

ИЗВОЗ ЗАМРЗНУТЕ МАЛИНЕ ИЗ РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

Влаховић Бранислав¹ Пушкарић Антон²

Резиме

У раду је анализиран извоз замрзнуте малине из Републике Србије. Временски период истраживања је 2018-2022. година. Детерминисане су најзначајније извозне дестинације и кретање извозних цена. Извоз малине из Републике Србије просечно је износио 98,1 хиљаду тона и имао је тенденцију значајног пада по стопи од 10,13% годишње. Просечна вредност извоза износила је 311 милиона УС долара. Најзначајније извозно тржиште је Немачка на ком се просечно годишње реализовало 29,5 хиљада тона односно, 30,0% укупног извоза. Земље Европске уније доминирају у извозу (81%). Замрзнута малина из Републике Србије има компаративне предности у извозу а високи квалитет представља основу за јачање њене конкурентске позиције.

Кључне речи: замрзнута малина, извоз, конкурентност, Република Србија.

EXPORT OF FROZEN RASPBERRIES FROM THE REPUBLIC OF SERBIA

Vlahović Branislav¹
Puškarić Anton²

Summary

The paper analyzes the export of frozen raspberries from the Republic of Serbia. The period investigated in the research is 2018-2022. The research determined the most important export destinations and movement of the export prices. The average export of raspberries from the Republic of Serbia amounted to 98.1 thousand tons with a tendency of significant decrease at a rate of 10.13% per annum. The average export value was 311 million USD. The most important export market was Germany, with an average of 29.5 thousand tons, accounting for 30.0% of the total annual export. European Union countries dominate among the export countries (81%). Frozen raspberries from the Republic of Serbia have comparative advantage in export and high quality of the raspberries is the basis for strengthening their competitive position.

Keywords: frozen raspberry, export, competitiveness, Republic of Serbia.

¹ Др Бранислав Влаховић, редовни професор, Пољопривредни факултет, Трг Доситеја Обрадовића 8, Нови Сад, Србија, тел: +381214853500, e-mail: vlahovic@polj.uns.ac.rs

² Др Антон Пушкарић, научни сарадник, Институт за економику пољопривреде, Волгина 15, Београд, Србија, anton.puskaric@gmail.com

¹ Branislav Vlahović, PhD, full professor, Faculty of Agriculture, Trg Dositeja Obradovića 8, Novi Sad, Srbija, phone: +381214853500, e-mail: vlahovic@polj.uns.ac.rs

² Anton Puškarić, PhD, Research Associate, Institute of Agricultural Economics, Volgina 15, Belgrade, Serbia, e-mail: anton.puskaric@gmail.com

1 Увод

Малина поседује значајне предности у односу на друге воћне врсте. Лако се размножава, почиње да рађа у првој или другој години после сађења, а у трећој години достиже пун род. Плод дозрева у јуну и јулу кад на тржишту нема довољно свежег воћа. Малина спада у групу десертног воћа, а плод може да се користи у свежем или замрзнутом стању, као и за различите облике прераде као што су: сок, сируп, вино, природни ликер, компот, слатко, џем, мармелада, кандирано воће, сладолед, малина у праху и пулпи и др. Са релативно мале површине може да се оствари висок приход.

Малина се у Републици Србији гаји на 22 хиљаде хектара уз просечан принос од 5,4 тоне по хектару. Производња малине у истраживаном временском периоду (2018-2022) просечно је износила 118,5 хиљада тона и остварује тенденцију незнатног смањења по стопи од 2,22% годишње (<https://www.stat.gov.rs/>).

Пад производње последица је, пре свега, неповољних временских прилика, општег стања засада малина, квалитета садног материјала, дефицита стручног кадра и недостатка сезонске радне снаге, али и начина примене агротехничких мера и неконтролисане примене средстава за заштиту биља. Око 95% производње малина у Републици Србији чине високо квалитетне сорте „Виламет“ (90%) и „Микер“ (5%), око 3% чини „Туламен“, док око 2% чине друге сорте, као што су „Херитаж“, „Градина“, „Полка“ и „Полана“, које су нешто слабијег квалитета (<http://www.kzk.gov.rs/kzk/>).

У светској производњи Република Србија налази се на четвртом месту иза Русије, Мексика и Пољске, са учешћем од 13% (FAO, 2021). У систему органске производње у Републици Србији малина се гаји на површини од скоро две хиљаде хектара.

Радосављевић (2014) наводи да највеће конкуренте Републици Србији у производњи малине представљају Русија, Пољска и Чиле. Што се тиче пласмана малине, Русија као лидер у количинама произведене малине, сву своју малину пласира на домаће тржиште. За извозне конкурентске позиције боре се Пољска, Чиле и Република Србија.

Највеће и најпознатије плантаже малине у Србији налазе се у: Ариљско-пожешком крају (укључујући Моравицу и Драгачевски крај) и Ваљевском крају. Највећа производња малине концентрисана је у општинама Ариље, Бајина Башта, Брус, Ваљево, Гуча, Косјерић,

Крупањ, Ивањица и Мионица, на претежно малим газдинствима, са великим учешћем мануелног рада (Кљајић и сар., 2017).

