди, оптерећеној бројним наслеђеним проблемима, да што безболније заврши транзициони процес.

Закључак

Изложеност консултантских организација разноврсним комбинацијама пословних околности и искуствима различитих предузећа омогућили су да акумулирају драгоцено знање и пословно искуство. Њихов циљ је да буду континуирано обавештене и да држе корак са иновацијама у домену теорије, концепата, метода и система менаџмента. Целокупни консултантски “know-how” и пословне идеје, које су резултат пословног искуства и истраживања, стоје предузетницима и менаџерима на располагању у циљу спровођења разних иницијатива, иновација и побољшања у великом броју области и функција пословања.

Сходно започетим економским реформама, развој тржишта консултантских услуга је у директној зависности од тока процеса транзиције и реструктурирања домаћих предузећа. Истовремено, отклањање спољних ограничења и враћање Србије у међународне економске токове условило је значајан пораст тражње за новим знањима, искуствима и експертизама, укључујући и оне у виду консултантских услуга.

Литература

1. Вемић, М. (2006): "Регионалне МСП/Развојне агенције као детерминанте регионализације Србије и унапређења перформанси у глобалној економији", *Часопис Економске теме*, Година излажења XLIV, бр. 1-2, 2006., стр. 511-519.
2. Михаиловић, Б. (2007): *Улога консалтинга у реструктурирању предузећа у транзицији*, Институт за економику пољопривреде, Монографија, Београд.
3. Милановић, М., Стевановић, С., Ђоровић, М. (2008): "Развојне предности и елементи београдске аграрно-руралне мултифункционалности", *International Scientific Meeting: Multifunctional Agriculture and Rural Development III – rural development and (un)limited resources*, 4-5th December 2008, Faculty of Agriculture in Zemun – Belgrade, књига 2, стр. 83-89.

Др Бранко Михајловић, др Драго Цвијановић

4. Цвијановић, Д. (2009): System of Education, Scientific-Research and Consulting Work in Agriculture of Serbia, page 61-72. 113th Seminar of the European Association of Agricultural Economists (EAAE) – *The role of knowledge, innovation and human capital in multifunctional agriculture and territorial rural development*. Editors: Danilo Tomić, Zorica Valjiljević, Drago Cvijanović. Publisher: Institute of Agricultural Economics, Belgrade. December, 9th-11th 2009. Belgrade, Serbia.
5. www.see-network.com
6. www.win2biz.com/unido_sw/eng/global-directory.htm
7. www.pks.rs
8. <http://webrzs.stat.gov.rs/axd/index.php>

Примљено: 16.01.2011.

Одобрено: 02.12.2011.

UDC: 005.942:334.71(497.11)

ORGANIZATIONS WHICH PROVIDE CONSULTATIVE SERVICES IN SERBIA

Branko Mihailović, Ph.D., Drago Cvijanović, Ph.D.
Institute of Agricultural Economics, Belgrade, Serbia

Summary

In West Europe countries, the consultative services had developed for decades backwards, so today are active numerous consultative organizations which differ one from another by organization, financing model and process of consulting. However, the consultative services market in Serbia is very atypical, with massive number of small consultative organizations and extremely small number of big companies. Taking into consideration other well defined markets, the consultative market is susceptible to continuous changes, which is normal regarding specificity of businesses they do, and emergency to research permanently new forms of organization and to be ahead of a practice.

Key words: consulting market, consultative services, clients, intellectual capital.

Author's Address:

Др Бранко Михаиловић
Проф. др Драго Цвијановић
Институт за економику пољопривреде
Волгина 15
11000 Београд
Република Србија
Е-mail: brankomih@neobee.net

ОСИГУРАЊЕ БИЉНЕ ПРОИЗВОДЊЕ У ЕУ И СРБИЈИ

Јасмина Лабудовић-Станковић¹, Нада Тодоровић¹

Резиме: Циљ аутора овог рада био је да читаоце упозна са осигурањем биљне производње у ЕУ и Србији. Коришћен је компаративни метод истраживања. Представљене су врсте полиса осигурања усева и плодова типичне за европски континент. У раду је указано на факторе који утичу на понуду овог осигурања и тражњу за овим осигурањем. Како је једно од важних обележја овог осигурања субвенционисање премија, то је разлог зашто се део рада односи и на ово питање. Представљено је и осигурање усева и плодова у Србији уз закључак да је обухват осигурања усева и плодова врло скроман. Због учесталих климатских промена и природних непогода, може се очекивати да ће у будућности у свету расти тражња за осигурањем усева и плодова.

Кључне речи: осигурање биљне производње, осигурање усева и плодова, субвенције

Увод

Осигурање усева и плодова представља, по природи, врсту неживотних осигурања. У највећем броју држава припада категорији добровољних осигурања. По правилу, пољопривредни произвођач, који је засејао усева, закључује уговор о осигурању са друштвом за осигурање. Најчешће, уговарач осигурања и осигураник (лице чији је усев, односно плод осигуран) су једно исто лице. Међутим, дешава се да то буду различита лица. Тако, нпр. уговарач осигурања може бити произвођач хлеба и пецива, који има економски интерес да осигура род пшенице пољопривредног произвођача с којим је у дугогодишњем пословном односу.

¹ Др Јасмина Лабудовић-Станковић, доцент, др Нада Тодоровић, ванредни професор
Правни факултет Универзитета у Крагујевцу,
e-mail: jlubudovic@jura.kg.ac.rs, ntodorovic@jura.kg.ac.rs

Основни ризици од којих се обезбеђује заштита осигурањем су град, пожар и гром, а допунски олуја, поплава и пролећни мраз, односно јесењи мраз код семенског кукуруза. Степен развијености осигурања усева и плодова мери се преко ризика покривених осигурањем, разноврсних типова полиса и преко помоћи државе (субвенција).

Потреба за осигурањем усева и плодова сваке земље зависи пре свега од изложености земље ризицима који угрожавају усеве и плодове. Ово осигурање је често праћено државном помоћи. У литератури постоји став да одобравање субвенција сектору где се производи храна, тј. пољопривреди представља легалну функцију државе (Табороши 2006, 308). Међутим, чак и са субвенцијама државе, тражња за овом врстом осигурања није задовољавајућа. Разлоге за овакво стање можемо наћи како на страни понуде, тако и на страни тражње (Enjolras, Capitanio, Adinolfi 2011, 2). Разлози на страни понуде односе се на недовољну информисаност осигуравача о осигураницима и обрнуто, а у вези са тим је и проблем моралног хазарда и негативне селекције. Осим тога, може се појавити системски ризик. Немогућност пољопривредника да процене предности осигурања усева и плодова и цена осигурања, која и поред субвенција, за пољопривреднике може да буде висока, разлози су због којих је тражња за овим осигурањем мала.

Осигурање биљне производње у ЕУ

Иако са вишим нивоом развоја земље пољопривреда заузима све мањи проценат у структури бруто домаћег производа (БДП), њен значај на тај начин није умањен с обзиром да обезбеђује егзистенцијалне потребе становништва. Да и у ЕУ производња хране има изузетан значај потврђује чињеница да се одредбе о пољопривреди налазе у другој глави Римског уговора (после њих следе одредбе о слободи кретања лица, промета услуга и капитала). Највише обрадивих површина поседују Француска, Шпанија, Велика Британија, Италија и Немачка. Добро је познато да због високог процента издвајања средстава из заједничког буџета, као и због малог процента учешћа пољопривреде у БДП, заједничка пољопривредна политика носи епитет једне од најконтроверзнијих заједничких политика ЕУ (Прокопијевић 2005, 133). Овоме доприноси и мали број запослених у овом сектору (El-Agraa 2001, 232).

Подаци о ризицима који се покривају осигурањем усева и плодова, као и о приносима у ЕУ, добијају се на основу метеоролошких и агрометеоролошких података добијених на основу праћења раста житарица, на основу индекса вегетације добијених на основу сателитских снимака, базе

података ЕУРОСТАТ-а (канцеларија за статистику ЕУ која прикупља и објављује статистичке податке) о приносу на главне врсте житарица (Diaz-Caneja, Conte, Dittmann, Pinilla, Stroblmair 2008, 3). Током 2004. год. било је осигурано око 24% вредности житарица у ЕУ-27. Укупно наплаћена премија износила је 1.583 милиона евра (Diaz-Caneja, Conte, Dittmann, Pinilla, Stroblmair 2008, 115). Највиша премија остварена је у Шпанији (564 милиона евра), с тим што је свега 5,86 милиона хектара било осигурано, што говори о ниској стопи обухвата. Супротан пример имамо у Немачкој где осигурање покрива око 43% обрадивих површина, тј. 7,26 милиона хектара, а премија износи 129 милиона евра. Ова разлика произлази из чињенице што се у Немачкој, углавном, осигурање закључује само од једног ризика - града, док у Шпанији не само од већег броја ризика, већ и од тежих ризика. Укупне субвенције у ЕУ у истој години су износиле око 500 милиона евра, тј. око 32% премије, с тим што постоје велике разлике између држава. Највеће субвенције исплаћене су у Италији (80% за осигурање приноса) и Португалији, док оне уопште нису постојале у Великој Британији. Аустрија, Луксембург и Шпанија субвенционишу скоро до 50% премије, с тим што Аустрија то чини само у случају ризика мраза и града. Кипар, Летонија, Литванија, Словачка, и Румунија такође имају субвенције до 50%.

Просечна премијска стопа за осигурање од града у 2004. год. износи од 1% за житарице до 18% за воће. Премијске стопе су различите у Европи. Крећу се од 0,7% у Данској; 0,89% у Холандији; 1,12% у Немачкој; 1,4% у Грчкој; 2,14% у Француској; 3,3% у Аустрији, до 5,4% у Шпанији, односно 7,86% у Португалији, односно 8,1% у Италији (Diaz-Caneja, Conte, Dittmann, Pinilla, Stroblmair 2008, 147). Висина премије зависи од: учесталости ризика, врсте и броја ризика који су покривени осигурањем, осетљивости усева, броја осигураних пољопривредника, уговорених франшиза.

Франшизе (удели осигураника у премији) и систем бонус-малус имају за циљ да смање морални хазард – пристрасни ризик и негативну селекцију. По правилу, тежи ризици су праћени већим франшизама. Ако франшизе не би биле уговоране, тј. ако пољопривредници не би учествовали једним делом у штети, то значи да немају ни подстицај да предузимају превентивне мере (Hyde, Vercauteren 1997, 394). Тако би се створио простор за морални хазард. Веће франшизе прате нове производе осигурања за које постоји врло оскудно или пак не постоји никакво искуство у погледу штета. Систем бонус-малус примењује се у следећим државама: Аустрији, Бугарској, Естонији, Литванији, Луксембургу, Мађарској, Немачкој, Румунији, Финској, Холандији и Шпанији.

Велике штете у Француској изазване градом 1990-1995. год. биле су разлог због чега је дошло до раста премија и до увођења већих франшиза у

производњи воћа и поврћа. Од 2004. год., субвенције премија износе 35%, а за младе пољопривреднике 40%. На овај начин проширен је обухват осигурања и обим покрића. У току 2007. год. број полиса је порастао за 20% у односу на претходни период. Пораст је настао захваљујући пре свега произвођачима вина и житарица (Enjolras, Capitanio, Adinolfi 2011, 4). У периоду 2001-2008. год. 55.000 пољопривредника је добило помоћ у износу од 200.000.000 евра или у просеку око 4.000 евра по фармеру. Суша и мраз су учествовали са 50% у проузроковању штете. Европска регулатива из 2009. год.² дозвољава да се из фондова заједничке пољопривредне политике субвенционише осигурање усева. Пројекције су да ће субвенције у 2011. год. износити око 65% премије (Enjolras, Capitanio, Adinolfi 2011, 5).

Опредељење пољопривредника да се осигура зависи, осим од аверзије према ризику и од величине имања (процењује се на основу укупне површине обрадивог земљишта, годишњег прихода и инвестираног капитала), старости пољопривредника, пола, образовања, да ли пољопривредник обрађује земљу сам или у сарадњи са другим пољопривредницима. На подручјима са мањим ризиком постоји већа еластичност тражње за осигурањем усева и плодова, него на подручјима високог ризика које карактерише нееластична тражња за осигурањем. Пољопривредници са већим бројем обрадивих површина, већим приносом, али и са већом изложеношћу ризицима, они којима је пољопривреда једини извор прихода, који припадају млађем становништву очекују много више од државе, тј. државних програма помоћи него они који немају овакве карактеристике (Rejesus, Sherrick, Schnitkey, Escalante 2009, 3081).

Врсте осигурања усева и плодова

У ЕУ се примењују тзв. класичне врсте осигурања усева и плодова: осигурање које покрива један ризик, комбиновано осигурање и осигурање приноса. Осигурање прихода (engl. *revenue insurance*), као вид пољопривредне заштите одавно постоји у Великој Британији. Ово осигурање покрива ризик промене приноса и ризик промене цена производа. Напоменимо да ризик промене цена производа спада у тзв. тржишне ризике који су, по правилу, неосигурљиви. Да би се избегао проблем моралног хазарда и негативне

² Council Regulation No 73/2009 of 19 January 2009 establishing common rules for direct support schemes for farmers under the common agricultural policy and establishing certain support schemes for farmers, amending Regulations (EC) No 1290/2005, (EC) No 247/2006, (EC) No 378/2007 and repealing Regulation (EC) 1782/2003, *Official Journal of the European Union*, L 30/16

селекције, цена мора бити одређена на основу објективних параметара, а никако под утицајем осигураника (Андријашевић, Петрановић 1999, 10).

У укупној структури понуде услуга осигурања усева и плодова, у ЕУ је најмање заступљено осигурање приноса. Све набројане врсте осигурања пружају приватни осигуравачи. Изузетак представљају Грчка и Кипар где постоји државни програм осигурања усева и плодова, а осим тога ово осигурање је обавезно.

Најчешћи ризик који се покрива осигурањем усева у ЕУ је град. Полисе са овим ризиком (engl. *single-risk insurance*) имају доминантно место у свим државама чланицама. На другом месту по заступљености је комбиновано осигурање које покрива два или више ризика, с тим да је по правилу увек укључен ризик града као основни ризик. Комбиновано осигурање имају: Бугарска, Мађарска, Пољска, Португалија, Словачка, Словенија, Чешка и Шведска. Ово осигурање покрива следеће ризике: град, пожар, кишу, мраз и ветар. Суша има карактер системског ризика зато што може да захвати велику територију, а то као последицу има подношење одштетних захтева у исто време од стране великог броја осигураника. Зато није укључена у комбиновано осигурање, али јесте у осигурање приноса.

Осигурање приноса (engl. *yield insurance*) покрива губитке настале у смањеном приносу због лоших временских услова. Мање је заступљено због високе премије. Основни ризик покривен овим осигурањем је суша. Овај вид заштите постоји у Аустрији, Италији, Луксембургу, Француској и Шпанији. Италија и Шпанија имају висок ризик суше која уништава пашњаке, а киша у време жетве захвата Аустрију, Италију и Пољску. Систем осигурања пољопривреде Шпаније је један од најбоље развијених у Европи, с обзиром да полисе осигурања покривају највећи број ризика којима је изложена производња. У Аустрији ово осигурање пружају специјализована друштва за узајамно осигурање. За разлику од ЕУ, у Канади и САД-у осигурање приноса је широко заступљено. У САД-у овим осигурањем је покривен велики број ризика: суша, прекомерна влага, град, ветар, мраз, инсекти и различите болести (Rejda, 2003, 237). Премије се обрачунавају на основу просечног приноса пољопривредника, односно на основу просечног приноса у региону уколико нису доступни индивидуални подаци.

Индексирано осигурање (engl. *index insurance*) за основ узима индекс настао мерењем од стране овлашћених државних агенција, а не на основу искуства пољопривредника. Предност овог осигурања је у томе што премије и накнада штете не зависе од индивидуалног искуства пољопривредника, те зато и нема негативне селекције и моралног хазарда. Административни трошкови су ниски. Полисама овог осигурања може се трговати на тржишту изведених хартија од вредности и тако обезбедити већа диверзификација

ризика. Постоје две врсте индексираних осигурања – индексирано осигурање области (индекс је директно одређена област просечног приноса или дохотка) и индиректно индексирано осигурање (почива нпр. на индексу вегетације који је добијен на основу сателитских снимака). Индиректно индексирано осигурање почело је да се од 2001. год. примењује у Шпанији, а од 2007. год. у Аустрији. У Великој Британији постоји од 1998. године. Оно је и даље предмет истраживања и надоградње.

Државна помоћ и правила Светске трговинске организације (Споразум о пољопривреди)

Француска, Италија, Грчка и Шпанија су примери држава чланица ЕУ чији пољопривредници имају велику државну помоћ у управљању ризиком у пољопривредној производњи. Међутим, то се не може рећи за остале чланице ЕУ (нпр. Белгија, Бугарска, Велика Британија, Холандија). У њима не постоји конзистентан програм државне помоћи. Евентуално се може говорити једино о *ad hoc* помоћи у изузетним околностима. Многи аутори постављају питање оправданости субвенција посебно у околностима када су цене пољопривредних производа високе (Smith, Watts 2010, 154). Задњих година Светска трговинска организација (СТО) захтева од држава да смање субвенције пољопривреди (Табороши 2006, 304).

ЕУ је 2000. год. издала смернице о пружању државне помоћи пољопривреди (ревидиране су 2006. год., а 2007. год. су донете нове за период од 2007-2013), којима је предвиђено да уколико је штета већа од 30% на површинама засејаним уобичајеним културама, субвенције износе до 80% када осигурање покрива природне катастрофе, а уколико су у питању други ризици, субвенције износе до 50% висине премије. Међутим, ако су неки ризици могли бити покривени осигурањем, а нису, забрањује се пружање државне помоћи у случају насталих штета. Тако је у: Аустрији, Италији, Португалији, Турској, Шведској и Шпанији. Смернице ЕУ су усклађене са правилима СТО, а подразумевају и поштовање члана 87 Уговора ЕЗ. Основ за пружање помоћи у случају природних непогода је члан 87, параграф 2, тачка б Уговора. Основ за пружање државне помоћи у осигурању пољопривреде, тј. усева и плодова, као и негативних климатских промена је члан 87, параграф 3, тачка ц Уговора, где је предвиђена помоћ за достизање развоја одређених активности или одређених економских области, под условом да таква помоћ нема негативне ефекте на услове трговине супротне заједничким интересима.

Посебно су интересантни параграфи 7 и 8 Анекса 2 Споразума о пољопривреди, који предвиђају под којим условима држава може да финансијски помогне фармерима у случају осигурања дохотка (пар. 7) и

природних катастрофа (пар. 8). Услови да би фармери добили финансијску помоћ у случају осигурања дохотка су: висина изгубљеног дохотка, да доходак потиче искључиво од пољопривреде, да прелази просечних 30% просечног бруто дохотка или да је једнак нето дохотку оствареном у претходне три године или је базиран на трогодишњем просеку у задњих пет година, с тим да се не узимају у обзир највиши и најнижи доходак. Износ државне помоћи не може бити већи од 70% произвођачевог изгубљеног дохотка.

Право на државну помоћ у случају природних катастрофа (непогода) стиче се под условом да надлежни државни орган констатује да је природна или слична катастрофа настала или је у настајању. За висину помоћи меродаван је губитак наступио смањењем обима производње а који је већи од 30% просечне производње у претходном трогодишњем периоду или је базиран на трогодишњем просеку у задњих пет година, искључујући највиши и најнижи обим производње. Уколико исти произвођач прима у истој години финансијску помоћ и по основу параграфа 7 и по основу параграфа 8, укупна помоћ мора бити мања од 100% укупног губитка произвођача, што је у потпуности у складу с начелом обештећења присутним у имовинским осигурањима.

Осигурање биљне производње у Републици Србији

По развијености осигурања Србија је далеко испод просека ЕУ. Укупна премија учествује у БДП са свега 1,9% (0,3% животна осигурања и 1,6% неживотна).³ Србија располаже са 4.218.000 ha обрадивих површина (Миловановић, Филиповић, Видовић, Драгутиновић, Матовић 2008, 9). Највеће учешће у укупним обрадивим површинама имају баште и оранице (78,2%).

У Србији држава спроводи противградну заштиту усева и плодова преко Републичког хидрометеоролошког завода. Последњих година град наноси велику штету усевима и плодовима, што показује да систем противградне заштите не пружа ефикасну заштиту и утиче на висину премије, па пољопривредни произвођачи нису у стању да плате високе премије. Да би подстакли закључење осигурања усева, многи осигуравачи дозвољавају да се премија плати тек када усеви сазру, тј. онда када се уберу. Такође, дозвољено је плаћање у ратама, а одобравају се и попусти на премију у следећим случајевима: 10% за закључење вишегодишњег уговора; 20% код колективног

³ Народна банка Србије, *Сектор осигурања у Србији: извештај за 2010. годину*, 2010, стр. 5.

осигурања; 20% за осигурање усева који се засаде на истој површини после прве жетве, односно бербе.⁴ Уз то, премија се често плаћа у натураи.

Заштита усева и плодова на засејаним површинама требало би да буде брига не само власника или закупца земље, већ и државе. За регистрована газдинства осигураник може остварити регресни захтев у износу од 40% од висине премије без урачунатог пореза на премију неживотног осигурања ако су усеви и плодови осигурани од ризика умањења приноса.⁵ Захтев за остваривање овог права подноси се Министарству финансија.

Осигурањем биљне производње у Републици Србији покривене су штете поузроковане оштећењем или уништењем осигураних усева и плодова услед града, пожара и удара грома као основних опасности. Уколико се уговори допунско осигурање и плати допунска премија, домаћи осигуравачи покривају штете настале услед допунских опасности и то: поплаве, пролећног мрза и олује код свих усева и плодова, посолице код воћа и грождја и јесењег мрза код семеног кукуруза.

По правилу, осигуравачи надокнађују штету само због губитка количине приноса, а не и квалитета. Изузетке представљају: конопља и лан за влакно; сирак за метле; воћни, лозни и шумски садни материјал и садни материјал украсног биља; врбе за плетарство. У овим случајевима, надокнађује се и штета због губитка квалитета. Осим тога, штета због губитка квалитета биће надокнађена код усева и плодова за производњу семена само ако је уговорено допунско осигурање и плаћена допунска премија. Опште је правило да се осигурање од допунских ризика може уговорити само ако је претходно закључено осигурање од основних ризика. Изузетак представља ситуација када је осигурани усев, односно засад заштићен мрежом против града.

