



# ***ANALIZA VREDNOSNIH LANACA U JUŽNOJ SRBIJI***

- *Jagode*
- *Maline*
- *Kupine*
- *Borovnica*
- *Trešnje*
- *Višnje*
- *Šljive*
- *Šumsko voće*

**2012**

**Autori:**

Ljubomir Dimovski, EPICENTAR Internacional

Vesna Garvanlieva, EPICENTAR Internacional

Stevan Orozović, EPICENTAR Internacional

Branimir Dimitriević, EPICENTAR Internacional – Spoljni savetnik

Biljana Stanković, Centar za razvoj Pčinjskog i Jablaničkog okruga

Dobriła Sudimac Mratinković, Centar za razvoj Pčinjskog i Jablaničkog okruga

Bojan Petković, Centar za razvoj Pčinjskog i Jablaničkog okruga

Milan Živković, Centar za razvoj Pčinjskog i Jablaničkog okruga



## SADRŽAJ

1.	REZIME PROJEKTA .....	10
2.	PREPORUKE PROGRAMU KOŠTIČAVOG I JAGODIČASTOG VOĆA.....	12
3.	CILJEVI I METODOLOGIJE .....	15
4.	UVOD I PREDSTAVLJANJE .....	18
5.	PREGLED STRUKTURE DOMAĆINSTAVA.....	20
6.	GLAVNI NALAZI ANALIZE VREDNOSNIH LANACA FRUITS & BERRIES PROGRAM-A .....	23
7.	VREDNOSNI LANAC MALINA .....	34
7.1.	Trendovi u proizvodnji.....	34
7.2.	Spoljna trgovina i tržišta .....	35
7.2.1.	Domaća i industrijska upotreba .....	35
7.2.2.	Izvozne i uvozne količine i vrednost.....	36
7.2.3.	Potražnja i ponuda sorti.....	39
7.2.4.	Konkurencija.....	39
7.3.	Struktura vrednosnog lanca i glavni učesnici .....	40
7.3.1.	Direktni učesnici vrednosnog lanca.....	40
7.3.2.	Karakteristike potražnje i ponude .....	42
8.	VREDNOSNI LANAC JAGODE .....	45
8.1.	Trendovi u proizvodnji.....	45
8.2.	Spoljna trgovina i tržišta .....	46
8.2.1.	Domaća i industrijska potrošnja .....	46
8.2.2.	Izvozne i uvozne količine i cene .....	47
8.2.3.	Potražnja i ponuda sorti.....	49
8.2.4.	Konkurencija.....	49
8.3.	Struktura VL i glavni učesnici .....	50
8.3.1.	Direktni učesnici VL .....	50
8.3.2.	Osobine potražnje i ponude .....	52
9.	VREDNOSNI LANAC VIŠNJE I TREŠNJE .....	55
9.1.	Proizvodni trendovi .....	55
9.2.	Spoljna trgovina i tržišta .....	57
9.2.1.	Domaća i industrijska potrošnja .....	57
9.2.2.	Izvozne i uvozne količine i vrednost.....	58
9.2.3.	Ponuda i potražnja sorti.....	60

9.2.4.	Konkurencija.....	60
9.3.	Struktura VL-a i glavni učesnici .....	61
9.3.1.	Direktni učesnici VL-a .....	61
9.3.2.	Karakteristike ponude i potražnje .....	64
10.	VREDNOSNI LANAC KUPINA.....	68
10.1.	Trendovi u proizvodnji.....	68
10.2.	Spoljašnja trgovina i tržišta .....	69
10.2.1.	Domaća i industrijska potrošnja .....	69
10.2.2.	Izvozne i uvozne količine i vrednost.....	70
10.2.3.	Ponuda i potražnja sorti .....	73
10.2.4.	Konkurencija.....	73
10.3.	Struktura VL-a i glavni učesnici .....	74
10.3.1.	Direktni učesnici VL-a .....	74
10.3.2.	Karakteristike ponude i potražnje .....	76
11.	VREDNOSNI LANAC ŠLJIVA .....	79
11.1.	Trendovi u proizvodnji.....	79
11.2.	Spoljna trgovina i tržišta .....	80
11.2.1.	Domaća i industrijska potrošnja .....	80
11.2.2.	Ponuda i potražnja sorti.....	83
11.2.3.	Konkurencija.....	83
11.3.	Struktura VL-a i glavni učesnici .....	84
11.3.1.	Direktni učesnici VL-a .....	84
11.3.2.	Karakteristike ponude i potražnje .....	86
12.	VREDNOSNI LANAC BOROVNICA.....	89
12.1.	Trendovi u proizvodnji.....	89
12.2.	Spoljna trgovina i tržišta .....	89
12.2.1.	Izvozne i uvozne količine i vrednost.....	89
12.2.2.	Sorte ponude i potražnje .....	91
12.2.3.	Konkurencija.....	91
12.3.	Struktura VL-a i glavni učesnici .....	91
12.3.1.	Direktni učesnici VL-a .....	91
12.3.2.	Karakteristike potražnje i ponude .....	93
13.	VREDNOSNI LANAC ŠUMSKOG VOĆA .....	96
13.1.	Trendovi u sakupljanju .....	96



14. PODRŠKA /INDIREKTNI UČESNICI VL-a.....	102
15. GLAVNI PROBLEMI I PREPORUKE.....	111
Lista referenci i izvora .....	128
Apendiks.....	129
Slika 1 Proizvodnja malina .....	34
Slika 2 Prinos malina .....	34
Slika 3 Procenjena potrošnja malina.....	35
Slika 4 Izvozne/uvozne vrednosti i količine svežih malina .....	36
Slika 5 Izvozna količina svežih malina mesečno.....	37
Slika 6 Izvozne vrednosti po zemljama .....	38
Slika 7 Nedeljna prosečna veleprodajna cena malina .....	42
Slika 8 Nedeljna prosečna maloprodajna cena malina .....	43
Slika 9 Proizvodnja jagoda .....	45
Slika 10 Prinos jagoda .....	45
Slika 11 Procenjena potrošnja jagoda.....	46
Slika 12 Izvozne/uvozne vrednosti i količine svežih jagoda .....	47
Slika 13 Izvozne količine svežih jagoda po mesecima.....	48
Slika 14 Izvozne vrednosti po zemljama .....	49
Slika 15 Prosečna nedeljna veleprodajna cena jagoda .....	52
Slika 16 Nedeljna prosečna maloprodajna cena jagoda .....	53
Slika 17 Proizvodnja višanja .....	55
Slika 18 Prinos višanja .....	55
Slika 19 Proizvodnja trešanja .....	56
Slika 20 Prinosi trešanja .....	56
Slika 21 Izvozne/uvozne količine i vrednosti svežih trešanja (u tonama).....	58
Slika 22 Prosečna izvozna/uvozna cena svežeg voća.....	59
Slika 23 Izvoz po zemljama.....	59
Slika 24 Izvozne količine svežeg voća po mesecima .....	60
Slika 25 Prosečna nedeljna veleprodajna cena višanja.....	64
Slika 26 Prosečna nedeljna maloprodajna cena višanja .....	65
Slika 27 Prosečna nedeljna veleprodajna cena trešanja .....	66
Slika 28 Prosečne nedeljne maloprodajne cene trešanja .....	66
Slika 29 Proizvodnja kupina i ostalog voća .....	68
Slika 30 Prinos kupina i drugog jagodičastog voća .....	69
Slika 31 Obrane površine drugog jagodičastog voća .....	69
Slika 32 Procenjena potrošnja kupina i drugog jagodičastog voća .....	70
Slika 33 Izvozne/uvozne vrednosti i količine svežih kupina.....	71
Slika 34 Prosečne cene vrednosti izvoza/uvoza svežeg jagodičastog voća .....	72
Slika 35 Izvozne količine svežih kupina i drugog voća po mesecima .....	72
Slika 36 Izvoz po zemljama.....	73
Slika 37 Nedeljna prosečna veleprodajna cena kupina .....	76
Slika 38 Nedeljna prosečna maloprodajna cena kupina .....	77

Slika 39 Proizvodnja šljiva .....	79
Slika 40 Prinosi šljiva .....	80
Slika 41 Procenjena potrošnja šljiva.....	80
Slika 42 Izvozna /uvozna vrednost i količina svežih šljiva .....	81
Slika 43 Količina uvoza svežih šljiva .....	82
Slika 44 Količina izvoza svežih šljiva .....	82
Slika 45 Izvoz po zemljama.....	83
Slika 46 Nedeljna prosečna veleprodajna cena šljiva .....	86
Slika 47 Nedeljna prosečna maloprodajna cena šljiva.....	87
Slika 47 Izvozna/uvozna vrednost i količina svežih borovnica.....	89
Slika 49 Izvozna/uvozna prosečna jedinična cena borovnica .....	90
Slika 50 Nedeljna prosečna veleprodajna cena borovnica .....	94
Slika 51 Nedeljna prosečna maloprodajna cena borovnica.....	94
Tabela 1 Preliminarni podaci, popis stanovništva 2011, <a href="http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/">http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/</a> .....	18
Tabela 2 Svetska banka, 2012, <a href="http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD">http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD</a> .....	18
Tabela 3 BDP po glavi u US\$ u 2010, <a href="http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/">http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/</a> .....	19
Tabela 4 Procenjena potrošnja u Srbiji .....	57
Tabela 5 Izvoz borovnica po zemljama .....	90
Tabela 6 Uvoz borovnica po zemljama .....	90
Tabela 7 <b>Sakupljački kalendar</b> .....	97



## Spisak skraćenica

<b>VL</b>	Vrednosni lanac
<b>MAB</b>	Medicinsko i aromatično bilje
<b>F&amp;B</b>	The Fruits & Berries Program
<b>GlobalGAP</b>	Global Good Agricultural Practices - Globalna dobra praksa u agrarnoj proizvodnji
<b>EU IPARD</b>	European Union Pre-Accession Agriculture Rural Development Funds – Pretpristupni poljoprivredni fondovi Evropske Unije za ruralni razvoj
<b>FGD</b>	Focus Group Discussion – Forum fokusne grupe
<b>IQF</b>	Individual Quick Frozen – Individualno brzo zamrzavanje
<b>EU</b>	Europska Unija
<b>UAE</b>	Ujedinjeni Arapski Emirati
<b>BDP</b>	Bruto domaci proizvod
<b>USD</b>	Američki dollar
<b>EUR</b>	Evro
<b>RSD</b>	Srpski dinar
<b>HACCP</b>	Hazard Analysis and Critical Control Point – analiza rizika i kritične kontrolne tačke
<b>ISO</b>	International Organization for Standardization – Međunarodna organizacija za standardizaciju
<b>BRC</b>	British Retail Consortium Standard – Britanska komora maloprodaje
<b>IFS</b>	International Food Standard – Međunarodni standard kvaliteta i bezbednosti hrane
<b>WHO</b>	Svetska zdravstvena organizacija
<b>GACP</b>	Good Agricultural and Collection Practice – dobra poljoprivredna i sakupljačka praksa
<b>MAFWE</b>	Ministry of Agriculture, Trade, Forestry and Water Economy - Ministarstvo poljoprivrede, trgovine, šumarstva i vodoprivrede

**Izjava o odgovornosti:** Ovu studiju je napisala ugovorna strana (Centar za razvoj Jablaničkog i Pčinjskog okruga u saradnji sa EPI Centar Internacional-om) i predstavlja stavove autora o tom pitanju. Ovi stavovi ne moraju nužno predstavljati bilo koju zvaničnu izjavu ili politiku Fruits and Berries Program-a, „Susedskog programa Ministarstva inostranih poslova Danske“ i ne treba se shvatiti kao konstatacija njihovih stavova.



Centar za razvoj Jablaničkog i Pčinjskog okruga-u daljnjem tekstu: Centar ([www.centarzarazvoj.org](http://www.centarzarazvoj.org)) je akreditovana Regionalna razvojna agencija registrovana kao društvo s ograničenom odgovornošću, neprofitna organizacija, a osnovana je u novembru 2006, s ciljem podsticanja dugoročnog ekonomskog i socijalnog razvoja te oblasti.

Sedište Centra se nalazi u Leskovcu; Centar održava aktivnu prisutnost u svim opštinama južne Srbije kroz projekte i druge tekuće aktivnosti.

Glavna područja aktivnosti Centra su:

- Regionalni i opštinski razvoj na održivom nivou: podržavanje planiranja regionalnog razvoja, priprema opštinskih strateških planova, pravljenje projekata, razvoj, implementacija, monitoring i evaluacija, regionalni razvoj, ruralni razvoj itd.;
- Razvoj opštinskih kapaciteta: uključujući i jačanja sposobnosti organizacija uključujući i javni sektor, poboljšanje rada, obuka i edukacija, razvoj finansijskog upravljanja i operativnih sistema;
- razvoj privatnog sektora: uključujući i izgradnju kapaciteta klaster inicijativa, podrška razvoju privatnog sektora i jačanje javno-privatnog partnerstva na lokalnom i regionalnom nivou;
- Organizacija i upravljanje: dijagnoza poslovne ili upravne organizacije i poslovanja, programi reorganizacije i razvoja, informacioni sistemi, baze podataka, revizorski postupci, privatizacija;
- Upravljanje ljudskim resursima i obuka: analiza potreba za obukom, organizacija programa obuke, slanje na obuku, pomoć centrima za obuku, održavanje programa obuke, klasifikacija i ocena osoblja, sistemi usmerenja.

Kroz rad na nizu projekata i aktivnosti u južnoj Srbiji, naše iskustvo obuhvata primenu najnovijih praksi, procedura i propisa EU-e i UN-a, kao i one od bilateralnih donatora kao što su Austrijska razvojna saradnja (ADA) i Svetska banka .





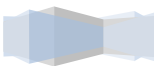
EPI Centar International ([www.epicentar.com.mk](http://www.epicentar.com.mk)) je konsultantska firma, koja pruža konsultantske usluge i stručnu pomoć kako bi ojačala kapacitete pojedinaca, privatnih preduzeća i lokalnih zajednica, u postizanju većih finansijskih rezultata.

Usluge koje pružamo su:

- Podrška u izradi i sprovođenju tržišnih / sektorskih / proizvodnih specifičnih analiza i istraživanja, planovi i / ili druga strateška dokumenta koji su bitni za uspeh jedne organizacije;
- Planiranje, sprovođenje upravljanja i nadzora i procena donatorskih i / ili agencijski finansiranih projekata;
- Pomoć u pronalaženju odgovarajućih poslovnih partnera u Makedoniji i poslovnog zastupanja u zemlji;

Promena na bolje je sastavni deo našeg rada, a ostvaruje se kroz proces podizanja svesti ljudi, pristup sa ciljem izgradnje kapaciteta i direktno delovanje u zajednici.

Naš krajnji cilj je postati pouzdan "partner izbora" za sprovođenje donatorski i / ili agencijski finansiranih projekata.



## 1. REZIME PROJEKTA

Analiza vrednosnog lanca (VL) sektora koštičavog i jagodičastog u južnoj Srbiji predstavlja sveobuhvatan pregled i detaljnu analizu veza VL-a, što je rezultiralo kategorizacijom brojnih pitanja i nalaza, kao i specifičnim i opštim preporukama Fruits & Berries Program-u koji je deo Susedskog Programa, Ministarstva inostranih poslova Danske.

Analiza VL-a obuhvata 8 specifičnih područja proizvoda koja su analizirana koristeći raspoložive statističke podatke i studije i dodatno dopunjena i učvršćena podacima terenskih istraživanja koja je sproveo EPICENTAR. Podaci sa terenskih istraživanja su prikupljeni iz niza anketa obavljenih sa 609 primarnih proizvođača / sakupljača i većinom važnih procesnih kapaciteta na jugu Srbije kao i na samim terenskim istraživanjima. VL analiza, imajući u vidu dostupno vreme i resurse, pokušala je da analizira učinak 8 područja proizvoda od samog početka procesa sa početnim troškovima uzetim u obzir, preko proizvodnje, perioda posle berbe, prerade i marketinga proizvoda do krajnjeg kupca.

Svi zaključci, preporuke i predložene mere u ovom dokumentu su rezultat podataka terenskih ispitivanja kombinovanih sa zaključcima donetim tokom diskusija fokusne grupe. U svim fazama istraživanja relevantni učesnici VL-a, kao što su proizvođači, prerađivači, pružaoci daljih usluga, opštinski predstavnici, donatori i projektna tela su bili posebno ciljani i uključeni. Samu studiju su vodile akreditovane agencije za regionalni razvoj, Centar za razvoj Jablaničkog i Pčinjskog okruga.

Južna Srbija, u poređenju sa nacionalnim prosekom, znatno je manje razvijena, u opštem društveno-ekonomskom smislu a posebno u poljoprivredi / agrobiznis sektoru. BDP po stanovniku je za 26% niži od državnog proseka, dok je stopa nezaposlenosti 26,60%, i najviša je u zemlji (nacionalni prosek iznosi 22.20%).

Međutim, sa više od 50% stanovništva regiona koje živi u ruralnim područjima i zahvaljujući povoljnim klimatskim uslovima, poljoprivredne mogućnosti, naročito u pogledu koštičavog i jagodičastog voća, značajne su. Specifični i tržišno orijentisan pristup u vrednosnom lancu svih 8 proizvoda može povećati učinak agrobiznisa i poboljšati ukupnu socio-ekonomsku situaciju regiona.