Република Србија има изузетне компаративне предности у производњи малине. Оно што се уочава понекад јесте неадекватна подршка институција система која својим мерама мора да убрзају и подстакне произвођаче не само да повећају принос на већ засађеним парцелама, већ и да их прошире. Та идеја, као и њена реализација, била би корисна не само за произвођаче, већ и за целокупну привреду. Те користи би се одразиле и на развој руралних подручја, јер масовност производње би покренула питање инфраструктуре која је тренутно на веома ниском нивоу (Пантић и сар., 2021). Замрзнута малина представља изразито значајан извозни производ. Перспектива извоза је врло добра, јер малина, поред осталог, има и епитет здравствено-безбедне хране, тако да се извоз, уз одговарајуће, пре свега, маркетиншке мере, може повећати, јер постоји значајна и стабилна извозна тражња за овим воћем на међународном тржишту.

Циљ истраживања јесте да се сагледају основне карактеристике извоза замрзнуте малине из Републике Србије, регионална дестинација извоза и кретање извозних цена. Један од циљева, такође, јесте и сагледавање нивоа конкурентности извоза малине из Републике Србије на међународном тржишту. Избор показатеља конкурентности одређен је да би се дошло до одговора на питање: да ли је замрзнута малина из Републике Србије конкурентна на међународном тржишту.

Пантић и сар. (2021) наводе да поред извоза свеже и смрзнуте малине у свету постоје лиофилизоване малине, кандирани малине, вина, ракије и сирће од малине, сируп, конзервиране малине без семенки, џем, суво млевено семе, желе производи и разне пасте и креме итд. Исти аутори истичу да оријентација треба да буде на преради малине у високо коначан асортиман у циљу остваривања вишеструког профита у односу на извоз сирове и замрзнуте малине.

Производња малине је од изузетног значаја са аспекта побољшања конкурентности и повећања извоза Републике Србије на страном тржиште. Малина представља значајан извозни производ иза ког би требало да стоји држава са јасно дефинисаном стратегијом која ће омогућити и обезбедити ефикаснију и профитабилнију производњу малине, пласман на иностраном тржиште, њену промоцију и заштиту као националог бренда (Сарић и сар., 2009).

2 Материјал и метод рада

Извори података преузети су из статистичке базе података Републичког завода за статистику (<https://www.stat.gov.rs/>), Међународног трговинског центра ИТС (*International Trade Center*) и организације за храну и пољопривреду (*FAO*), за временски период од 2018. до 2022. године. У раду су коришћене стандардне статистичко-математичке методе. Интензитет кретања промена квантификован је израчунавањем стопа промена применом функција са најприлагођенијим линијама тренда оригиналним подацима. Одређене појаве приказане су у виду табела и графика. За мерење конкурентности малине на међународном тржишту коришћено је неколико индикатора: тржишно учешће, индекс конкурентности квалитетом и индекс компаративне предности.

Тржишно учешће мери степен важности једне земље у укупном извозу региона, односно света. Израчунава се дељењем извоза производа земље са укупним извозом региона/света изражено као проценат у бази података (<https://ec.europa.eu/>).

Индекс конкурентности квалитетом (*Quality Competition Index – QCI*) мери конкурентност неког производа засновану на квалитету. Израчунава се на следећи начин (Song, Jensen 2014):

$$QCI = \frac{(P_{it} / P_{i0})}{(P_{mt} / P_{m0})}$$

P_{it} – јединична извозна цена малине земље i у години t . P_{i0} – јединична извозна цена земље i у одабраној базној години. P_{mt} – просечна јединична извозна цена на глобалном нивоу у години t . P_{m0} – просечна јединична извозна цена на глобалном нивоу у базној години. Повећање вредности индекса конкурентности квалитетом указује на раст конкурентности производа на међународном тржишту и обрнуто.

Изучавање компаративне предности извршено је помоћу показатеља изражене компаративне предности (*Revealed Comparative Advantage – RCA* индекс). Метод компаративне предности дефинисао је Balassa (1965) и објашњава способност или могућност да са својим извозним производима конкурише истим производима у свету. Коефицијент се рачуна као количник односа извоза одабраног подручја или области делатности према увозу тог истог подру-

ча, односно области у посматраној години и односа укупног извоза и укупног увоза одабраног подручја или области делатности у посматраној години.

$$RCA = \frac{\frac{X_{t ij}}{M_{t ij}}}{\frac{\sum_{i=1}^n X_{t ij}}{\sum_{i=1}^n M_{t ij}}}$$

X^t_{ij} - извоз сектора i одсека j у години t ,

M^t_{ij} - увоз сектора i одсека j у години t ,

$\sum_{i=1}^n X_{t ij}$ укупан извоз сектора i одсека j у години t ,

$\sum_{i=1}^n M^t_{ij}$ укупан увоз сектора i одсека j у години t .

Позитивне вредности индекса RCA за одређени производ показују да земља има компаративне предности у извозу тог производа. Што је RCA индекс већи, то је компаративна предност одређеног производа већа. Негативан предзнак RCA индекса показује одсуство компаративне предности.