Занимљиво је да процена штете у овом осигурању може бити једнократна и вишекратна. Једнократна процена врши се када штета настане у фази сазревања или непосредно пред сазревање, а вишекратна када штета настане пре фазе сазревања, па је није могуће одмах утврдити (Мркшић 1999, 228). Утврђивање и процену штете врши пољопривредни стручњак осигуравача уз присуство осигураника. Уколико се деси да се осигураник не сложи са резултатима процене, приступа се процени штете у другом степену. Одредбе општих услова поводом процене штете у другом степену су углавном исте за већину друштава за осигурање, али има и разлика.

⁴ чл. 6 и 8 Општих услова за осигурање усева и плодова компаније Дунав осигурање а.д.о.

⁵ чл. 3 Уредбе о условима и начину коришћења средстава за регресирање осигурања животиња, усева и плодова у 2011. години, „Службени гласник РС“, бр.39/11

Компанија Дунав осигурање је у својим Општим условима предвидела да процену штете у другом степену врши Комисија састављена од пољопривредних стручњака са високом стручном спремом, коју одреди генерални директор, а која није учествовала у претходној процени.⁶ Општи услови друштва ДДОР Нови Сад предвиђају у случају неслагања осигураника са проценом, процену штете вештачењем. Свака страна именује свог вештака, а пре почетка вештачења осигуравач и осигураник бирају трећег вештака који не може бити у радном односу код осигуравача или осигураника.⁷ Сличне одредбе предвиђене су и Општим условима друштва Делта Ђенерали осигурање.⁸ Анализом одредаба општих услова поводом овог питања може се закључити следеће. Решење које нуди Дунав осигурање доводи у питање објективност и непристрасност поменутог начина процене штете. Чини се да ће више бити објективан налаз вештака кога именују уговорне стране уз супервизију трећег неутралног вештака, него налаз Комисије коју одреди генерални директор овог осигуравајућег друштва.

Број закључених осигурања усева и плодова у Србији је 2009. год. износио 10.165, а укупна премија 746 милиона динара. То је за трећину мање у односу на 2008. год., када је број закључених осигурања износио 15.186, а укупна премија преко 1,1 милијарду динара. У односу на укупну пољопривредну површину, осигуране површине у 2009. год. чине свега 4,53%, док у укупној премији, премија биљне производње заузима свега 1,39% (Петревска, Тоскано, Милошев 2010, 125).

Осигурање усева и плодова у нашој земљи није добило масовније рамере, како због неповољне економске ситуације, тако и због недовољне едукације пољопривредних произвођача, али имајући у виду и учешће пољопривреде у структури БДП 9,2% (Миловановић, Филиповић, Видовић, Драгутиновић, Матовић 2008, 12).

Закључак

Колико ће и да ли ће пољопривредници куповати осигурање усева и плодова тешко је проценити. Ипак, либерализација тржишта пољопривредних производа, климатске промене и све учесталије природне непогоде утичу на раст тражње за овим осигурањем. С друге стране, осигуравачи у Европи нису

⁶ чл. 10 Општих услова за осигурање усева и плодова, компанија Дунав осигурање а.д.о. – посебне одредбе (примењују се од 21.03.2008.)

⁷ чл. 22 Општих услова за осигурање усева и плодова ДДОР Нови Сад а.д. – посебне одредбе

⁸ чл. 23. Општих услова за осигурање усева и плодова Делта Ђенерали осигурање.

спремни да понуде неке нове врсте производа, као што су индексирано осигурање (примењује се само у три државе, уз напомену да још није довољно истражено), осигурање дохотка, осигурање прихода зато што ове врсте обухватају неке системске ризике који осигуравачи не могу да диверзификују. Пракса показује да се у крајњој инстанци мора рачунати на државну помоћ. Неповољна економска ситуација, недовољна информисаност и незаинтересованост пољопривредника, главни су разлози због којих је осигурање биљне производње у Србији врло скромно и неразвијено. Због учесталости штета и њиховог интензитета, такву слику би требало изменити.

Литература

1. Андријашевић, Сања, Петрановић, Владимир (1999), *Економика осигурања*, Алфа, Загреб
2. Diaz-Caneja, Maria Bielza, Conte, Constanza Giulia, Dittmann, Christoph, Pinilla, Francisco Javier Gallego, Stroblmair, Joseph (2008), *Agricultural Insurance Schemes*, European Commission, Joint Research Center, Institute for the protection and security of Citizens, Luxembourg
3. El-Agraa, Ali M. (2001), *The European Union: economics & policies*, sixth edition, Prentice Hall, Pearson Education, Edinburgh
4. Enjolras, Geoffroy, Capitanio, Fabian, Adinolfi, Felice (2011), *The demand for crop insurance combined approaches for France and Italy*, International Conference of the French Finance Association (AFFI), доступно на: http://affi2011.etud.univ-montp1.fr/wp-content/themes/blog_um1_ouvert_affi2011/Papers/127C.pdf
5. Миловановић, Добросав, Филиповић, Сања, Видовић, Ђорђе, Драгутиновић, Стефан, Матовић, Данијела (2008), *Кључна економска и правна питања за успешно функционисање робне берзе у Републици Србији*, Економски институт, Београд
6. Мркшић, Драган (1999), *Осигурање у теорији и пракси*, Алеф, Нови Сад
7. Народна банка Србије (2010), *Сектор осигурања у Србији: извештај за 2010. годину*
8. Петревска, Мирослава, Тоскани, Бруно, Милошев, Драгиша (2010), *Осигурање биљне производње*, Бруно Тоскани, Београд
9. Прокопијевић, Мирослав (2005), *Европска унија: увод*, Службени гласник, Београд

10. Rejda, George E. (2003), *Principles of Risk Management and Insurance*, Addison Wesley, Pearson Education, USA, Boston
11. Rejesus, Roderick M., Sherrick, Bruce J., Schnitkey, Gary D., Escalante, Cesar L. (2009), "Factor influencing producers' perceptions about the importance of government support programmes in agriculture: application of a semi-parametric ordered response model," *Applied Economics*, Routledge, No 41, Issue 24
12. Smith, Vincent H., Watts, Myles (2010) "The New Standing Disaster Program: A SURE Invitation to Moral Hazard Behavior", *Applied Economic Perspective and Policy*, Vol. 32, Number 1
13. Табороши, Светислав (2006), *Економско право*, Правни факултет Универзитета у Београду, Београд
14. Hyde, Charles E., Vercammen, James A. (1997), „Costly yield verification, moral hazard and crop insurance contract form“, *Journal of Agricultural Economics*, Vol. 48, Number 3

Прописи

1. Уредба о условима и начину коришћења средстава за регресирање осигурања животиња, усева и плодова у 2011. години, „Службени гласник РС“, бр.39/11
2. Council Regulation No 73/2009 of 19 January 2009 establishing common rules for direct support schemes for farmers under the common agricultural policy and establishing certain support schemes for farmers, amending Regulations (EC) No 1290/2005, (EC) No 247/2006, (EC) No 378/2007 and repealing Regulation (EC) 1782/2003, *Official Journal of the European Union*, L 30/16

Примљено: 11.07.2011.

Одобрено: 02.12.2011.

UDC: 368.54 (4)

CROP INSURANCE IN EU AND SERBIA

Jasmina Labudović-Stanković, Ph.D., Nada Todorović, Ph.D.
Faculty of Law, University of Kragujevac

Summary

The aim of the author of this paper is to familiarize readers with crop insurance in the EU and Serbia. A comparative method of research has been used and the paper presents types of crop insurance policies typical of the European continent. The paper points out the factors which affect the supply of this insurance and the demand for it. Since premium subsidy is one of the important features of this insurance a part of this paper relates to this issue. The crop insurance in Serbia is also presented here with the conclusion that the crop insurance coverage is very modest. Due to frequent changes of climate and natural disasters it is expected that in the future we will have a growing demand for crop insurance. The unfavorable economic situation, insufficient knowledge and lack of interest of farmers are the main reasons why is crop insurance in Serbia very modest and undeveloped. Because of the frequency of claims and their intensity, this image should be amended.

Key words: crop insurance, subventions

Author's Address:

Dr Jasmina Labudović-Stanković
Pravni fakultet Univerziteta u Kragujevcu
ul. Jovana Cvijića 1
34 000 Kragujevac
034/338-529; 064/ 131 12 40
e-mail: jlabudovic@jura.kg.ac.rs

КОНКУРЕНТНОСТ ДОМАЋЕ ПРЕХРАМБЕНЕ ИНДУСТРИЈЕ У ОБЛАСТИ ДИЗАЈНА ПРОИЗВОДА И ПАКОВАЊА¹

П. Д. Радојевић², Д. Марјановић²

Резиме: Овај рад представља покушај да се назначи једна од могућности јачања конкурентности домаће прехранбене индустрије. Та могућност је утемељена на препознавању дизајна производа и паковања као важног чиниоца конкурентности. Да би се утврдило у којој мери прехранбена индустрија у Србији сматра да је дизајн производа и паковања чинилац конкурентности, спроведено је истраживање. Основна хипотеза истраживања била је да се разлог лоше конкурентности може тражити у конзервативном ставу према дизајну, недовољним улагањима и одсуству подстицајних мера. Истраживање је обухватило поимање дизајна као чиниоца конкурентности, праксу предузећа у овој области и поређење добијених података са другим индустријама. Подаци прикупљени истраживањем омогућили су потврђивање основне хипотезе и давање препоруке да предузећа из прехранбене индустрије и творци стратегија развоја и економске политике морају посебну пажњу посветити и дизајну производа и паковања уколико се жели поправити конкурентност.

Кључне речи: дизајн, производ, паковање, прехранбена индустрија, конкурентност, предузећа у Србији

1. Увод

Према потенцијалима које поседује прехранбена индустрија се често означава као велика развојна шанса српске привреде (Стратегија и политика

1 Рад представља део истраживања „Дизајн производа и паковања као чинилац конкурентске предности предузећа у Србији“ који је представљен на манифестацији „Редизајн – стварамо нове брендове 2011.“ и реализован уз помоћ Агенције за промоцију страних улагања и извоза Републике Србије (СИЕПА)

2 Предраг Д. Радојевић, студент постдипломских студија, мр Дарко Марјановић, Универзитет у Новом Саду, Економски факултет у Суботици
e-mail: predrag.radojevic@open.telekom.rs, marjanovicd@ef.uns.ac.rs

развоја индустрије Србије 2011-2020. године, 2011, стр. 4) Она обезбеђује запосленост за скоро 10% економски активног становништва Србије и са пољопривредом учествује са око 25% у вредности укупног српског извоза, али јој се често замера недовољна конкурентност, помањкање новина у развоју нових и унапређењу постојећих производа и одсуство модерне маркетиншке стратегије (Нацрт плана стратегије руралног развоја Србије, 2009, стр. 24 и 25).

Предмет овог рада чини покушај да се назначи једна од могућности јачања конкурентности домаће прехранбене индустрије у области унапређења постојећих и развоја нових производа. Та могућност тиче се поимања дизајна производа и паковања као значајног чиниоца конкурентности. Схватање да дизајн може да буде извор конкурентности засновано је на уверењу да боље дизајнирани производи и паковања у очима потрошача имају већу вредност, а предузећа које их производи обезбеђују разликовање на тржишту, које води ка стварању конкурентске предности (Svengren,1994; Gemser, Leenders, 2001).

Циљ који је постављен пред овај рад је трострук. Он треба да открије степен свести о дизајну производа и паковања као могућем чиниоцу конкурентности и да утврди праксу која везано за ову област постоји у домаћој прехранбеној индустрији. Истовремено, циљ овог рада је и да направи поређење између прехранбене индустрије и других индустријских грана с обзиром на поимање и праксу у области дизајна производа и паковања.

Како би се испунили постављени циљеви спроведено је истраживање о дизајну производа и паковања као чиниоцу конкурентности међу предузећима у Србији. Добијени подаци су обрађени и анализирани применом метода описне статистике, односно унакрсног табелирања, а затим су упоредном методом упоређени одговори предузећа из прехранбене индустрије са одговорима предузећа из осталих индустријских грана. Резултати истраживања су изложени иза прегледа литературе о дизајну производа и паковања као могућем чиниоцу конкурентности, с посебним нагласком на специфичности прехранбене индустрије, и осврта на методологију која је у истраживању коришћена. При том је основна хипотеза истраживања била да разлози недовољне конкурентности предузећа из прехранбене индустрије могу да буду сувише конзервативни приступ дизајну који одликује прехранбену индустрију у поређењу са неким другим индустријским гранама, мала улагања, и одсуство институционалних мера подршке улагањима у дизајн.

2. Новине, дизајн производа и паковања и конкурентност у прехранбеној индустрији

Масовна производња и раст благостања обезбедили су потрошачима напредак на Масловљевој пирамиди потреба. Приликом доношења одлука о куповини они се све више руководе посебним захтевима и жељама које значајно обликује естетика (Yamamoto, Lambert, 1994; Weggeman et al, 2007; Venkatesh, Meamber, 2008). Преокупација произвођача зато постаје тежња да се понуди што више усавршених и нових производа који ће изаћи у сусрет потрошачима. У тој тежњи произвођачи прибегавају коришћењу новина међу којима значајно место припада дизајну производа и паковања (Von Stamm, 2003, стр. 12). Тај тренд неки аутори називају „дизајнерским начином размишљања“, и он подразумева коришћење метода дизајна за одговор на захтеве потрошача кроз производне и технолошке процесе који су за предузеће изводљиви, а који омогућавају да се пословна стратегија претвори у вредност за потрошача и нове тржишне прилике (Brown, 2008, стр. 86). Зато дизајн производа и паковања треба посматрати као могућност за стицање и одржавање конкурентске предности (Walsh et al, 1992; Roger, 2009; Lockwood, 2009; Rundh, 2009). Добрим дизајном постиже се различитост у односу на конкуренте, обезбеђује боље место на тржишту, у очима потрошача ствара већа вредност, расте углед предузећа, па укључивање дизајна у стратегију развоја нових производа може постати кључни фактор успешности и конкурентности (Vorja de Mozota, 2003, стр. 3). Поједини аутори чак сматрају да се конкурентност међу предузећима, али и националним економијама, све више помера са цене и квалитета на подручје дизајна производа и паковања (Kotler, Rath, 1984; Lorenz, 1986). На трагу тих размишљања су и схватања да дизајн може да буде снага која је у стању да подржи како развој предузећа, тако и конкурентност националне економије (Grzecznowska, 2005).

И у прехранбеној индустрији тржиште је из године у годину све конкурентније, па примена новина треба да буде стратегија за успех и опстанак (Bogue, 2001; Stewart-Кнох, Mitchell, 2003). Међутим, примена новина у прехранбеној индустрији суочава се са органичењима. С једне стране, потрошачи су све захтевнији у погледу избора прехранбених производа, што произвођаче тера на улагање у новине. Али, с друге стране, потрошачи су конзервативни у погледу прихватања нових прехранбених производа који су им потпуно непознати, што за последицу има лошу продају производа заснованих на радикалним новинама (Van Boekel, 2009, стр. 44). Такође, производња прехранбених производа неким радикално новим технологијама може да створи проблеме код потрошача, јер они имају неповерење и према незнаним методама прераде и производње хране (Bruhn,

2007). Зато прехранбена индустрија важи за конзервативну грану индустрије у којој је примена новина у поређењу са другим гранама у заостајању (Bigliardi, et al, 2010). Из тих разлога су новине у прехранбеној индустрији углавном окренуте промоцији, дистрибуцији и могућностима за снижавање цене производа (Siegrist, 2008). Међутим, када су новине у питању, прехранбеној индустрији је на располагању још једна могућност, а то су новине у смислу дизајна производа и паковања, па се посебна пажња усмерава на повећање привлачности, лакоће коришћења и способност паковања да продужи рок трајања и одржи квалитет хране (Mahalik, Nambiara, 2010).

При том је од суштинске важности способност паковања да истакне производ у маси сличних и омогући му препознатљивост, јер су продајни објекти презасићени сличним производима који се такмиче за пажњу потрошача (Milton, 1991). Зато је улога дизајна производа и паковања обезбеђивање специфичног разликовања, а пошто потрошачи реагују на специфичности, тиме дизајн обезбеђује и конкурентску предност (Silayoі, Speese, 2004; Moskowitz, et al, 2009, стр.19). У прилог тврђњи да добар дизајн ствара конкурентску предност могу се навести и резултати неких истраживања према којима потрошачи приликом доношења одлуке о куповини почетни избор праве на основу естетике производа (Schmitt, Simonson, 1997).

Упркос чињеници да истраживања указују на област дизајна као питање конкурентске предности за предузеће (Vazques, Bruce, 2002; García-Arca, Prado, 2008), користи од улагања у дизајн још увек нису у потпуности препознатли у свим предузећима, посебно малим и средњим. Она су и даље скептична према исплативости улагања у овој области (Bruce et al, 1999). Осим тога, малим и средњим предузећима често недостају финансијска средства и људски потенцијали да би се значајније бавила дизајном, па се улагања у дизајн често виде као додатни трошкови (Raulik, 2004; Larsen, Lewis, 2006). Резултат тога је помањкање конкурентности, а како мала и средња предузећа обично представљају преко 90% свих предузећа у националној економији, овај неуспех утиче директно на националну конкурентност (Raulik, 2004; Larsen, Lewis, 2006).

3. Методологија и резултати истраживања о дизајну производа и паковања као чиниоцу конкурентности у прехранбеној индустрији

Да би се добили подаци о поимању дизајна производа и паковања као чиниоца конкурентности, и пракси у овој области спроведено је међу домаћим производним предузећима истраживање методом испитивања,

односно техником анкетног упитника (Радојевић, 2011). Од укупно 2.336 предузећа изабраних случајним узорком којима су достављени упитници, њих 212 је послало назад исправно попуњен упитник, међу којима и 64 из прехранбене индустрије, па се у овом раду посебно сумирају њихови одговори, и пореде са одговорима добијеним од предузећа из других грана индустрије.

Међу анкетираним предузећима из прехранбене индустрије било је 12,5% великих, 62,5% средњих и 25% малих предузећа. Истраживање је спроведено путем Интернета као најефикаснијег и најјефтинијег средства за доставу анкетних упитника на адресе електронске поште испитаника, а упитници су слати власницима предузећа, генералним директорима, менаџерима задуженим за развој или маркетинг менаџерима у зависности од тога који је од ових података био доступан. Резултати добијени истраживањем сумирани су у оквиру две теме, поимања дизајна производа и паковања, и праксе предузећа из прехранбене индустрије у овој области.

3.1. Поимање дизајна производа и паковања

Поимање дизајна производа и паковања међу предузећима из прехранбене индустрије разматрано је кроз место дизајна производа и паковања у конкурентској предности предузећа, важност дизајна за успешно пословање, најчешће разлоге за улагања у ову област, и третман тих улагања.

Већина предузећа из прехранбене индустрије (71,9%) сматра да на квалитету производа граде своју конкурентску предност, док су цена производа и добар менаџмент основа конкурентске предности за по 10,9% предузећа, висока продуктивност за њих 1,6%, а 4,7% предузећа истиче да покушава да гради конкурентску предност на дизајну производа и паковања. Посматрано према величини предузећа ослањање на квалитет производа као извор конкурентске предности најизраженије је међу предузећима средње величине (77,5%), док су дизајн производа и паковања у највећој мери чинилац конкурентности код великих предузећа (12,5%). Ако се место које предузећа из прехранбене индустрије придају дизајну у конкурентности размотри кроз поређење са предузећима из осталих грана индустрије уочава се веома ниско присуство овог чиниоца. Као што је приказано на Графикону 1, испред прехранбене индустрије су штампарско-графичка, текстилна и индустрије обуће, дрвопрерађивачка и индустрије намештаја, хемијска и фармацеутска, електро, грађевинска и индустрија грађевинских материјала, а иза једино предузећа из металске и индустрије машина.

Графикон 1. Дизајн производа и паковања у конкурентској предности
Figure 1 Design of product and package in competitive advantage



Извор: истраживање аутора

И по третману важности дизајна за савремено пословање предузећа из прехранбене индустрије заостају за осталим индустријама. Тако 43,7% предузећа из прехранбене индустрије сматра да су дизајн производа и паковања важан чинилац за пословање, наспрам 71,4% њих у штампарско-графичкој, 68,7% у текстилној и индустрији обуће, 58,6% у дрвнопрерађивачкој и индустрији намештаја и 50% у хемијској и фармацеутској индустрији. Дизајну се највише придаје важност за успешно пословање код великих предузећа у прехранбеној индустрији (50%), док мала (50%) и средња предузећа (40%) дизајн углавном сматрају чиниоцем који није ни важан, ни неважан за успешно пословање.

Када су разлози за улагање у дизајн производа и паковања у питању, одговори предузећа из прехранбене индустрије су веома подељени. Наиме, 31,2% предузећа тврди да улаже у дизајн како би побољшало своју конкурентност, 23,4% како би остварила бољи имиџ, 21,9% како би боље истакла квалитет производа, а 18,8% као разлог наводи освајање нових тржишта. Насупрот коме, побољшање конкурентности је преовладавајући разлог за улагања у дизајн производа и паковања у 71,4% предузећа у штампарско-графичкој, 61,1% у хемијској и фармацеутској, 52,9% у

грађевинској и индустрији грађевинских материјала, и 48,3% предузећа из дрвнопрерађивачке и индустрије намештаја.

Поимање улоге дизајна производа и паковања као чиноца конкурентности проверено је и кроз третман улагања у ову област. Према добијеним подацима 56,2% предузећа из прехранбене индустрије улагање у дизајн сматра инвестицијом, 31,2% додатним трошком, 7,9% луксузом који себи могу да допусте само предузећа са великим профитима, док 4,7% предузећа третира ова улагања на неки други начин. При томе највећи број великих предузећа (75%) третира улагања у област дизајна као инвестицију, а међу средњим предузећима је приметан највећи број оних који сматрају да ова улагања само праве додатни трошак (37,5%), док је третман дизајна као луксуза најизраженији међу малим предузећима (12,5%). У односу на прехранбену индустрију већа спремност да се улагање у дизајн третира као инвестиција појављује се у текстилној и индустрији обуће (93,8%), хемијској и фармацеутској (88,9%), штампарско-графичкој (85,7%), дрвнопрерађивачкој и индустрији намештаја (79,3%), а мања у грађевинској и индустрији грађевинских материјала (52,9%), електро (51,3%) и металској и индустрији машина (47,2%).