Analiza VL-a je utvrdila određene probleme i izazove u vrednosnim lancima koštičavog i jagodičastog voća koje treba uzeti u obzir za budući razvoj sektora.

Na **ulaznom nivou** osnovna briga je sadni materijal neodgovarajućeg kvaliteta koji je uglavnom nesertifikovan i niskog kvaliteta. Osim toga, smanjeni prinosi umanjuju konkurentnost konačnog proizvoda. Povećanje ulaznih troškova u poslednjih nekoliko godina preopterećuje troškove proizvodnje. U mnogim slučajevima, zbog tih visokih ulaznih troškova, proizvođači retko koriste kvalitetan sadni materijal, a time je i ukupan kvalitet proizvoda smanjen.

To je posebno važno što se tiče **proizvodnje**, s obzirom da su većina njih mali poljoprivredni proizvođači. Rezultat toga je iskomadana i raznolika proizvodnja, a što opet dovodi do viših troškova po proizvođaču nego što su troškovi većih poljoprivrednih gazdinstava specijalizovane proizvodnje. Prosečna veličina imanja u vlasništvu jednog domaćinstva često nije prilagođena modernoj komercijalnoj proizvodnji zbog fizičkih prepreka u korišćenju mehanizacije i organizaciji daljih ujednačenih, standardizovanih metoda proizvodnje.

Zadruga i proizvođačkih organizacija gotovo da nema iako je za njima potreba neophodna pogotovo ako se uzme u obzir da svojim aktivnim i odgovarajućim učesćem mogu da pomognu integraciju na horizontalnom nivou, a time i poboljšaju ukupnu efikasnost proizvodnje.

Primarni proizvođači ne obraćaju pažnju na poslove **nakon berbe**, kao što su čišćenje i kalibracija, a većina tih poslova je ostavljena da bude obavljena prilikom prerade. Za to nedostaje odgovarajuća oprema, a ulaganje u takvu opremu je preskupo za bilo koje pojedinačno domaćinstvo. Povećanjem broja kupaca i otkupnih stanica u blizini velikih urbanih centara nastaju dodatne teškoće u transportu i prodaji tokom otkupne sezone za pretežno seoske proizvođače. Preko potrebno je formiranje zadruga i zajedničkog organizovanja jednostavne opreme za period nakon berbe kao i odgovarajućih poslova nakon berbe kako bi se pospešio razvoj vrednosnih lanca. Nažalost, većina proizvođača je retko svesna činjenice da bi odgovarajući poslovi nakon berbe mogli da povećaju otkupne cene i kao takvima često im nedostaje shvatanje važnosti razvijanja takve prakse.

**Preradu** uglavnom organizuju male firme, koje su još uvek u razvoju i postupno preuzimaju položaj lokalnih lidera u područjima pojedinih proizvoda. Te firme su od ključne važnosti za VL koštičavog i jagodičastog voća u južnoj Srbiji. Vrlo je bitno podržati njihov razvoj, jer razvoj tih malih firmi za preradu jedini način da dođe do rasta sektora agrobiznisa u regionu i da se tako osigura dugoročna zdrava ekonomija regiona. Tim firmama su preko potrebni odgovarajući i jeftini finansijski instrumenti koji bi mogli da zadovolje njihove razvojne potrebe i omoguće im buduću poslovnu ekspanziju. Dalje usavršavanje zaposlenih u tehnologiji prerade, standardizacija sigurnosti hrane i razvoj novih proizvodnih sektora su osnov za njihovo potencijalno mesto na izvoznom tržištu.

S **marketinške** tačke gledišta, većina prerađivačkih firmi prodaje na domaćem tržištu i rade kao podgovarači za velike nacionalne firme. Njima trenutno nedostaje kako potrebno znanje tako i resursi da bi direktno ušli na izvozna tržišta. Potreba za podrškom u ovom području je značajna, jer utiče ne samo na njihovu konkurentnost na tržištu, već pruža direktan prodor na tržište. To će poboljšati sve VL veze i omogućiti preraspodelu viših margina svih učesnika VL-a, a posebno proizvođača.

**Indirektna potpora** sektoru nije sistematična niti je odgovarajuća sadašnjim potrebama. Postojeće subvencije podržavaju sektorski razvoj, ali ne poseduju odgovarajuće mehanizme i modele za jačanje ukupne proizvodnje, odnosno za poboljšanje produktivnosti i konkurentnosti. Pružaoci savetodavnih usluga nisu u stanju da pruže savete o novim proizvodnim tehnologijama koje se pojavljuju kao posledica tržišnih trendova. Opštine na lokalnom nivou, iako svesne važnosti poljoprivrednog sektora, gotovo da nemaju mehanizme kojima bi pratile razvoj sektora i poboljšale povezanost učesnika VL-a. Opštine u ovom trenutku nisu u mogućnosti da odgovore odmah na potrebe poljoprivrednih proizvođača i ograničene su u pružanju podrške u skladu s svojim sposobnostima. Dalje umrežavanje u tom smislu je neophodno za razvoj svih 8 vrednosnih lanca Fruits & Berries Program-a u južnoj Srbiji.



## 2. PREPORUKE PROGRAMU KOŠTIČAVOG I JAGODIČASTOG VOĆA

Pregled vrednosnih lanaca koštičavog i bobičastog voća je mogao da identifikuje nekoliko ključnih nalaza u okviru 8 ciljnih oblasti proizvoda Fruits & Berries programa.

Regionalni razvoj je trenutno u stanju mirovanja. Prvenstveno zbog propadanja i raspada tradicionalno dominantnih državnih firmi, procenjuje se da je u poslednjih pet godina izgubljeno 30.000 tona skladišnog kapaciteta. Trenutno izuzetno slab razvoj privatnog sektora jednostavno ne može da ispuni ovu prazninu, nedostaju finansije, stručnost i znanje, uprkos najboljoj volji. To zauzvrat stvara začarani krug propadanja proizvoda visokog kvaliteta jer prerađivački kapaciteti jednostavno ne postoje. Stoga postoji vrlo realna opasnost da se tradicija gajenja ovih proizvoda vrhunskog kvaliteta nepovratno izgubi u ovoj regiji, jer proizvođači ne vide dugoročnu budućnost u gajenju ovih kultura. Ova regionalna slabost je iskorišćena, jer proizvođači centralnog i zapadnog regiona zemlje masovno otkupljuju lokalne proizvode po niskim cenama, koje onda prerađuju u svojim centrima i prodaju te proizvode sa dodatom vrednošću izvan lokalnih VL-a. Potreba za rešavanjem ovoga je alarmantna, obzirom da je potpuno propadanje moguće, a posledice toga bi bile katastrofalne za region.

Važnost u očuvanju i zadržavanju kvaliteta proizvoda, u tradicionalnim VL-ima, identifikovana je kroz studiju i to bi trebalo da bude osnovni fokus ulaganja u regionu. Dalje ulaganje treba da bude usmereno na pomaganje razvoja VL-a šumskog voća, gde je izvozno tržište identifikovano kao rastući sektor.

Studija je takođe identifikovala vrednosne lance trešnje i kupine kao sektore jakog ekonomskog rasta. Kombinacija klime i znanja na nivou proizvodnje su idealno pogodni za gajenje vrhunskog proizvoda. Uz odgovarajuća ulaganja u razvoj relevantnih vrednosnih lanaca ovi sektori bi mogli postati pokretači dinamike rasta regiona, a time poboljšati ekonomiju u celini. Studija kao takva daje sledeće preporuke koje se smatraju ključnim za neposredni i dugoročni uspeh ne samo u sektoru koštičavog i jagodičastog voća, veći i za dugoročni ekonomski prosperitet regiona u celini.

Kao takvim se savetuje i preporučuje sledeće:

- Pružanje podrške daljem razvoju vrednosnih lanca šumskog voća, uključujući prikupljanje i preradu divljih pečuraka. Lanac nije dovoljno razvijen, ali uz podršku zadruga, edukaciju i razvoj osnovne infrastrukture za transport ima mogućnost da osigura stalnu zaposlenost u regionu;
- Proširenje podrške MAB-u (sektor medicinskog i aromatičnog bilja). Ovaj region je posebno identifikovan kao vrednosni lanac od velikog značaja jer nudi stalnu zaposlenost u ruralnim područjima kao i da ima ogroman izvozni potencijal zbog izuzetnog kvaliteta i vrsta proizvoda unutar mikroklimе;



- Edukaciju sakupljača šumskih plodova, pečuraka i lekovitog i aromatičnog bilja po uzoru na dobru sakupljačku praksu divljih plodova i biljaka. Identifikovana je dugoročna održivost ovog sektora i od velike je važnosti da se održiva berba šumskih proizvoda shvati u ranoj fazi;
- Podršku organskom sertifikovanju pojedinih proizvoda sakupljenih u divljini u posebnim oblastima. To treba shvatiti kao osnovni zahtev proizvođača za ulazak na strana tržišta;
- Dalji razvoj i ciljana podrška u vrednosnim lancima trešnje i kupine. Ovo voće je posebno identifikovano zbog svog vrhunskog kvaliteta i tradicionalne proizvodnje u ovom regionu. Proizvodi trešnje i kupine kako u svežem tako i u prerađenom obliku imaju značajan izvozni potencijal, a identifikovani su posebno zbog svog tržišnog potencijala kako na domaćem tako i na izvoznim tržištima. Razvoj ove proizvodnje će pomoći ukupni razvoj sektora koštičavog i jagodičastog voća kao celinine na područjima koja su predmet ove studije
- Pomoć domaćim rasadnicima u poboljšanju njihovih kapaciteta za razvoj proizvodnje kvalitetnog sertifikovanog sadnog materijala traženih visoko rodni sorti. Razvoj novih sorti koje daju više prinose je od kritične važnosti za proizvođače a pomaganjem domaćim rasadnicima unapređuju se lokalna stručnost i znanje;
- Jačanje kapaciteta edukacije i postepena tehnička pomoć proizvođačima u razvoju intenzivne proizvodnje visoke gustine i proizvodnju sorti koje daju više prinose i za kojima postoji veća potražnja. Bila bi važna šema subvencija na bazi demonstracionih parcela, posebno vrednosnog lanca jagoda;
- Podršku uvođenju i ugradnji systema za navodnjavanje kao i sistema za zaštitu od grada. Ovi sistemi su trenutno nedovoljno razvijeni i kako većina proizvoda nije osigurana, razvoj odgovarajućih preduslova za prikupljanje klimatskih karakteristike je ključni prioritet;
- Podršku proizvođačima u uvođenju i primeni Global GAP standarda (standard Globalne dobre prakse u agrarnoj proizvodnji) u proizvodnji određenih sorti. Važnost ovih standarda za konkurentnost na izvoznom tržištu nije shvaćena i tome treba posvetiti pažnju;
- Podršku osnivanju odgovarajućih otkupnih stanica voća u udaljenim područjima kako bi se očuvao kvalitet proizvoda i izbeglo propadanje. Ovo se može lako postići investicijama u statične ili čak pokretne otkupne stanice koje mogu poslužiti očuvanju kvaliteta proizvoda odmah nakon berbe;
- Podršku osnivanju sistema stanica sa rashladnim kapacitetima, kao što su prostorije za čuvanje pre zamrzavanja, rashladne transportne metode, stanice sa frižiderima za skladištenje proizvoda, i uopšte ulaganje u razvoj kapaciteta za zamrzavanje;
- Pomoć u razvoju funkcionalnih proizvođačkih organizacija kroz razvoj njihovih sposobnosti u upravljanju, uspostavljanju marketinških veza i efikasnijih horizontalnih veza. Zajednička organizacija jednostavne opreme koja se koristi posle berbe kao i odgovarajući prakse nakon berbe ključni su u poboljšanju otkupne cene za proizvođače;
- Razvoj šeme subvencija za posebnu opremu / sredstva zavisno od vrednosnog lanca koji će omogućiti veću efikasnost u proizvodnji, a time i konkurentnost finalnog proizvoda;



- Izgradnju kapaciteta prerađivačkih centara omogućiće efikasno konkurisanje i pripremu za korišćenje sredstava IPARD fondova Evropske Unije za bolji pristup finansijama;
- Podršku u procesu uspostavljanja direktnih marketinških veza sa izvoznim tržištima kroz učešće na sajmovima kao i organizaciju određenih poseta u cilju obuke međunarodno dokazanim visoko cenjenim proizvođačima / prerađivačima;
- Podrška u izradi određene analize proizvoda i tržišta za alternativna tržišta za razvoj proizvodnje u regiji juga Srbije;
- Podršku razvoju svesti i mogućnosti kada je u pitanju oprema za sortiranje, kalibraciju i pakovanje nakon berbe. Pomoć u razvoju infrastrukture za dodavanje vrednosti proizvodu je ključna u dodavanju vrednosti proizvodu kao i u pomaganju u dužem očuvanju kvaliteta proizvoda;
- Podršku daljem razvoju kapaciteta hladnjača sa odgovarajućim objektima za duboko zamrzavanje (IQF ili tunele). Nakon berbe veliki procenat useva propada i istruli tako da je izgradnja kapaciteta sa prenosnim rashladnim komorama u celom regionu ključna;



### 3. CILJEVI I METODOLOGIJE

Fruits & Berries Program ima za cilj poboljšanje produktivnosti i kvaliteta unutar sektora koštičavog i jagodičastog voća, s posebnim pažnjom usmerenom na pomoć proširenju usluga i ukupne sposobnosti proizvođača, izgradnji kapaciteta među proizvođačima, tržišnim inicijativama kao i na pomoć dugoročnom poboljšanju upravljanja, istraživanja i kontrole nakon berbe.

Fruits & Berries Program je angažovao Centar za razvoj Jablaničkog i Pčinjskog okruga da sprovede istraživanje 8 vrednosnih lanaca: malina, višanja, trešanja, jagoda, borovnica, kupina, šljiva i šumskog voća.

Cilj istraživanja bio je da se da prikaz stvarnog stanja vrednosnih lanaca koji bi pružio:

1. Pregled proizvodnih trendova u poslednjih deset godina na državnom i regionalnom nivou
2. Analizu spoljnje trgovine i izvoznih tržišta na državnom nivou, uključujući izvozno-uvozne količine i vrednosti, potražnju i ponudu sorti, konkurenciju
3. Opis učesnika VL-a kao i analizu odnosa vrednosnih lanca
4. Ključne nalaze koji naglašavaju prednosti, slabosti, mogućnosti i opasnosti u svakom od ciljanih VL-a
5. Preporuke za poboljšanje učinka VL-a

Raspoloživi podaci treba da posluže Fruits & Berries Programu kao:

6. Osnovna studija za ciljne VL, uključujući glavne parametre
7. Temeljni dokument za definisanje najprikladnijeg mehanizma podrške kako bi se povećao uticaj programa
8. Sredstvo u omogućavanju preporuka za buduće aktivnosti i podsticajne mera za poboljšanje odnosa VL-a

U razdoblju od oktobra 2011. godine do januara 2012. godine zadatak su obavili **Centar za razvoj Jablaničkog i Pčinjskog okruga** i podgovorna strana **EPICENTAR Internacional** kombinujući postojeće podatke, tzv. desk istraživanja i terenska istraživanja.

**Desk istraživanja** se bave prikupljanjem i sistematizacijom svih dostupnih kvantitativnih i kvalitativnih podataka primenom proverenih izvora informacija, kao što su: službene statistike, pripremljene / objavljene strategije i programi, zakonska i podzakonska akta relevantna za ciljne VL. Opseg podataka je i na državnom i na lokalnom nivou i odnosi se na opšti poljoprivredni razvoj, kao i na razvoj specifičnih pod-sektora. Za ovu svrhu prikupljeni podaci pokrivaju relevantne informacije kao što su proizvodne količine, vrednosti, sorte, geografske lokacije, broj zasađenih hektara, podaci za period od najmanje deset godina o domaćem izvozu i uvozu.

Naime, proces istraživanja desk podataka uključio je:

- Prikupljanje relevantnih statističkih podataka o državnom i regionalnom nivou u Srbiji i na jugu Srbije koji se odnose na poljoprivredu i agrobiznis statistiku o proizvedenim količinama, vrednosti, prinosima, izvozu-uvozu kao trendovima u poslednjih deset godina. Izvori su bili: Zavod za statistiku,



Ministarstvo poljoprivrede, trgovine, šumarstva i seoskog razvoja, regionalne agencije i opštinske uprave u datoj oblasti

- Prikupljanje i pregled pripremljenih / objavljenih strategija i programa na državnim, regionalnim i lokalnim nivoima, a koji se odnose na za razvoj poljoprivrede u celini, pokrivajući različite sektore, kao i analize/razvoj specifičnih područja i / ili sektora. Izvori su bili: donatori i Uprave projekata u regionu
- Prikupljanje i pregled makroekonomskih podataka za region, uključujući najvažnije izvozne podsektore, nivoe zapošljavanja, BDP po stanovniku i sl. Izvor informacija je bio Državni zavod za statistiku

**Istraživanja na terenu** donela su podatke koji su samo tako mogli biti dobijeni a prikupljeni su putem anketa s relevantnim učesnicima određenih vrednosnih lanaca, uključujući proizvođače (domaćinstva i firme), pogone za preradu (mala i srednja preduzeća), sakupljače šumskog voća, odeljenja opštinske uprave u 5 okruga, kao i predstavnike mesnih zajednica.