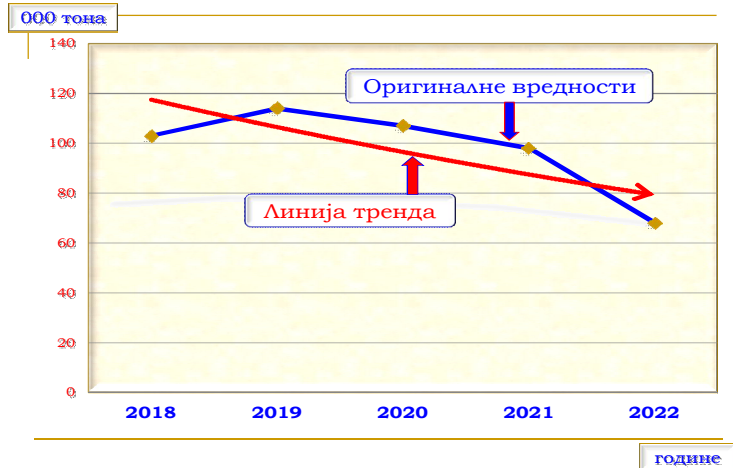
Резултати истраживања 3

Извоз замрзнуте малине из Републике Србије у истраживаном временском периоду (2018-2022) просечно је износио 98,1 хиљаду тона. У структури укупног извоза малине замрзнута малина доминира са учешћем од 97,3%, остало чини свежа малина. Производи од малине скоро се и не извозе. У структури извоза доминира категорија „роленд“ са скоро 60%, следе „гриз“ са 30%, док категорија „брух“ чини око пет посто, најмање учешће је категорије „блок“ са мање од пет посто (2022).

Извоз замрзнуте малине имао је тенденцију значајног пада по стопи од 10,13% годишње. Највећи извоз остварен је у 2019. години када је износио 114,3 хиљаде тона, док је у последњој истраживаној години дошло до значајног пада на 68 хиљада тона (графикон 1). Исти је резултат, поред осталог, смањења домаће производње и тражње на светском тржишту која је условљена глобалном пандемијом Covid 19. Један од узрока јесте и тај што малина не представља основну животну намирницу. Иностранци купци и малопродајни ланци као разлоге пада извоза наводе и промене у понашању потрошача у условима пораста инфлаторних кретања. Због високе цене замрзнуте малине, радије купују јефтиније производе, као што су миксеви воћа или замрзнуто егзотично воће.

ИЗВОЗ
ЗАМРЗНУТЕ
МАЛИНЕ ИЗ
РЕПУБЛИКЕ
СРБИЈЕ

ИЗВОЗ
ЗАМРЗНУТЕ
МАЛИНЕ ИЗ
РЕПУБЛИКЕ
СРБИЈЕ



Граф. 1. Кретање извоза замрзнуте малине из Републике Србије (000 тона)

Chart. 1. Trends in export of frozen raspberry from the Republic of Serbia (000 tons)

Продаја малине у супермаркетима широм западне Европе у 2022. години опала је за 20-30% у односу на 2020. и 2021. годину. Као главни разлог наводи се висока малопродајна цена, условљена високом откупном ценом свеже малине у прошлогодишњој берби (ПКС, 2023). Истовремено, индустријски купци који производе јогурте, џемове и сличне производе, малину све више избацују из производног програма због високе цене и замењују их јефтинијим воћем.

У међународни промет доспева више од три четвртине укупне домаће производње малине (83,1%). Република Србија један је од глобалних лидера у производњи и извозу малине (Влаховић, Радојевић, 2023).

Углавном се извози замрзнута малина или малина са релативно ниским степеном обраде. Било да се извози у свежем или смрзнутом облику представља примарни пољопривредни производ. Такви производи, према томе, имају ниску додату вредност, последично и ниску продајну (тржишну) вредност. Ова карактеристика извоза одлика је слабије развијених земаља, где се потенцијал неког сектора, у овом случају аграрног, не може на адекватан начин тржишно валоризовати (Радосављевић, 2014).

Постигнути извоз малине, превасходно зависи од обима остварене производње, квалитета производа, откупне цене малине, постојеће конкуренције на тржишту, царинске политике и сл. Република Србија производњом високо квалитетних плодова малине уз оптимално комбиновање свих инструмената маркетинг микса са посебним нагласком на цену и промоцију, не само да јача постојећу конкурентску позицију на тржишту већ врши и освајање нових тржишта (Стевановић и сар. 2006).

Један од показатеља конкурентности јесте тржишно учешће. У структури светског извоза замрзнуте малине Република Србија налази се на другом месту (иза Пољске) и учествује са 19%, док учешће у европском извозу износи 22% (2022). На глобалном тржишту Република Србија представља значајног извозника замрзнуте малине.

Радосављевић (2014) истиче да се највећа конкурентска борба између произвођача, Републике Србије и Пољске, води за тржишта Немачке, Француске, Аустрије и Белгије. Исти аутор наводи да је Пољска, уласком у Европску Унију, добила низ предности око узгоја и пласмана малине, а да највеће европске компаније прехранбене индустрије изграђују прерађивачке капацитете у овој земљи и тиме стимулишу развој производње малине.

Параушић и Симеуновић (2016) истичу да је Пољска, са становишта извозних тржишта и извозне количине смрзнуте малине, најзначајнији конкурент Србије. Пољска има јаку традицију узгоја малине и улаже велика средства у истраживање и развој нових сорти малине, што представља снажну основу да земља израсте у једног од највећих светских извозника малине. Исти аутори наводе да ову земљу карактерише велика индустријска основа за полупрераду и ниски трошкови производње малине.