3.2. *Пракса у области дизајна производа и паковања*

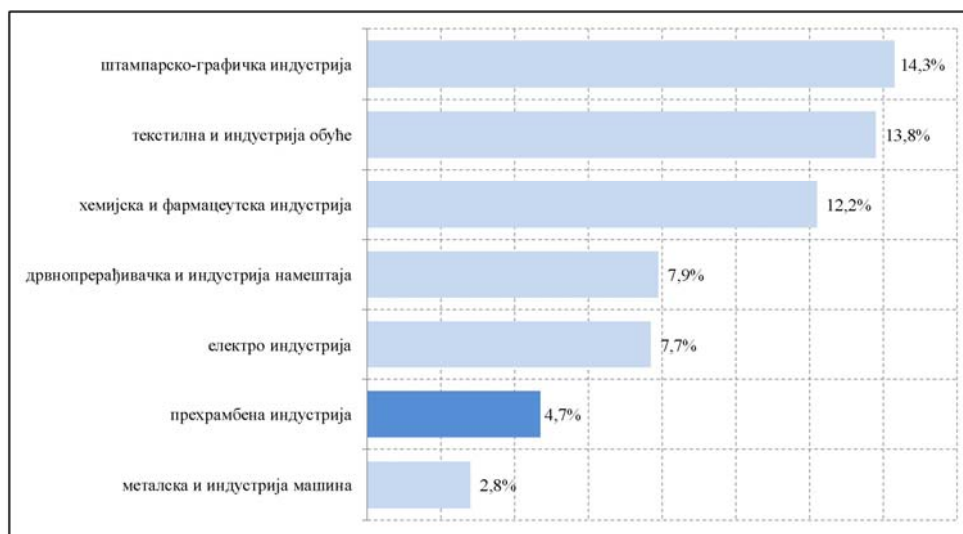
Пракса предузећа у области дизајна производа и паковања разматрана је кроз постојање улагања у ову област у претходне две године, утицај тих улагања на продају, учешће улагања у дизајн у цени производа и мере које би могле да подстакну улагања у овој области.

Укупно 51,6% предузећа из прехранбене индустрије наводи да је у претходне две године улагало у дизајн производа и паковања. За 10,9% предузећа ова улагања су била онемогућена недостатком средстава, док 37,5% предузећа није имало пословне планове везане за улагања у дизајн. У улагањима су предњачила велика (87,5%), а због недостатка средстава она нису остварена у 25% малих и 47,5% средњих предузећа. У област дизајна се у претходне две године од прехранбене индустрије чешће улагало у текстилној и индустрије обуће (68,8%). Мања улагања односу на прехранбену индустрију бележе се у хемијској и фармацеутској (50%), и дрвнопрерађивачкој и индустрији намештаја (48,3%), штампарско-графичкој (42,9%), грађевинској (35,3%), металској (25%) и електро индустрији (23,1%).

Највећи број предузећа у прехранбеној индустрији (71,9%), тврди да улагања у дизајн производа и паковања резултирају бољом продајом, код 4,7% новодизајнирани производи пролазе лошије на тржишту, а 6,2% сматра да се производи са новим дизајном продају исто као и они са старим. У 17,2%

предузећа немају одговор на ово питање, односно не прате продају новодизајнираних производа. Позитивна искуства са продајом новодизајнираних производа имају сва три сегмента предузећа, односно 75% великих и малих, и 70% средњих предузећа. Међутим, код малих предузећа бележи се и највећи проценат лошије продаје (6,3%), а код 18,7% малих, 17,5% средњих и 12,5% великих предузећа из прехранбене индустрије не води се евиденција о продаји производа са новим дизајном. Већи степен уверења о бољој продаји новодизајнираних производа у односу на прехранбену индустрију постоји у текстилној и индустрији обуће (81,3%), дрвнопрерађивачкој и индустрији намештаја (79,3%), а мањи у штампарско-графичкој (71,4%), у хемијској и фармацеутској (55,6%), грађевинској и индустрији грађевинских материјала (52,9%), металској (47,2%) и електроиндустрији (46,2%).

Графикон 2. Улагање у дизајн више од 2% од цене производа
Figure 2 Investment in design more than 2% of product price



Извор: истраживање аутора

Укупно 65,6% предузећа из прехранбене индустрије наводи да улагања у дизајн производа и паковања учествују од 0,1% до 1% у цени њихових производа. Код 22,3% предузећа то учешће је мање од 0,1%, код 9,4% је од 1% до 2%, а код код 4,7% дизајн у цени производа учествује са више од 2%. У 68,7% малих, 70% средњих и 37,5% великих предузећа дизајн

учествује у цени производа између 0,1% и 1% од цене производа. Чак и велика предузећа нису у значајном броју спремна да улажу у дизајн више од 2% од цене својих производа (12,5%). Посматрано по улагањима већим од 2% од цене производа прехранбена индустрија са 4,7% се налази иза штампарско-графичке (14,3%), текстилне и индустрије обуће (13,8%), хемијске и фармацеутске (12,2%), дрвнопрерађивачке и индустрије намештаја (7,9%), и електро индустрије (7,7%), а како што је то приказано на Графикону 2 иза ње је једино металска и индустрија машина са 2,8%.

Прења мишљењу највећег броја предузећа из прехранбене индустрије (40,6%) мере које би поспешиле улагања у област дизајна треба да се односе на пореске олакшице предузећима која улажу у ову област, за 20,3% њих ову врсту улагања поспешило би раст куповне моћи, док 26,6% наводи да би већим улагањима допринело стварање националног центра за дизајн. Да би улагања у дизајн била значајнија 7,8% предузећа сматра да на домаћем тржишту треба обезбедити бољу снабдевеност квалитетним материјалима, док 1,6% наводи да је потребно више добрих дизајера. Истовремено, значајан број малих (37,5%) и средњих (25%) предузећа сматра да би оснивање националног центра за дизајн помогло већим улагањима у ову област. Пореске олакшице као начин за поспешивање улагања у област дизајна преовладавају и међу предузећима из других грана индустрије, док се поред предузећа из прехранбене индустрије за оснивање националног центра за дизајн у значајном броју залажу и предузећа у грађевинској и индустрији грађевинских материјала (41,2%), затим предузећа из хемијске и фармацеутске (33,3%), дрвнопрерађивачке и индустрије намештаја (31%) и електро индустрије (30,8%).

4. Закључак

Према резултатима истраживања мали број предузећа из прехранбене индустрије заснива своју конкурентност на дизајну производа и паковања, и у поређењу са другим индустријским гранама дизајн у прехранбеној индустрији има лошији третман. Већина предузећа из прехранбене индустрије истиче да квалитет производа сматрају чиниоцем на коме граде конкурентност, и овакав став није споран. Међутим, у савременом пословању квалитет све више постаје предуслов за пласман производа, а не чинилац конкурентности. Такође, предузећа из прехранбене индустрије требало би да у већем броју разлоге за улагања у дизајн не траже углавном у бољем имиџу предузећа и изградњи идентитета бренда, већ и у конкурентности. С друге стране у прехранбеној индустрији је упркос економској кризи било учестало улагање у дизајн у претходне две године. Али, посматрано према учешћу издавајња за дизајн у цени производа мали број, углавном великих предузећа,

спреман је да значајније улаже у дизајн. Такво стање има за последицу непостојање прехранбених производа из Србије који су препознатљиви на светском тржишту по свом дизајну.

Значајан податак из истраживања је да улагања у дизајн и у прехранбеној индустрији најчешће резултирају бољом продајом, и он свакако може бити корисна информација за оне који размишљају о исплативости ових улагања. Лоша искуства наравно постоје, првенствено код малих и средњих предузећа, а разлоге за то можда треба тражити у недовољним капацитетима ових предузећа којима често поред знања о системском приступу дизајну недостају и финансијски и људски потенцијали.

Резултати истраживања показују и да већина предузећа сматра да без мера подстицајне пореске политике и значајније подршке институција нема ни веће конкурентности у области дизајна. Зато држава и поред бројних проблема са пуњењем буџета, треба да размишља о пореским олакшицама за предузећа која улажу у дизајн или купују нове технологије, јер таква пракса постоји у неким другим земљама. Такође, озбиљно би требало размислити и о оснивању националног центра за дизајн по угледу на неке друге земље, који би осим помоћи предузећима у развоју и примени новог дизајна, кроз саветодавне услуге, финансијска средства, и информације о најновијим светским трендовима, имао и улогу споне између владиних институција, истраживача и стваралаца у области дизајна, и привреде, све с циљем унапређења конкурентности

Подаци изнети у овом раду могу се третирати као један од показатеља стања у области дизајна производа и паковања у прехранбеној индустрији у Србији, и бити основа за нека будућа детаљнија истраживања која ће се усредсредити само на прехранбену индустрију и откривање препрека за улагања у дизајн, али и идентификовање пожељне везе између дизајна производа и паковања и све више присутних затева потрошача за здравом исхраном.

Како би се стање у области дизајна производа и паковања у домаћој прехранбеној индустрији поправило, нису довољни само напори предузећа из ове индустрије, већ је неопходно да и творци економске политике и стратезија развоја препознају ову област као важну. Њихови потези требало би да се односе на стварање правног, институционалног и промотивног оквира за подршку развоју дизајна у домаћој прехранбеној индустрији и стварање окружења које препознаје вредност иновација, и у оквиру њих дизајна производа и паковања као чиниоца конкурентске предности.

Литература

1. Bigliardi, B, Bottani, E, Montanari, R, Vignali, G, (2010); Successful new product development in the food industry - evidence from a case study, *International Journal of Engineering, Science and Technology*, Vol. 2, Iss. 9, pp. 13-24
2. Bogue, J, (2001); New product development and the Irish food sector: a qualitative study of activities and processes, *Irish Journal of Management*, Vol. 22, No. 1, pp. 171-193
3. Borja de Mozota, B, (2003); Design management - using design to build brand value and corporate innovation, Allworth Press, New York
4. Brown, T, (2008); Design thinking, *Harvard Business Review*, June, pp. 84-96
5. Bruce, M, Cooper, R, Vazquez, J, (1999); Effective design management for small businesses, *Design Studies*, Vol. 20, No. 3, pp. 297-315
6. Bruhn, C. M, (2007); Enhancing consumer acceptance of new processing technologies, *Innovative Food Science and Emerging Technologies*, Vol. 8, Iss. 4, pp. 555-558.
7. García-Arca, J, Prado, J. C, (2008); Packaging design model from a supply chain approach, *Supply Chain Management: An International Journal*, Vol. 13, No. 5, pp. 375-380
8. Gemser, G, Leenders, M, (2001); How integrating design in the product development process impacts on company performance, *The Journal of Product Innovation Management*, Vol. 18, No. 1, pp. 28-38
9. Grzeznowska, A, (2005); Design impact on the economic output of enterprises and their competitive position, *Joining Forces Conference on the University of Art and Design*, 22-24 September, Helsinki
10. Kotler, P, Rath, G. A, (1984); Design: a powerful but neglected strategic tool, *Journal of Business Strategy*, Vol. 5, No. 2, pp. 16-21
11. Larsen, P, Lewis, A, (2006); Confronting barriers to innovation, *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, Vol. 7, No. 2, pp. 121-126
12. Lockwood, T, (2009); Design thinking: integrating innovation, customer experience, and brand value, Random House, New York
13. Lorenz, C, (1986); The design dimension: product strategy and the challenge of global marketing, Basil Blackwell Ltd, Oxford
14. Mahalik N. P, Nambiara A. N, (2010); Trends in food packaging and manufacturing systems and technology, *Trends in Food Science & Technology*, Vol. 21, No. 3, pp. 117-128
15. Milton, H. (1991); Packaging design, Bourne Press Ltd, Bournemouth

16. Moskowitz, H. R, Reisner, M, Lawlor, J. B, Deliza R, (2009); *Packaging research in food product design and development*, Wiley-Blackwell, Hoboken
17. Нацрт плана стратегије руралног развоја Србије, (2009.); Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде, Београд
18. Радојевић, Предраг Д, (2011.); *Дизајн производа и паковања као чинилац конкурентности предузећа у Србији*, Индустрија, Економски институт, Београд, бр. 3/2011, стр. 61-87
19. Raulik, G, (2004); *Models of design intervention*, Future Ground - Design Research Society – International Conference, 17-21 Novembre, Melbourne
20. Roger, M, (2009); *Design of business: why design thinking is the next competitive advantage*, Harvard Business Press, Boston
21. Rundh, B, (2009); *Packaging design: creating competitive advantage with product packaging*, British Food Journal, Vol. 111, Iss. 9, pp. 988 - 1002
22. Schmitt, B. H, Simonson, A, (1997); *Marketing aesthetics: The strategic management of brands, identity and image*, Free Press, New York
23. Siegrist, M, (2008); *Factors influencing public acceptance of innovative food technologies and products*, Trends in Food Science & Technology, Vol. 19, No. 11, pp. 603-608
24. Silayoi, P, Speece, M, (2004); *Packaging and purchase decisions: an exploratory study on the impact of involvement level and time pressure*, British Food Journal, Vol. 106, Iss. 8, pp.607 - 628
25. Стратегија и политика развоја индустрије Србије 2011-2020. године, (2011.); Влада Републике Србије, Београд
26. Stewart-Knox, B, Mitchell, P, (2003); *What separates the winners from the losers in new food product development*, Trends in Food Science & Food Technology, Vol. 14, No. 1/2, pp. 58-63
27. Svengren, L, (1994.); *Bahco tools: the development of design as a strategic resource and core competence*, Design Management Journal, Vol. 5, No. 2, pp. 56-62
28. van Boekel, M. A. J. S, (2009); *Innovation as science*, in: Moskowitz, H. R, Saguy, I. S, Straus, T, (ed.), *An integrated approach to new food product development*, CRC Press, Taylor & Francis Group, pp. 37-52
29. Vazques, D, Bruce, M, (2002); *Design management – the unexplored retail marketing competence*, International Journal of Retail & Distribution Management Vol. 30, No. 4, pp. 202-210
30. Venkatesh, A, Meamber, L. A, (2008); *The aesthetics of consumption and the consumer as an aesthetic subject*, Consumption Markets & Culture, Volume 11, Iss. 1, pp. 45-70

31. Von Stamm, B, (2003); *Managing innovation, design and creativity*, John Wiley & Sons Ltd, Chichester
32. Walsh, V, Roy, R, Bruce, M, Potter, S, (1992); *Winning by design, technology, product design and international competitiveness*, Blackwell, Oxford
33. Weggeman, M, Lammers, I, Henk Akkermans, H, (2007); *Aesthetics from a design perspective*, *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 20 Iss. 3, pp. 346 - 358
34. Yamamoto, M, Lambert, D, (1994); *The impact of product aesthetics on the evaluation of industrial products*, *Journal of Product Innovation Management*, Volume 11, Iss. 4, pp. 309-324

Примљено: 03.08.2011.

Одобрено: 02.12.2011.

**COMPETITIVENESS OF SERBIAN FOOD INDUSTRY
IN PRODUCT AND PACKAGE DESIGN**

Предраг Д. Радојевић, Дарко Марјановић, MSc.
Unoversity of Novi Sad, Faculty of Economy of Subotica, Serbia

Summary

This paper is an attempt to indicate on one of the options for strengthening the competitiveness of the domestic food industry. This possibility is founded in the recognition of product design and packaging as an important factor in competitiveness. In order to determine the extent to which food industry in Serbia believe that the product design and packaging is a factor of competitiveness, a research was undertaken. The basic hypothesis in research was that the reason for bad competitiveness may be conservative attitude toward design, insufficient investment and lack of incentives. The research included the perception of design as a factor of competitiveness, the practice of food industry in this field, and comparison of this data with data from other industries. Data collected by the empirical research enabled the confirmation of the basic hypothesis. They also gave the recommendations that the enterprises in food industry and creators of development strategies and economic policies should pay special attention on product design and packaging if they want to improve the competitiveness.

Keywords: design, product, package, food industry, competitiveness, enterprises in Serbia

Authors Addresses:

Predrag D. Radojevic
Oslobodioci Valjeva 60/3,
14000 Valjevo
e-mail: predrag.radojevic@open.telekom.rs

ИСТРАЖИВАЊЕ УТИЦАЈА КРИЗЕ НА ПОСЛОВАЊЕ ДОМАЋИХ ПРЕДУЗЕЋА

Б. Војновић,¹ Д. Цвијановић,² П. Веселиновић³

Резиме: У Србији, као и у читавом свету извесно постоји економска криза. Стадијум кризе је доспео до нивоа када су потребне хитне мере за њено решавање. Са намером да се утврде ефекти економске кризе на српска предузећа, анкетирано је 80 пословних субјеката различитих величина и облика власништва. Резултати указују на страх од кризе и пад продаје производа и услуга. На погоршање услова пословања утицајни су претежно екстерни фактори или у садејству са интерним. Од спољних фактора најутуцајнији су погоршање услова пословања у целој привреди и смањена куповна моћ, а од интерних грешке у руковођењу.

Кључне речи: економска криза, реакција на кризу, решавање кризе

1. Увод

Намера овог рада је да истражи и донесе логичне закључке о утицају настале економске кризе на пословање домаћих предузећа. Представља студентско и наставничко истраживање спроведено с краја 2010. и почетка 2011. године. Текст који претходи резултатима истраживања објашњава теоретски и научни аспект питања која се налазе у анкети, с намером да појасни суштину истраживања. Закључак је донет на основу логике у контексту са стручним знањима која су нам доступна и са којима располажемо. Резултати су приказани у виду табела и текстуалног појашњења.

¹ Др Бошко Војновић, научни сарадник и професор струковних студија, Висока пољопривредна школа, Шабац, е-mail: bosko_v@open.telekom.rs

² Др Драго Цвијановић, научни саветник, Институт за економику пољопривреде, Волгина 15, 11060 Београд е-mail: drago_c@iep.bg.ac.rs

³ Др Петар Веселиновић, ванредни професор, Економски факултет, Крагујевац

2. Појавни сигнали и психолошка реакција на кризу

Узроци су понекад од мањег значаја за стратегију решавања кризе у односу на појавне симптоме. Разлог је врло прост, јер када се спознају узроци, криза је већ узела маха. Према томе, идентификацију потенцијалне кризе је потребно препознати још кроз појавне сигнале. Путем њих је могуће благовремено прикупити потребне информације и предупредити евентуалну кризу. То и није тако једноставно, јер симптоми кризе који долазе из окружења могу бити изазвани под утицајем врло различитих фактора, тако да није могуће имати поуздан модел за препознавање кризе. У принципу пропадање пословних система углавном почиње успорено, а у даљем току оно постаје интензивније. Један од важнијих задатака руководства је да благовремено идентификује сигнале настајуће кризе и донесе одговарајуће мере за њено настајање.

Следеће појаве требају да изазову забринутост менаџера:⁴

- опадање тржишног учешћа,
- опадање рентабилности,
- повећано задуживање,
- недовољно реинвестирање у пословање,
- неадекватно и недостајуће планирање,
- неприхватање конструктивних идеја,
- неприхватање да се учи од конкурената и слично.

Симптоми кризе указују ретроактивно на настајући проблем и упућују на то да нешто није у реду у предузећу, што наводи на чињеницу да уколико је могуће треба благовременије реаговати. То захтева постојање доброг и ефикасног функционисања рачуноводственог система из чијих података је могуће уочити настајуће проблеме и предузети одговарајуће превентивне мере.

Аналогно кризи у предузећима и криза привреде се може препознати у класичним показатељима: смањењу привредних активности, умањеном степену рентабилности, нивоу задужености смањеној ликвидности, губитку тржишног учешћа, грешкама у руковођењу, информацијама о окружењу и слично.⁵

⁴ Hariss J.M. Corporate Turnaround Strategy, The Strategic Management Handbook, Mc Graw-Hill Book Company, New York, 1983.

⁵ Војновић Б., Војновић Д., Грујић Д., Пословање домаћих предузећа у околностима економске кризе, Индустија, 1/2011, Економски институт, Београд, стр. 205.

Према Berge-у⁶ психолошка реакција на кризну ситуацију појављује се у неколико облика. Најчешће су

1. неверовање,
2. страх,
3. паника,
4. ограђивање,
5. одбијање одговорности и
6. повређена осећања.

Прва реакција према овом аутору односи се на **неверовање да криза може да настане, управо код нас**. Таквим ставом менаџери касне са потребним адекватним одлукама, што доводи до изложености ризику и немогућности брзог решавања настале ситуације.

Страх је следећи стадијум кризе, где долази до потпуне неактивности запослених и менаџмента. Пратећи елемент је недовољна моћ расуђивања.

Паника је стадијум емоционалне природе. Руководство и запослени осећају потребу да нешто учине, али је присутна дезоријентисаност и ирационално понашање без икакве стратегије.

Ограђивање од кризе јавља се у ситуацијама када руководство више није у стању да прекине ток настале кризе. Углавном следе покушаји, који нису адекватни за решавање настале ситуације, односно удаљава се од основног проблема – настале кризе. Чест је случај и размишљања да се криза остави иза себе, а да се по том питању ништа не уради.

Код **одбијања одговорности** покушава се наћи кривац и долази до међусобног оптуживања одговорних руководилаца. Ово се не може сматрати одговарајућом методом решавања кризне ситуације, јер се стварају неповољнији услови у пословном систему и настаје још озбиљнија конфузија.

Код **повређених осећања** долази до емоционалног преживљавања појединаца и социјалног притиска окружења. Углавном су карактеристична за највише руководиоце предузећа, која су запала у тешкоће. Веома је тешко избећи лична размишљања о томе шта други мисле о нама, што умањује моћ расуђивања и отежава доношење исправних одлука.

3. Место настанка и мере за спречавање кризе

Према месту настанка криза може да потиче из системске целине (пословног система) или из окружења. Према досадашњим искуствима у привреди трећина кризних ситуација је настала као резултат спољних, а две

⁶ Berge T., Crash Management, Econ Verlag, Düsseldorf, 1988.

трећине као резултат унутрашњих дејстава. Из наведених искустава узроци настанка кризних ситуација се могу поделити на екстерне и интерне.

У важније екстерне узроке настајања кризе могу се сврстати: непримерена пореска политика, коњунктурне осцилације, високе набавне цене на тржиштима снабдевања, природне катастрофе, ратови и сличне ситуације. У принципу екстерни утицаји изазивају само латентне кризе. У условима светске економске кризе, утицај окружења добија већи значај, него што је то у другим околностима. Код оваквих ситуација способност актуелног руководства има стратешки значај у уочавању и смањењу претњи из екстерног окружења.