Naime, postupak prikupljanja podataka na terenskim istraživanjima pretpostavio je sledeće metode:

- EPICENTAR je razvio 3 različita upitnika koja su korišćena u procesu terenskih istraživanja za ankete s relevantnim učesnicima. Ovi upitnici su bili jasni, sažeti i konkretni, pomažući da se odredi profil svakog od osam vrednosnih lanaca na način koji će obezbediti podatke koji će biti uporedivi i razumljivi. Poseban deo ispitivanja bio je posvećen prošlim, sadašnjim ili planiranim intervencijama, aktivnostima ili ulaganjima vlasnika kako bi se razumela poslovna filozofija, kapacitet i lokalne ideologije. Upitnici, koji su dogovoreni sa naručiocem posla, odgovorili su prioritetima koji su predmet studije i u skladu su sa zadatim ciljevima i naručilac posla ih je odobrio pre sprovođenja.
- Centar za razvoj Jablaničkog i Pčinjskog okruga izvršio je obimno terensko istraživanje koje je sprovedla grupa iskusnih, lokalnih pojedinaca koji su upoznati sa poljoprivrednim sektorom i specifičnih učesnicima VL-a, uključujući snabdevače, proizvođače, prerađivače i sl. Centar za razvoj Pčinjskog i Jablaničkog okruga je organizovao odgovarajuću obuku u saradnji s predstavnicima pet okruga, fokusirajući se na jasne i precizne instrukcije za sprovođenje istraživanja, prikupljanja odgovora i proveru odgovora u odnosu na konkretna pitanja.
- Šest nedelja terenskih istraživanja sa svim relevantnim vlasnicima VL-a, uključujući proizvođače (domaćinstva) u 5 okruga, uključujući 609 domaćinstava, 34 firme za preradu i više od 30 sakupljača šumskih plodova sa detaljnim upitnicima koji pokrivaju sve aktivnosti koji dodaju vrednosti proizvodu: radove pre berbe, proizvodnju, radove nakon berbe, prodaju, kao i odnose između direktnih i indirektnih učesnika u vrednosnom lancu (snabdevača, pružaoca savetodavnih usluga, prerađivača, trgovaca, itd.).
- Razgovore u fokus grupama u kojima su na terenu anketari mogli da komentarišu i izvedu određene zaključke, tako da su ključna pitanja i zaključci analiziranih podataka mogli da se dobiju na osnovu podataka sa terenskih istraživanja.
- Razgovore s predstavnicima mesnih kancelarija iz 5 okruga ovog regiona i opštinskih predstavnika u vezi s određenim pitanjima o proizvodima, uključujući samu proizvodnju, period posle berbe i marketinške trendove.





- Nakon prikupljanja svih podataka, odgovori su sistematizovani i unakrsno provereni. Prikupljeni podaci analizirani su kroz prethodno kreiran softver, omogućujući analizu podudarajućih pitanja za određene rezultate.

Informacije desk istraživanja i terenskih istraživanja su upotrebljene kao sredstvo baze podataka za 8 vrednosnih lanaca proizvoda, gde je pun opis učesnika vrednosnih lanaca, njihovih veza i njihove međusobne zavisnosti analiziran a ključna pitanja definisana. Istraživanje tih 8 VL-a je pokazalo gde postoji potreba za intervencijom i dalo preporuke za poboljšanje učinka.



## 4. UVOD I PREDSTAVLJANJE

Područje "juga Srbije" je deo južne i istočne regije Srbije, jednog od 5 statističkih regiona, osnovan 2010. godine. Područje obuhvata 5 okruga (Pčinjski, Jablanički, Niški, Pirotski i Toplički okrug) sa ukupno oko milion stanovnika, i graniči se sa Bugarskom, Makedonijom i Kosovom.

Južna Srbija	Stanovništvo *
Jablanički okrug	224,027
Nišavski okrug	359,357
Pirotski okrug	95,193
Pčinjski okrug	164,996
Toplički okrug t	95,459
<b>Ukupno</b>	<b>939,032</b>

Tabela 1 Preliminarni podaci, popis stanovništva 2011, <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/>

Rast BDP-a u Srbiji za 2012. godinu predviđa<sup>1</sup> se na 5%, što je najviša stopa rasta u regionu; međutim poređenjem na makroekonomskom nivou sa zemljama u regionu vidi se da bi se Srbija mogla smatrati zemljom daleko ispod nivoa razvoja u odnosu na susedne zemlje. Na regionalnom nivou, BDP za jug Srbije po glavi stanovnika je za 26% niži od državnog proseka (tabela 3), što pokazuje nisku industrijsku produktivnost. Smanjenje tržišne cene i količine robe i usluga u regionu u poslednje dve decenije rezultiralo je visokom stopom nezaposlenosti i povećanjem stope siromaštva.

Zemlja	BDP po glavi	Ukupan BDP planiran	Planiran BDP rast
	u USD za 2011	u milijardama USD za 2012	u % za 2012
Hrvatska	14,754	87,939	1.76
Mađarska	12,852	140,051	2.70
Rumunija	7,538	190,380	4.35
Crna Gora	6,510	4.35	3.46
Bugarska	5,325	46,414	3.50
<b>Srbija</b>	<b>5,269</b>	<b>48,403</b>	<b>5.00</b>
Makedonija	4,460	10,784	3.65
Bosna i Hercegovina	4,409	19,527	4.00

Tabela 2 Svetska banka, 2012, <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD>

<sup>1</sup> <http://www.economywatch.com/economic-statistics/year/2012/>



BPD po glavi u USD u 2010

Beogradski region	9,667
Vojvođanski region	5,714
Šumadijski region i region zapadne Srbije	4,405
Južni i istočni region	4,119
SRBIJA	4,781

Tabela 3 BDP po glavi u US\$ u 2010, <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/>

Danas region južne Srbije ima najveći broj nerazvijenih opština. Nivo nezaposlenosti za ovo područje je 26,60% (novembar 2011), i najviši u zemlji u odnosu na nacionalni prosek nezaposlenosti koji iznosi 22.20%. **Kao posledica loših životnih uslova, mladi i bolje obrazovani ljudi odlaze iz seoskih područja. Razlika u popisima stanovništva iz 2002. godine i onog iz 2011. godine pokazuje da ima 201,736 stanovnika manje gde je u nekim opštinama u regionu broj 2 stanovnika opao za 36% za manje od deset godina.**

Doznake su jedan od najvažnijih izvora prihoda, posebno u Pčinjskom okrugu (opštine Preševo i Bujanovac s većinskim albanskim stanovništvom). Na osnovu zvaničnih podataka iz 2010. godine, plate u regionu iznose oko 250 evra mesečno. Većina firmi koje su smatrane 'industrijskih gigantima' u bivšoj Jugoslaviji, koje su zapošljavale na hiljade radnika, prestale su sa proizvodnjom, a sektor malih i srednjih preduzeća je još uvek nerazvijen.

Poljoprivreda u Srbiji, kao i na jugu Srbije predstavlja veoma moćnu ekonomsku snagu, služeći kao temelj nacionalnoj ekonomiji i kamen temeljac za razvoj seoskih područja. Poljoprivreda je jedini sektor u kojem Srbija ima pozitivnu spoljnotrgovinsku ravnotežu, a ona predstavlja jezgro za razvoj izvoza za zemlju. Sa više od 50% stanovništva koje živi u seoskim područjima regiona juga Srbije, procentom većim od nacionalnog proseka, region ima široku paletu poljoprivrednih i ruralnih atributa.

Poljoprivreda predstavlja jednu od najvažnijih snaga u poboljšanju ekonomije, izvoza, u otvaranju radnih mesta i mogućnosti zapošljavanja u južnoj Srbiji.

<sup>2</sup> Stanovništvo opštine Crne Trave i Pčinjskog okruga je opalo za 36% u razdoblju 2002-2011, [www.stat.rs](http://www.stat.rs)

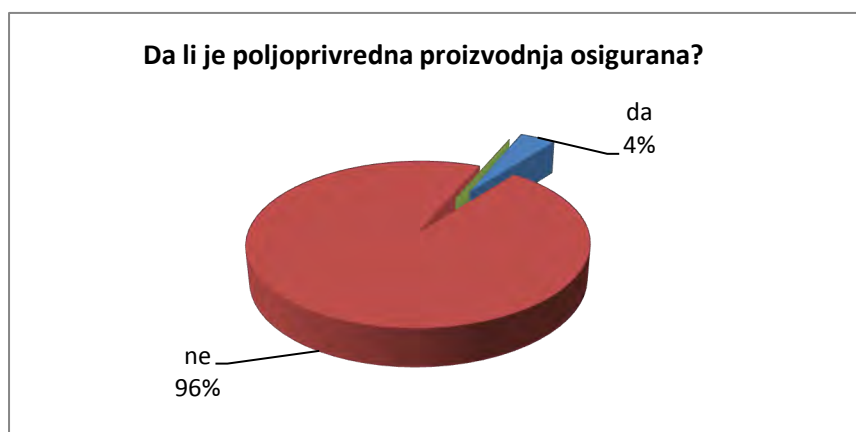


## 5. PREGLED STRUKTURE DOMAĆINSTAVA

Anketama i terenskim istraživanjima domaćinstava u južnoj Srbiji pokriveno je 609 domaćinstava. Od ispitanih domaćinstava samo 12% pripada kategoriji neregistrovanih domaćinstava, dok je 535 ispitanika od ukupno 609 registrovano, što čini oko 88%. Stopa socijalno osiguranih porodica, u smislu plaćanja socijalnih naknada, vrlo je niska. Samo 4,22% domaćinstava odgovorilo je da uplaćuje svoje penzije, smatrajući da su troškovi previsoki, a prednosti nisu vredne tog ulaganja. U pozadini toga pravi razlozi su nedostatak stalnog prihoda tokom godine kao i visoke cene (47,80% socijalnih naknada se obračunava na bruto dohotka).

Okrug	Broj ispitanika	%
Jablanički	164	26.93%
Pčinjski	148	24.30%
Nišavski	139	22.82%
Toplički	80	13.14%
Pirotski	78	12.81%
<b>Ukupno</b>	<b>609</b>	<b>100 %</b>

Kada je u pitanju osiguranje poljoprivredne proizvodnje, samo 4% ispitanih domaćinstava osigurava svoju proizvodnju, gde većina njih gleda na to kao na neisplativ dodatni trošak. Tradicionalni podrška od strane države u sektoru poljoprivrede i neposredni odgovor od strane Vlade nakon prirodnih katastrofa, kao što je pružanje finansijske pomoći domaćinstvima, stvara pretpostavku da je Vlada odgovorna za naknade tokom perioda nepovoljnih prirodnih uslova. U tom smislu, potrebu za osiguranjem proizvodnje i smanjenjem rizika od umanjivanja kvaliteta i količine proizvodnje kao posledice uticaja "treće strane" ili "više sile" proizvođači retko razumeju.



Učešće žena u seoskim (poljoprivrednim) domaćinstvima je 48% u celinama sa prosečno 4,65 članova. Žene igraju važnu ulogu u organizaciji i izvođenju poljoprivrednih radova na terenu; međutim, one se retko smatraju ili predstavljaju kao vlasnici domaćinstva.



Oko 85% anketiranih domaćinstava poseduje i obrađuje sopstveno zemljište, gde samo 15% nema vlasništvo nad bilo kojom obradivom zemljom. Prosečna veličina gazdinstva je 6.94 hektara. Samo 21% ispitanika uzima u najam zemljište od privatnih vlasnika, dok manje od 2% ispitanih domaćinstava iznajmljuje zemljište koje je u državnom vlasništvu.



Domaćinstva u većini slučajeva imaju traktor (77%) star prosečno 26 godina, a u većini slučajeva njegovo posedovanje nije opravdano stepenom korišćenja. Drugi najvažniji deo opreme koja se koristi je rotokultivator koji poseduje oko 70% domaćinstava.



Mehanizacija	Prosečna starost opreme u godinama	% domaćinstava koja imaju opremu u svom vlasništvu
Traktor	26	76.68
Rotokultivator	25	69.29
Prikolica	28	47.62
Oprema za zaštitu i tretiranje	12	45.16
Mašina za iskoštičavanje	21	32.18
Sistem za navodnjavanje	5	22.82
Oprema za sadnju	18	14.12
Sadilica	17	7.72
Oprema za berbu	22	7.06
Oprema za kalibraciju, sortiranje	41	1.48
Mreža protiv grada	3	1.31
Kamion	25	8.05

Oko 23% poljoprivrednih domaćinstava ima sistem za navodnjavanje, dok 45% ima opremu koja se koristi za zaštitu i prihranu. Opremu za berbu i mreže za zaštitu voćnjaka od grada domaćinstva retko imaju, odnosno samo nekolicina ispitanih ih uopšte poseduje.

Što se tiče mehanizacije, poljoprivredna domaćinstva obično imaju traktor i rotokultivator, koji se, u većini slučajeva, ne koriste efikasno ili produktivno. Nove proizvodne tehnologije zahtevaju modernu i specijalizovanu opremu, znanje i resurse koji jednostavno nisu dostupni većini domaćinstava. Nedostatak ove opreme rezultira nižim prinosima i povećanim troškovima proizvodnje, kao što to čini i nedostatak modernizacije u proizvodnom procesu (standardizacija, diversifikacija, sertifikovanje i sl.)



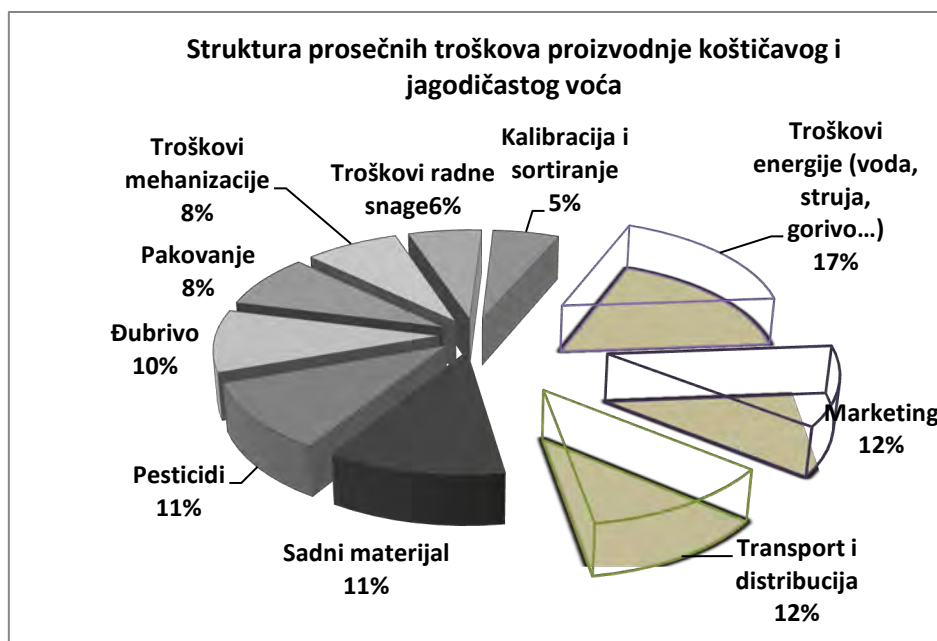
## 6. GLAVNI NALAZI ANALIZE VREDNOSNIH LANACA FRUITS & BERRIES PROGRAM-A

Ciljna domaćinstva za potrebe ovog istraživanja u južnoj Srbiji u proseku proizvode jedan ili više ciljnih proizvoda u prosečnom periodu od 10.73 godina.

**Sadni materijal** koji koristi 18.57% anketiranih proizvode sama domaćinstva, dok je 75,77% kupljeno na domaćem tržištu i ima domaće poreklo. Samo 5,67% kupljenog sadnog materijala je uvezeno i potiče sa stranih tržišta. Uvezeni sadni materijal, u većini slučajeva (87,23%), sertifikovan je u odnosu na 40.08% domaćeg materijala.

Glavni faktori na osnovu koji se odlučuju za određene **sorte**, su prema učestalosti odgovora dobivenih od proizvođača: produktivnost, tradicija, otpornost na bolesti i dostupnost. Zanimljivo je da se tržišna potražnja za posebnim sortama retko uzima u obzir kao odlučujući faktor, što je dovelo do zaključka da je tržište retko bitan faktor za odabir sorte ili / i da je nerazvijena svest proizvođača u tom pogledu.

**Karakteristike koje kupci traže** što se tiče kvaliteta koštičavog i bobičastog voća, prema podacima iz anketa su: veličina i boja, tradicionalna proizvodnja / sorta, trajnost i ujednačenost.