Вредносно анализирано просечан извоз замрзнуте малине из Републике Србије износио је 311 милиона УС долара и имао је тенденцију пораста по просечној стопи од 13,36%, у односу на количински извоз који остварује тенденцију пада. Пораст вредносног извоза резултат је значајног раста извозних цена. У 2022. години замрзнута малина вредносно била је наш најзначајнији извозни артикал у категорији пољопривредних и прехранбених производа (РЗС, 2023). У 2021. години извоз замрзнуте малине произведене у систему органске производње износио је 34,2 милиона УС долара (<https://serbiaorganica.info/>).

Малина има високу и доходовну еластичност тражње, што значи да са повећањем дохотка потрошачи повећавају тражене количине и прелазе на бољи квалитет.

Просечна извозна цена малине из Републике Србије износила је 3,2 УС долара по килограму уз тенденцију израженог раста по стопи од 25,7% годишње. У почетној години цена је износила 2,2 УС долара по килограму да би се у 2022. години више него удвостручила и достигла је 5,5 УС долара. Остварена извозна цена малине налази се у корелацији са високим квалитетом. Поред цене, квалитет малине произведене у Србији представља значајну конкурентску предност у односу на највеће светске извознике (Влаховић и Томић, 2003). Исти може да се унапреди одговарајућим технолошким поступцима складиштења. То, пре свега, подразумева примену технологије контролисане атмосфере и ULO (*ultra low oxygen*) хладњача.

Wróblewska et al. (2019) истичу да је већа производна ефикасност српских газдинстава последица гајења високоприносне сорте Villamette и знатно топлије климе коју карактеришу дужи вегетациони периоди. Такође, виша цена српске малине на тржишту резултат је вишегодишњих унапређења узгоја, као и могућности одржавања високог квалитета плода, како током бербе, тако и после бербе (брзо хлађење).

Просечна светска извозна цена на нивоу је од 3,3 УС долара по килограму (ИТС, 2022). Цена малине на међународном тржишту зависи од квалитета, сорте, нивоа тражње, степена конкуренције, царинских баријера, захтева и преференција потрошача, начина и величине паковања и др. У наредном периоду може се очекивати пад цене малине, пре свега због значајнијег пада тражње у Сједињеним Америчким Државама и Западној Европи.

3.1. Регионална дестинација извоза

У истраживаном временском периоду највећи извоз усмерен је у земље Европске уније (81,2%). Висок степен присуства, као и конкурентност на тржишту Европске уније разлог су великог економског значаја српске малине произведене у посебним еколошким, геоморфолошким и педо-микроклиматским условима. Томе свакако доприноси и дуга традиција производње малине у Србији и дугог искуства произвођача (Кљајић и сар., 2022). Извоз је усмерен у 54 земље света. Најзначајнији извоз реализује се у

Немачку, Француску, Белгију, Велику Британију и Пољску. Наведене земље апсорбовале су две трећине укупног извоза малине из Републике Србије.

Немачка - представља најзначајније извозно тржиште на које се просечно годишње пласира 29,5 хиљада тона замрзнуте малине, што чини скоро трећину (30,1%) укупног извоза из Републике Србије (табела 1). У истраживаном временском периоду извоз у поменућу земљу значајно опада по стопи од 13,61% годишње.

Табела 1. Извоз замрзнуте малине из Републике Србије (2018-2022)
Table 1. Export of frozen raspberry from the Republic of Serbia (2018-2022)

Земља	Просечна количина (000 т)	Стопа промене (%)	Структура (%)	Просечна вредност (мил. \$)
Немачка	29.540	-13,61	30,1	88,5
Француска	19.119	-4,71	19,5	58,1
Белгија	6.611	-7,04	6,7	23,0
В. Британија	5.218	-13,02	5,3	18,1
Пољска	4.997	-18,14	5,1	14,2
Остале земље	32.655	-	33,3	108,9
Укупно	98.140	-10,13	100,0	310,9

Извор: обрачун аутора на бази <https://data.stat.gov.rs/>

Узрок значајног пада извоза јесте мања тражња за малином у супермаркетима, као и пад тражње индустрије за прераду воћа. Такође, један део малине из Републике Србије супституише се малином из Пољске и Украјине која има нижу цену у односу на малину из Републике Србије.

Посматрано вредносно извоз је просечно износио 88,5 милиона УС долара, са тенденцијом значајног пораста по стопи 9,01%. На ово је утицао пораст извозне цене. Извозна цена на тржишту Немачке била је на просечном нивоу од 2,9 УС долара по килограму.

Николић и сар. (2012) истичу да уколико произвођачи обезбеде квалитетан производ који би могао да се пласира на тржиште у септембру, када је апсорпција тржишта још интензивна, потенцијал немачког тржишта могао би да буде веома значајан за српску малину. Такође, значајнији резултати могли би се постићи у мају и јуну.

ИЗВОЗ
ЗАМРЗНУТЕ
МАЛИНЕ ИЗ
РЕПУБЛИКЕ
СРБИЈЕ

Немачка представља највећег светског увозника замрзнуте малине чији увоз износи 104 хиљаде тона и представља 20% укупног светског увоза (2021). Највећи увоз реализује се из *Пољске* (38,5%), следе Република Србија (33,6%) и Украјина (6,1%). Из поменутих земаља апсорбовано је више од три четвртине (78,2%) укупног увоза замрзнуте малине (ИТС, 2021).