Екстерне кризе које настају као резултат, односно последица из пословног окружења деле се на: рецесију и кризу гране. **Рецесија**⁷ представља погоршање услова у целокупној привреди и временски је ограничена. **Криза гране** по правилу има континуирано временско деловање, а појављује се у виду смањења одређених тржишта, појаве нових технологија, смањењем тражње и слично. Криза једне гране је узрок и за кризу појединачних предузећа, која послују у оквиру те гране.

Интерни узроци настанка кризе су најопаснији по предузећа, а према многим истраживањима разлози су углавном у грешкама менаџмента предузећа. До кризе доводи и неприлагођеност величине предузећа, односно његово прерастање уз непримерено мењање организационе структуре и прилагођавање менаџмент система насталим променама.

Управљање развојним активностима у кризној ситуацији захтева доминацију хитних мера над битним. Ипак је потребно наћи праву меру и направити равнотежу између једнократних и суштинских користи. Циљ хитних мера може се дефинисати као акције којима се спречава даље урушавање система.

Оне се углавном односе на:

- Обезбедбеђење текуће ликвидности и спречавање настанка нових штета. Пример је садашња ситуација у којој готово све привреде траже позајмице, али је мали број оних које тренутно размишљају о начинима и могућностима враћања.

- Стварање услова за обављање текућих послова.

⁷Повремено пад привредних активности привреде неке земље, истовремено праћен општим погоршањем економске климе (пад реалног дохотка, недовољна искоришћеност производних капацитета, раст незапослености итд.)

- Добијање времена за детаљнију анализу, с обзиром да криза није спречена, већ се отклања.⁸

4. Анкета о присутности кризе у српским предузећима

Ради испитивања и утврђивања утицаја настале кризе у српским предузећима и њихово виђење у делу настанка и решавања пословних проблема урађено је истраживање на узорку од 80 предузећа или радњи, која послују у Србији. Величина узорка може да прибави релевантне показатеље на основу којих је могуће донети одређене закључке. Узорак за ово истраживање је случајан, као и места у којим је вршена анкета. Истраживање су направили студенти специјалистичких студија инжењерског менаџмента, Високе пољопривредне школе из Шапца, школске године 2010/11. у оквиру предиспитних обавеза из предмета Стратегијски менаџмент и углавном су анкетирали предузећа из свог окружења (Суботица, Нови Сад, Ветерник, Лозница, Мали Зворник, Стара Пазова, Инђија, Нови Сланкамен, Шабац, Београд, Владимирци, Рума, Богатић)

Табела 1. Основни подаци о власништву, делатности и величини предузећа
Table 1. Basic data on the ownership, activity and size of enterprise

	Број предузећа	%
Облик власништва		
Приватно	64	80
АД	2	3
Државно	8	10
Удружење грађана	1	1
Нема података	5	6
Делатност		
Производна	16	20
Услужна	36	45
Мешовита	17	21
Нема података	11	14
Број предузећа по величини у односу на број радника		
Микро предузеће до 10 радника	35	44

⁸ Војновић Б., Грујић Д., Симић – Антонијевић Д., Анализа регионалне конкурентности Србије у условима акутне – савладиве кризе, 14. међународни научни скуп ``Регионални развој и демографски токови земаља југоисточне Европе`` Економски факултет, Ниш, 2009. стр. 118-119.

Др Бошко Војновић и сарадници

Мала предузећа до 50 радника	21	26
Средња предузећа 250 радника	13	16
Велика предузећа преко 250 радника	11	14

Извор: Истраживање

Табела 2. Приказ одговора на постављена питања
Table 2. Display replies to the questions

	Број предузећа	%
Питање 1. Каква је психолошка реакција на кризу у Вашем предузећу?⁹		
Неверовање	14	18
Страх	26	32
Паника	13	16
Ограђивање од кризе	21	26
Повређена осећања	6	8
Питање 2. Који су појавни сигнали кризе у Вашем предузећу?¹⁰		
Губитак тржишног учешћа	14	18
Пад продаје	28	34
Пад добити и неискоришћеност капацитета	25	31
Неликвидност	2	3
Презадуженост	10	13
<i>Један испитаник нема одговор из разлога што у пословању не осећа кризу.</i>	1	1
Питање 3. Кризу су проузроковали?¹¹		
Интерни узроци	4	5
Екстерни узроци	33	41
Интерни и екстерни заједно	39	49
Ни једно	4	5
Питање 4. У време кризе познато је да се хитне мере сврставају испред битних. Коју од наведених хитних мера сматрате приоритетном?		
Осигурање краткорочне ликвидности предузећа,	16	20

⁹ Питања су постављена на основу: Berge T., Crash Management, Econ Verlag, Düsseldorf, 1988.

¹⁰ Питања су модификована, али су структурирана на основу: Hariss J.M. Corporate Turnaround Strategy, The Strategic Management Handbook, Mc Graw-Hill Book Company, New York, 1983.

¹¹ Интензитет утицаја интерних и екстерних фактора, због немогућности уклапања у постојећу, приказан је у наредним табелама. Вредности су исказане у бодовима.

односно одржавање способности плаћања обавеза		
Одржавање или поновно стварање поверења код кључних купаца Ваших производа или услуга	17	21
Анализа или реорганизовање предузећа	8	10
Упоредо радити на свим опцијама	36	45
Није одговорило	3	4
Питање 5. Које мере у делу повећања прихода ћете предузети у условима кризе		
Повећање цена производа или услуга	9	11
Смањење цена производа или услуга	18	23
Одобравање провизије посредницима у продаји	10	13
Радићемо као и до сада	43	53
Питање 6. На који сте облик смањења броја радника усмерени?		
Смањење броја радника отпуштањем	28	35
Смањење броја радника без отпуштања	49	61
Није дало одговор	3	4
Питање 7. Проблем запослености радника без отпуштања покушаћете да решите, којим од следећих начина?		
Смањењем броја часова прековременог рада	18	23
Скраћењем радног времена	9	11
Слањем на колективни одмор	7	9
Одобравањем неплаћеног одсуства	17	21
Променом статуса радника од запослених на привремено запослене	9	11
Мировањем радног односа	1	1
Ангажовањем радника у држим фирмама	3	4
Није одговорило	16	20

Извор: Истраживање

Табела 3. Интерни узроци настанка кризе
Table 3. Internal causes of the crisis

Питање 8. Сврстајте по опадајућем значају интерне узроке настанка кризе у Вашем предузећу (од највећег до најмањег)	Број поена				
	I	II	III	IV	V
Место сврставања					
Грешке руковођења	6	3	2	2	5
Организацијске грешке	2	4	4	8	3
Грешке у делу продаје производа или услуга	4	2	6	1	3
Грешке у области производње	3	1	1	2	2

Др Бошко Војновић и сарадници

Грешке у набавци	2	9	4	3	
Кадровске грешке	4	1	3	4	4
Погрешно инвестирање	4	3	2	3	1
Грешке у инвестирању и развоју	1	2	1	4	1
Недостатак сопственог капитала	5	5	3	2	5
Лоше планирање у пословању	5	1	5	3	6
Није одговорило	11	-	-	-	-

Извор: Истраживање

Табела 4. Екстерни узроци настанка кризе¹²

Table 4. External causes of the crisis

Питање 9. Сврстајте по опадајућем значају екстерне узроке настанка кризе у Вашем предузећу (од највећег до најмањег)	Број поена				
	И	II	III	IV	V
Место сврставања					
Рецесија	2	3	2	2	1
Погоршање услова пословања у целој привреди	8	1	4	4	4
Светска економска криза	4	2	5	1	2
Повећање тржишне конкуренције	2	3	1	4	3
Смањена куповна моћ грађана	5	8	2	1	3
Повећање трошкова производње и промета	1	3	5	1	2
Политичка клима у земљи	2	2	3	3	1
Форсирање увоза, порези	2	4	2	3	4
Смањење тражње	2	4	2	2	3
Државна политика	2	1		3	
Неплаћање изведених радова	-	-	5	3	3
Недостатак финансија на тржишту и слаба улагања у нове пројекте	-	-	3	2	3
Губитак тржишта због недефинисаног власништва	-	-	-	1	
Нелијална конкуренција	3	2	1	2	2

Извор: Истраживање

¹² Код одговора о екстерним и интерним узроцима настанка кризе, сваки је вреднован једним бодом и сврстан на оно место где су га препознала анкетирана предузећа. Због великог броја понуђених одговора приказани су првих пет најутицајнијих.

Табела 5. Резиме најутицајнијих одговора
Table 5. Summary of the most influential answers

Најзаступљенија су приватна предузећа, 80%
Преовладавају услужна предузећа, 45%
Микро и мала предузећа, 70%
Психолошка реакција на кризу – страх, 32%
Пад продаје роба и услуга, 34%
Кризу су проузроковали интерни и екстерни узроци у садејству, 49%
Главни интерни узрок настанка кризе су грешке у руковођењу,
Главни екстерни узрок настанка кризе је погоршање услова пословања у целој привреди
Кризу решавати упоредо радећи на свим опцијама, 45%
Повећање промета – радићемо као до сада, 53%
Смањење броја радника - без отпуштања, 61%
Решавање вишка радника без отпуштања - смањењем броја часова прековременог рада, 23%

Извор: Истраживање

Закључак

Анализом података анкетираних предузећа може се закључити да је највећи број предузећа у приватном власништву и то 80%. Делатност је претежно услужна, 45%, што делује логично с обзиром на околности које владају у нашем окружењу, док на другом месту су предузећа са мешовитом пословном активношћу у износу од 21% и на крају су сврстани производни системи са 20% учешћа. По величини у односу на број радника највише је малих и средњих предузећа 70%, од чега су 44% микро предузећа, која запошљавају до 10 радника и 26% малих предузећа у којима ради до 50 запослених лица.

Психолошка реакција на кризу у нашим предузећима је првенствено препозната у виду страха код 32% испитаника, а 26% се ограђује од настале кризе. Први појавни сигнали у предузећима су пад продаје, коју је осетило 34% предузећа, а аналогно томе појављује се и пад добити код 31% анкетираних субјеката. Следи губитак тржишног учешћа и презадуженост. Интересантно је да је тек 3% предузећа неликвидно, што у глобалној слици наше привреде изгледа другачије. С обзиром да се ради у великом броју о микро и малим предузећима, која требају и могу да буду ликвиднија од великих система и овде постоји логика, иако је 75% предузећа у Србији тренутно неликвидно, међу којима има и малих и средњих пословних

система. Према месту настанка кризних елемената највећи број се изјаснио да су то екстерни и интерни узроци са 49% и само екстерни са 41% учешћа. У кризном менаџменту двотрећинским утицајем су углавном присутни проблеми интерне природе, али у условима светске економске кризе било је за очекивање да ти фактори буду претежно екстерног карактера. У делу мера за повећавање прихода предузећа сматрају да ће радити као и до сада, чиме се може закључити да су она већ вршила припреме за насталу кризу. За ову опцију изјаснило се 53%, за смањење цена као вид повећања промета опредељено је 23%, а тек 11% планира да кроз повећање цена производа и услуга надомести смањени промет. Како се ради претежно о приватним предузећима и овде постоји логика смањена цена, што углавном није карактеристично за јавна – државна предузећа. У делу сврставања активности за решавање хитних мера испред битних, 45% предузећа не даје предност хитним проблемима, већ сматра да треба радити упоредо на свим активностима, односно да треба решавати хитне ствари, али без запостављања битних. У условима економске кризе на сцени је непопуларна мера смањења броја радника кроз отпуштање. У овој анкети охрабрујуће делује податак да 61% испитаних предузећа има намеру да покуша превазилажење кризе без отпуштања радника, а то намерава да уради смањењем броја часова прековременог рада.

У делу препознавања најутицајнијег екстерних узрока настајања кризе у нашим предузећима на првом месту се налази погоршање услова пословања у целој привреди са 8 поена и смањење куповне моћи становништва са 5 поена на другом месту. Тек на трећем месту са 4 поена је светска економска криза, која је по многим мишљењима главни виновник свих наших недаћа. Од интерних узрока настајања кризе воде грешке у руковођењу са 6 поена, а следе са по 5 поена недостатак сопственог капитала и лоше пословно планирање. Резултати у делу настајања кризе под утицајем интерних фактора у потпуности одговарају теоријским поставкама.

Литература

1. Berge T., (1988), *Crash Management*, Econ Verlag, Düsseldorf.
2. Nariss J.M. (1983), *Corporate Turnaround Strategy*, *The Strategic Management Handbook*, Mc Graw-Hill Book Company, New York.
3. Војновић Б., Војновић Д., Грујић Д., (2011), *Пословање домаћих предузећа у околностима економске кризе*, *Индустрија*, 1/2011, Економски институт, Београд, стр. 205.

4. Војновић Б., Грујић Д., Симић – Антонијевић Д., (2009), Анализа регионалне конкурентности Србије у условима акутне – савладиве кризе, 14. међународни научни скуп ``Регионални развој и демографски токови земаља југоисточне Европе`` Економски факултет, Ниш, 2009. стр. 118-119.
5. Војновић Б., и остали, (2011), Истраживање о пословању предузећа у Србији, Висока пољопривредна школа, Шабац.
6. Сенић Р., (1996), Кризни менаџмент, БМГ, Београд.

Примљено: 09.08.2011.

Одобрено: 02.12.2011.

UDC: 338.124.4

RESEARCH IMPACT OF CRISIS MANAGEMENT OF DOMESTIC COMPANIES

Boško Vojnović¹, Ph.D., Drago Cvijanović², Ph.D., Petar Veselinović³, Ph.D.,

¹ Agriculture college, Šabac, Serbia

² Institute of Agricultural Economics, Belgrade, Serbia

³ Economic Faculty of Kragujevac, Serbia

Summary

In Serbia, as well as the worldwide economic crisis is certainly there. Stage of the crisis has reached the level where emergency measures are necessary for its resolution. With a view to determine the effects of economic crisis on the Serbian companies, the number of 80 businesses of various sizes and forms of ownership. Results indicate that the fear of crisis and decline in sales of products and services. The deterioration in business conditions are mostly influential external factors or in conjunction with the internal. Since environmental factors are most influential in the deterioration of business conditions throughout the economy and reduced purchasing power, and the internal error management.

Keywords: economic crisis, the response to the crisis, crisis resolution

Author's Address:

Dr Boško Vojnović
Visoka poljoprivredna škola
15000 Šabac
Srbija
e-mail: bosko_v@open.telekom.rs

СУДСКА ЗАШТИТА РЕГИСТРОВАНЕ ОЗНАКЕ ГЕОГРАФСКОГ ПОРЕКЛА

Б. Влашковић¹, З. Миладиновић, С. Варга

Резиме. Судска заштита регистроване ознаке географског порекла, у нашој земљи данас је уређена на свеобухватан начин, тј. свим облицима судске заштите: грађанскоправном, казненоправном и управноправном заштитом. То је резултат чињенице да је опредељење наше земље да постане чланица Светске трговинске организације и ЕУ, а за то је један од услова заштита права интелектуалне својине у складу са светским и европским стандардима. У последњих неколико година у Србији је усвојено више прописа који на адекватан начин уређују судску заштиту интелектуалне својине, чији су само један сегмент ознаке географског порекла.

У овом раду аутори се баве разматрањем заштите неовлашћеног коришћења регистроване ознаке географског порекла, која је знатно шира у односу на грађанскоправну заштиту, указујући критички на нека нецелисходна законска решења када је у питању управноправна и кривичноправна заштита, односно на неодржива законска решења која одударују од општих правила грађанског права, када је реч о грађанскоправној заштити ознаке географског порекла и предлажу њихову измену, односно укидање.

Кључне речи: ознака географског порекла, повреда права, управноправна, казненоправна, грађанскоправна заштита, штета.

Увод

Заштити права интелектуалне својине у нашој земљи, па у том смислу и адекватној заштити ознака географског порекла озбиљније се приступило у последњих неколико година. Тај процес је започет 1995. године, када је усвојено неколико прописа о заштити интелектуалне својине у складу са

¹ Др Божин Влашковић, ред. проф., др Зоран Миладиновић, ванред. проф., др Сениша Варга, доцент Правни факултет Универзитета у Крагујевцу, е-mail: bvlaskovic@jura.kg.ac.rs.

светским и европским стандардима², да би био заокружен половином 2009, односно 2010, када је донет Закон о признавању сорти пољопривредног биља³, и Закон о заштити права оплемењивача⁴ као једног сегмента права интелектуалне својине, који ову материју уређују на сасвим нов начин и у складу са одговарајућом међународном правном регулативом (Дабовић 2010, 425). На овакав приступ заштити интелектуалне својине, па у том смислу и ознака географског порекла, одлучујуће је утицало усвајање Споразум о трговинским аспектима права интелектуалне својине (*Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights-TRIPS*), који је ступио на снагу 1. јануара 1995. године, а који обавезује државе чланице Светске трговинске организације (даље СТО) али и оне које претендују да то постану, да националним законодавством обезбеде не само признавање монополских права ствараоцима интелектуалних добара, већ и да пропишу одговарајуће санкције (грађанскоправне, кривичне, управне), како би се спречило неовлашћено коришћење права интелектуалне својине. Имајући у виду опредељење наше земље да постане чланица СТО и ЕУ, али и схватања да је пољопривредна производња и производња органске хране огромна развојна шанса наше земље (Катић, Савић и Поповић 2010, 254) у Србији су у последњих неколико година, поред закона који уређују услове и поступак заштите појединих права интелектуалне својине, усвојени и неки прописи који уређују судску и управну заштиту у случају повреде права интелектуалне својине, па у том смислу и ознаке географског порекла.⁵ У питању су добра законска решења, јер признати неком субјекту одрешено право без обезбеђења судске заштите, односно прописивања адекватне санкције у случају повреде тог права, било би једно „голо“ право, од којег субјект неби имао никакве користи. Међутим, има и неких решења која су неодржива, неадекватна и компликована, па умањују значај оних веома добрих законских решења.

² Наиме, 1995. године усвојени су: Закон о патентима, Закон о жиговима, Закон о узорцима и моделима и Закон о географским ознакама порекла, *С. лист СРЈ*, број 15/1995., а 1998 и Закон о заштити топографија интегрисаних кола, *Службени лист СРЈ*, број 12/98, и Закон о ауторском и сродним правима, *Сл. лист СРЈ*, број 24/98.

³ *Сл. гласник Р. Србије*, број 30/2010.

⁴ *Сл. Гласник Р. Србије*, број 41/2009.

⁵ У питању су Царински Закон, *Сл. гласник Р. Србије*, број 85/2005 и 18/2010, и Закон о посебним овлашћењима ради ефикасније заштите права интелектуалне својине, *Сл. гласник Р. Србије* број 61/2005 и 104/2009.

1. Грађанскоправна заштита регистроване ознаке географског порекла

Грађанскоправна заштита регистроване ознаке географског порекла остварује се подношењем тужбе у случају повреде регистроване ознаке географског порекла. Повредом регистроване ознаке географског порекла сматра се свако неовлашћено коришћење имена порекла, односно географске ознаке од стране било ког учесника у промету, који нема *статус овлашћеног корисника* ознаке имена порекла, односно географске ознаке. Повредом регистроване ознаке географског порекла, односно права овлашћеног корисника, сматра се и подражавање тог имена порекла, односно географске ознаке (чл. 72 Закона о ознакама географског порекла даље: ЗОГП)⁶. Према томе, радња која представља повреду регистроване ознаке географског порекла, је знатно шира него када је у питању повреда других права интелектуалне својине (патента, дизајна, ауторског дела), јер она обухвата и радње као што су коришћење сличне ознаке за исту врсту производа или услуга, додавање ознаки речи као што су „врста“, „тип“, „начин“ или имитација регистроване ознаке географског порекла.

Право на подношење тужбе имају: лица која су овлашћена да поднесу пријаву за регистровање имена порекла, односно географске ознаке, овлашћени корисници ознаке географског порекла и јавни тужилац (чл. 73, став 1 ЗОГП). Према Закону о заштити ознака географског порекла БиХ, тужбу могу поднети и удружење потрошача, привредна комора, општински и кантонални органи и *омбудсман* БиХ.⁷ Овако широк круг активно легитимисаних лица на подношење тужбе показује да је у питању повреда једног специфичног права интелектуалне својине (Sordelli 1991, 161.)

Тужба може бити поднета у року од три године од дана када је тужилац сазнао за повреду права и учиниоца, а најдоцније у року од пет година од дана када је повреда права први пут учињена (чл. 74 ЗОГП). Поступак по тужби је хитан. Ако је пред Заводом односно надлежним судом покренут поступак за: оглашавање ништавим решења о регистровању ознаке географског порекла, односно признању статуса овлашћеног корисника ознаке географског порекла, или за престанак стране ознаке географског порекла која је престала да постоји у земљи порекла или укидање решења о признању статуса овлашћеног корисника ознаке географског порекла, суд који поступа по тужби дужан је да застане са спровођењем судског поступка док одлука надлежног органа не постане коначна односно правоснажна (чл. 73, став 2 ЗОГП).

⁶ *Службени гласник РС*, број 18/2010.

⁷ Видети чл. 15 и 75 Закона о заштити ознака географског порекла БиХ, *Службени гласник БиХ*, број 53/2010.

Тужба због повреде регистроване ознаке географског порекла, односно права овлашћеног корисника подноси се привредном суду уколико су странке привредни субјекти или друга правна лица, а спор произлази из обављања делатности привредног субјекта. Привредни суд надлежан је и кад је једна од странака физичко лице, ако парничну страну чини више лица међу којима постоји однос материјалног супарничарства. У осталим случајевима спорове због повреде регистроване ознаке географског порекла у првом степену решава виши суд. Без обзира на стварну надлежност у првом степену суди се у већу. Осим према правилима о општој месној надлежности суда, тужба се, ако садржи имовинскоправни захтев, може поднети суду на чијем је подручју извршена штетна радња или наступила штетна последица (Пантић 2006, 898).

Тужбом због повреде регистроване ознаке географског порекла, односно повреде права овлашћеног корисника, тужилац може од суда да захтева:

1) утврђење повреде права.-Овим тужбеним захтевом се тражи од суда да утврди да је извршена повреда регистроване ознаке географског порекла, да је тужени њен учинилац и да је он одговоран за повреду. За утврђење постојања повреде небитно је да ли је тужени изазвао пометњу на тржишту и довео у заблуду учеснике у промету. Довољно је утврдити да је тужени у погледу ознаке географског порекла предузео радњу на чије предузимање није овлашћен. По правилу овај тужбени захтев је најчешће конзумиран осталим тужбеним захтевима којима се повредилац осуђује на одређену чинидбу (престанак са радњама које представљају повреду права, накнада штете и сл.).