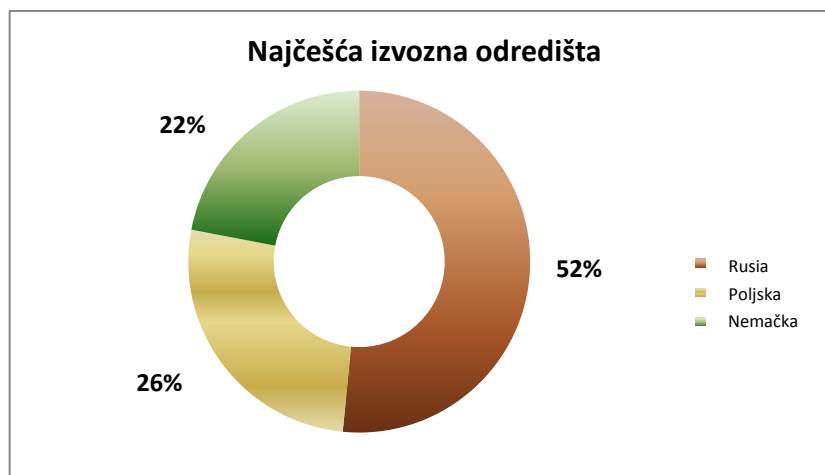


**Struktura proizvodnih troškova** u proseku, kako su odgovore dali ispitanici datih domaćinstava pokazuje da su najveći troškovi u proizvodnji energija (17%), zatim prevoz i distribucija (12%) i marketing (12%). Sadni materijal i pesticidi predstavljaju 11% svakog od ukupnih troškova, đubrivo 10% sa svim ostalim troškovima manjim od 10%.

Većinu proizvoda iz vrednosnog lanca Fruits & Berries Program-a 99,28% proizvođača **prodaje na domaćem tržištu**, dok se preostalih 0,62% izvozi. Struktura prodaje vrednosnih lanca Fruits & Berries Program-a pokazuje da najveći deo izvoza odlazi u EU (0,32%), s regionalnim izvozom od (0,28%) i manjim delom u druge zemlje (0,12%). Još jedan zaključak u ovom trenutku je da proizvođači retko

prodaju na izvoznim tržištima, a ako je tako, oni pripadaju kategoriji većih firmi ili vodećih poljoprivrednika koji imaju relativno veliki obim proizvodnje.

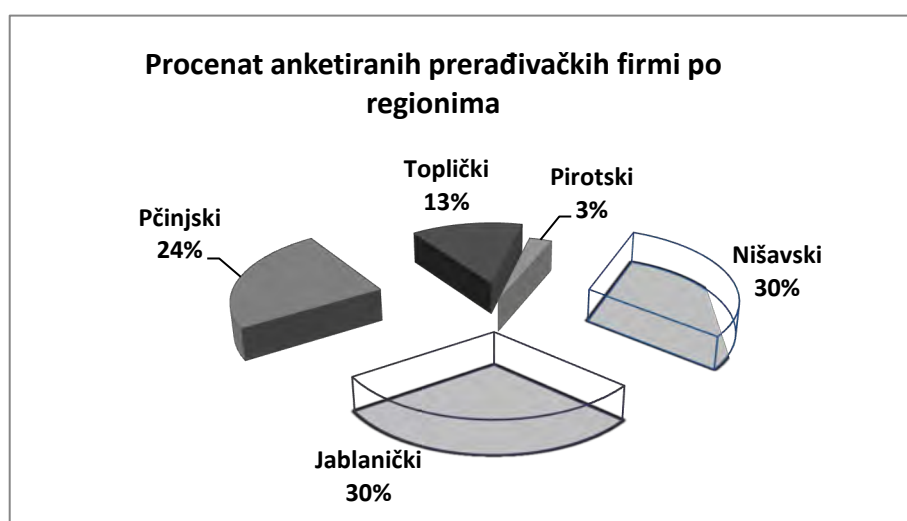
**Najčešća izvozna odredišta** proizvođača vrednosnih lanaca Fruits & Berries Program-a su Rusija, Poljska i Nemačka.



Glavni konkurenti na izvoznom tržištu kako to vide proizvođači su Poljska, Mađarska, Holandija, Bugarska i Nemačka.

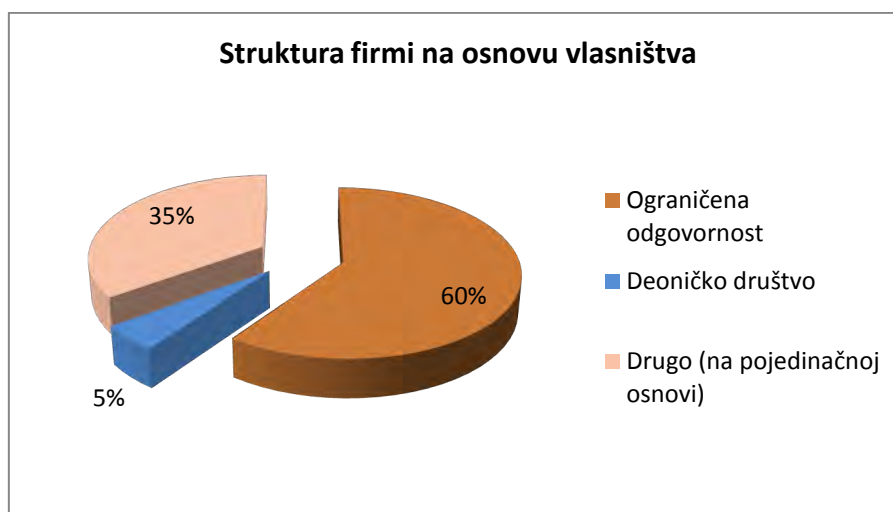
**Oprema za tretman nakon berbe i skladištenje na nivou proizvodnje** su prisutni kod 76.52% domaćinstva, dok samo 3,61% ispitanika ima opremu za hlađenje i zamrzavanje u svojim skladištima. Veličina prosečnog skladišta bez opreme za hlađenje i zamrzavanje je 158m<sup>3</sup>, dok je prosečna veličina onih sa odgovarajućom opremom 84.77m<sup>3</sup>. U vrlo retkim slučajevima, proizvođači su izjavili da iznajmljuju skladišta.

Terenskim istraživanjima obuhvaćeno je **37 firmi koje se bave preradom**, uglavnom u Nišavskom (30%) i Jablaničkom okrugu (30%), zatim Pčinjskom (13%) i Pirotskom (3%). Ovo je reprezentativni uzorak, uzimajući u obzir broj i vrstu aktivnih firmi po sektorima u svakom od 5 okruga.





Firme za preradu voća, prema vlasničkoj strukturi u većini slučajeva (60%), registrovane su kao društva s ograničenom odgovornošću, a 5% je registrovano kao deoničarska društva. Oko 35% firmi su registrovane kao različite vrste individualno vođenih pravnih lica.

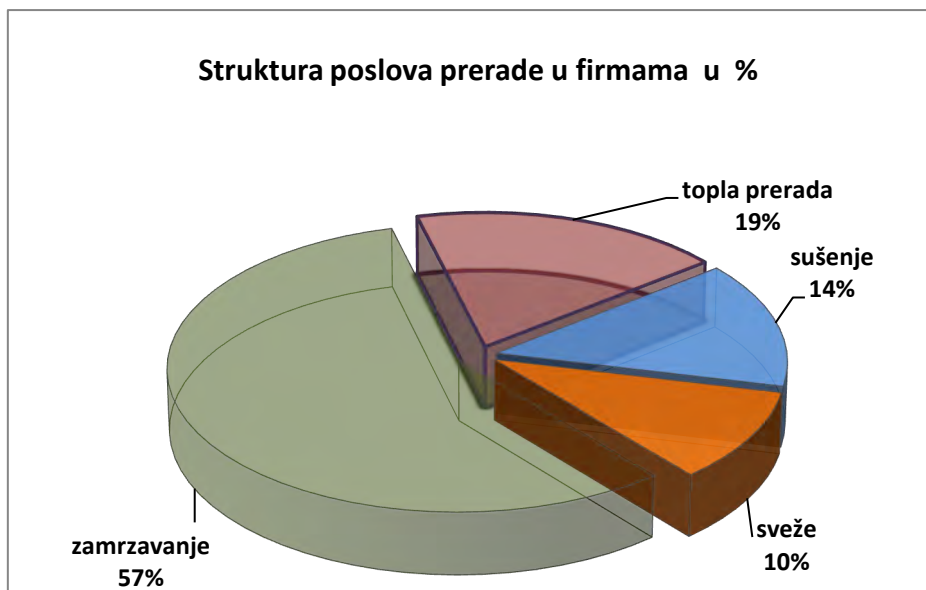


U proseku, broj stalno zaposlenih osoba po firmi je 22, a broj sezonskih radnika je 55. Oko 14% žena je stalno zaposleno, a 44% rade kao sezonski radnici.

Prosečni godišnji kapacitet prerade po firmi je 1300 tona. Glavne sirovine koje se koriste u preradi su šljive (32%), zatim višnje (27%) i maline (15%). Jagode i kupine predstavljaju 11% ukupno prerađenog voća, a borovnica čini samo 4%.



Većina ispitanih firmi koje se bave preradom primjenjuje zamrzavanje kao dominantnu procesnu liniju (57%), 19% ima toplu preradu, 14% koristi operacije sušenja i oko 10% prodaje sveže voće. Zbog malih radnih kapaciteta većine firmi i malog broja otkupnih stanica u regionu, osim što se bave preradom većina njih i trguje svežim voćem.



Uz zamrzavanje kao najčešći vid prerade u regionalnim firmama, integrisani hladni lanac, koji prenosi koštičavo i jagodičasto voće od trenutka berbe do konačne potrošnje smatra se prioritetom u razvoju vrednosnog lanca.

Iz tog razloga pogoni za preradu koji su trenutno "pokretačka snaga" vrednosnog lanca sreću se sa nizom izazova u uspostavljanju i održavanju celovitog hladnog lanca, koji će povećati ukupnu efikasnost vrednosnog lanca.

Na nivou proizvodnje, vrlo mali broj ispitanih prerađivačkih centara ima ugovorni odnos s proizvođačima u osiguranju u smislu obezbeđivanja odgovarajuće sorte i odgovarajući kvalitet određene sirovine potrebne za preradu. Većina prerađivača nabavku sirovina zasniva na stvarnim tržišnim cenama i ponudi lokalnih poljoprivrednika koji proizvode tražene proizvode (63,24%). Samo 17,41% lokalnih poljoprivrednika je prethodno ugovorilo određeni proizvod, količine i cene.

<b>Lokalni poljoprivrednici bez ugovora</b>	<b>63.24%</b>
<b>Lokalni poljoprivrednici sa ugovorom</b>	<b>17.41%</b>
<b>Trgovci veleprodaje</b>	<b>16.62%</b>
<b>Sopstvena proizvodnja</b>	<b>2.72%</b>

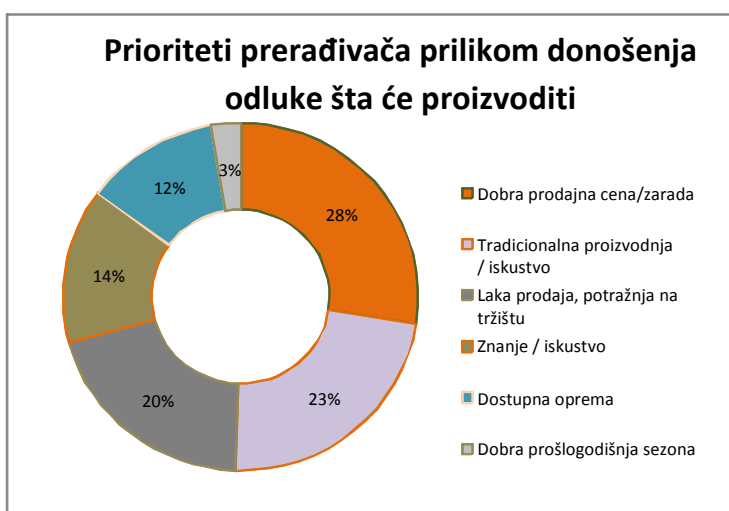
Trgovci na veliko / trgovci obezbeđuju 16.62% potrebne sirovine, dok prerađivači proizvode samo 2,73% prerađenih količina.

Uzimajući u obzir ovu strukturu nabavke sirovina, uticaj prerađivača na proizvođača za izbor odgovarajućih sorti za sadnju je minimalna, ili na nivou "neobavezujućeg saveta".

To je prvi izazov i za prerađivača i za proizvođača, kao i obično to je momenat gde se može javiti prvi prekid u integrisanom vrednosnom lancu. Jedno od načela na ovom području je da izbor odgovarajuće sorte za sadnju mora da odražava potražnju ciljnog tržišta, ili u ovom slučaju zahteve prerađivača. Umesto ugovorenih odnosa i proizvodnje na temelju potražnje prerađivača, glavni prioriteti prerađivačkih firmi pri nabavci sirovina su potražnja na tržištu (40%), tradicija (24%) i dostupnost (20%), koje slede jevtine sirovine (8%) i trajnost (8%).



Ovi podaci sa terenskih istraživanja pokazuju da potražnja na tržištu jednostavno nije prioritet za više od polovine ispitanih firmi. Umesto toga, odluka o tome šta se kupiti zasniva se na tradiciji i dostupnosti.



Osim toga prioriteti prerađivača, prilikom odlučivanja šta će proizvoditi, uglavnom se zasnivaju na mogućnosti zarade (28%) i tradicionalnoj proizvodnji / iskustvu (23%). Samo 20% ispitanih firmi smatra tržišnu potražnju prioritetnom.

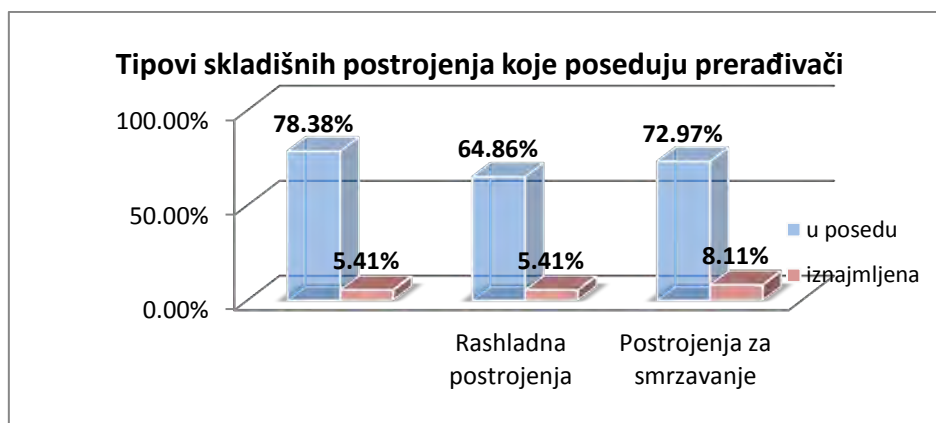
Oba pitanja koja daju prioritetne razloge za nabavku sirovine i odlučivanje šta će proizvoditi pokazuju da na prerađivačke firme uglavnom utiče snabdevanje, i većina njihove proizvodnje temelji se na

tradicionalnim odnosima koji osiguravaju dobru prodajnu cenu / zaradu. Kao takve u većini slučajeva nerado pokreću bilo kakve promene, a da nisu podstaknute i podržane od strane trećeg lica (donatora, projekata, udruženja, bilo kakve pouzdane spoljne inicijative). Intervencija u povezanosti između učesnika vrednosnog lanca, pogotovo na nivou proizvođača i prerađivača je od presudne važnosti u jačanju veza vrednosnog lanca i obezbeđivanju boljeg učinka.

Proizvođači su u većini slučajeva odgovorni za tretman nakon berbe i zahtevaju da se roba isporuči ubrzo nakon berbe, kako bi se sprečilo dalje propadanje i izbeglo "dugotrajno nekontrolisano izlaganje atmosferi" koji bi moglo smanjiti kvalitet. U tom smislu prerađivači su u mogućnosti da u svojim integrisanim rashladnim lancima zadrže efikasnost u poslovima podhlađivanja, rashlađivanja i zamrzavanja.

Efikasni sistemi za podhlađivanje omogućavaju brz ulazak svežih proizvoda u rashladni lanac, pomažući smanjenje gubitaka nakon berbe, truljenje i kvarenje. U tom smislu organizovani i operativni sistemi za podhlađivanje razmešteni na terenu preko prenosivih rashladnih komora u celom regionu od velike su važnosti za bilo kojeg prerađivača. Zbog velikog broja malih proizvođača, ponekad vrlo udaljenih od otkupnih stanica (uglavnom lociranih u urbanim područjima) većina njih smatra da se zbog teškoća u transportu relativno malih količina proizvoda svakih nekoliko dana tokom perioda berbe ne isplati predavanje prinosa prerađivačima. Umesto toga, proizvođači čekaju da većina proizvoda postigne puno zrenje, a zatim sve beru odjednom, čime se štedi na troškovima transporta, ali i značajno smanjuje kvalitet proizvoda.

Iako su prenosivi sistemi za podhlađivanje (komore) široko ustaljeni u praksi i znanje postoji, većina prerađivača u regionu ne poseduje odgovarajuću organizaciju ili moderne uslove za podhlađivanje gde bi se roba kontrolisala u hladnom lancu od perioda "nakon berbe" pa do faze gotovog proizvoda. Upravljanje temperaturom od berbe do konačnog proizvod je drugi izazov za vrednosni lanac i najrizičnija tačka u smanjenju kvaliteta isporučene sirovine.



Terensko istraživanje je pokazalo da većina prerađivača (78,38%) ne poseduje nikakve kontrolisane kapacitete, 64,86% ima sopstvene rashladne kapacitete a 72,97% ima kapacitete za zamrzavanje. Potrebno je povećanje svesti u tom pogledu i pružanje adekvatnih usluga podrške u nabavci opreme i razvoju veština za njeno efikasno korišćenje.