Француска - налази се на другом месту у извозу малине из Републике Србије. На тржиште ове земље просечно се пласира 19,1 хиљада тона, што чини 19,5% укупног извоза малине из Републике Србије. Извоз карактерише умерени пад по годишњој стопи од 4,71% годишње. Иста је најмања у односу на остале земље. Вредност извоза износила је просечно 58,1 милион УС долара. За разлику од количинског, вредност извоза остварује значајан раст по стопи од 21,06%. Просечна извозна цена износила је 3,0 УС долара по килограму и незнатно је већа од цене која се реализује на тржишту Немачке (3,5%).

Француска представља четвртог светског увозника замрзнуте малине чији увоз износи 40 хиљада тона, што чини 7,7% укупног светског увоза (2021). Највећи увоз реализује се из *Републике Србије* (31,8%), следе Пољска (20,1%) и Белгија (8,2%). Из поменутих земаља апсорбовано је више од половине (60,1%) укупног увоза замрзнуте малине (ИТС, 2021).

На развој сектора малинарства могу утицати стратегије развоја трговачке марке за пољопривредне производе. Захтеви потрошача и структура потрошње утицаће на формирање структуре производње и различите институционалне облике канала маркетинга. Предност оваквог облика маркетинга омогућава већи извоз малине, јер иностране велепродаје промовишу свој бренд у свим тржним центрима, где се њихови производи налазе. Овај начин продаје прилика је за промоцију српског бренда малине на светском тржишту, а добар пример представља француски велетрговац "*Legave*" који наводи назив "*Малина из долине Дрине*" (Framboises de la Vallee de la Drina) на паковању (Стојановић и Радосављевић, 2013).

Белгија - извоз је просечно износио 6,6 хиљада тона што чини 6,7% укупног извоза малине из Републике Србије и сврстава Белгију на треће место међу најзначајнијим увозницима малине из Републике Србије. У истраживаном временском периоду извоз је имао тенденцију пада по просечној годишњој стопи од 7,04%. По-

сматрано вредносно извоз је просечно износио 23 милиона УС долара и остварио је значајан раст по просечној стопи од 15,35%. Извозна цена просечно је износила 3,5 УС долара по килограму и већа је од исте која је остварена у ивозу у остале највеће земље увознице малине.

Белгија представља трећег светског увозника замрзнуте малине чији увоз износи 42 хиљаде тона и представља 8,1% укупног светског увоза (2021). Највећи увоз реализује се из *Холандије* (22,8%), следе Пољска (17,1%) и Шпанија (12,4%). Из поменутих земаља апсорбовано је више од половине (52,3%) укупног увоза замрзнуте малине (ИТС, 2021). Република Србија налази се на четвртом месту у структури увоза замрзнуте малине са учешћем од 11,9%.

Велика Британија - извоз малине из Републике Србије на тржиште ове земље просечно је износио 5,2 хиљаде тона. Велика Британија апсорбовала је 5,3% просечног извоза малине из Републике Србије. У истраживаном временском периоду извоз је био релативно стабилан са тенденцијом значајног пада по стопи од 13,02% годишње. Вредност извоза на ово тржиште просечно је износила 18,1 милиона УС долара. Извозна цена просечно је износила 3,5 УС долара по килограму и на нивоу је цене која је постигнута на тржишту Белгије.

Велика Британија представља седмог светског увозника замрзнуте малине чији увоз износи 24 хиљаде тона и представља 4,6% укупног светског увоза (2021). Највећи увоз реализује се из *Републике Србије* (26,7%), следе Пољска (25,4%) и Белгија (12,1%). Из поменутих земаља апсорбовано је више од половине (64,2%) укупног увоза замрзнуте малине (ИТС, 2021).

Пољска - извоз малине на ово тржиште просечно је износио пет хиљада тона и по овом параметру налази се на петом месту извоза из Републике Србије. Пољска је апсорбовала 5,1% просечног извоза малине из Републике Србије. У истраживаном временском периоду извоз је остварио тенденцију значајног пада по стопи од 18,14% годишње. То је уједно и најзначајнији пад у односу на остале највеће увознике малине (*табела 1*). Вредност извоза на ово тржиште просечно је износила 14,2 милиона УС долара. Извозна цена просечно је износила 2,8 УС долара по килограму и најнижа је у односу на остале наведене земље.

Пољска представља петог светског увозника замрзнуте малине чији увоз износи 33 хиљаде тона и представља 6,3% укупног светског увоза (2021). Највећи увоз реализује се из *Украјине* (55,7%),

следе Република Србија (24,8%) и Немачка (2,4%). Из поменутих земаља апсорбовано је више од три четвртине (82,9%) укупног увоза замрзнуте малине (ИТС, 2021).

Оријентација извоза на Европску унију условљена је, пре свега, дефицитом ове економске групације у малини, а са друге стране релативно високим нивоом животног стандарда који омогућава значајан ниво тражње за малином као ексклузивним воћем (Кљајић и сар., 2022). Ово констатују и Параушић и Симеуновић (2016) и наводе да су земље Европске уније значајне првенствено због њиховог недостатка у малини, константне тражње и релативно високог дохотка који омогућава значајан ниво тражње за малином. Преко 90% произведених количина замрзава се и извози - у облику роленда, гриза и блокова, док се остатак продаје као свежа малина или се прерађује у концентрате малине

Структура извоза је следећа: "роленд" се највише извози у Немачку, Белгију и Француску, "гриз" у Француску и Немачку, "брух" у Немачку и Белгију, "блок" у Немачку и Француску, "оригинал" у Француску и Белгију, а преостала малина у Немачку и Аустрију.