2) престанак са радњом којом се чини повреда права.- Овај тужбени захтев поставља се онда када је повреда права у току или кад се с повредом права престало, али постоји опасност од понављања, као и кад повреда права није извршена, али се по редовном току ствари или посебним околностима може основано очекивати да ће повреда права бити учињена. Захтев је негативне природе у смислу да се од туженог захтева нечињење одпсно уздржавање од предузимања радњи које представљају повреду права. Тужбени захтев мора бити прецизиран, што знаћи да се морају навести радње од којих се тужени мора уздржавати.

3) уништење или преиначење предмета којима је извршена повреда права. По својој суштини овај тужбени захтев има елементе захтева за отклањање стања насталог повредом права, и захтева за спречавање наставака или понављања повреде регистроване ознаке географског порекла. Уништењем или преиначењем предмета којима је повреда извршена спречава се даље вршење неовлашћеног коришћења регистроване ознаке географског порекла. Међутим, приликом усвајања овог тужбеног захтева суд мора

водити рачуна да одреди меру којом се најмање наноси штета туженоме. На пример, уколико се исти степен заштите права тужиоца може постићи било уништењем било преиначењем робе обележене ознаком географског порекла суд ће туженог обавезати да робу преиначи а не да је уништи (Варга 2010, 367).

4) *уништење или преиначење алата и опреме уз помоћ којих су произведени предмети којима је извршена повреда, ако је то неопходно за заштиту права.*- Овај тужбени захтев има сличности са претходним, утолико што се код оба испољава карактер грађанскоправне санкције према лицу које неовлашћено користи регистровану ознаку географског порекла. Разлика је у томе што се овде захтева од суда да туженоме наложи уништење алата и опреме уз помоћ којих су израђени предмети којима је повреда извршена. Ради се о алатима или опреми којима је на пример, вршена израда изгледа регистроване ознаке географског порекла, налепница, амбалаже, рачуна и сличне документације на којима је неовлашћено нанета регистрована ознака географског порекла, али то може бити и сама роба обележена регистрованом ознаком географског порекла. Ипак, с обзиром да се у овом случају дубље задире у право својине туженика, приликом усвајања овог тужбеног захтева суд мора водити рачуна да штета коју туженик трпи буде што мања, а да се при томе постигне онемогућавање даље израде предмета којима се чини повреда права.

5) *накнаду имовинске штете и оправданих трошкова поступка.*- Према чл. 71, став 2 ЗОГП, лице које повреди регистровано име порекла, односно географску ознаку, одговара за штету по општим правилима о накнади штете. __Радња којом се чини повреда регистроване ознаке географског порекла може се учинити намерно или из непажње. Према општим правилима облигационог права, код тужбеног захтева за накнаду имовинске штете превасходно се има за циљ да се оштећеном изврши реституција његове имовине. Међутим, у спору због повреде регистроване ознаке географског порекла тај принцип се у пракси скоро никад не може остварити нити је оправдан. Разлог томе је предмет заштите, ознака географског порекла као нематеријално добро. Теоријски, натурална реституција је можда и могућа. На пример, да суд пресудом досуди да се тужиоцу изврши предаја производа обележених регистрованом ознаком географског порекла. У највећем броју случајева, међутим, реституција поред тога што није могућа није ни оправдана. Пошто се у случају неовлашћеног коришћења регистроване ознаке географског порекла учесници у промету доводе у заблуду, верујући да купују производе који имају одређени квалитет и својства, а лица која имају статус овлашћеног корисника трпе штету у виду

пада продаје њихових производа, једини могући и сврсисходан начин јесте накнада штете у новчаном облику.

Неовлашћеним коришћењем регистроване ознаке географског порекла, овлашћени корисници могу претрпети стварну штету и измаклу корист. То је опште правило о обиму материјалне штете предвиђено одредбама ЗОО.⁸ По том принципу и у случају тужбеног захтева за накнаду штете због повреде регистроване ознаке географског порекла, тужени може од суда захтевати да туженог обавезе на накнаду штете у висини стварне штете и измакле добити. То је и опште правило грађанског права према коме накнада штете треба да има компензациони а не казни карактер (Николић 1995, 144). Изузетно, у одређеним случајевима, суд може досудити оштећеном и умањени износ накнаде штете уколико штета није проузрокована ни намерно ни крајњом непажњом, а одговорно лице је таквог имовног стања да би га исплата потпуне накнаде довела у оскудицу, док је имовно стање оштећеног такво да није неопходно досудити му потпуну накнаду (чл. 191, став 1 ЗОО). У сваком случају према ЗОО и према ставу правне теорије “од штетника не треба одузети ни мање ни више него онолико колико износи штета причињена оштећеном“ (Перовић 1996, 131).

Међутим, и поред јасне ситуације у погледу обима накнаде штете према ЗОО, на чију примену упућује и ЗОГП, прописујући у чл. 71, став 2, да се у случају „одговорности због повреде регистроване ознаке географског порекла примењују општа правила о накнади штете“, питање обима накнаде штете у случају *намерне повреде* регистроване ознаке географског порекла, једно је од *најпроблематичнијих питања* у ЗОГП. Разлог томе је одредба члана 71, став 3 ЗОГП, у којој стоји „ако је повреда регистрованог имена порекла, односно географске ознаке учињена намерно, тужилац може да захтева накнаду до *троструког износа стварне штете и измакле добити*“. Овакво законско решење супротно је општим правилима о накнади штете предвиђених одредбама ЗОО, а истовремено је и супротно члану 71, став 2 ЗОГП, који управо предвиђа да се у случају повреде регистроване ознаке географског порекла примењују општа правила о накнади штете.

Чињеница је да одредба чл. 71, став 3 ЗОГП одудара од општих правила о одговорности за штету, и да је треба уклонити из важећег ЗОГП. Постоји више разлога за то: Прво ознака географског порекла није неко вредније субјективно право, у односу на остала субјективна права да га не треба стављати у повољнији положај у односу на сва остала субјективна права интелектуалне својине. Друго, такво решење постојало је у осталим прописима о заштити интелектуалне својине из 1995. али је исто под

⁸ *Службени лист СФРЈ*, број 29/1978, 38/85, 39/89.

притиском стручне јавности (Поповић 1995, 435) избачено из свих прописа, осим из ЗОГО. Треће, институт накнаде вишеструког износа штете је карактеристичан за америчко грађанско право, где има дугу традицију засновану на *common law* (Heinrich 1995, 273).

б) *објављивање пресуде у средствима информисања о трошку туженог*. Овај тужбени захтев очигледно има за циљ отклањања стања насталог повредом регистроване ознаке географског порекла. Наиме, сврха објављивања пресуде у средствима јавног информисања је упознавање јавности са чињеницом да је тужени неовлашћено користио регистровану ознаку географског порекла и тиме довео у заблуду потрошаче о пореклу производа те да му је суд због тога изрекао неку санкцију. Овај тужбени захтев се, по правилу поставља када је тужилац правно лице, мада може бити постављен и када је тужилац физичко лице.

7) *давање података о трећим лицима која су учествовала у повреди права*-. Овај тужбени захтев да је могућност тужоцу да од суда захтева да туженог обавезе на давање података о трећим лицима која су учествовала у повреди права и о њиховим дистрибутивним каналима. С обзиром да је у питању захтев који се односи на радњу која се може предузети искључиво лично, то испуњење ове обавезе може извршити једино тужени. Ако тужени не испуни обавезу давања информације одговара за штету која из тога произађе (чл. 79, став 2 ЗОГП).

Пре подношења тужбе због повреде регистроване ознаке географског порекла, уз тужбу и након што је тужба поднета од суда се може захтевати одређење *привремене мере*: 1) одузимања или искључења из промета предмета којима се врши повреда права, односно средстава за производњу тих предмета и 2) забране настављања започетих радњи којима би се могла извршити повреда права (чл. 76 ЗОГП).

Такође, од суда се може захтевати *обезбеђење доказа* и то: преглед просторија, возила, пословних књига и других докумената, као и заплена предмета, те испитивање сведока и вештака. Уколико носилац права учини вероватним да је његово право повређено, као и да постоји оправдана сумња да ће докази о томе бити уништени или да ће их касније бити немогуће прибавити, суд може приступити обезбеђењу доказа без претходног обавештавања или саслушања лица од кога се докази прикупљају (*inaudiatar altera parte*). Највећи значај ове мере што се иста изриче без претходног обавештавања лица против кога се предузима, тако да се фактором изненађења уствари постиже прави циљ.

На захтев лица против кога је покренут парнични поступак због повреде права или поступак за изрицање привремене мере, подносилац

захтева може бити обавезан да као средство обезбеђења за штету која би могла проистећи у случају да је тужбени захтев неоснован суду положи одговарајући новчани износ (чл. 78 ЗОГП). Ова одредба је сасвим на месту, будући да се може показати да је привремена мера била неоснована, а депоновани износ је добра гаранција да се тужени обештети.

2. Казненоправна заштита регистроване ознаке географског порекла

Казненоправна заштита регистроване ознаке географског порекла обухвата радње које представљају кривична дела, привредне преступе и прекршаје због повреде регистроване ознаке географског порекла, односно повреде одредаба ЗОГП.

Кривична дела. - У Кривичном законнику Србије (даље КЗ)⁹ кривичноправна заштита ознаке географског порекла није уређена у оквиру главе која уређује кривична дела против интелектуалне својине (*Глава XX*) већ је то учињено у оквиру главе која уређује кривична дела против привреде (*Глава XXI*), где је, у члану 233, предвиђено једно кривично дело са три појавна облика. Најпре је одредбом члана 233, став 1 прописано да лице које се у намери да обмане купце или кориснике услуга послужи туђом фирмом, туђом **географском ознаком порекла**, туђим жигом или заштитним знаком или туђом посебном ознаком робе или унесе поједина обележја ових знакова у своју фирму, свој жиг или заштитни знак или у своју посебну ознаку, чини кривично дело за које је се може изрећи новча казна или казна затвора до три године.

Тежи облик кривичног дела чини лице које у сврху продаје у већој количини или вредности набавља, производи, прерађује, ставља у промет, даје у закуп или складишти робу обележену туђом фирмом, **географском ознаком порекла** или жигом. За ове радње запређена је казна затвора у распону од шест месеци до пет година.

Посебан тежи облик кривичног дела повреде регистроване ознаке географског порекла чини лице које је организовало мрежу препродаваца или посредника у продаји робе обележене ознаком географског порекла или је прибавило имовинску корист која прелази износ од *милион и петсто хиљада динара*. За ово кривично дело запређена је казна затвора *од једне до осам година*. У свим наведеним случајевима предмети којима је извршено кривично дело повреде регистроване ознаке географског порекла се одузимају.

⁹ *Сл. гласник Р.Србије*, број 85/2005;88/2005; 107/2005;72/2009 и 111/2009.

Привредни преступи. - Привредни преступ у смислу ЗОГП чини привредно друштво, предузеће или друго правно лице које предузме било коју радњу која спада у искључива овлашћења овлашћеног корисника регистроване ознаке географског порекла. Санкције за учињени привредни преступ су новчана казна за правно лице и за одговорно лице у правном лицу¹⁰. Предмети извршења привредног преступа и предмети који су били употребљени за извршење привредног преступа се одузимају и уништавају, а пресуда којом је учиниоцу привредног преступа изречена казна објављује се у средствима јавног информисања (чл. 80, став 3 ЗОГП).

Прекршаји. - Одредбама ЗОГП (81-82) као прекршај санкционисане су две врсте радњи. Једна врста прекршаја предвиђена је за предузетнике и физичка лица која користе регистровану ознаку географског порекла у привредном промету а која немају статус овлашћеног корисника. За ове прекршаје санкције су новчана казна¹¹. Предмети којима је учињен прекршај се одузимају и уништавају (чл. 81 ЗОГП).

Друга врста прекршаја предвиђена је за правна лица која се неовлашћено баве заступањем страних правних или физичких лица пред органима надлежним за интелектуалну својину. Наиме, страном физичко или правно лице може поднети пријаву за регистровање ознаке географског порекла, односно признања права статуса овлашћеног корисника само преко заступника који је уписан у регистар који води орган надлежан за интелектуалну својину или домаћи адвокат. Услови које морају испунити лица да би била уписана у регистар заступника прописани су Законом о патентима, који се примењују и када су у питању ознаке географског порекла¹².

3. Управноправна заштита регистроване ознаке географског порекла

Управноправна заштита ознаке географског порекла огледа се кроз два аспекта. Јадан аспект је право странке која је учествовала у управном поступку код Завода за интелектуалну својину да тужбом за управни спор у судском поступку преиспитује коначне управне акте које доноси Влада као другог степени орган (Миладиновић и Варга 2011, 399). То су сви коначни акти

¹⁰ Запрећене казне су у распону од од 100.000 до 3.000.000 динара за правно лице, а за одговорно лице у правном лицу у распону од 50.000 до 200.000 динара (чл. 80 ЗОГП).

¹¹ Када такву радњу врше предузетници санкције су новчана казна у распону од 50.000 до 500.000 динара, а за физичка лица тај износ је у распону од 10.000 до 50.000 динара (чл. 81 ЗОГП).

¹² У том смислу видети 140 Закона о патентима, *Сл. лист СЦГ*, број 32/2004.

којима се одбија захтева за регистровање ознаке географског порекла, одбија захтев за признање статуса овлашћеног корисника, оглашавањем ништавим или укидњем решење о признатом статусу овлашћеног корисника. Дакле, овај аспект заштите обухвата судску заштиту, али је он превасходно резервисан за преиспитивање коначних управних аката од стране надлежног суда, а не због повреде регистроване ознаке географског порекла. То је у складу са правилом нашег управног права према којем су коначни управни акти подложни преиспитивању од стране суда, што је у складу и са стандардима ТРИПС (чл. 62.) према којем су државе чланице обавезне да обезбеде судско преиспитивање коначне управне одлуке донете у било ком поступку за стицање, одржавање и престанак права интелектуалне својине, који се не води код суда.

Други аспект управноправне заштите регистроване ознаке географског порекла обухвата заштиту од стране органа државне управе-царинских и инспекцијских органа. Уско посматрано, могло би се закључити да овај аспект није судска заштита ознаке географског порекла, јер органи државне управе нису судски органи. Међутим, имајући у виду да органи државне управе након откривања робе којом се чини повреда регистроване ознаке географског порекла, упућују странке да у судском поступку докажу да ли повреда права постоји или не, и да судбина привремено одузете робе у крајњем случају зависи од коначне одлуке суда, али и због чињенице да органи државне управе имају изузетну улогу у спречавању неовлашћеног коришћења регистроване ознаке географског порекла, оправдано је овај рад заокружити заштитом регистроване ознаке географског порекла од стране органа државне управе, тј. царинских и инспекцијских органа.

а/ Заштита регистроване ознаке географског порекла од стране царинских органа.- У складу са одредбама ТРИПС и Уредбом Европске Комисије бр 1383/2003 о интервенцији царинских органа у погледу робе за коју се сумња да се њоме врши повреда права интелектуалне својине и о мерама које се предузимају у односу на робу којом се врши повреда одређених права интелектуалне својине¹³, царинским прописима РС посвећена је одговарајућа пажња заштити интелектуалне својине од стране царинских органа. Наиме, одредбама Царинског закона (даље ЦЗ, чл. 280-287), царински органи су овлашћени да предузимају мере у циљу спречавања увоза, извоза или транзита робе којом се повређују права интелектуалне својине, док је Уредбом о условима и начину примене мера за заштиту права интелектуалне својине на граници (даље Уредба)¹⁴ уређен царински поступак са робом за коју се сумња да се њоме повређују права

¹³ ОЈЛ, 196 од 2. 8. 2003.

¹⁴ Службени гласник РС, број 68/2010.

интелектуалне својине, укључујући и регистровану ознаку географског порекла.

У најкраћим цртама речено, суштина усвојених решења је у томе да увоз извоз или транзит робе којима се повређују права интелектуалне својине није дозвољен (чл. 280 ЦЗ). Царински органи су овлашћени да у циљу спречавања појава којима се повређују права интелектуалне својине поступају по службеној дужности, обављајући своје редовне активности али и на захтев носиоца права интелектуалне својине.

Кад царински орган посумња да је у питању роба којом се повређују права интелектуалне својине дужан је да прекине царински поступак, о томе без одлагања обавести: увозника, носиоца права интелектуалне својине и орган надлежан за заштиту интелектуалне својине. Ови субјекти се упућују да у року од 10 дана од дана пријема обавештења покрену судски поступак у коме би се утврдило да ли постоји повреда права интелектуалне својине или не. У оправданим случајевима, а на захтев наведених лица, царински орган може тај рок продужити за још 10 дана (чл. 14, став 1 и 2 Уредбе). Ако у том року царински орган не буде обавештен да је покренут судски поступак, или суд на захтев носиоца права не донесе привремену меру на основу које се одлаже пуштање у промет задржане робе, надлежни царински орган је дужан да спроведе царински поступак и пусти робу у промет ако су испуњени услови за увоз, извоз или транзит (чл. 15 Уредбе).

Ако је носилац права покренуо судски поступак, и у истом је утврђено да је у питању роба којом се повређује право интелектуалне својине, судска одлука садржи и наредбу да се роба уклони из промета. У том смислу може се наложити уништење робе, уступање без накнаде у хуманитарне сврхе, или продаја ради рециклаже (чл. 20 Уредбе). Са аспекта повреде регистроване ознаке географског порекла, значајно је да је чланом 20, став 2 Уредбе прописано да се уклањањем из уобичајених токова *не сматра просто уклањање ознака које су неовлашћено стављене на кривотворену робу*.

Мере заштите права интелектуалне својине, не примењују се на некомерцијалну робу, лични пртљаг и поклоне које уносе путници (чл. 60 ТРИПС и чл. 286 ЦЗ).

б/ заштита регистроване ознаке географског порекла од стране инспекцијских органа.- Инспекцијски органи су према међународном искуству најефикаснији органи у борби против повреде права интелектуалне својине (Марковић 2010, 22). У складу са решењема из упоредног права и одредбама ТРИПС, у Србији је 2006. године, усвојен Закон о посебним овлашћењима ради ефикасније заштите права интелектуалне својине, којим су инспекцијски органи добили овлашћења да предузимају мере ради

спречавања пуштања у слободан промет робе и вршење услуга којима се повређују права интелектуалне својине. У питању је модеран пропис који овлашћује инспекцијске органе да поступају по службеној дужности или на захтев носиоца права, у циљу спречавања повреде права интелектуалне својине (Миладиновић 2007, 513).

У спровођењу закона, надлежни органи су, поред осталог, овлашћени да привремено одузму сву затечену робу, односно све производе који су предмет или средство повреде права интелектуалне својине и изричу меру привремене забране обављања делатности којом се повређује право интелектуалне својине. Лице од кога је привремено одузета роба има право да у року од 15 дана, од дана пријема решења о привремено одузетој роби, оспорава акт надлежног инспекцијског органа, а уколико то не учини у том року роба се коначно одузима и уништава. О предузетим мерама надлежни инспекцијски орган обавештава носиоца права интелектуалне својине, орган надлежан за заштиту интелектуалне својине и друга заинтересована лица ако постоје и позива их да у року од 15 дана од дана пријема обавештења покрену судски поступак или предлог за одређивање привремене мере којом се роба искључује из промета до окончања судског поступка (чл. 16 Закона). Истовремено са одузимањем робе, надлежни инспекцијски орган подноси пријаву јавном тужиоцу, односно прекршајном органу ради покретања одговарајућег поступка због повреде права интелектуалне својине. Судбина привремено одузете робе зависи од неколико чињеница: од понашања учесника у овом поступку тј. лица од којих је роба привремено одузета и носиоца права интелектуалне својине и од одлуке суда.

Прво, надлежни инспекцијски орган може по службеној дужности коначно одузети и уништити робу, или је уклонити из промета који укључује и уступање у хуманитарне сврхе без накнаде или продају ради рециклаже, када: *а*/постоји основана сумња да се том робом повређује право интелектуалне својине; *б*/носилац права не покрене судски поступак за заштиту својих права пред надлежним судом у року који му је остављен; *в*/се лице од кога је роба привремено одузета не упусти у било какво оспоравање разлога за одузимање робе (чл. 32 Закона).

Друго, када је у поступку пред надлежним судом утврђено да је у питању роба којом се повређује право интелектуалне својине, таква одлука садржи наредбу да се роба коначно одузме и уништи, односно искључи из промета, као и начин уништења, односно искључења из промета, који укључује и уступање у хуманитарне сврхе без накнаде или продају ради рециклаже (чл. 31 Закона).

Законом је предвиђено да се уклањање, односно скидање жига (*треба да стоји ознака прим. аутора*) са кривотворене робе не сматра уништењем, односно искључењем робе из промета.

Закључак

Адекватна судска заштита регистроване ознаке географског порекла, односно овлашћеног корисника је изузетно значајан чинилац у мотивисању наших привредних субјеката за веће коришћење овог права интелектуалне својине. За разлику од ранијег периода када ова област није била уређена на адекватан начин, данас је заштита регистроване ознаке географског порекла и овлашћених корисника у Р.Србији обезбеђена свим облицима заштите и у складу са светским и стандардима заштите у ЕУ, а у неким аспектима и више од тога.

Ипак, мањкавости прописа који уређују ову материју постоје и она се огледају у следећем:

Прво, када је у питању грађанскоправна заштита, неодрживо је решење према којем се у случају намерне повреде регистроване ознаке географске ознаке порекла даје могућност тужиоцу да захтева накнаду штете у *троструком износу стварне штете и измакле добити*. Овакво законско решење одудара од општих правила о накнади штете које познаје наше и континентално право. И не само то, већ је у пракси и неоствариво. Тешко је очекивати да суд може прихватити захтев тужиоца за накнаду штете у троструком износу стварне штете и измакле добити, јер је ни тужилац не може лако доказати. Због тога је неопходно ову законску одредбу уклонити из ЗОП, како је то учињено у другим прописима.

Друго, када је у питању казненоправна заштита регистроване ознаке географског порекла, добро је да се с обзиром на висину запрећене казне, гоњење за нека кривична дела повреде регистроване ознаке географског порекла врши по службеној дужности. Ипак, кривична дела повреде права регистроване ознаке географског порекла требало би „сместити“ у „Кривична дела повреде права интелектуалне својине“, где им је и место а не у „Кривична дела против привреде“. Ово због тога што би се на тај начин у кривичноправном смислу изједначила сва права интелектуалне својине, а и санкције би биле уједначеније.