Prerada i pakovanje proizvoda je primarni način stvaranja dodatne vrednosti. Prerađivači su pokazali dobro razumevanje činjenice da treba očuvati prirodni kvalitet proizvoda i vrednosti, dok bi pažljivo odabrane tehnologije trebalo da im pomognu da prilagode svoje proizvode potrošačkim zahtevima. Budući da se većina proizvoda prerađuje kroz protočne tunele za hlađenje i zamrzavanje, važno je imati na umu da proizvodi tokom tih operacija ne dobijaju na kvalitetu, već samo održavaju svoje

prirodne kvalitete. Stoga je odgovarajuća tehnologija za hlađenje i zamrzavanje ključna za duže očuvanje sopstvenih trajnih kvaliteta proizvoda. Razvoj tehnologije i opreme za hlađenje i zamrzavanje je treći izazov vrednosnog lanca.

U većini ispitanih pogona za preradu postoji jednostavna procesna oprema, koja je prema mišljenju prerađivača primerena nivou prerade i dodate vrednosti.

Oprema koju prerađivači koriste se sastoji od tunela za brzo hlađenje, a uključuje i statičke i protočne tunele. U proseku većina prerađivača ima statičke tunele (68%) sa prosečnim kapacitetom od 1,18 tona/sat, dok protočne tunele ima 32% prerađivača kapaciteta od 2,87 tona/sat u proseku.

	PRERAĐIVAČ	TIP TUNELA	CAPACTET (tona/sat)	KAPACITETI ZA ZAMRZAVANJE (tone)
1	NIŠAUTO	statični	0.62	900
2	FRIGONAIŠ	statični	1.23	3,500
	FRIGONAIŠ	protočni	5	
3	ŽUČPROM	statični	0.23	110
4	NICOM	protočni	3	3,500
5	DADAP	statični	1.52	30
6	COJAPROM	statični	1.52	30
7	MIDIORGANIK	protočni	2.58	400
8	BOKIFOOD	statični	5	30
9	ŠUMSKO BLAGO	statični	4	30
10	FASADA PET-NIK	statični	2.58	100
11	ECOVOĆE	statični	0.12	20
12	HANIKOP	statični	0.06	20
13	MAIV D.O.O.	statični	1.52	700
14	FUNGOJUG	protočni	1.52	2,500
15	ČAJA	statični	0.12	25
16	ZZ MORAVAC	statični	0.85	2,000
	ZZ MORAVAC	protočni	3.33	
17	SONDERDUX	protočni	2.89	1,400
18	LEMEXGAMAKOM	statični	0.89	3,000
	LEMEXGAMAKOM	protočni	2	
19	ANA D.O.O.	statični	0.45	25
20	EKOFOOD	statični	0.24	30
21	STRELA	statični	0.85	1,700
	STRELA	protočni	2.5	
22	BONESFOOD	statični	0.45	400
23	OPSTANAK	statični	0.89	500
	OPSTANAK	protočni	3	
24	POBEDA	statični	0.55	600



Rashladni tuneli razlikuju se u pogledu performansi hlađenja kao i u sanitarnim standardima. Temperatura vazduha i varijacija brzine su deo procesa i utiču na kvalitet finalnog proizvoda. Prerađivači razumeju potrebu za obezbeđivanjem najbolje tehnologije za pružanje kvalitetnijeg i konkurentnijeg proizvoda. Međutim, uvek postoje finansijske prepreke koje ograničavaju naprednu preradu i poboljšanje prodora na tržište.

Kapaciteti za zamrzavanje su zastareli, koriste pretežno freon ili amonijak, u zavisnosti od starosti objekta, kao i kapaciteta. Kao što se moglo videti tokom terenskog istraživanja većina sistema koristi antifriz koji cevima prenosi rashlađenu tečnost u komore umesto kontrolisanog i direktnog izlaganja proizvoda freonu ili amonijaku. Obe činjenice upućuju na zaključak da je proces zastareo i da tehnologiji prerade nedostaju performanse kojima bi se obezbedio kvalitetetan proces hlađenja i zamrzavanja.

U poslednje tri godine kapitalna ulaganja u opremu za hlađenje predstavljaju ključna ulaganja. U proseku ulaganja su iznosila od oko 95.000 evra po firmi, sa zaduživanjem firmi u visini 1/3 tog iznosa po godišnjoj prosečnoj kamatnoj stopi od 4,88%. Važna je i oprema, najveća ulaganja prerađivača je u skladišne kapacitete, uglavnom iz sopstvenog kapitala, a prosečno 11.73% od ukupnog iznosa su krediti sa prosečnom godišnjom kamatnom stopom od 4,25%.

Vrsta ulaganja	godina	Prosečna vrednost u evrima	Sopstvena sredstva u evrima	Krediti u evrima	Kamatna stopa prosečnog kredita u %
Magacinski prostor	2008	374,713.33	330,867.92	43,845.41	4.25
<b>Rashladna oprema</b>	<b>2008</b>	<b>94,734.38</b>	<b>61,086.21</b>	<b>33,648.17</b>	<b>4.88</b>
Traka za sortiranje	2008	70,333.33	29,666.67	40,666.67	4.00
Druga oprema	2009	54,916.71	47,500.00	7,416.71	4.67
Mehanizacija	2009	32,000.00	32,000.00	0.00	
Kotlarnica	2007	30,000.00	30,000.00	0.00	
Oprema za sušenje	2009	18,562.50	16,062.50	2,500.00	3.00
Oprema za pakovanje	2009	10,000.00	10,000.00	0.00	

Međutim, sa kapacitetima za zamrzavanje u proseku od 688 tona po firmi, firme za preradu su daleko od toga da mogu da pruže adekvatnu preradu i skladištenje za većinu tržišta.

Ulaganja u tehnologije za hlađenje i zamrzavanje kao i u kapacitete za skladištenje mogu značajno da unaprede poslovanje i efikasnost prerađivača i u tom smislu povećaju potencijal za nabavku većih količina od lokalne tržišta za nabavku. Kao takav razvoj relevantnih firmi uključenih u sekundarne usluge datog vrednosnog lanca, kroz odgovarajuće subvencije, će ojačati veze i dalje poboljšati ukupnu efikasnost vrednosnog lanca.

Osim hlađenja i zamrzavanja, drugi procesi koji dodaju vrednost, kao što su proizvodnja džema, marmelada, želea, sokova i suvog jagodičastog voća su retkost. Topla prerada obuhvata uglavnom pripremu "domaćih" marmelada i želea. Proizvodnja suvog voća je takođe vrlo retka i zavisi od sezone. Kada se pojave dodatne količine ili je planirana proizvodnja lošijeg kvaliteta, ili ako se smatra da je previše teško da se ohladi ili zamrzne, tada se pristupa sušenju voća.

Tehnologija pakovanja je zastarela i većina voća se prodaje u rinfuzu na izvoznom tržištu. Celokupno pakovanje je na osnovnom nivou i nije pogodno za očuvanje kvaliteta proizvoda. Pakovanje, osim što pomaže očuvanju kvaliteta, proizvoda, takođe privlači pažnju potrošača i kao takvo je četvrti izazov za povećanje konkurentnosti u vrednosnom lancu. Ulaganja u opremu za pakovanje su porasla u poslednjih nekoliko godina prema rezultatima terenskih istraživanja, ali je ona još uvek daleko ispod ispunjenja zahteva tržišta. Stvaranje odgovarajućih rešenja za pakovanje praćeno marketinškom i prodajnom strategijom jedini je mogući put do ulaska na izvozna tržišta. Prerađivači su to shvatiti, ali dalja pomoć u tom pogledu je neophodna uključujući i razvoj veština i podršku nabavci opreme za pakovanje.

Opšti sanitarni uslovi su u skladu sa državnim zakonodavstvom, ali u većini slučajeva to ne uključuje punu i trajnu kontrolu nad objektima.

Opšti sanitarni programi, uključujući čistoću i kontrole, nedostaju. U ispitivanjima na terenu samo 45,05% firmi odgovorilo je da su implementirale i sertifikovale HACCP standard, a ISO je relevantan za samo 21,62%.

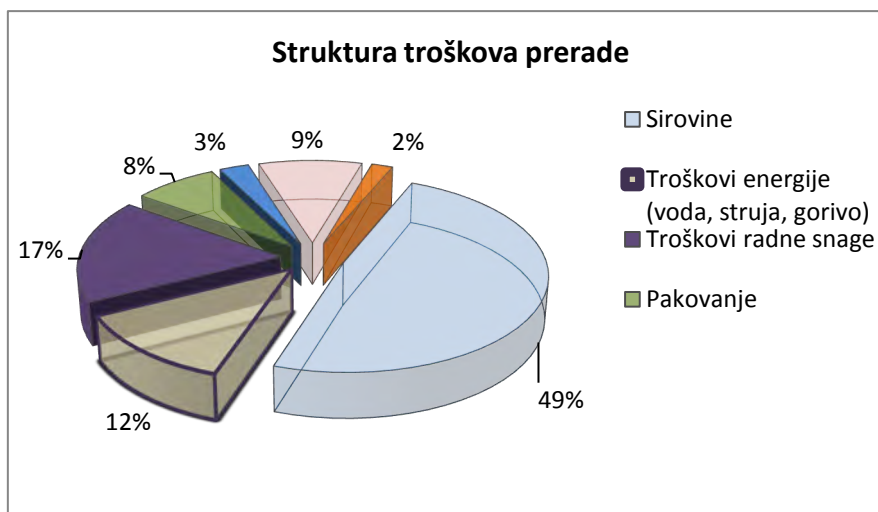
Primenjeni standardi	% prerađivača
HACK	45.95%
ISO	21.62%
BRA	2.70%
KOSHER	2.70%
IFS	2.70%
Bio Swiss	2.70%

Vođenje evidencije o sanitarnim procesima ne postoji u većini slučajeva a godišnja kontrola za sprovedene i sertifikovane standarde se uglavnom zasniva na "dvo nedeljne kampanje" za izradu dokumenata pre revizije. Većina prerađivača veruje da standardi ne utiču na njihovu konkurentnost i nisu od pomoći u postizanju veće produktivnosti, već na to gledaju kao na dodatnu papirologiju koju treba da plaćaju da ih ne bi "kaznila inspekcija".

Postoji potreba za povećanjem nivoa svesti i vrednostima u kojima se procesi standardizacije održavaju u odnosu na poslovne mogućnosti prerađivača, kako bi se standardi shvatili i kako bi se dalje radilo na njihovom uvođenju i održavanju. Instrukcije i kontinuirano primenjivanje ovih "standarda" kao i koristi koje donose poslovanju mogu biti vrlo korisni u rešavanju petog izazova vrednosnog lanca.

Što se tiče prodaje, predstavnici firmi veruju da su među najvažnijim faktorima zbog kojih se kupci odlučuju za neki proizvod: kvalitet, tradicionalne navike potrošnje, sorta, sertifikacija, niska cena, dostupnost i pakovanje. Ovo treba imati na umu. Uprkos činjenici da u većini slučajeva, proizvod nije sertifikovan i nije proizveden modernom tehnologijom, mnoge firme veruju da je kvalitet faktor koji utiče na prodaju proizvoda. Osim kvaliteta sirovine, odlučujući faktor u većini slučajeva je odsutnost bilo kakvih sigurnosnih standarda koji se primenjuju u preradi i sertifikaciji, uz mogućnost da će kvalitet tokom prerade pod ovakvim uslovima pre smanjiti nego povećati vrednosti sirovine. Ovaj nedostatak svesti o potrebi ulaganja u sigurnosne standarde, praćenje sistema i moderne proizvodne

tehnologije na nivou prerade predstavlja prazninu koja ozbiljno utiče na konkurentnost vrednosnog lanca.



Pogled na strukturu troškova prerađivačke industrije pokazuje da sirovine predstavljaju 49% troškova, zatim sledi rad (17%) i energija (12%). Anketirane firme navele su da postoje rastući trendovi u ukupnim troškovima proizvodnje koji u proseku predstavlja ukupni porast od 17.59% u poslednje tri godine. Zanimljivo je videti da je marketing relativno nizak (samo 3%), što pokazuje da firme imaju malo uticaja na tržištu i vrlo ograničene aktivnosti, uglavnom na malom broju proizvoda dodate vrednosti namenjenih domaćem tržištu



To je prikazano u detaljnijoj analizi strukture prodaje. Prema strukturi prodaje firmi za preradu, 55% prodaje se obavi na domaćem tržištu a 42% na tržištima EU. Tih 55% prodaje na domaćem tržištu, kao što je objašnjeno tokom terenskih ispitivanja, obično obave veće domaće firme koje dalje dodaju vrednost, a zatim izvoze taj proizvod u druge zemlje.



Firme veruju da to smanjuje njihove marže što umanjuje mogućnost isplate nazad kroz vrednosni lanac do proizvođača. U tom smislu su sve manje konkurentni u otkupnoj ceni prema proizvođačima. Međutim, oni nisu svesni rizika koji postoje ukoliko bi se direktno uputili na izvozno tržište, ili marketinških troškova za potrebe obezbeđenja izvoznih prodajnih kanala.

U tom smislu treba se aktivno pozabaviti šestim izazovom vrednosnog lanca i istražiti ga detaljno, fokusirajući se na način na koji bi prerađivački centri iz regiona mogli direktno ciljati izvozna tržišta. Trenutno regionalne firme imaju tendenciju da propuste ovu priliku sa lokalnom proizvodom koji su kupile velikih domaće firme, koje ih naknadno ponovno izvoze. Rešavanju ključnih pitanja kao što su koliko će to koštati poslovanja i da li je regionalni pristup bolje prilagođen u odnosu na državni? Naš zaključak je da u ovoj fazi treba pokrenuti raspravu kako bi se istražile, ako ne i rešile, različite perspektive i mogućnosti za firme u srednjoročnoj budućnosti.





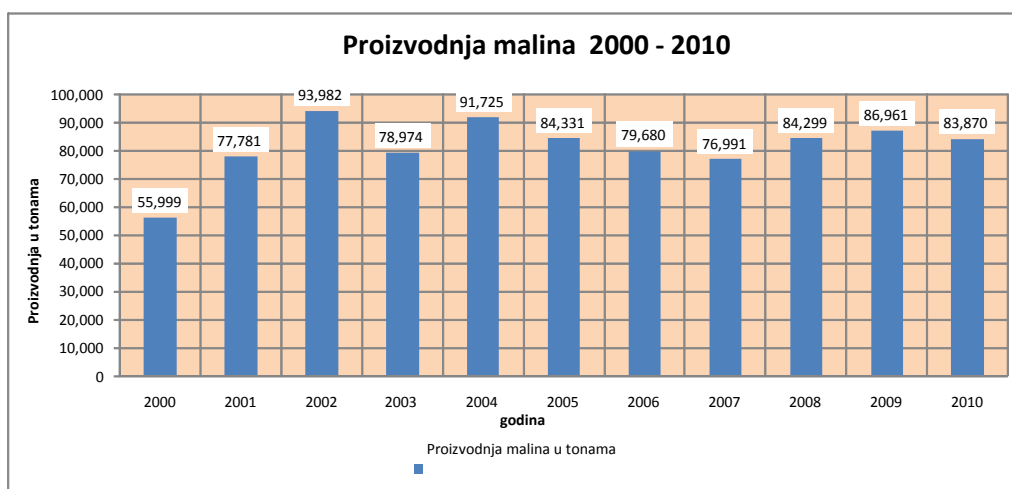
## 7. VREDNOSNI LANAC MALINA

### 7.1. Trendovi u proizvodnji

Proizvodnja malina u Srbiji u poslednjih deset godina iznosi između 80.000 t i 90.000 t, proizvedenih na 15,171 ha u 2010. godini. Većina maline se proizvodi u centralnoj Srbiji, a samo 2% u regionu Vojvodine.

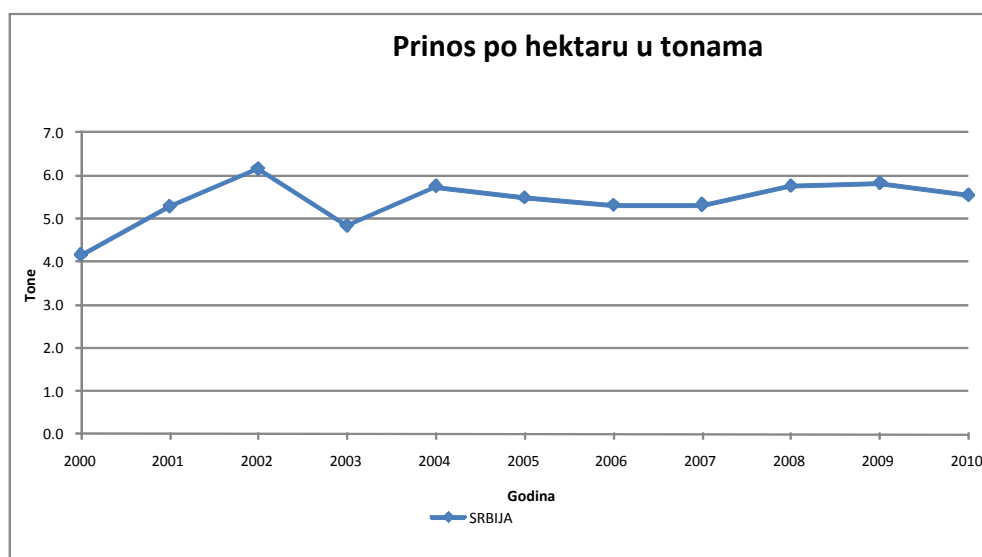
Zvanična statistika kaže da je prosečni prinos u Srbiji u poslednjih deset godina stabilan i kreće se u rasponu od 5 tona/hektar i 6 tona/hektar.