У циљу повећања производње и извоза неопходне су следеће мере:

- *Техничко-технолошке*: повећање приноса и квалитета малине. На тај начин повећала би се и конкурентност произвођача. Свега један посто засада има противградне мреже, а тек три посто се наводњава. Још већи проблем је недостатак сертификованог садног материјала. Потребно је да се уради клонска селекција, пре свега, оних сорти које су водеће у Србији. Морају се интензивније уводити у производњу стоне сорте за употребу у свежем стању: *Туламен*, *Октавија*, *Глем емпл*, *Отон блис* и др.
- *Тржишне*: производне и извозне стимулације. Неопходни су подстицаји за производњу квалитетног садног материјала. Пошто је малина наш водећи извозни артикал потребни су и одговарајући извозни подстицаји, које могу да се спроведу јер још увек Република Србија није члан Светске трговинске организације (СТО).
- *Инвестиционе*: изградња складишта за чување малине и капацитета за прераду. Малина се мало прерађује у више фазе прераде. На тај начин добијају се производи са додатом вредношћу који могу да остваре већу извозну профитабилност.
- *Маркетиншке*: неопходна је одговарајућа, агресивнија промоција поготову када долази до опадања тражње од стране иностра-

них потрошача. На тај начин утицало би се на подизање имиџа Републике Србије на међународном тржишту.

ИЗВОЗ
ЗАМРЗНУТЕ
МАЛИНЕ ИЗ
РЕПУБЛИКЕ
СРБИЈЕ

Постоји низ мера подршке (субвенција) ресорног министарства којим је покривен тржишни ланац производње малине; почевши од примарне производње, инпута у пољопривреди (минерално ђубриво и гориво), набавке нове опреме и механизације у примарној и прерађивачкој производњи, заснивања нових површина под плантажним и матичним засадима малине, подстицаја за производу са додатом вредношћу и органском производњом, подршка у осигурању плодова, расадника и младих плантажних засада од елементарних непогода, до пласмана малине на тржишту - улагање у опрему за паковање, калибрирање, класирање и др, као и изградњу и реконструкцију складишних простора и хладњака (<http://www.minpolj.gov.rs/>).

Мора се навести да су стандарди Европске уније веома строги и ригорозни посебно у области заштите и чистоће плода малине, хигијене бербе и коришћења средстава за заштиту. То значи да се у наредном периоду о овоме мора водити строга контрола и мора много да се улаже, пре свега, у едукацију произвођача малине.

Које су шансе за извоз замрзнуте малине у наредном периоду ?

Прво, значајна шанса постоји за извоз свеже малине. Свежа малина пристиже када је вакуум на европском тржишту. У то време малина из Шпаније и осталих медитеранских земаља је већ убрана и реализована. Малина из Пољске још није сазрела, а Чиле је већ завршио бербу. И уместо да се тада извози свежа малина иста се замрзава и извози када у Пољској стиже свежа малина за бербу.

Друго, органска производња малине јесте значајна перспектива и на европском тржишту могу да се реализују значајне количине. Међутим, она за сада има високе инпуте и висока улагања, а са друге стране битно је да ли је цена органске малине избалансирана са оним колико има смањења приноса и колико треба да се у ову производњу уложи средстава (Николић, 2022).

Питање конкурентности веома је значајно за сваку земљу.

Velloso (1991) међународну конкурентност објашњава као способност земље да одржи и повећа удео националне привреде на светском тржишту остварујући међународне стандарде ефикасности, успешно искориштавање производних ресурса и квалитет производа. Наџе (1991) наводи да међународна конкурентност

земље зависи од способности да своје производе извози, ефикасно користи производне и природне ресурсе и повећа продуктивност рада.

Конкурентност се у економском смислу дефинише као способност појединца, предузећа, сектора, региона или земље да прода одређена добра и услуге на датом тржишту. Према дефиницији ОЕЦД-а, она означава способност земље да у слободним и равноправним тржишним условима произведе робу и услуге које пролазе тест међународног тржишта. Дакле, она се увек приказује тако што се мери у односу на друге учеснике на тржишту. Конкурентност је тешко мерљива и врло променљива категорија, нарочито пољопривредна, зато што на њу утиче велики број фактора, а често промена само једног фактора може да је битно промени (SEEDDEV, 2017).

Индекс конкурентности квалитетом (*Quality Competition Index-QCI*) у истраживаном временском периоду износи 1,20 што значи да квалитет замрзнуте малине представља основу за јачање конкурентске позиције на међународном тржишту. Исти у истраживаном периоду остварује незнатан пад (-0,23%), што указује на извесно смањење конкурентске предности замрзнуте малине из Републике Србије на међународном тржишту.

Индекс изражене компаративне предности (*Revealed Comparative Advantage-RCA*) има просечну вредност 1,90 што значи да замрзнута малина остварује изражену компаративну предност у извозу. Исти остварује умерени пад (-2,34%) што указује на смањење изражене компаративне предности у истраживаном периоду. Потребно је одговарајућим маркетиншким мерама утицати на елиминацију присутних негативних трендова.