Треће, када је реч о управноправној заштити, неспорно је да је укључивање царинских и инспекцијских органа у заштити права интелектуалне својине, па и ознака географског порекла сасвим оправдано, и у складу са решењима из упредног права. Оно што није добро решење када је

реч о овом облику заштите, јесте решење према којем против коначних управних аката Завода за интелектуалну својину, одлучује Влада Р. Србије. Ово због тога што Влада не располаже ускостручним знањем о условима за заштиту ознака географског порекла. Штавише и Завод за интелектуалну својину пре доношења коначне одлуке мора прибавити мишљење одговарајућег сертификационог тела, акредитованог од стране националног акредитационог тела. Зато овакво решење треба напустити и установити одговарајуће тело, Комисију или Веће за жалбе које би одлучивало по жалби незадовољне стране.

Литература

1. Варга, Синиша (2010), Право индустријске својине, Крагујевац, Правни факултет Универзитета у Крагујевцу, Србија.
2. Дабовић, Душан (2010), Новине у области признавања и заштите сорти пољопривредног биља у Републици Србији, *Економика пољопривреде*, свеска 57, број 3/2010. Србија.
3. Катић, Бранко; Савић, Мирјана и Поповић, Весна (2010), Органска сточарска производња-неискоришћена шанса Србије, *Економика пољопривреде*, свеска 57, бр. 2/2010, Србија.
4. Марковић, Слободан (2010), Нацрт стратегије интелектуалне својине. Београд, Завод за интелектуалну својину, Србија.
5. Миладиновић, Зоран (2007). Овлашћења инспекцијских органа у заштити права интелектуалне својине, *Правни живот*, Београд, књ. 513, бр. 13/2007, Србија.
6. Миладиновић, Зоран (2009), Право интелектуалне својине, Правни факултет Универзитета у Крагујевцу, Србија.
7. Миладиновић, Зоран и Варга, Синиша (2011), Правна заштита ознака географског порекла роба и услуга, *Економика пољопривреде*, Београд, свеска 58, бр. 2/2011. Србија.
8. Николић, Душан (1995), Грађанскоправна санкција-генеза, еволуција и савремени појам.- Нови Сад, Србија.
9. Пантић, Снежана (2006), Поступање судова у случају повреде међународно регистрованог жига, *Правни живот* 11/2006, Удружење правника СЦГ, Србија
10. Перовић, Слободан (1996) Уводна реч на VI сусрету Копаоничке школе природног права.- Зборник радова Десет година копаоничке школе природног права, Београд 1996. Србија.

11. Поповић, Слободан (1995) Обавеза на накнаду троструке штете у случају повреде права индустријске својине, Правни живот 11/1995.
12. Sordelli, L (1991), Les possibilitis de protection internationale des indications geographiques, Paris, France.
13. Heinrich, P: (1995) Summary Report on damages and Other Financial Remedies for Patent Infringement (AIPPI: Annuaire IX).

Законски прописи

1. Царински Закон, Службени гласник РС, број 18/2010.
2. Закон о ознакама географског порекла, Службени гласник РС, број 18/2010.
3. Закон о посебним овлашћењима ради ефикасније заштите права интелектуалне својине, Службени гласник РС, број 46/2006, 104/209
4. Закон о ознакама географског порекла БиХ, Службени гласник БиХ, број 53/2010.
5. Уредба о условима и начину примене мера за заштиту права интелектуалне својине на граници, Службени гласник РС, број 89/2010.
6. Уредба Европске Комисије бр 1383/2003 о интервенцији царинских органа у погледу робе за коју се сумња да се њоме врши повреда права интелектуалне својине и о мерама које се предузимају у односу на робу којом се врши повреда одређених права интелектуалне својине, ОЈЛ, 196 од 2. 8. 2003.

Примљено: 22.08.2011.

Одобрено: 02.12.2011.

UDC: 347.77/.78

THE JUDICIAL PROTECTION OF REGISTERED INDICATION OF GEOGRAPHIC ORIGIN

Božin Vlašković, Ph.D., Zoran Miladinović, Ph.D., Siniša Varga, Ph.D.,
Law Faculty, University in Kragujevac

Summary

The contemporary judicial protection of registered indication of geographic origin in the Republic of Serbia is regulated allroundly. It means that authorised user of registered indication of geographic origin may be protected in civil, criminal and even special administrative court procedure. This arouses from our country orientation to join to WTO and EU for which one of conditions is to provide protection of intellectual property rights in accordance to mundane and European standards. Upon the last several years in Serbia is adopted more legal prescriptions by which the judicial protection of intellectual property rights is regulated on a proper way. The judicial protection of registered indications of geographic origin is a just a segment of mentioned regulatory process.

In this paper authors deal with judicial protection from unauthorised commercial use of registered indication of geographic origin, which is noticeably wider than civil court protection, pointing critically on some inopportune legal solutions regarding criminal and administrative protection as well as on unsustainable legal solutions on civil court procedure which differentiate from general rules of civil law. As for civil law protection of registered indication of geographic origin authors propose its amendment and improvement.

Key words: indication of geographic origin, infringement of rights, judicial protection, tort, damage

Author's Address:

Dr Božin Vlašković
Pravni fakultet u Kragujevcu
Jovana Cvijića 1.
tel. 034/306-558, 064 0351107
e-meil: bvlaskovic@jura.kg.ac.rs

ЕКОЛОШКА СВЕСТ ИНДИВИДУАЛНИХ ПОЉОПРИВРЕДНИХ ПРОИЗВОЂАЧА¹

Весна Милтојевић², Снежана Живковић², Ивана Илић-Крстић²

Резиме: Развој науке и технике допринели су производњи веће количине хране и тиме омогућили, бар делимично решавање једног од највећих глобалних проблема савременог човечанства – проблема недостатка хране. Међутим, показало се да хемизација и механизација пољопривредне производње доводе до вишеструких негативних последица у животној средини, као и да претерана употреба пестицида и вештачких ђубрива негативно утичу на људско здравље. Имајући у виду стремљења на глобалном и локалном нивоу о неопходности екологизације пољопривредне производње, а у складу са општеприхваћеним моделом одрживог развоја, и ставом да еколошка свест представља основ за избегавање ризичних активности и ублажавања већ насталих проблема у животној средини, у раду се износе подаци добијени емпиријским истраживањем о неким димензијама еколошке свести индивидуалних пољопривредних произвођача Јабланичког округа. На основу добијених података дошло се до закључка да можемо говорити о делимично развијеној еколошкој свести овог дела становништва.

Кључне речи: еколошка криза, еколошка свест, одрживи развој, пољопривредна производња

Увод

До средине прошлог века производња у сеоским срединама темељила се на локалним ресурсима и није долазило до битнијег нарушавања еколошке

¹ Припремљено у оквиру пројекта Одрживост идентитета Срба и националних мањина у пограничним општинама источне и југоисточне Србије (179013), који се изводи на Универзитету у Нишу – Машински факултет, а финансира га Министарство просвете и науке Републике Србије.

² Др Весна Милтојевић, ванр. проф., e-mail: vesna.miltojevic@znrfak.ni.ac.rs,
др Снежана Живковић, доцент, e-mail: snezana.zivkovic@znrfak.ni.ac.rs,
мр Ивана Илић-Крстић, асистент, e-mail: ivana.ilic@znrfak.ni.ac.rs,
Универзитет у Нишу, Факултет заштите на раду у Нишу, Чарнојевића 10а, Ниш.

равнотеже, или су она имала локална обележја. Аграрна и сеоска друштва тог периода карактеристична су по томе што су у оквиру датих услова, знала за себе уредити природу (Х. Мендрас, 1987:37), јер се „најпре сразмерно мали део пашњака и шуме претварао у ораницу, и по неколико година засејавао се исти усев. Када би се земљиште испостило, људи би га напуштали прелазили на друго. Када би се оно прво одморило (угар) враћао би се човек њему“ (Д. Јовановић, 1930:69). Међутим, „.../ људи је много, а земље мало /.../“ (Д. Јовановић, 1930:70), те се ради решавања проблема недостатка хране почиње са применом пестицида и вештачких ђубрива у циљу повећања приноса по хектару. Временом је утврђено да је претерана и нестручна употреба хемијских средстава „мач са две оштрице“, да доводи до несагледивих негативних последица у животној средини, као и да представља опасност за људе, и то како за произвођаче, тако и за потрошаче.

На опасности од претеране употребе пестицида и неодрживост начина производње половином 20-ог века, међу првима је указала Р. Карсон (R. Carson), али и многобројни научници и стручњаци, пре свега окупљени око Римског клуба, али и шире. Захтевало се и приступило, преиспитивању дотадашњег концепта развоја који је почивао на кензијанским принципима, антропоцентризму и индустријској култури. Дефинисан је нов модел развоја од стране Брутланд комисије – одрживи развој промовисан на Конференцији УН у Рио де Жанеиру (1992), од када постаје општеприхваћени модел друштвеног развоја. Без обзира на многобројне дефиниције овог модела развоја при чему се апострофирају поједине његове димензије, може се рећи да је то развој који подразумева интегрални економски, технолошки, социјални и културни развој усклађен са потребама заштите и унапређивања животне средине (di Castri, 1995; J. Hawkes, 2001; K. Nurse, 2006; M. Osborne et al. 2007). Развој који омогућава садашњим и будућим генерацијама задовољавање њихових потреба и побољшање квалитета живота. Једна од претпоставки остваривања одрживог развоја је промена у вредносним системима у којима доминантно место више неће заузимати материјалне вредности, већ поштовање живота, одговорност и штедљивост (А. Naess, 1991). Прихватање еколошко-етичких принципа, еколошизација општедруштвене свести, преокрет од индустријске ка еколошкој култури (В. Милтојевић, 2005) постају императив и услов даљег опстанка и развоја.

Еколошка свест, као услов изграђивања еколошке културе, чију основу чине знања, вредновања и понашања доприноси унапређењу одрживог пољопривредног и сеоског развоја у смислу усаглашавања пољопривредне производње са законитостима природе (В. Милтојевић, 2006), побољшање продуктивности на одржив начин, повећање безбедности хране, побољшање сеоских прихода са једне стране, као и смањење ризика по природне екосистеме, са друге. (Агенда 21, поглавље 14).

Полазећи од значаја еколошке свести за избегавање ризика у животној средини и чињенице да индивидуални произвођачи својом делатношћу могу да буду узрок загађења животне средине и/или њени чувари приступило се истраживању неких димензија еколошке свести пољопривредних произвођача.

Начин прикупљања и обраде података

За прикупљање података о степену развијености еколошке свести индивидуалних пољопривредних произвођача коришћено је анкетно испитивање. Као инструмент коришћен је упитник конструисан од стране истраживача Института за социолошка истраживања Бугарске академије наука, прилагођен условима истраживања код нас. Прилагођени упитник садржи 41 питање. Испитивањем на случајном узорку обухваћено је 330 испитаника Јабланичког округа. Прикупљање података обављено је марта 2010, а добијени подаци обрађени су у SPSS систему (Statistical Package for Social Sciences).

Општа обележја узорка

Узорком је обухваћено 208 мушкараца, тј. 63% и 122 жене, односно 37%. Од укупног броја испитаника 5,9% је старосне доби до 20 година, 16,8% спада у старосну групу између 21 и 35 година, 60,8% испитаника је од 36 до 55 година старости, док је 16,5% старије од 55 година.

Узорком су обухваћени испитаници различитог степена образовања, и то: без основног образовања 9 или 2,71%, са четири разреда основне школе 16 или 4,85%, са основним образовањем 65 или 19,7%, са средњим образовањем 133 или 40,3%, са средњим стручним образовањем 32 или 9,7%, са вишим образовањем 63 или 19,1% и са високим образовањем 12 тј. 3,64% испитаника.

На основу података добијених анкетирањем, највећи проценат испитаника (48,8%) поседује неспецијализована газдинства и специјализована мешовита биљно-сточарска 25,2%. Остали типови газдинства (специјализована за ратарске или повртарске културе, мешовиту биљну или сточарску производњу) процентуално су мало заступљени од 1,5% до 4,5%.

Анализа и интерпретација резултата

На основу дескриптивне анализе, у даљем тексту, се интерпретира део резултата који указује на степен развијености еколошке свести. При том узети су у обзир одговори на питања о ставовима и схватањима о односу пољопривредне производње и угрожавања животне средине, месту земљишта у вредносном систему, примени и поштовању агротехничких мера, поседовању информација о аграрној политици код нас и у Европској унији.³

У раду се пошло и од става да године старости и степен образовања утичу на ставове испитаника о поменутих питањима, односно да су млађи испитаници свеснији утицаја пољопривредне производње на животну средину, као и да са повећањем степена образовања расте свест о међусобној повезаности и условљености, односно да је еколошка свест развијенија код млађих испитаника и код испитаника са вишим нивоом образовања.

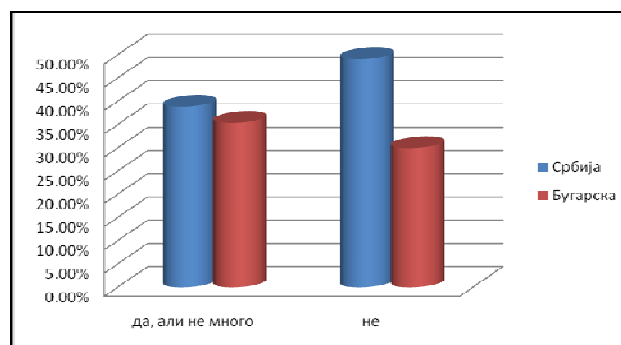
На питање: *да ли по Вама пољопривреда угрожава околину*, 49,1% испитаника је одговорило негативно, а 38,8% позитивно, од чега 11,8% сматра да пољопривредна активност угрожава животну средину много, а 27%, да, али не много. Истовремено, 12,1% испитаника није могло да процени однос између пољопривредне активности и утицаја на животну средину. На основу вредности коефицијента корелације није уочена статистички значајна повезаност са годинама старости и степеном образовања. Слични подаци добијени су и истраживањем у Бугарској. Процентуално мањи број испитаника се изјаснио да пољопривредна активност не угрожава околину (30%), а већи број испитаника, 35,4%, да угрожава, али не много. (Графикон 1).

Насупрот подацима нашег истраживања, у узорку Бугарске уочене су разлике у схватањима односа пољопривредне производње и околине с обзиром на године старости испитаника.⁴ Највећи број младих (преко 50%), старости од 18 до 29 година, на постављено питање одговорио је да или да, али не много. Са годинама старости проценат испитаника који сматра да пољопривредна производња угрожава околину опада и ниједан испитаник старости 50 година и више није овако одговорио. Највећи проценат испитаника ове доби сматра да пољопривреда угрожава околину, али не много. (П. Ђовчевска, 2010: 126-129).

³ Део података компариран је са доступним подацима добијеним у Бугарској, у региону Благоевграда (А. Мантарова (ед.), 2010 и <http://value-nature.com/news.html>).

⁴ На жалост, подаци о коефицијенту корелације и детерминације при анализи и интерпретацији података у радовима бугарских истраживача нису дати, те се износе само налази истраживања дати у процентима.

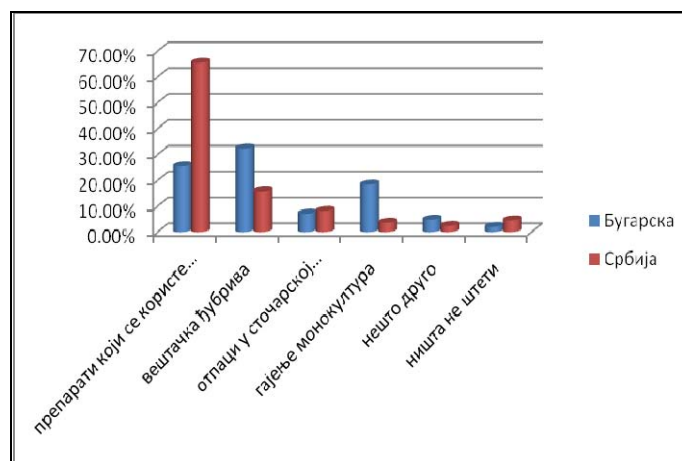
Графикон 1. Најфреквентнији ставови о односу пољопривредна производња-околина у Бугарској и Србији
 Graph 1 The most frequent attitudes about the relationship agricultural production – the environment in Bulgaria and Serbia



Без обзира што је скоро половина испитаника у Србији одговорило да пољопривредна производња не штети околини, већина сматра да употреба хемијских препарата у биљној производњи угрожава околину. На питање: *шта по Вашем мишљењу у пољопривредној производњи највише штети околини*, највећи број испитаника (65,45%) сматра да су то препарати који се користе у биљној производњи против штеточина, 15,76% сматра да вештачка ђубрива највише угрожавају околину, 8,18% мисли да су то отпади у сточарској производњи, 3,64% да је то гајење једних те истих култура неколико година за редом, 2,42% нешто друго, а 4,55% је мишљења да ништа не штети. На исто питање испитаници у Бугарској одговорили су нешто другачије. Као највеће загађиваче наводе вештачка ђубрива, потом хемијске препарате у биљној производњи и гајења једних те истих култура неколико година за редом, а упола је мањи и број испитаника који сматра да ништа из овог типа производње не штети околини. (П. Ђовчевска, 2010: 130) Процентуално највећа разлика уочена је у ставовима о процени штетности вештачких ђубрива и гајења монокултура између испитаника Србије и Бугарске. (Графикон 2).

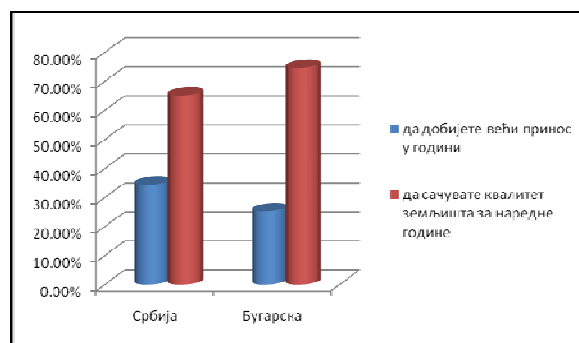
У узорку Србије 72,22% испитаника мада сматра да пољопривредна производња не угрожава околину наводи препарате који се користе у биљној производњи против штеточина као загађиваче животне околине. Добијена вредност коефицијента корелације (0.203) указује на постојање везе слабог интензитета између ставова о штетности пољопривредне производње на животну околину и одговора на ово питање, односно вредност коефицијента детерминације, да је схватање шта највише штети околини одређено свега са 4% схватањем односа између пољопривреде и животне околине.

Графикон 2. Шта по мишљењу испитаника Бугарске и Србије највише штети окоolini
 Graph 2 What do the examines from Bulgaria and Serbia consider as the most harmful to the environment



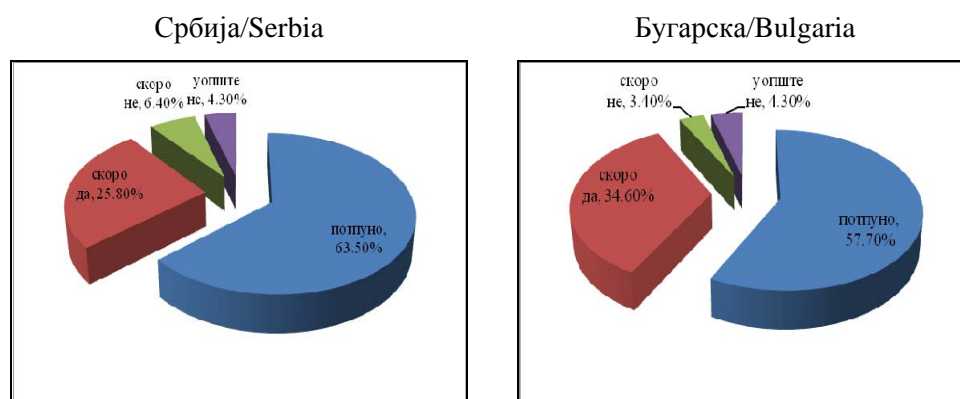
С обзиром да је за већину наших испитаника земља имовина (23,5%), место за узгајање биљака (22,6%), односно извор прихода (27,1%), а за 14,9% драгоцен природни ресурс и за 11,9% породична вредност, највећи број испитаника је заинтересован за приносе у текућој години. Принос у потпуности интересује 36,42% испитаника, 44,93% делимично, 14,44% није могло да се изјасни, а 4,21% не интересује. Као и код претходних питања на основу вредности коефицијента корелације (0.205) и коефицијента детерминације уочава се постојање везе слабог интензитета и детерминисаност од 4% између схватања земљишта и интересовања за приносе. Без обзира што је за већину испитаника у Србији земљиште место за узгајање биљака и извор прихода, ипак 65,20% сматра да је важније да се сачува квалитет земљишта за наредну годину, него да се добију што већи принос у текућој (34.8%). Код испитаника Бугарске, 74,52% испитаника сматра да је важније да се сачува квалитет земљишта за наредну годину, а 25,48% да су важнији приходи у текућој години. (П. Йовчевска, 2010). Поређење добијених одговора показује да су испитаници Бугарске донекле свеснији значаја очувања земљишта у односу на испитанике Србије. (Графикон 3).

Графикон 3. Мишљења испитаника Бугарске и Србије о важности прихода и очувању квалитета земљишта
 Graph 3: The opinions of the examinees from Bulgaria and Serbia about the importance of yield and preserving soil quality



Да би остварили што боље приносе, највећи број испитаника у обе државе води рачуна о квалитету земљишта при избору културе за гајење. У Србији 63,4% у потпуности, 57,70% у Бугарској, делимично 25,8% (Србија) и 34,6% (Бугарска), скоро не 6,44% (Србија) и 3,40% (Бугарска) и 4,36% не води рачуна у обе државе. (Графикон 4).

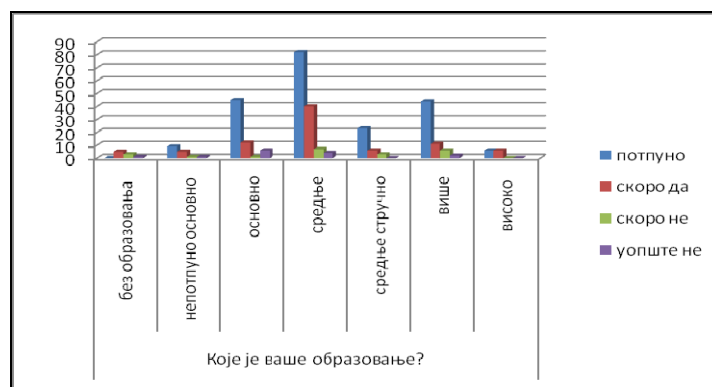
Графикон 4: Квалитет земљишта и избор културе за гајење
 Graph 4 Soil quality and choice of culture



Извор: П. Йовчевска, 2010: 134

Као што је приказано на Графикону 5, осим испитаника без образовања, сви остали испитаници Србије у потпуности воде рачуна о квалитету земљишта при одабиру културе за гајење. Међутим, вредност коефицијента корелације (0.122) указује на занемарљиво малу повезаност између степена образовања и бриге о квалитету земљишта приликом одабира културе. На основу коефицијента детерминације може се закључити да је одабир културе у зависности од квалитета земљишта детерминисан свега са 1,4% степеном образовања.