Slika 1 Proizvodnja malina

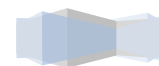


Izvor: <http://webzrs.stat.gov.rs/WebSite/public/ReportView.aspx>

Slika 2 Prinos malina



Izvor: <http://webzrs.stat.gov.rs/WebSite/public/ReportView.aspx>





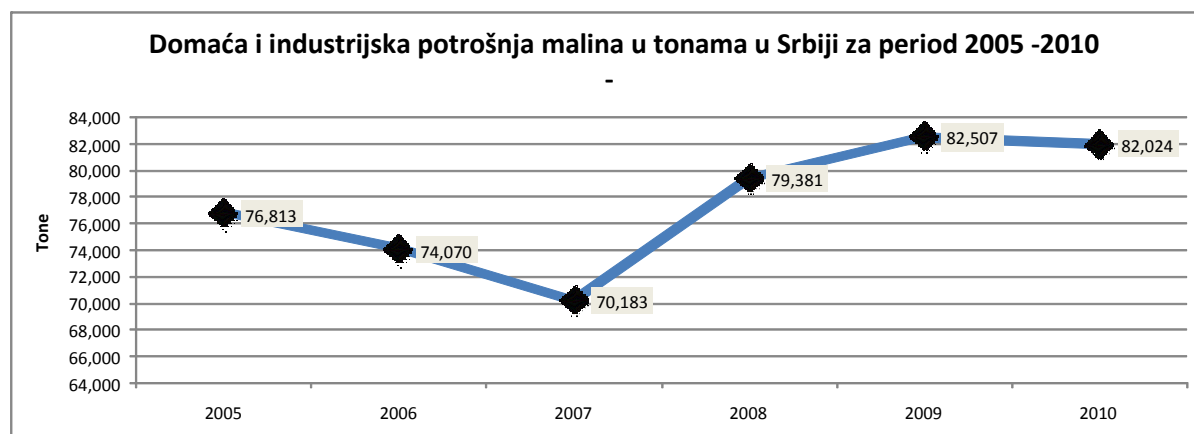
## 7.2. Spoljna trgovina i tržišta

### 7.2.1. Domaća i industrijska upotreba<sup>3</sup>

Procenjena godišnja potrošnja malina (bilo sveža ili za industriju) na državnom nivou u poslednjih nekoliko godina kreće se od 70.000 do 80.000 tona, što ukazuje da se najveći deo proizvodnje maline konzumira u samoj zemlji, tj. deo kupljen na domaćem tržištu u svežem stanju se uglavnom onda prerađuje i izvozi. Vrlo mali postotak se izvozi u svežem obliku.

Domaće prerađivačke firme maline dalje izvoze, uglavnom u zamrznutom obliku. Ako uporedimo procenjenju potrošnju malina sa izvezenim količinama, zaključak je da se cela količina maline koja ostaje neprodana prerađuje i izvozi kao zamrznuti proizvod.

Slika 3 Procenjena potrošnja malina



Podaci pokazuju da se veći deo malina koji se prerađuje kasnije izvozi. Podaci pokazuju da je na primer u 2010. godini 87.765 tona zamrznutih malina i drugih prerađenih proizvoda od malina i duda (koji su uključeni u istu izvoznu tarifu) izvezeno.

Izvoz u tonama	2006	2007	2008	2009	2010
Maline itd. nekuvane, topla prerada/kuvane u vodi, zaslađene, zamrznute*	82,321	78,143	61,601	73,884	87,765

Napomena: \* količina izvoza prerađenog voća podrazumeva sledeće proizvode: zamrznute maline, kupine, dud, crvena kupina, crne, bele ili crvene ribizle and ogrozd (kod proizvoda: 081120, izvor: [www.trademapp.org](http://www.trademapp.org))

<sup>3</sup>Napomena: domaća potrošnja je izvedena kao zbir ukupno proizvedenog i uvezenog minus izvozne količine na godišnjem nivou. Izvor podataka za proizvodnju je baza podataka Zavoda za statistiku Srbije, dok su podaci o uvozu i izvozu preuzeti iz EUSTAT baze podataka

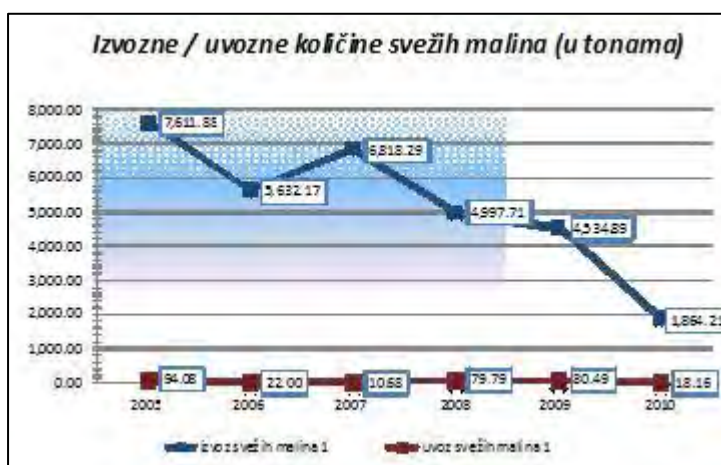


### 7.2.2. Izvozne i uvozne količine i vrednost

Ukupna godišnja izvozna količina malina u svežem obliku u poslednjih 5 godina smanjena je s 7,612 tona u 2005. godini na 1864 tona u 2010. godini. Uvoz malina je relativno beznačajan i kreće se od 10t do 94t, zavisno od godine. To pokazuje povećanje potrošnje malina u prerađivačkoj industriji.

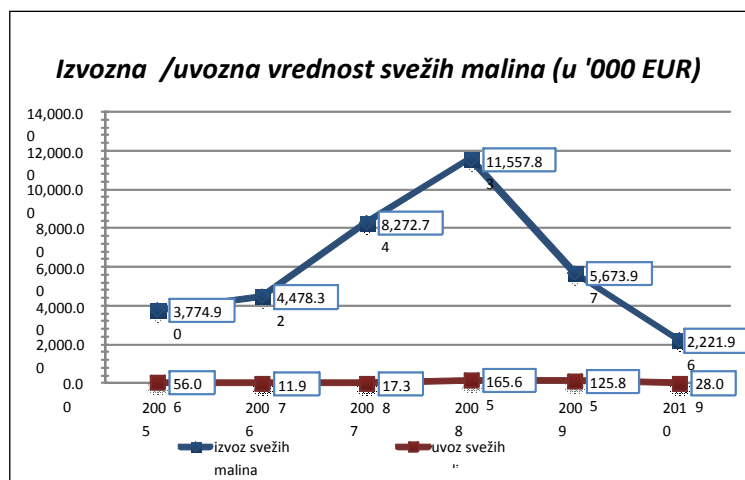
**Vrednost** izvoza svežih malina na godišnjem nivou kreće se u rasponu od 3,77 miliona evra u 2005. do 11,56 miliona evra u 2008. što pokazuje relativno promjenljive cene malina na tržištu. Tako je najviša prosečna **izvozna cena** po kilogramu zabeležena u 2008. godini i iznosila je 2,31 evra a najniža 0,50 evra je u 2005. godini. Treba imati na umu, da se tokom razgovora s fokusnim grupama diskutovalo o proizvodnim količinama i vrednostima izvoza kao da su potencijalno potcenjenim zbog (1) pouzdanosti prikupljanja statističkih podataka, (2) smanjenih poreza u slučaju nižih prijavljenih izvoznih vrednosti.

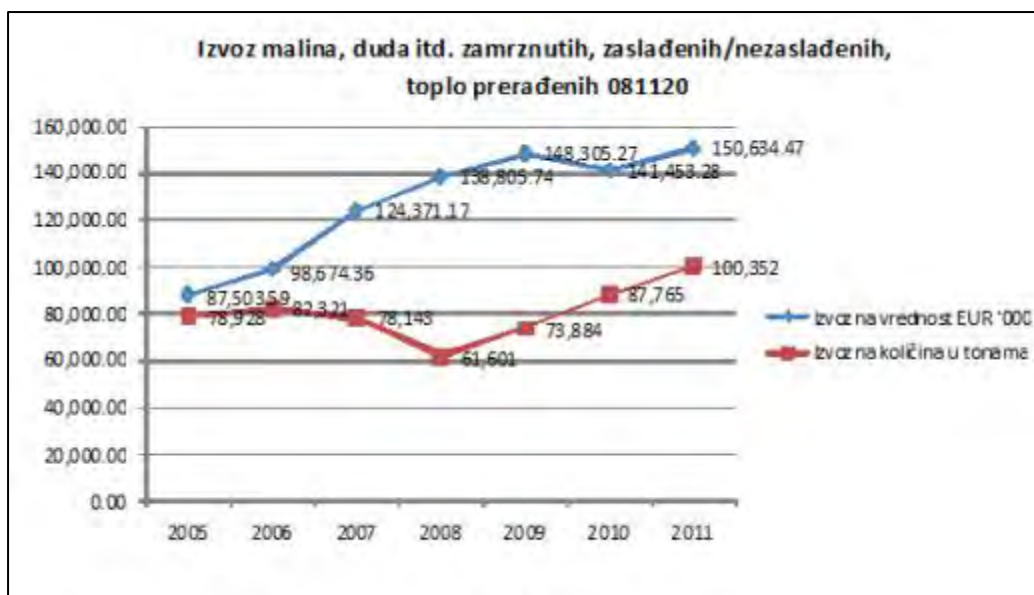
Slika 4 Izvozne/uvozne vrednosti i količine svežih malina



Izvor: podaci preuzeti iz EUSTAT baze podataka <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

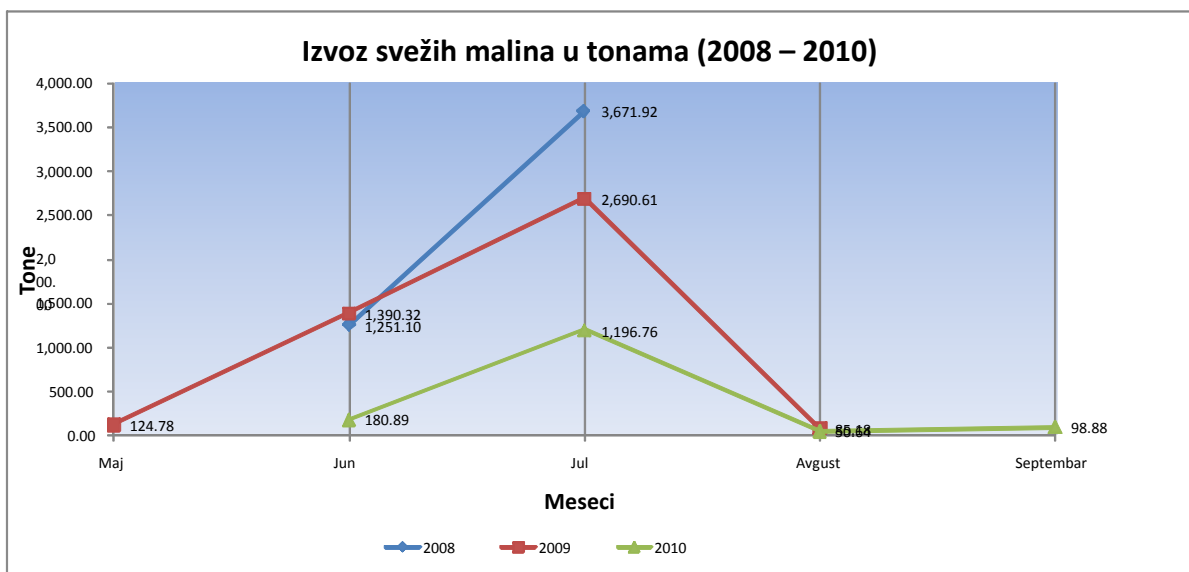
Izvoz **zamrznutih malina** dostizao je 150 miliona evra u 2011. godini od 98,6 miliona evra u 2006. godini. Jedinična cena izvezenih zamrznutih malina pokazuje rastući trend od 1,2 evra po kilogramu u 2006. godini, do 2,25 evra po kg u 2009. godini i 1,61 evra po kg u 2010. godini.





Izvoz svežih malina ima sezonski aspekt, a većina izvoza se obavlja u julu, uz manje količine u junu i avgustu i s neznatnim količinama u mesecima pre i posle. Izvozna prodajna cena na vrhuncu sezone je stabilna i kreće se u rasponu od 1,00 evra do 1,35 evra. Uvoz se s druge strane obavlja u julu i avgustu, a retko u ostalim mesecima.

Slika 5 Izvozna količina svežih malina mesečno



Izvor: podaci preuzeti iz EUSTAT baze podataka: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

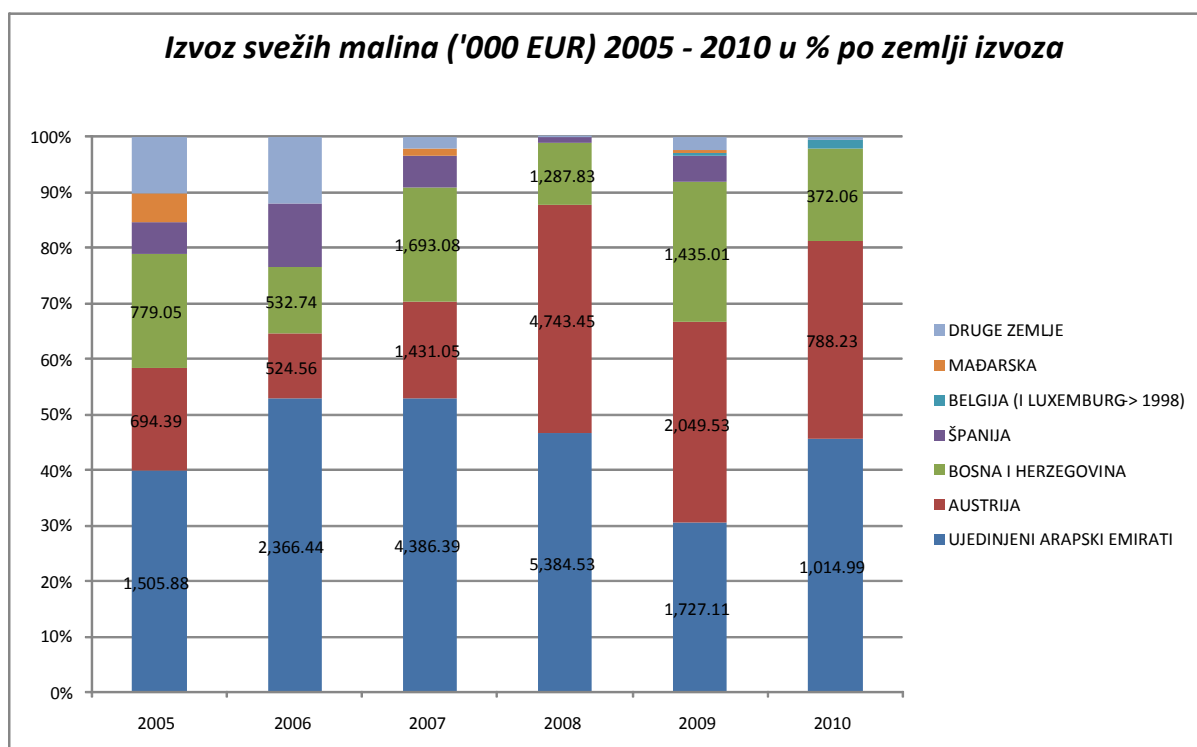
Primarna izvozna odredišta sveže maline koja se izvoze iz Srbije su UAE, Austrija, Nemačka i Italija. Izvozna odredišta ukupnog izvoza malina se nisu procentualno značajnije menjala u poslednjih pet godina.

Izvozne destinacije prerađene maline su evropske zemlje i po količini na prva tri mesta se nalaze Nemačka, Francuska i Belgija.