Presnall i sar. (2003) наводе да ценовна конкурентност није више одређујућа извозна предност, већ су се као значајно опредељујући показали квалитативни фактори: дизајн, амбалажа, поузданост и брзина испоруке, трговинска марка ("*brand*"), способност задовољавања специфичних захтева потрошача, гарантни рокови и поштовање уговорних обавеза у пословима извоза, питање патента, увођење и коришћење, перманентно оглашавање у медијима, заступање трговинских интереса наше земље и грађење позитивног имиџа производа компанија и промоција националног идентитета.

Стојановић и Радосављевић (2013) наводе да јачање конкурентске позиције, не само на међународном, већ и на домаћем тржишту, значи подстицање развоја сродних индустрија према производњи добара која у својој структури и квалитетом задовољавају потребе потрошача. Потребно је стално развијати имиџ као уобичајени маркетиншки алат јер је овај тренд наметнут развојем међународног тржишта воћа. Исти аутори истичу да тренутна ситуација на тржишту развијених земаља показује да храна мора постати роба од поверења и мора постојати поверење у земљу порекла производа. Ово значи да када купац одабере артикал, из широког асортимана производа, не узима у обзир само специфичне физичке карактеристике производа, већ и субјективне факторе као што су утисци о земљи порекла произвођача. Ланци исхране стога могу да имају утицај не само на економски измерене трошкове и користи, већ и на друштвену, еколошку, људску и етичку димензију.

Конкурентност се може повећати сталним променама у производној и тржишној оријентацији односно дефинисањем производа према потребама и захтевима појединих сегмената иностраног тржишта.

Неопходно је повећање конкурентности замрзнуте малине, на следећи начин: унапредити квалитет малине, усмеравати произвођаче на производњу квалитетнијих сорти, спровођење маркетиншких активности у циљу јачања брэнда замрзнуте малине како би се учврстило поверење иностраних потрошача, повећање продуктивности рада у циљу смањивања трошкова производње како би се остварила ценовна конкуренција (Влаховић, Величковић, 2016).

Да би се избегло евентуално угрожавање добре позиције српске малине на светском тржишту, како наводе Вељковић и сар. (2008), потребно је спроводити континуирану анализа светског тржишта малине, заједно са праћењем следећих елемената: еластичност тражње на светском тржишту посебно развијених земаља; неочекиване промене у укусу потрошача у односу на квалитет, укус, боју, што може значајно утицати на укупну потражњу; производњу малине у другим конкурентним земљама које такође имају добар извозни потенцијал и које могу, захваљујући повољним условима производње (јефтинија радна снага итд.), остварити снабдевање светског тржишта плодовима задовољавајућег квалитета по знатно нижој цени.

Неопходна је одређена стратегија међународног маркетинга која мора да дефинише нови приступ међународном пословању који ће стимулисати проактиван уместо пасивног приступа. Један од примера представља и оснивање канцеларија за маркетинг у свим земљама купаца, као што је то урадила Влада Чилеа, које може бити једно од решења међународног маркетинга, а који би био подржан промоцијом путем свих медија и Интернета (Радосављевић, 2014).

4 Закључак

У анализираном временском периоду извоз малине из Републике Србије просечно је износио 98,1 хиљаду тона и имао је тенденцију значајног пада по стопи од 10,13% годишње. Вредносно посматрано извоз је био на просечном нивоу од 311 милиона УС долара и имао је тенденцију значајног пораста по просечној стопи од 13,36%, у односу на количински извоз који има тренд пада. Ово указује да су извозне цене имале значајан пораст. У структури светског извоза замрзнуте малине Република Србија налази се на другом месту (иза Пољске). Извоз замрзнуте малине произведене у систему органске производње износио је 34,2 милиона УС долара (2021).

Најзначајнија дестинација за извоз малине из Републике Србије је Немачка на чије тржиште се просечно извезе 29,5 хиљада тона, што чини 30% укупног извоза. Значајно тржиште, са учешћем од 19,5%, представља и Француска док су остале земље у укупном извозу појединачно партиципирале са мање од 10%. Првих пет земаља апсорбовале су 66% укупног извоза. Негативна је карактеристика да извоз у све највеће земље увознице има тенденцију релативно значајног опадања.

Просечна извозна цена малине из Републике Србије износила је 3,2 УС долара по килограму уз тенденцију значајног раста по стопи од 25,7 годишње. Извозна цена малине из Републике Србије већа је у односу на просечну светску цену, што је у корелацији са постигнутим квалитетом.

Индекси конкурентности квалитетом (*Quality Competition Index–QCI*) и изражене компаративне предности (*Revealed Comparative Advantage–RCA*) имају позитивне вредности што указује да замрзнута малина из Републике Србије има компаративне предности у извозу а високи квалитет представља основу за јачање конкурентске позиције на међународном тржишту. Међутим, ова два параметра имају тенденцију извесног опадања у истраживаном периоду.

Пошто на међународном тржишту постоји значајна конкуренција, пре свега, свеже малине из Чилеа, Пољске и Шпаније, неопходно је перманентно радити на повећању квалитета и продуктивности и примени одговарајућих маркетиншких активности у циљу постизања боље конкурентности на међународном тржишту.