Графикон 5: Степен образовања - квалитет земљишта - одабир културе
Graph 5 Education level – soil quality – selection of cultures to be cultivated

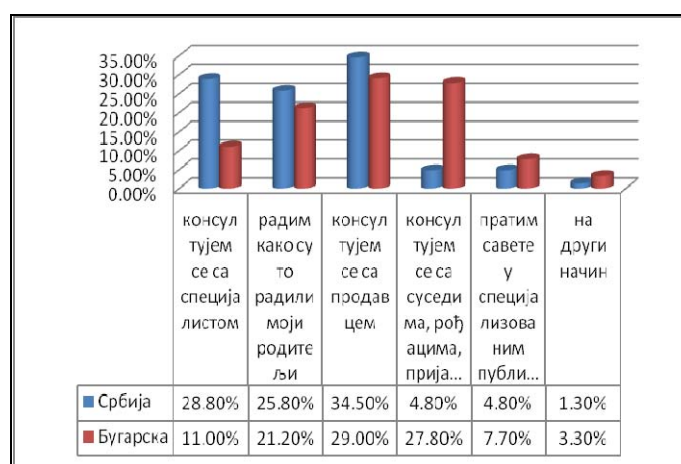


Како би постигли боље приносе својих производа, највећи број испитаника користи минерално ђубриво и то 47,3% у потпуности прихрањује земљиште овим ђубривом, а 37% делимично, али већина користи и хемијска средства у биљној производњи за уништавање штеточина. При том, 34,5% се консултује са продавцем у продавници, 28,8% са стручњаком, 25,8% ради на начин како је научио од родитеља, 4,8% консултује суседе, рођаке и пријатеље, док 4,8% анкетираних прати савете из специјализованих публикација и у медијима о начину примене хемијских средстава и 1,3% о примени сазнаје на други начин. Вредност коефицијента корелације није указао на повезаност између година старости и степена образовања са употребом хемијских средстава и сазнања о начину њихове употребе.

О начину употребе вештачких ђубрива и хемијских препарата испитаници обе државе се најчешће консултују са продавцима. Међутим, највећи проценат испитаника Србије осим информација од продаваца, савете траже чак од стручњака, док испитаници Бугарске осим од продаваца, често

савете траже од суседа, рођака и пријатеља. Најмањи проценат се информисао на неки други начин. Компарација података показује да мали број испитаника прати савете у специјализованим публикацијама и медијима и да је заступљенији код испитаника Бугарске, него Србије. (Графикон 6).

Графикон 6. Начин информисања о употреби хемијских препарата и вештачких ђубрива
Graph 6 The way of getting informed about the use of chemicals and fertilizers

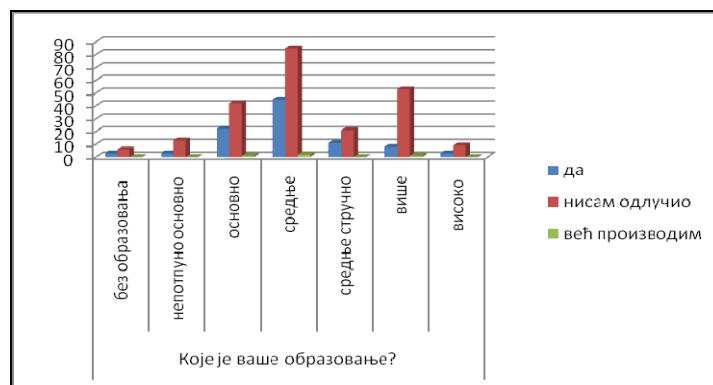


С обзиром да је придржавање агротехничких рокова значајно како за повећање приноса, тако и за смањење загађења животне средине и очување здравља људи, као и да већина испитаника користи хемијска средства интересантни су подаци о поштовању ових рокова. Од 330 испитаника, највећи проценат анкетираних у Србији, 49,5%, без обзира на године старости и школску спрему, делимично се придржава рокова, 33,6% се придржава, 13,3% није сигурно док се 3,6% уопште не придржава. Слични подаци добијени су и истраживањем у Бугарској, јер се највећи проценат, 39,2% делимично придржава агротехничких рокова, 21,3% се потпуно придржава, 22,1% се скоро не придржава, а 17,4% се уопште не придржава. (П. Ђовчевска, 2010б).

Забрињава податак да највећи проценат испитаника, без обзира на године старости и школску спрему, не одлаже на адекватан начин амбалажу коришћених хемијских средстава. Већина анкетираних у Србији, 44,3% одлаже амбалажу и непотребне хемикалије на сметлиште, 19,7% их баца у реку или неко удаљено место, а 11,2% задржава кући. Проблем одлагања

непотребних хемикалија, 24,8% анкетираних решава на остале начине. Слични подаци добијени су и истраживањем у Бугарској, где, као и у Србији највећи проценат испитаника, 38,9% амбалажу и непотребне хемикалије одлаже на сметлиште, чак 21,4% респондента их задржава у кући, 18,1% баца у реку, а 21,6% проблем одлагања ове врсте отпада решава на други начин. (А. Мантарова, 2010). Чини се да анкетирани пољопривредни произвођачи у Србији, још нису у довољној мери информисани о значају еколошки чисте производње. Наиме, тек је 29% одлучило да пређе на еколошки чисту производњу, 47,3% се није одлучило, 22,6% не планира да пређе на овај систем производње, док занемарљиво мало проценат, 1,2% већ производи на овај начин. (Графикон 8). Вредност коефицијента корелације (0.127) указује на занемарљиво малу повезаност између степена образовања и одређења за овај начин пољопривредне производње, односно детерминисаност од свега 1,6%.

Графикон 7. Степен образовања и прелазак на еколошку производњу
Graph 7 Education level and transition to ecological farming



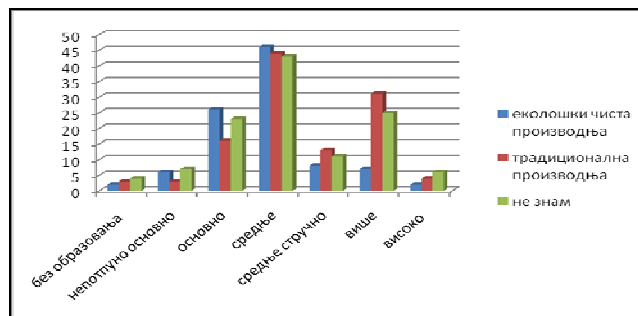
Највећи проценат испитаника проблеме финансијске природе наводи као узрок не прелажења на еколошку производњу. Наиме, 34,8% анкетираних недостатак финансијских средстава за трошкове радне снаге, производне опреме, трошкова увођења савремених технологија и решења као и трошкова заштите животне средине наводи као главни узрок немогућности преласка на еколошки одрживу производњу, која подразумева задржавање плодности земљишта, искључивање и смањивање загађивања животне средине, одржавање достигнутог степена производње и побољшање здравља и живота људи. Од остатка анкетираних, 5,2% као разлог наводи политику, 6,1% отпад, 7,3% сматра да су то вишеструки разлози, док 8,2% не зна природу тешкоћа.

На основу добијених резултата може се закључити да испитаници немају довољно информација о економским ефектима преласка на еколошку производњу. Највећи број (36,1%) не зна која се производња више исплати, 34,5% сматра да је исплативија традиционална производња⁵, а 29,4% испитаника еколошки чиста производња.

На основу вредности коефицијента корелације није уочена повезаност између година старости и одговора на претходно питање. Коефицијент корелације указао је на занемарљиво малу повезаност између степена образовања и схватања о економским ефектима одређеног начина производње. Вредности коефицијента детерминације указује да су ставови о исплативости одређеног типа производње условљени са 1,3% степеном образовања. Може се закључити на основу података приказаних у Графикону 9, да са степеном образовања расте број испитаника који сматра да је већу економску добит пружа производња уз употребу хемијских средстава.

Графикон 8. Степен образовања и исплативост одређеног начина производње

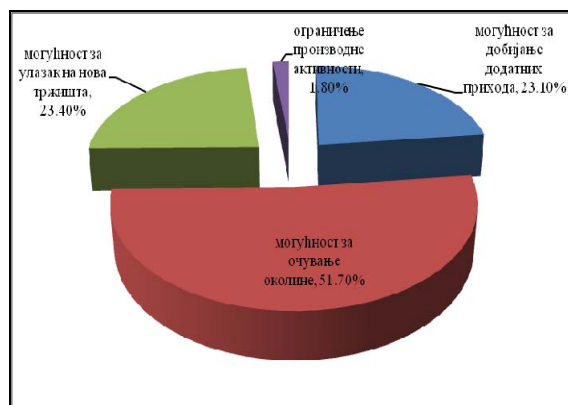
Graph 8 Education level and profitability of given type of farming



Без обзира на претходне одговоре који указују на релативно низак ниво еколошке свести код испитаника Србије, на питање *шта најчешће представља еколошка пракса у пољопривредној производњи*, највећи проценат анкетираних, 51,7%, без обзира на године старости и степен образовања, сматра да је то могућност за очување околине. Остали испитаници повезују је са могућношћу остваривања додатних прихода (23,1%), 23,4% сматра да је то могућност за улазак на нова тржишта, док 1,8% сматра да је то начин да се ограничи производња. (Графикон 9).

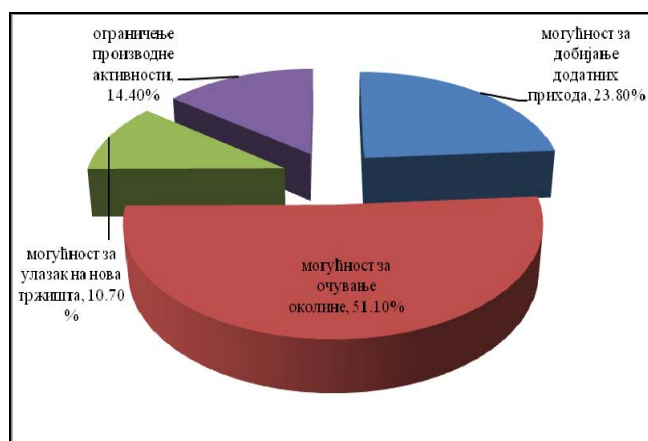
⁵ Испитаницима је објашњено да у упитнику традиционална производња подразумева начин производње уз употребу хемијских средстава.

Графикон 9. Шта је еколошка пракса за испитанике Србије
Graph 9 What is an environmental practice of the respondents in Serbia



Интересантно је да је процентуално готово исти број испитаника Бугарске (51,1%) сматра да еколошка пракса омогућава очување околине, а 23,8% је повезује је са остваривањем додатних прихода. (Графикон 11). Међутим, знатно мањи проценат (10,7% у односу на 23,4% у Србији) сматра да омогућава пласирање производа на нова тржишта, а знатно већи проценат 14,4% (у Србији 1,8%) да је то начин да се ограничи производња.

Графикон 10. Шта је еколошка пракса за испитанике Бугарске
Graph 10 What is an environmental practice of the respondents in Bulgaria



Извор: П. Йовчевска, 2010: 144

Већина анкетираних пољопривредних произвођача Србије (51,2%) сматра да је у довољној мери информисано о значају еколошких политика, али истовремено 48,8% није чуло за овај процес. Подаци указују да само 14,2% има детаљне и потпуне информације о политици у пољопривреди ЕУ, 28,8% има делимичне информације, 28,2% минималне, док 28,8% не поседује информације. Кумулативно, чак 57% анкетираних нема или има минималне информације о општој политици пољопривреде ЕУ. Зато није изненађујући податак да 48,8% има само делимичну представу о захтевима везаним за њихову пољопривредну активност ради остваривања права и добијања средстава из европских фондова, а 23,6% није уопште упознато, а само 27,6% анкетираних има оваква сазнања. Потребу за информацијама о пољопривредној политици ЕУ исказало је чак 74,8%.

Међутим, нашим испитаницима чини се да недостају и валидне информације о пољопривредној политици у земљи, јер никакве информације не поседује чак четвртина испитаника (25,2%). Разлоге слабе информисаности можда треба тражити у начину информисања, јер свега 13,3% ове информације добија од надлежних служби за ратарство и шумарство, а 6,4% од удружења произвођача. Најчешће су извор информисања разговори са рођацима и колегама (19,1%) и средстава јавног информисања (29,4%).

Интересантно је да ни испитаници Бугарске нису довољно информисани о потреби усаглашавања своје производње са захтевима ЕУ и могућностима коришћења одређених видова европске помоћи за развој пољопривредне производње. Свега 9,7% има потпуне информације, 58,7% поседује само опште информације, а 31,6% није упознато. Највећи број се, као и у Србији, информиса преко средстава информисања (23,1%), потом од надлежних служби за ратарство и шумарство (15,9%), преко колега и рођака 15,7%, преко удружења произвођача 5,5% и на други начин 8,2%. Скоро сви испитаници, 94,7%, исказало је потребу за информацијама о пољопривредној политици ЕУ. (П. Ђовчевска, 2010б).

На крају треба поменути да је већина анкетираних пољопривредних произвођача у Србији, 48,5% на питање *како оцењујете материјално стање вашег домаћинства*, одговорило да је оно задовољавајуће, 6,4% врло добро, 19,7% као добро, 20% да је лоше, 3% да је веома лоше, док 2,4% није могло да процени материјални статус домаћинства. Процена материјалног стања условила је и одговоре на питања о будућем бављењу овом делатношћу. Више од трећине испитаника, њих 35,9% намерава да се бави пољопривредом у истом обиму, 26,7% намерава да смањи обим у будућности, 22,5% не намерава да се бави овом делатношћу, 14,6% намерава да се у будућности

бави пољопривредом у већем обим него до сада, а 0,3% се није изјаснило. У том смислу 21,7% жели да купи још земље, 28,8% да прода део своје земље, 6,8% да прода сву земљу коју поседује, 26,3% жели да укрупни свој посед разменом парцела, док 2,2% намерава да узме земљу у закуп, односно 3,7% анектираних намерава да се укључи у кооперацију. Другачије намере у вези своје земље има 10,5% анкетираних.

Закључак

Резултати истраживања у Србији указују да пољопривредни произвођачи нису у потпуности свесни повезаности њихове делатности и нарушавања равнотеже у животној средини. Више од половине испитаника за прихрањивање земљишта користи вештачка ђубрива, а у борби против биљних штеточина користи хемијске препарате и само се делимично придржава агротехничких рокова, мада хемијске препарате сматра највећим загађивачима животне средине. Амбалажу и остатке хемијских препарата не одлажу на адекватан начин. Један од узрока неадекватног одлагања је свакако и чињеница да се тек од недавно врши организовано прикупљање отпада у сеоским срединама овог округа.

На основу добијених података може се закључити да је еколошка свест на ниском нивоу и да степен њене развијености није условљен годинама старости и степеном образовања.

Добијени подаци такође указују и на латентно постојање еколошке свести, недовољну информисаност о значају и економским ефектима екологазације пољопривредне производње, пољопривредној политици наше земље и Европске уније.

Насупрот овим подацима стоје подаци који указују на довољну информисаност о значају фактора успешне пољопривредне производње.

Интересантно је поменути да су полазећи од добијених резултата, бугарски истраживачи констатовали да је пољопривредна производња региона Благоевград у хармонији са околином, односно да пољопривредни произвођачи имају општи позитиван став о месту и улози пољопривреде у заштити и очувању животне средине. (П. Ђовчевска, 2010: 127). Ипак, чини се да и они не могу да буду у потпуности задовољни степеном развијености еколошке свести, јер резултати њиховог истраживања показују да је она развијенија код испитаника млађе старосне доби. У том смислу Ђовчевска закључује да неки добијени резултати указују на повезаност и утицај традиционалних ставова о пољопривредној производњи и нових еколошких императива, као и да је прихватање проеколошких ставова нужно за појаву

синергије између пољопривредне производње и позитивних ефеката на животну средину у будућности. (П. Ђовчевска, 2010: 148-149).

Имајући у виду стратешка опредељења Србије везана за даљи развој друштва и пољопривреде, као и стремљења усмерена на улазак у Европску унију, чини се да је у наредном периоду неопходно:

- организовање едукативних састанака са индивидуалним пољопривредним произвођачима у циљу подизања нивоа еколошке свести и њеног манифестног испољавања;
- веће ангажовање пољопривредних стручних служби и удружења произвођача у информисању произвођача пољопривредних производа о свим питањима везаним за општу политику у пољопривреди код нас и земљама Европске уније.

Остваривање ових активности је важно јер организација производње по еколошким стандардима, уз учешће стручњака са специфичним теоретским и примењеним знањима базираним на новим технологијама, која обухватају управљање, коришћење и очување природних ресурса уз економску добит даје не само високо биолошки вредне производе, већ има позитиван утицај на животну средину уз поштовање еколошких принципа. У том смислу, активност државе и свих релевантних фактора мора бити усмерена на унапређење знања и вештина пољопривредника потребних за стварање услова у којима ће се локални ресурси користити ефикасно, без великих губитака, а загађење природе бити сведено на ниво који не наноси већу штету животној средини. Такође, подстицајним мерама аграрне политике и бољом политиком субвенција из аграрног буџета мора се активније деловати у циљу подстицања, стимулисања и развоја еколошке пољопривредне производње. Само подизањем нивоа еколошке свести пољопривредника створиће се позитиван однос према природи, побољшаће се ниво сазнања о оквиру опште политике у пољопривреди и створити могућности за активно учешће у унапређењу свих аспеката пољопривредне производње.

1. Литература

2. *Агенда 21*, у Напори Уједињених нација за бољу животну средину, II допуњено и проширено издање, (1997), Савезно министарство за развој, науку и животну средину, Београд.
3. Di Castri Francesco (1995), *Came up with a good metaphor: "The Chair of Sustainable Development"*, *Nature & Resources*, 3(3):2-7.
4. Ђовчевска Пламена (2010), Еколошечен императив и традиционни земеделски практики: врзки и синергија, у: Мантарова Ана (ед.)

- Еколошката култура в модернизираниото се общество*, Институт по социологија при БАН, Софија, стр.121-151.
5. Џовчевска Пламена (2010б), *Българският селянин и еколошкиот кодекс на ОСП*, <http://value-nature.com/news.html> (Приступљено: 5.10.2011).
 6. Јовановић Драгољуб, (1930), *Аграрна политика*, Графички институт «Народна мисао», Београд.
 7. Мантарова Ана (ед.) (2010), *Еколошката култура в модернизираниото се общество*, Институт по социологија при БАН, Софија.
 8. Мантарова Анна (2010), *Еколошката култура в селата - состојание и проблеми*, <http://value-nature.com/news.html> (Приступљено: 5.10.2011).
 9. Марковић Данило Ж. (2005), *Социјална екологија и село*, Економика пољопривреде, Београд, vol. 52, iss. 1, 3-12.
 10. Mendras Henri (1987), *Seljačka društva*, Globus, Zagreb.
 11. Милтојевић Весна (2005), *Еколошка култура*, Факултет заштите на раду, Ниш.
 12. Милтојевић Весна (2006), *Еколошка култура и развој села*, у: Рурални развој и заштита животне средине – Зборник II, Завод за социологију развоја села, Београд, стр. 286-293.
 13. Naess Arne (Eds.) (1991), *The Green Reader*, Andre Deutch, London.
 14. Nurse Keith (2006), *Culture as the Fourth Pillar of Sustainable Development*, <<http://www.fao.org/SARD/common/ecg/2785/en/Cultureas4thPillarSD.pdf>> (преузето 25.02.2011).
 15. Osborne Michael et al. (Eds.) (2007), *Social capital, lifelong learning and the management of place: An international perspective*, Routledge, London and New York.
 16. Hawkes Jon (2001), *The Fourth Pillar of Sustainability: Culture's Essential Role in Public Planning*, Commissioned by the Cultural Development Network, Common Ground Publishing, Victoria. Melbourne.
 17. *Рио декларација о животној средини и развоју*, у Напори Уједињених нација за бољу животну средину, II допуњено и проширено издање (1997), Савезно министерство за развој, науку и животну средину, Београд.

Примљено: 28.06.2011.

Одобрено: 02.12.2011.

UDC: 631.3:631.95

ECOLOGICAL AWARENESS OF INDIVIDUAL FARMERS

Vesna Miltojević, Ph.D., Snežana Živković, Ph.D., Ivana Ilić-Krstić, Ph.D.
Faculty of Occupational Safety in Niš, Čarnojevića 10a, Niš

Summary

Scientific and technological development has spurred large-scale food production, thus enabling a solution, although partial, to one of the biggest global problems of modern civilization – food shortage. Nevertheless, it has been shown that chemicalization and mechanization of agriculture lead to multiple negative environmental impacts and that overuse of pesticides and artificial fertilizers is detrimental to human health. Bearing in mind both local and global tendencies towards necessary ecologization of agriculture in keeping with the generally accepted development model – sustainable development – and acknowledging the opinion that ecological awareness is the basis for avoidance of high-risk activities and mitigation of existing environmental issues, the paper presents data obtained through empirical research pertaining to certain aspects of ecological awareness in individual farmers of the Jablanički County. Based on these data, we concluded that ecological awareness in this part of the population is partially developed.

Key words: ecological crisis, ecological awareness, sustainable development, agriculture

Author's Address:

Dr Vesna Miltojević
Fakultet zaštite na radu u Nišu
Čarnojevića 10a
18000 Niš
Republika Srbija
e-mail: vesna.miltojevic@znrfaq.ni.ac.rs

Монографија:

**ТРЖИШТЕ ПОЉОПРИВРЕДНИХ ПРОИЗВОДА У СРБИЈИ
ПРЕ И ПОСЛЕ ТРАНЗИЦИЈЕ**

Аутори: проф. др Милан Р. Милановић и проф. др Милутин Т. Ђоровић
Издавач: Институт за економику пољопривреде, Београд, 2011.