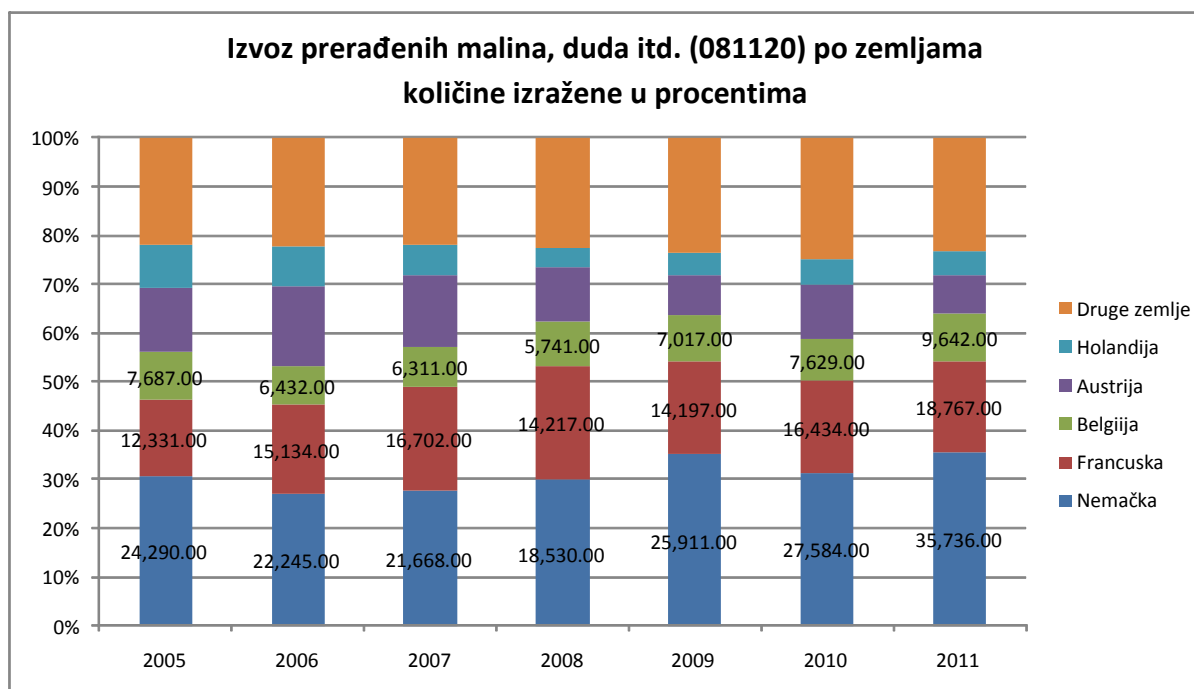




Slika 6 Izvozne vrednosti po zemljama

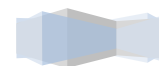


Izvor: podaci preuzeti iz EUSTAT baze podataka <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>



Izvor: podaci preuzeti iz baze podataka trademap.org

Međutim, istraživanje pokazuje da je percepcija proizvođača takva da su najvažnija tržišta za srpsku malinu Poljska, a potom Rusija i Nemačka.





### **7.2.3. Potražnja i ponuda sorti**

Prema ispitanim proizvođačima malina najtraženija i najprodavanija sorta malina je sorta Willamette koja se i najčešće proizvodi. Ispitanici smatraju da je to najtraženija sorta, kako na domaćem tako i na izvoznim tržištima.

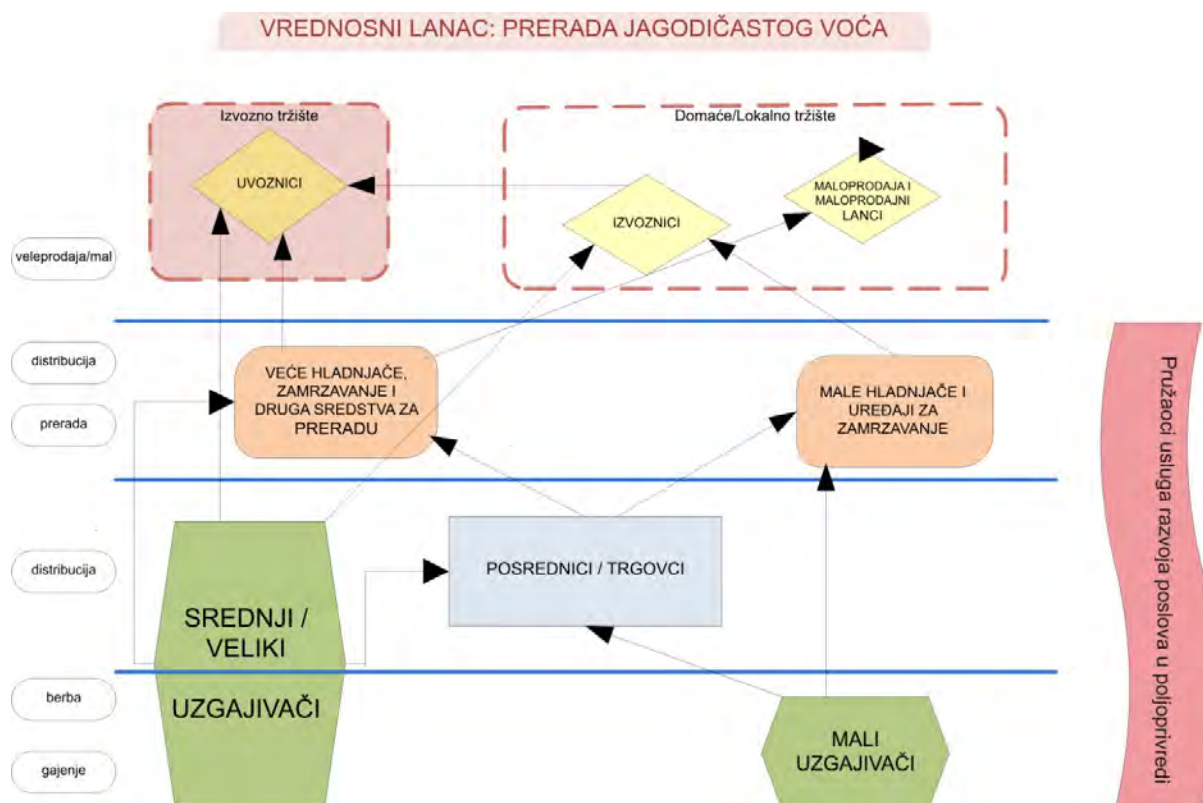
### **7.2.4. Konkurencija**

Anketirani proizvođači malina smatraju da su glavni konkurenti srpskoj malini Poljska, Rusija, Nemačka i Čile. Na međunarodnom nivou, glavna izvozna tržišta Srbije takođe snabdevaju Poljska i Kina koji se mogu smatrati direktnom konkurencijom.





### 7.3. Struktura vrednosnog lanca i glavni učesnici



#### 7.3.1. Direktni učesnici vrednosnog lanca

##### Proizvođači

Od 609 anketa sprovedenih u pet opština obuhvaćenih ovim istraživanjem, 71 anketa je obavljena sa proizvođačima malina i predstavlja 11,66% od ukupnog uzorka.

Na osnovu podataka iz tih anketa, proizvodnjom malina pokriveno je 198 hektara. Tradicionalna proizvodnja malina na ispitivanom području u poslednjih deset godina namenjena je gotovo isključivo za prodaju, a samo 10% ukupne proizvodnje se koristi za sopstvene potrebe.

Prema anketiranim, postoji više od tri hiljade proizvođača malina na ovom području (Južna Srbija), uz prosečnu veličinu gazdinstva od 1,66 hektara.

##### Input – sadni materijal

Sadni materijal za proizvodnju malina uglavnom se proizvodi i kupuje na domaćem tržištu, odnosno kupuje se od srpskih proizvođača. Međutim, sadni materijal tako nabavljen sertifikovan je samo u 35% slučajeva, a u 65% nije. Samo 3% sadnog materijala je iz uvoza i on je sertifikovan, 23% ispitanika je odgovorilo da proizvodi sopstveni sadni materijal koji nije sertifikovan.

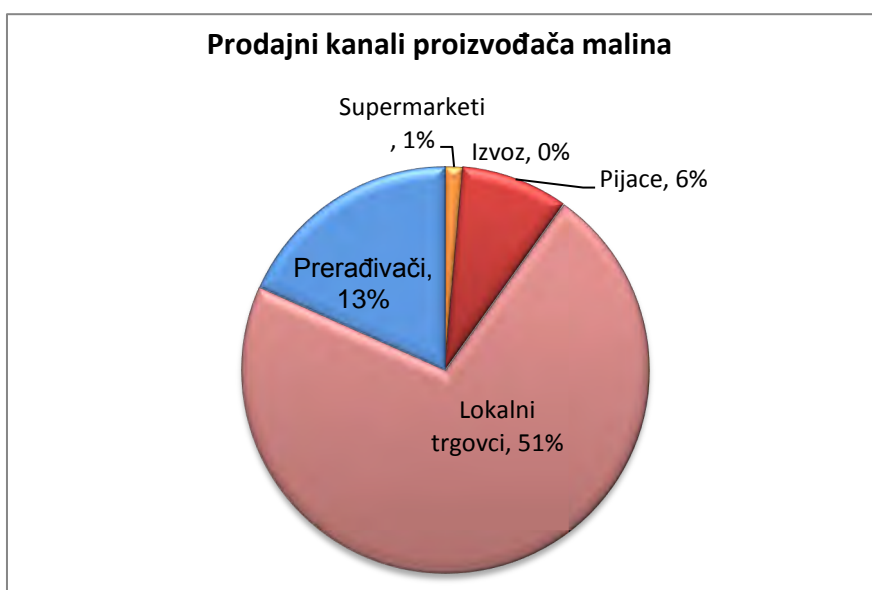




	<u><i>Ukupno # ispitanika</i></u>	<u><i>Sa sertifikatom</i></u>	<u><i>% sa sertifikatom</i></u>	<u><i>Bez sertifikata</i></u>	<u><i>% bez sertifikata</i></u>
<u><i>Sopstvena proizvodnja</i></u>	18	1	5.56%	17	94.44%
<u><i>Nabavljeno na domaćem tržištu</i></u>	55	19	34.55%	36	65.45%
<u><i>Uvezeno</i></u>	3	3	100.00%	0	0.00%
<u><i>Ukupno malina</i></u>	<b>76</b>	<b>23</b>	<b>30.26%</b>	<b>53</b>	<b>69.74%</b>

## Kupci

Proizvođači prodaju svoje proizvode uglavnom srpskim trgovcima i kupcima. Oni prodaju svoje proizvode lokalnim trgovcima (42%) i prerađivačima (51%) dok u vrlo malom procentu prodaju na pijaci i supermarketima.



Najvažniji<sup>4</sup> činioc koji određuje saradnju između proizvođača i kupca je garancija plaćanja, nakon čega sledi kvalitet proizvoda i ugovorena cena po jedinici proizvoda.

<b><i>Najvažniji faktori saradnje sa kupcem</i></b>	<b><i>Rezultat</i></b>
Garancija plaćanja	110
Avansno finansiranje proizvodnje (nabavka semena, pesticida)	98
Ugovorena proizvodnja	86
Ugovorene cene	50
Objedinjena proizvodnja	34
Garantovan kvalitet proizvodnje	31
Ugovorene sorte	17

<sup>4</sup> Bodovanja prioriteta pokazuje tri najvažnije karakteristike dodeljivanjem 3 boda za najznačajnije, 2 boda za drugo najvažnije i 1 bod za treće najznačajnije obeležje koje određuje odnos



Najvažnija karakteristika određivanja kvaliteta proizvoda je, kako smatraju kupci, veličina i boja ploda nakon čega sledi tradicija proizvodnje i sorta kao i trajnost proizvoda.

<b>Najvažnije karakteristike kvaliteta proizvoda</b>	<b>Rezultat</b>
Veličina i boja	157
Tradicionalna proizvodnja / sorta	84
Trajnost	68
Kalibracija	52
Drugo	65

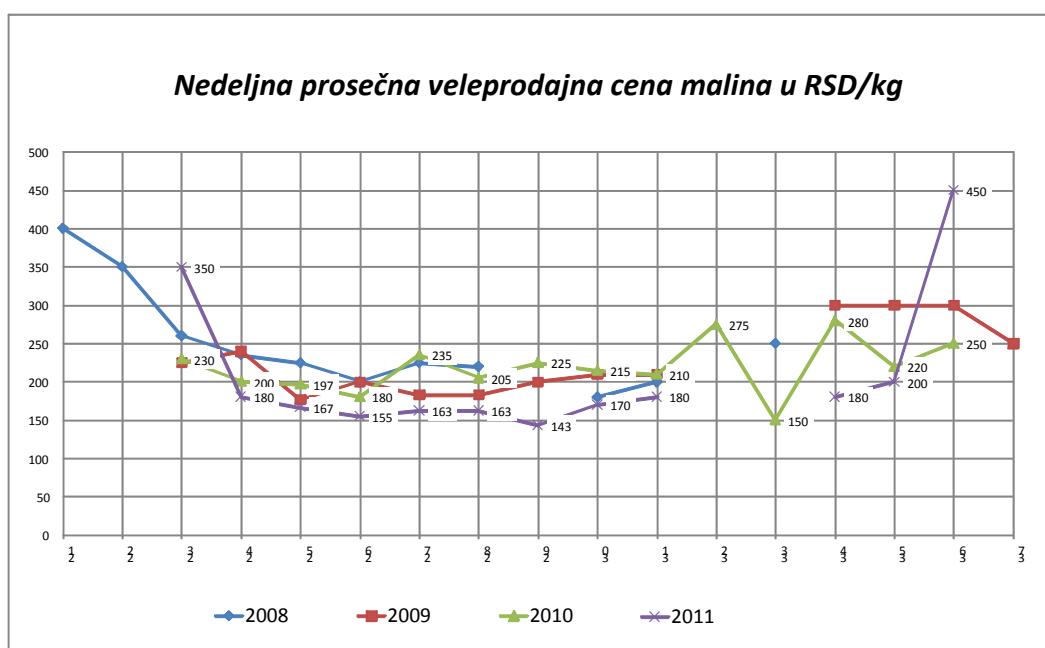
### 7.3.2. Karakteristike potražnje i ponude

#### Raspon cena i stabilnost – veleprodajne i maloprodajne cene

Nedeljne veleprodajne cene malina su zvanično zabeležene u Srbiji na nekoliko veleprodajnih i maloprodajnih tržišta u širom zemlje. Za potrebe ove studije, veletgovinska tržišta uzeta u obzir su veleprodajna tržišta u Beogradu, Nišu, Kraljevu i Novom Sadu.

Domaće tržišne cene kako na veleprodajnim tako i na maloprodajnim tržištima razlikuju se zavisno od doba godine, odnosno ponude. Na primer, u 2010, malina je bila dostupna od 23. do 36. nedelje po ceni od 150 RSD do 250 RSD<sup>5</sup> po kilogramu, a tokom ostalih nedelja u godini po drugim cenama; međutim, cene na veleprodajnim tržištima variraju tokom cele godine kao i cene na samim veleprodajnim tržištima. Na primer, u Beogradu veleprodajne tržišne cene su uvek mnogo veće nego na svim ostalim veletgovinskim tržištima. Takođe u 2011. godini veleprodajne cene su bile niže u odnosu na prethodne tri godine.

Slika 7 Nedeljna prosečna veleprodajna cena malina



<sup>5</sup> Narodna banka Srbije, Srednji kurs dinara na dan 31.12.2010, 1€=104,7246 i 1\$=82,0790

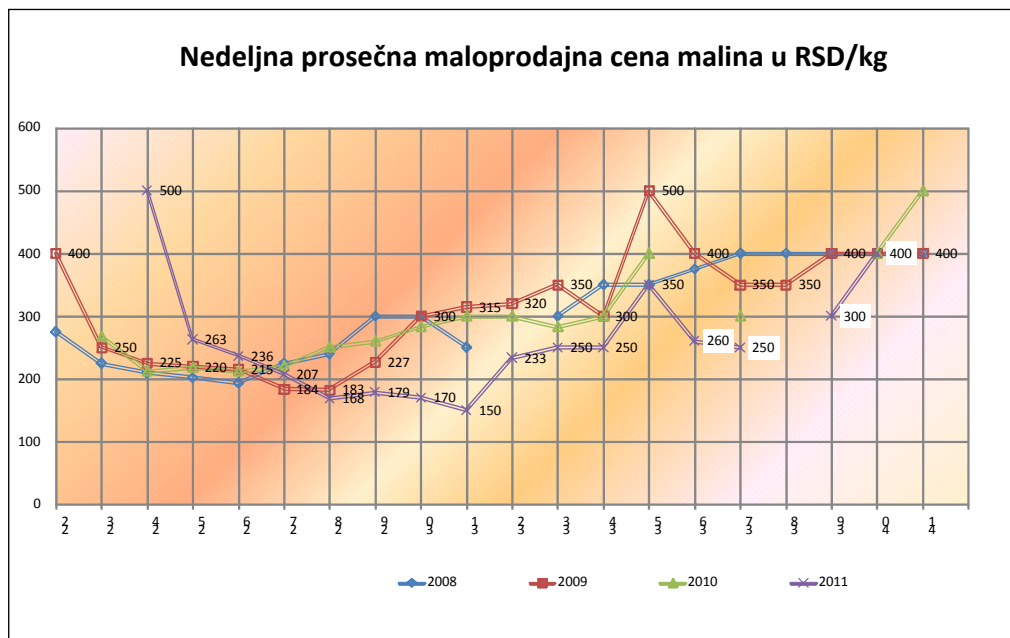




Izvor: [www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni](http://www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni)

Napomena: prosečna nedeljna veleprodajna cena na godišnjem nivou zasniva se na podacima za 52 nedelje, osim za 2011. godinu kada su uzete cene za 42 nedelje. Razmatrana su veletrgovinska tržišta u Beogradu, Nišu i Kraljevu, Novom Sadu.