Литература **5**

- Balassa, B. (1965): Trade Liberalisation among Industrial Countries, Mc Graw – Hill Book Company, New York.
- Вељковић, Б., Глишић, И., Лепосавић, А. (2008): Анализа услова производње у којима успева малина у Србији. *Acta agriculturae Serbica*, 13(25).
- Влаховић, Б., Радојевић, В. (2023): Тржиште агроиндустријских производа – специјални део, Универзитет у Новом Саду, Пољопривредни факултет, Нови Сад.
- Влаховић Б., Томић Д. (2003): Извоз малине из Србије и Црне Горе – изгледи за будућност, Економика пољопривреде, но 3. Београд.
- Влаховић, Б., Величковић, С., (2016): Компаративне предности извоза агроиндустријских производа из Републике Србије, Стање и перспективе агропривреде и села у Србији, Научно друштво економиста Србије, Монографија, Београд.
- Velloso, J. P. R. (1991): International Competitiveness and Creation of an Enabling Environment; u: Haque, I.u.l. (red.): International Competitiveness: Interaction of Public and Private Sectors, Washington, D.C.: World Bank.
- Wróblewska, W., Pawlak, J., Paszko, D. (2019): Economic aspects in the raspberry production on the example of farms from Poland, Serbia and Ukraine. *Journal of Horticultural Research*, 27(2).
- Kljajić, N., Vuković, P., Arsić, S. (2022): Raspberry production, trade and market in the Republic of Serbia. *Ekonomika*, 68 (3).
- Kljajić, N., Subić, J., Sredojević, Z. (2017): Profitability of raspberry production on holdings in the territory of Arilje. *Ekonomika пољопривреде*, 64(1).
- Nikolić, I., Miljković, M., Okiljević, M. (2012): Potentials for export of fresh raspberries from Serbia to EU fresh markets. *Индустрија*, 40 (4).
- Николић, М. (2022): Да ли органска малина може да буде будућност српске пољопривреде? <https://transformator.bos.rs/>
- Pantić, N., Cvijanović, D., Imamović, N. (2021): Economic analysis of the factors influencing the supply and demand of raspberry. *Ekonomika пољопривреде*, 68 (4).
- Paraušić, V., Simeunović, I. (2016): Market Analysis of Serbias Raspberry Sector and Cluster Development Initiatives. *Economics of Agriculture*, 63 (4).
- Presnall, A., и сар. (2003): Конкурентност пољопривреде Србије, Jefferson Institute, Народна Банка Србије, Београд.
- Радосављевић, Катица (2014): Унапређење капацитета за производњу и извоз малине из Републике Србије, Маркетинг, вол. 45, бр. 3.
- SEEDDEV (2017): Конкурентност пољопривреде Србије Референце, Министарство пољопривреде и заштите животне средине Републике Србије.
- Сарић П., Субић Ј., Рољевић С. (2009): Малина као извозни бренд Србије, Економске теме број 3 - Економски факултет Ниш
- Стојановић, Жаклина, Радосављевић, Катица (2013): Ланац снабдевања храном, конкурентност пољопривреде и индустријска политика - студија случаја производње и извоза малине из Србије, Економика предузећа, 2013, вол. 61, бр. 3- 4.

ИЗВОЗ
ЗАМРЗНУТЕ
МАЛИНЕ ИЗ
РЕПУБЛИКЕ
СРБИЈЕ

19. Стевановић, С., Милановић, М., Јанковић, М., Стевановић, С. (2006): Економика пољопривреде, Тржиште и Асортиман производа од малине у свету и Републици Србији, Пољопривредни Факултет, Нови Сад
20. Song, H., Jensen, H.H. (2014): The Competitiveness of China's Honey in Target International Markets Compared with Argentina. International Conference on Mechatronics, Electronic, Industrial and Control Engineering (MEIC 2014).
21. Haque, I. (1991): International Competitiveness: Interaction of Public and Private Sectors, u: Haque, I.ul. (red.): International Competitiveness: Interaction of Public and Private Sectors, Washington, D.C.: World Bank.
22. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/tipsex20> (приступљено јануар 2023).
23. <http://www.intracen.org/> (приступљено фебруар 2023).
24. <https://data.stat.gov.rs/> (приступљено фебруар 2023).
25. <https://biznis.telegraf.rs/agro-biz/-maline-u-parizu> (приступљено фебруар 2023).
26. http://www.kzk.gov.rs/kzk/wp-content/uploads/2018/01/Analiza-trzista-malina_2017.godine.pdf (приступљено фебруар 2023).
27. <http://www.minpolj.gov.rs//Bilansi/> (приступљено фебруар 2023).
28. <https://serbiaorganica.info/saopstenje-izvoz-organskih-proizvoda-2021/> (приступљено март 2023).
29. <https://www.stat.gov.rs/> (приступљено март 2023).
30. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/tipsex20> (приступљено март 2023).

Рад је настао као резултат истраживања у оквиру уговора о реализацији и финансирању научноистраживачког рада у 2023. години између Пољопривредног факултета у Новом Саду и Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије, евиденциони број уговора: 451-03-47/2023-01/ 200117.

Рад је део истраживања финансираних од стране МНТР РС и дефинисаних уговором бр. 451-03-47/2023-01/200009 од 03.02.2023.

Primljen/Received: 20.02.2023.

Prihvaćen/Accepted: 25.02.2023.