Почетком 2011. године, појавила се ова структурно-методолошки занимљива и садржајно значајна монографија, чији су аутори истакнути аналитичари и професори у области аграрне економије и посебно тржишта пољопривредних производа. Монографија је прилично обимна (230 страна), састоји се од два дела, општег и посебног, укључујући 32 табеле и 13 графикана, као и опширан списак литературе и других коришћених извора.

У првом (општем) делу монографије разматрају се (1) теоријски аспекти тржишта (Класификација и сегментација тржишта, Елементи и механизам тржишта, Чиниоци тржишта, Општа привредна и тржишна конјунктура, Основне функције тржишта) и (2) опште карактеристике понуде, тражње и потрошње пољопривредних и прехранбених производа. Потреба изучавања тржишта и тржишних односа произлази из органске међузависности робне производње и других фаза друштвене репродукције, односно чињенице што је робна размена један од најсложенијих феномена привредног система. Без обзира на практични значај познавања бројних проблема и функција тржишта у механизму привређивања, аутори указују и на теоријска разматрања дефинисања тржишта, његове класификације и сегментације, елемената и чинилаца тржишних односа и функционисања тржишног механизма. У том контексту се разматрају опште карактеристике понуде, тражње и потрошње, односи понуде према потребама тржишта, развој теорије и основна обележја тражње пољопривредних производа, еластичност понуде и тражње, чиниоци, законитости и еластичност потрошње.

Поред теоријско-методолошких аспеката савременог тржишта, у другом (посебном) делу монографије се, кроз дугорочнији историјско-аналитички приступ, разматрају институционални и реални услови развоја аграрног тржишта у Србији, односно развој економских институција и системско-правних решења, посебно политике и система цена пољопривредних и прехранбених производа, кроз неколико фаза у последњих двадесетак година.

Значајан део монографије представља анализу кретања укупне производње и продуктивности агроиндустријских производа у Србији, односно трендова раста/пада укупне пољопривреде, како биљне тако и сточарске производње, те и сагледавања биланса основних производа. Аутори аналитички документују транзициону стагнацију и пад српске пољопривреде, као и транзициону дисторзију укупне економије, што како наглашавају, није никаква специфичност Србије у том периоду (ако се рушење Берлинског зида 1989. године може означити почетком тзв. транзиције у југоисточној Европи).

У контексту усмерења ка европским интеграцијама, при чему је пољопривреда један од најважнијих и најосетљивијих сектора у том процесу, у монографији се одговарајућим аналитичко-компаративним сагледавањима, покушава целовитија објективизација аграрно-економске позиције Србије према актуелној европској стварности. У том светлу се разматрају систем и политика интерних субвенција пољопривреде у Србији у контексту правила СТО и праксе ЕУ, структура субвенција и прорачун агрегатне подршке пољопривреди, као и политика увозне заштите и подршка аграрном извозу.

Посебно занимљив део монографије представља разматрање посттранзиционе структурне типологије аграрног тржишта у Србији, односно сагледавање карактеристика посттранзиционог аграрног окружења у контексту теоријских типова тржишних структура, а посебно конкуренције и типских карактеристика структуре и могућности унапређења аграрног тржишта у Србији.

С обзиром да наслов ове монографије обухвата временску синтагму „*пре и после транзиције*“, аутори су је одредили тако што сматрају да је процес тзв. „транзиције“ у Србији започео насилном сецесијом и распадом бивше државе СФРЈ и формирањем нове државе СРЈ (1992), као и да се нестајањем те друге државе СРЈ и развргавањем њене последње форме СЦГ (2006), завршавају транзиционе промене и заокружује нови привредно-политички систем у Србији. У том контексту, ради методолошке упоредивости, разматрања у овој монографији се односе на врло бурне године ширег размеђа два столећа (протеклог и наступајућег), односно на деценију пре распада СФРЈ, на период постојања СРЈ и на прву деценију новог столећа, при чему се цео период у многим аспектима посматра по петогодишњим одсечцима. На тај начин се релативизује иначе раширено али неутемељено схватање да транзиција у Србији почиње октобарским превратом 2000. године.

Проф. др Симо Стевановић
Пољопривредни факултет, Београд

„СТРАТЕГИЈА РАЗВОЈА ПОЉОПРИВРЕДЕ И РУРАЛНОГ РАЗВОЈА ЛАЈКОВЦА У ПЕРИОДУ 2011-2015. ГОДИНЕ”

Извршилац: Институт за економику пољопривреде, Београд
Руководилац пројекта: Проф. др Драго Цвијановић, научни саветник
Руководилац истраживачког тима: Др Јонел Субић, научни сарадник

„Стратегија развија пољопривреде и руралног развоја Лајковца у периоду 2011-2015. године”, настала је као резултат вишемесечног интензивног рада истраживачког тима Института за економику пољопривреде из Београда, уз подршку коју је пружало Привредно друштво центар за пољопривреду конзорцијум доо Лајковац. Међу значајним сарадницима на пројекту, такође се убрајају званични представници Локалне заједнице, представници појединих привредних субјеката са подручја општине Лајковца, индивидуални пољопривредни произвођачи (са посебним акцентом на развојно оријентисана газдинства), као и неизоставни спољни сарадници.

Истраживачки тим је обавио детаљну анализу постојећег стања на територији општине Лајковац, што му је дало основа да реално сагледа све могућности постепеног побољшања услова живота на овом подручју у наредном периоду, да дефинише приоритете развоја, правце усмеравања активности и средстава, могуће изворе средстава за инвестирање итд. Дефинисањем основних покретача и носиоца развоја, створени су услови да се Стратегија развоја пољопривреде и руралног развоја Лајковца у периоду 2011-2015. године, базира на оптималној комбинацији постојећих развојних чинилаца у општини Лаковац: природних услова и извора, хуманог ресурса и могућих улагања, водећи при том рачуна о ограничењима и потребама очувања природне средине и концепту одрживог развоја.

Стратегије развоја пољопривреде и руралног развоја Лајковца у периоду 2011-2015. године, конципирана је у две фазе:

- *Прва фаза* - Анализа постојећег стања и перспективе развоја.
- *Друга фаза* - Платформа, циљеви и стубови стратегије.

Овим приказом обухваћена је прва фаза, односно *Анализа постојећег стања и перспективе развоја*, која је приказана у три поглавља (од којих се посебно издваја друго поглавље, јер је оно нај обимније и пружа највише информација о актуелном стању развоја пољопривреде и руралне средине.

Прво поглавље, садржи **Процес и принципе израде Стратегије развоја**. Посебно место у овом поглављу, дато је *Циљу и значају израде стратегије развоја*, јер је то део који приказује развој и стање пољопривреде општине Лајковца. Имајући у виду потенцијале, истраживачки тим указује на значај стратешког планирања у остваривању одрживог развоја читавог друштва и свих делатности, самим тим и пољопривреде, те даје детаљно објашњење саме *методологије* израде стратешког документа. Истраживачки тим у овом поглављу, сажето и концизно даја анализу стања кључних догађаја, осврт на недостатак стратешких докумената за планирање развојне политике пољопривреде и руралног подручја, као и оцену перспективе развоја пољопривреде и руралног подручја општине Лајковац за наредни средњорочни период.

Друго поглавље садржи **Социо-економску анализу стања** која је реална подлога за идеје какав развој пољопривреде и руралног подручја општине Лајковац желимо у будућности (односно, у наредном средњорочном периоду). У овом поглављу, истраживачки тим обрађује пет тематских области.

Макро економски услови и улога пољопривреде и агроиндустрије у економији општине представља прву тематску област у оквиру које се приказују макроекономска кретања и оквир за наредни средњорочни период, као и улога пољопривреде и агроиндустрије у општинској економији.

Природни услови и фактори пољопривредног и руралног развоја општине представља другу тематску област у којој истраживачки тим анализира основне претпоставке развоја Општине кроз природне услове, рељеф, климу, биљни и животињски свет, земљиште, воде, шуме, минералне сировине, ваздух, заштићена природна добра, становништво, насеља (мрежа насеља и јавне службе, где су обухваћене основне карактеристике насељске мреже, васпитање и образовање, организацију мреже објеката здравствене заштите, социјалну заштиту као и установе и организације у области културе и спорта). У оквиру инфраструктуре, анализа је фокусирана на саобраћај, телекомуникације, енергетику и стамбено-комуналнау инфраструктуру.

Организационо-економска обележја субјеката у руралној економији представља трећу тематску област где се разматрају потенцијали породичног пољопривредног газдинства, а дата је и исцрпна анализа газдинства према старости и образовању, према величини поседа и према изворима прихода на подручју Општине, као и предузећа и радње регистровани у области пољопривредне производње и прераде пољопривредних производа. Истраживачки тим, такође детаљно истражује која је то доминантна привредна делатност у општини Лајковац, као и какви су потенцијали за

развој туризма. Овде се поред осталог даје и анализа стања удружења произвођача и земљорадничких задруга. Сходно томе, указује се на чињеницу да су на подручју општине Лајковац недовољно развијена постојећа удружења пољопривредника, а посебно велики проблем представља одсуство земљорадничких задруга, које су некада постојале.

Производња и тржиште пољопривредних и прехранбених производа представља четврту тематску област у којој је приказана структура коришћења пољопривредног земљишта, физички обим ратарске производње, производње поврћа и крмног биља, производње воћа и грожђа. Такође, разматрани су потенцијали сточарске производње, као и најзначајнији привредни субјекти на општинском подручју. Сходно томе, указује се на чињеницу да у општини Лајковац примат имају ратарска, воћарска и сточарска производња, које су према природним и социо-економским условима најоптималније за ово подручје.

У последњој (петој) тематској области, *Инвестиције у пољопривреду и рурални развој*, истраживачки тим фокусира своју анализу на општа обележја досадашњих инвестиционох улагања, инвестиције као фактор развоја пољопривреде, остварене инвестиције у пољопривреди, оцену остварених инвестиција у пољопривреди, као и извршене исплате за инвестиције у основна средства и извршене исплате буџета општине Лајковац за фонд пољопривреде. Такође, приказују се компаративне предности подручја општине Лајковац и даје се предлог за могуће правце улагања на основу спроведене анкете и могућих извора финансирања инвестиција у наредном периоду (финансирање инвестиција према пореклу капитала, према правној припадности капитала и финансирање инвестиција у пољопривредној пракси).

Значајно место је нашао посебан део Стратегије (*треће поглавље*), односно **SWOT – анализа**, где се анализирају снаге, слабости, шансе и претње развоја пољопривреде и руралног подручја општине Лајковац.

У последњем поглављу које се односи на *SWOT – анализу*, истраживачки тим анализира снаге, слабости, шансе, и претње развоја пољопривреде и руралног подручја општине Лајковац.

Мали је број стратешких докумената који се бави развојем на локалном нивоу, а посебно на нивоу општина, али истраживачки тим Института за економику пољопривреде из Београда, као носилац процеса израде ове Стратегије сматра да је први ниво истраживања, односно ниво општине Лајковац веома битан као полазна основа за све даље надоградње и пројекције развоја, што представља посебан квалитет овог стратешког документа.

Дакле, може се рећи да је *прва фаза* „Стратегије развоја пољопривреде и руралног развоја Лајковца у периоду 2011-2015. године“ документ заснован на општем консензусу о жељеним достигнућима развоја пољопривреде и руралног подручја општине Лајковац из којег јасно произилазе обавезе, не само за Општину и њене органе и организације, него и за све субјекте унутар пословне заједнице, невладине организације и саме грађане.

Адреса аутора:

Мр Арсић Славица
Институт за економику пољопривреде,
Волгина 15, 11060 Београд
е-mail: slavica_a@iep.bg.ac.rs

II део

**„АКЦИОНИ ПЛАН ЗА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈУ СТРАТЕГИЈЕ
РАЗВОЈА ПОЉОПРИВРЕДЕ И РУРАЛНОГ РАЗВОЈ
ЛАЈКОВЦА У ПЕРИОДУ 2011-2015. ГОДИНЕ”**

Извршилац: Институт за економику пољопривреде, Београд
Руководилац пројекта: Проф. др Драго Цвијановић, научни саветник
Руководилац истраживачког тима: Др Јонел Субић, научни сарадник

Други део „Стратегије развија пољопривреде и руралног развоја Лајковца у периоду 2011. – 2015. године” под називом *Акциони план за имплементацију стратегије развоја пољопривреде и руралног развоја Лајковца у периоду 2011.-2015.године*, као и први део, настао је као резултат вишемесечног интензивног рада истраживачког тима Института за економику пољопривреде из Београда, уз подршку коју је пружало Привредно друштво центар за пољопривреду конзорцијум доо Лајковац. Међу значајним сарадницима на пројекту, такође се убрајају званични представници Локалне заједнице, представници појединих привредних субјеката са подручја општине Лајковца, индивидуални пољопривредни произвођачи (са посебним акцентом на развојно оријентисана газдинства), као и неизоставни спољни сарадници.

Истраживачки тим је обавио детаљну анализу постојећег стања на територији општине Лајковац, што му је дало основа да реално сагледа све могућности постепеног побољшања услова живота на овом подручју у наредном периоду, да да визију развоја Општине у будућности, стратешки циљ Општине у области пољопривреде и руралног развоја, као и специфичне циљеве, мере и пројекте по дефинисаним развојним приоритетима, који ће се кроз Стратегију реализовати у пракси.

Овим приказом обухваћена је друга фаза, односно *Платформа, циљеве и стубови стратегије*, која је приказана у шест поглавља, од којих се посебно издваја четворо поглавље, јер пружа највише информација о специфичним циљевима општине Лајковац из области пољопривреде и руралног развоја као и дефинисање мера и пројеката по развојним приоритетима.

У *првом поглављу*, Акционог плана за имплементацију стратегије развоја пољопривреде и руралног развоја Лајковца у периоду 2011.-2015.године истраживачки тим даје **увод у акциони план.**

Друго поглавље представља **Визију пољопривреде и руралног развоја општине Лајковац за период до 2015. године**, где истраживачки тим обрађује основу по којој ће се дефинисати и реализовати стратешки циљеви Општине у области пољопривреде и руралног развоја, као и специфичне циљеве по дефинисаним развојним приоритетима.

Треће поглавље које обухвата **Стратешке циљеве општине у области пољопривреде и руралног развоја до 2015.године и дефинисање развојних приоритета**, истраживачки тим акценат ставља на дефинисању специфичних циљева, мера и пројеката у оквиру три развојна приоритета:

1. *Јачање конкурентности аграрног сектора на домаћем и иностраном тржишту;*
2. *Одрживо управљање природним ресурсима и заштита животне средине;*
3. *Унапређење квалитета живота руралног становништва и диверсификација руралне економије.*

Приоритети развоја одређују начин реализације стратешког циља, односно представљају инструменте стратешког циља Општине у области пољопривреде и руралног развоја до 2015. године.

Четврто поглавље је део који приказује **Специфичне циљеве Општине у области пољопривреде и руралног развоја и дефинисање мера и пројеката по развојним приоритетима**. Сходно томе, истраживачки тим детаљно износи правце будућег развоја у оквиру три дефинисана приоритета:

– *Први развојни приоритет* - јачање конкурентности аграрног сектора на домаћем и иностраном тржишту, као специфични циљ првог развојног приоритета акценат је стављен на јачање продуктивности, интензивности и тржишне ефикасности пољопривредне производње на развојно оријентисаним пољопривредним газдинствима, кроз већу примену знања и иновација у производима и пословним процесима.

– *Други развојни приоритет* – одрживо управљање природним ресурсима и заштита животне средине као специфични циљ другог развојног приоритета дефинише се: очување и континуирано унапређење квалитета животне средине кроз одрживо управљање природним ресурсима, стални мониторинг свих параметара животне средине и јачање еколошке свести грађана општине

– *Трећи развојни приоритет* - унапређење квалитета живота руралног становништва и диверсификација руралне економије као специфични циљ

трећег развојног приоритета дефинише се: побољшање услова и квалитета живота руралног становништва кроз унапређење физичке и друштвене инфраструктуре и већу диверсификацију економских активности на селу.

Из дефинисаних специфичних циљева I, II и III развојног приоритета произилазе **мере и пројекти**, који су усаглашени са Визијом Општине и стратешким циљем, а чија је реализација непосредно у функцији остваривања специфичног циља I, II и III развојног приоритета, а посредно у функцији остваривања стратешког циља одрживог руралног развоја општине Лајковац.

Пето поглавље обухвата **Потенцијалне изворе финансирања предложених развојних приоритета**. Сходно томе, обрађене су тематске области које се односе на планирање финансирања имплементације стратегије и информације о потенцијалним изворима финансирања, где спадају: Познати извори финансирања, Интернет и електронска пошта, као и Водич извора финансирања и дневне новине.

У оквиру *домаћих извора финансирања*, даје се преглед могућих извора финансирања који се односе на Средства буџета јединице локалне самоуправе, Добротворне манифестације, Приватно-јавно партнерство, Министарства Републике Србије, Фондови Републике Србије итд.

У оквиру *међународних извора финансирања*, даје се преглед могућих извора финансирања који се односе на фондове Европске Уније, као што су: Инструмент за претприступну помоћ (*Instrument for pre-accession assistance IPA*), Европски фонд за Балкан (*European Fund for the Balkans*) и Европска фондација за културу (*European Cultural Foundation*), као и на остале потенцијалне међународне изворе финансирања.

Шесто поглавље, **Имплементација стратегије развоја пољопривреде и руралног развоја**, односи се на Надзор, који се заснива на два кључна елемента: информацији и систему прикупљања података, а чији је циљ да “успостави ефикасност имплементације и ресурса који се користе помоћу индикатора дефинисаних на одговарајућим нивоима”, и као крајњи резултат надзорног система приказује се Извештај о извршеном надзору.

У циљу приказивања свеукупног статуса имплементације, физички, финансијски и процедурални индикатори, приказани су на нивоу мера, где се идентификује тзв. Специфична *Листа мера у оквиру извршеног надзора*, тј. Извршена је подела према мерама које треба испунити да би се визија Стратегије остварила.

Дакле, може се рећи да је *друга фаза* „Акциони план за имплементацију стратегије развоја пољопривреде и руралног развоја Лајковца у периоду 2011-2015. године”, дала визију развоја Општине у

будућности, стратешки циљ Општине у области пољопривреде и руралног развоја, као и специфичне циљеве, мере и пројекте по дефинисаним развојним приоритетима, који ће се кроз Стратегију реализовати у пракси.

Адреса аутора:

Мр Арсић Славица
Институт за економику пољопривреде,
Волгина 15, 11060 Београд
e-mail: slavica_a@iep.bg.ac.rs

УПУТСТВО АУТОРИМА	INSTRUCTIONS TO AUTHORS
<p>Научни часопис ЕКОНОМИКА ПОЉОПРИ-ВРЕДЕ (M24) објављује оригиналне научне радове, прегледне чланке, стручне радове, претходна саопштења, приказе књига и документе. Радови који се категоризују као научни морају имати две позитивне рецензије, према Стандардима МНС и Правилима Уредништва. Аутор је анониман за рецензента а рецензент је анониман за аутора рукописа. Рецензент аутономно вреднује рукопис и може дати позитивну рецензију, предложити дораду или дати негативну рецензију. Рукопис који је за дораду, редакција прослеђује аутору, уз текст анонимне рецензије. Негативно оцењен рукопис враћа се аутору, уз текст анонимне рецензије.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Рад припремити на рачунару, програм Word for Windows, фонт Times New Roman – ћирилица, size 11 - Наслов рада: центриран, size 12, bold; међунаслови: size 11, bold. - Име аутора: испод наслова, академско, односно научно звање, организација, седиште. - Абстракт/сажетац (до 150 речи) и кључне речи, испод имена аутора. - Називи и заглавља табела морају бити на српском и енглеском језику, size 11, center. - Обим рада: до 10 страница (укључујући табеле, графиконе и слике), формат А4, маргине: горе/доле 5.5, лево/десно 4.0, проред 1.0 (највише 18.000 знакова). - Литература (на крају рада, пре абстракта на енглеском): презиме и име аутора (година издања), <i>наслов рада</i>, издавач, место издања, број стране; азбучним редом према презимену аутора. - Абстракт (до 150 речи) и кључне речи, са насловом рада и адресом аутора на енглеском језику (фонт Times New Roman, латиница, size 11), после литературе. - На крају рада се наводи пуна адреса аутора, број телефона и Е-mail адреса. <p>Уз рад, обавезно доставити електронску и папирну верзију потписане Изјаве, на е-mail адресу:</p> <p>ekonomika.poljoprivrede@yahoo.com или milanrmilanovic@yahoo.com.</p> <p style="text-align: center;">ЕКОНОМИКА ПОЉОПРИВРЕДЕ 11000 Београд, Волгина 15.</p>	<p>The scientific journal ECONOMICS OF AGRICULTURE (M24) publishes the original scientific papers, review papers, professional papers, preliminary statements, reviews of the books as well as the documents. The papers categorized as the scientific ones must have two positive reviews, according to the Standards of MSRS as well as the Editorship Rules. The author is anonymous for reviewers, while the reviewer is anonymous for the author of the manuscript. The reviewer autonomously evaluates the manuscript and he/she could give a positive review, suggests some finishing touches or give a negative review. The manuscript that has to be finishes off, has been submitted to the author by editorial board, together with the text of anonymous review. Negatively evaluated manuscript has been submitted to the author, together with the text of anonymous review.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Paper has to be prepared on the computer, in Word for Windows, Times New Roman, in English, size 11. - Title of the Paper: centered, size 12, bold; sub-titles: 11, bold <i>italic</i>. - Name of Authors: under the title, academic, i.e. scientific degree, institution, location. - Abstract (maximum 150 words) and key words, under the author's name(s). - Titles and Headings of the Tables, size 11, center. - Length of Paper: maximum 10 pages (including tables, graphs and pictures), paper size A4, margins: header/footer 5.5, left/right 4.0, line spacing 1.0 (maximum 18,000 characters). - Literature (at the end of the paper, before an abstract in English): surname and name of the author(s) (year of publishing), <i>title of publication</i>, publisher, place of publishing, page number(s); in alphabetical order according to the author's surname. - Abstract (maximum 150 words) and Key words, together with title of the paper and address of author(s) Times New Roman, size 11, after Lit. - At the end of the paper it should be cited a full author's address, phone number and e-mail address. <p>The paper should be sent to the following</p> <p>e-mail address: ekonomika.poljoprivrede@yahoo.com or milanrmilanovic@yahoo.com.</p> <p style="text-align: center;">ECONOMICS OF AGRICULTURE 11000 Belgrade, Volgina 15.</p>