Slika 8 Nedeljna prosečna maloprodajna cena malina



Izvor: [www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni](http://www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni)

Napomena: prosečna nedeljna maloprodajna cena na godišnjem nivou zasniva se na podacima za 52 nedelje, osim za 2011. godinu kada su uzete cene za 42 nedelje. Razmatrana su veletrgovinska tržišta u Beogradu-Skadarlija, Nišu, Pirotu, Vranju, Čačku.

Maloprodajne cene malina na nedeljnom nivou se razlikuju zavisno od domaće proizvodnje - sezonalnosti, porekla proizvoda – pošto su uvezene maline skuplje, razlikuju se i po prodajnom mestu odnosno maloprodajnom tržištu. Malina ima neprekidno od 23. od 35. nedelje po ceni od 213 RSD do 400 RSD po kilogramu, a na nekim tržištima u periodu posle navedenog.

U Beogradu su maloprodajne cene mnogo veće, a proizvod je dostupan duže vreme; na primer, na maloprodajnom tržištu u Pirotu u 2010. malina je mogla da se nađe samo od 24. do 26. nedelje po ceni od 200 RSD po kilogramu, dok je na beogradskom tržištu mogla da se nađe od 23. nedelje do 41. nedelje po ceni od 300 RSD do 500 RSD po kilogramu.





### Sorte proizvoda

Najzastupljenija proizvodnja je sorte Willamette i proizvodi se u većini područja zasađenih malinama. Ostale sorte su navedene u nastavku.

Sorta	Ha
<i>Willamete</i>	<b>138.82</b>
<i>Miker</i>	<b>24.29</b>
<i>Gradina</i>	<b>30.90</b>
<i>Druge</i>	<b>4.25</b>

Najvažnija karakteristika koja određuje kvalitet proizvoda je veličina i boja proizvoda. Ostale značajne osobine kvaliteta su sorta, trajnost, ujednačenost proizvodnje koja utiče na kvalitet proizvoda i cena proizvoda.

### Struktura troškova

Prema anketiranim proizvođačima malina, najveći procenat troškova u proizvodnji čine: (1) troškovi energije, (2) transport i distribucija, (3) pesticidi.

<i>Struktura troškova proizvodnje</i>	<i>% ukupnih troškova</i>
<i>Troškovi energije (voda, struja, gorivo etc.)</i>	<b>22.61</b>
<i>Transport i distribucija</i>	<b>17.39</b>
<i>Pesticidi</i>	<b>13.87</b>
<i>Marketing</i>	<b>12.58</b>
<i>Sadni materijal</i>	<b>12.07</b>
<i>Pakovanje</i>	<b>10.49</b>
<i>Đubrivo</i>	<b>10.35</b>
<i>Troškovi radne snage</i>	<b>0.49</b>
<i>Troškovi mehanizacije</i>	<b>0.14</b>
<i>Sortiranje i kalibracija</i>	<b>0.00</b>

Najveći porast troškova u protekle tri godine zabeležen je kod: (1) đubriva i (2) pesticida.



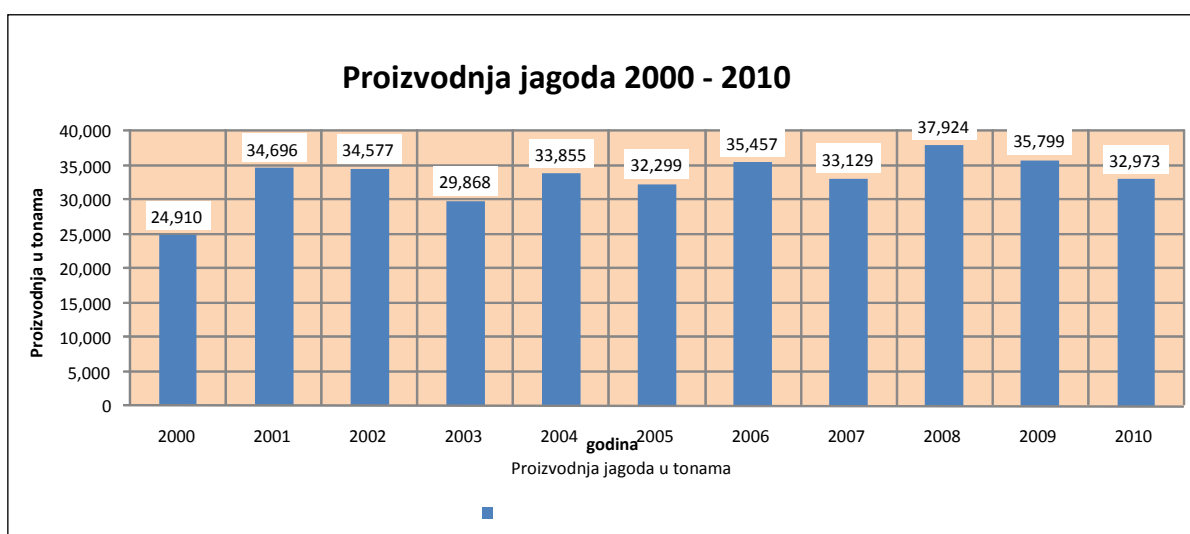


## 8. VREDNOSNI LANAC JAGODE

### 8.1. Trendovi u proizvodnji

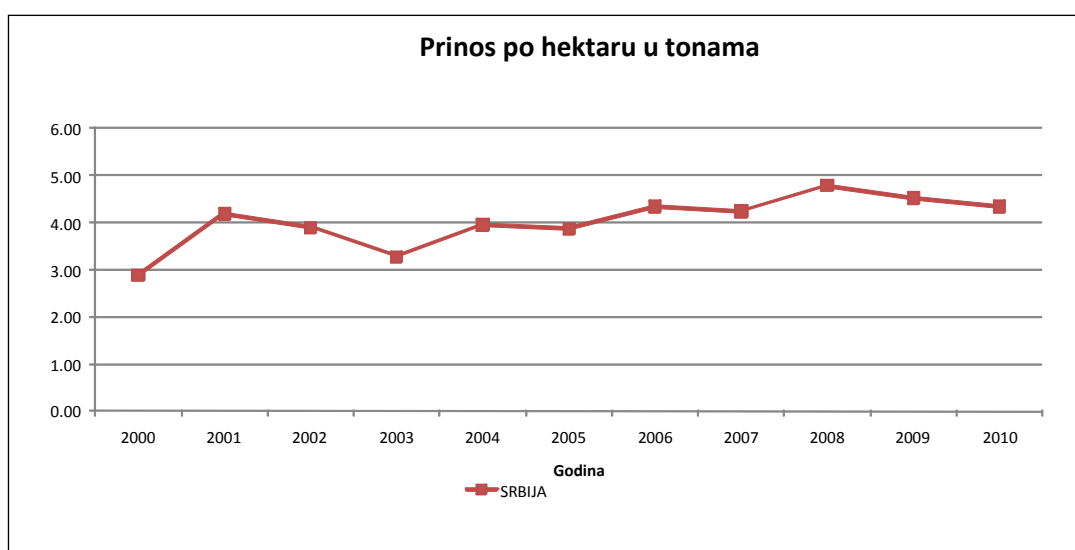
Proizvodnja jagoda u Srbiji u poslednjih deset godina kreće se od 30.000 do 38.000 tona, proizvedenih na oko 8.000 hektara. U 2010. godini prijavljeno je 7,603 hektara pod zasadam jagoda. Većina proizvodnje jagoda je u centralnoj Srbiji, a samo 2% do 7% u Vojvođanskom regionu. Zvanična statistika kaže da je prosečni prinos stabilan u poslednjih deset godina i kreće se između 4 do 5 tona/hektar.

Slika 9 Proizvodnja jagoda

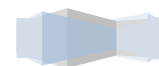


Izvor: <http://webzrs.stat.gov.rs/WebSite/public/ReportView.aspx>

Slika 10 Prinos jagoda



Izvor: <http://webzrs.stat.gov.rs/WebSite/public/ReportView.aspx>



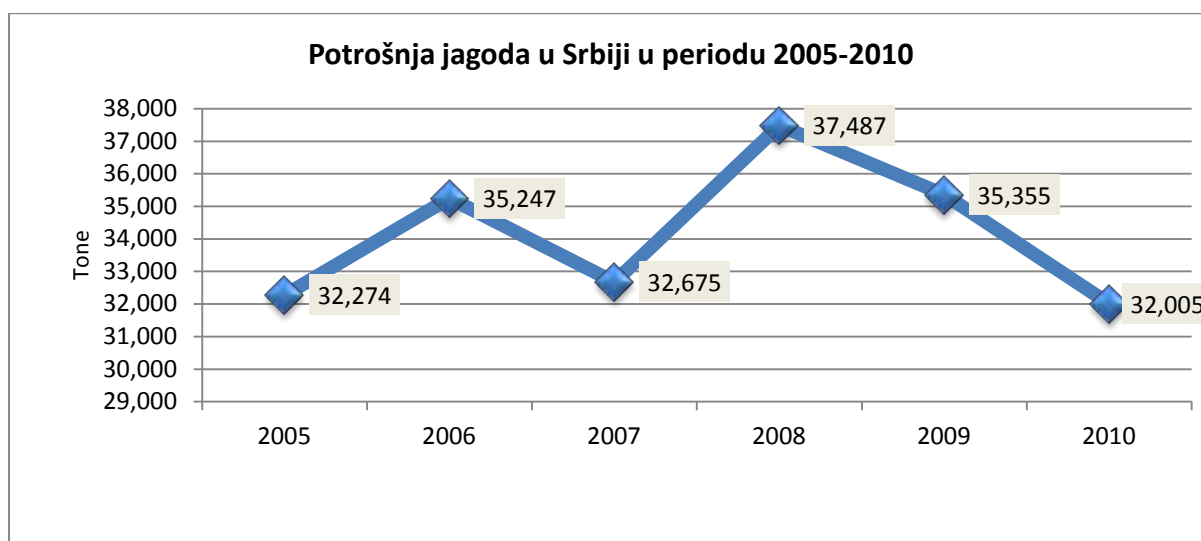


## 8.2. Spoljna trgovina i tržišta

### 8.2.1. Domaća i industrijska potrošnja<sup>6</sup>

Procenjena potrošnja jagoda na godišnjem nivou u zemlji, uključujući otkup prerađivačke industrije, kreće se od 32.000 do 37.000 tona u poslednjih nekoliko godina. To izgleda pokazuje da se većina proizvodnje jagoda koristi u zemlji, odnosno kupuje na domaćim tržištima, u malom procentu se izvozi u svežem obliku, a ostatak otkupljuje prerađivačka industrija i dalje izvozi u prerađenom obliku u druge zemlje.

Slika 11 Procenjena potrošnja jagoda



Izračunata potrošnja jagoda sadrži količine, koje se dalje prerarađuju u centrima za preradu i mogu da se izvoze kao proizvodi sa dodatom vrednošću. Izvesna količina jagoda se posle prerade izvozi. Podaci pokazuju da se količina izvezenih jagoda u bilo kojem obliku obrađenog proizvoda kreće u rasponu od 1,101 tona u 2006. godini čak do 2,729 tona u 2010. godini.

Izvoz obrađenih jagoda u tonama	2006	2007	2008	2009	2010
Jagode nekuvane ili blanširane ili poparene vodom, zaslađene ili nezasađene, zamrznute (081110)	1,101	1,230	2,020	974	2,729

<sup>6</sup> Napomena: Domaća potrošnja dobijena je iz zbira ukupno proizvedene i uvezene količine umanjeno za izvozne količine na godišnjem nivou. Izvor podataka za proizvodnju je baza podataka Zavoda za statistiku Srbije, dok su podaci o uvozu i izvozu dobijeni iz EUSTAT baze podataka



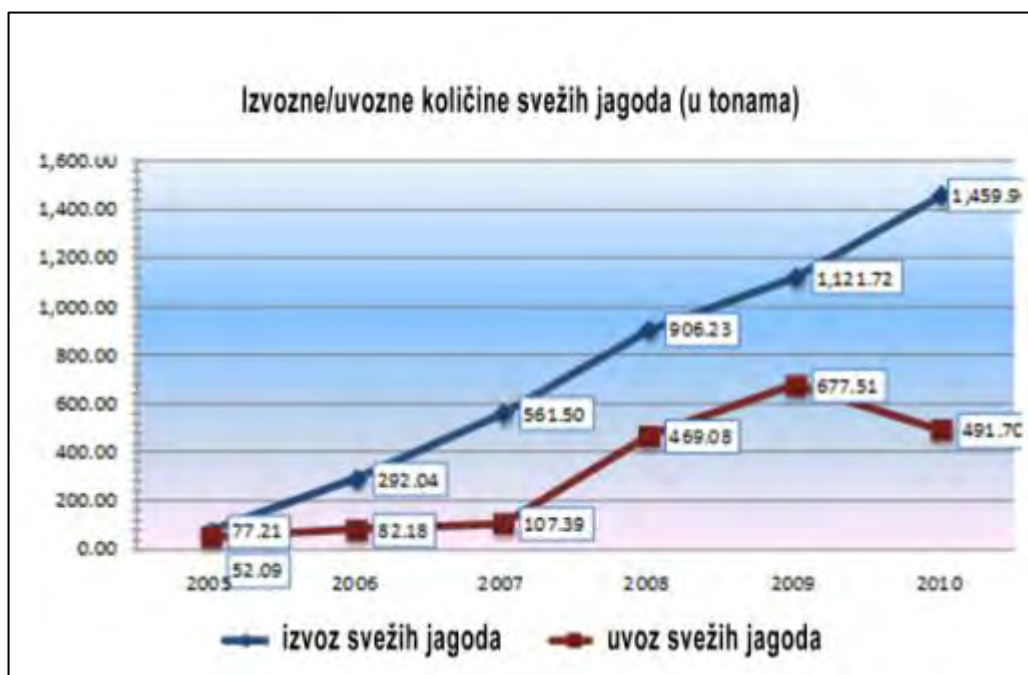
### 8.2.2. Izvozne i uvozne količine i cene

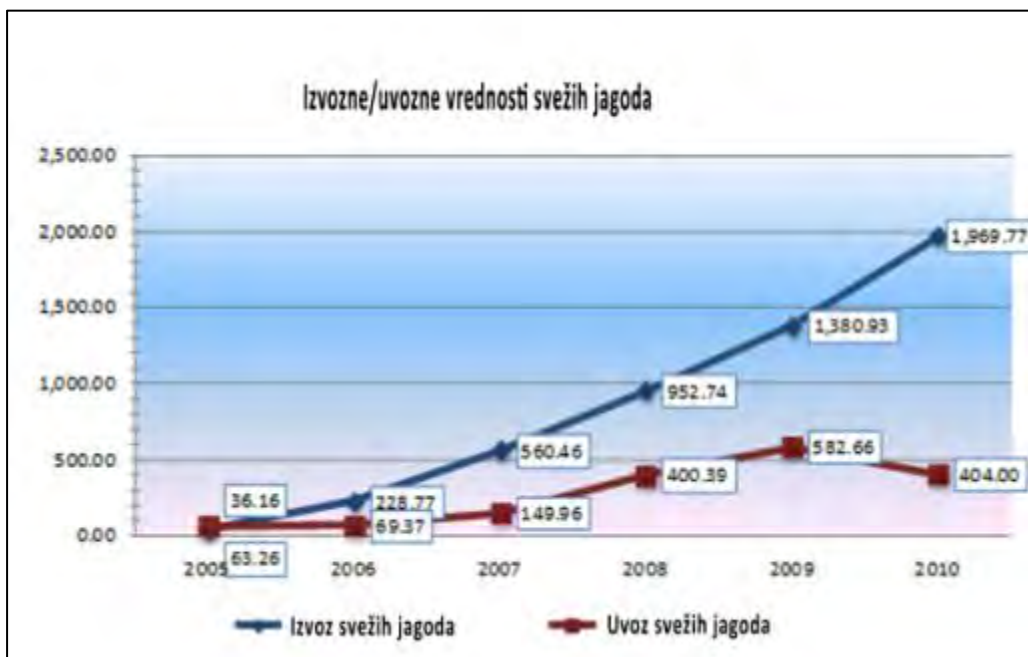
Izvoz jagoda znatno je porastao u poslednjih pet godina sa 77 tona u 2005. godini na 1460 tona u 2010. godini. Uvezene količine jagoda takođe su u porastu; međutim, na mnogo nižem nivou od izvezenih količina koje se kreću od 52 do 94 tone, zavisno od godine.

Ovim se potvrđuje da postoji stabilan trend potrošnje svežih jagoda, ali izgleda da postoji i trend da povećanje izvoza prati i povećanje uvoza. Vrednost izvoza na godišnjem nivou kreće se od 36,160 EUR u 2005, do 1,97 miliona EUR u 2010. godini, što ukazuje na stabilan i blago rastući trend cena izvoza po kilogramu. Najviša godišnja prosečna izvozna cena po kilogramu je zabeležena u 2010. godini sa cenom od 1,35 EUR.

Vrednost jagoda izvezenih u zamrznutom ili drugom obliku prerađenog proizvoda kreće se u rasponu od 1 do 3 miliona evra u 2008. i 2010. godini respektivno, s izvoznim količinama od 2,020 do 2,729 tona u zamrznutom ili drugom obliku prerade.

Slika 12 Izvozne/uvozne vrednosti i količine svežih jagoda



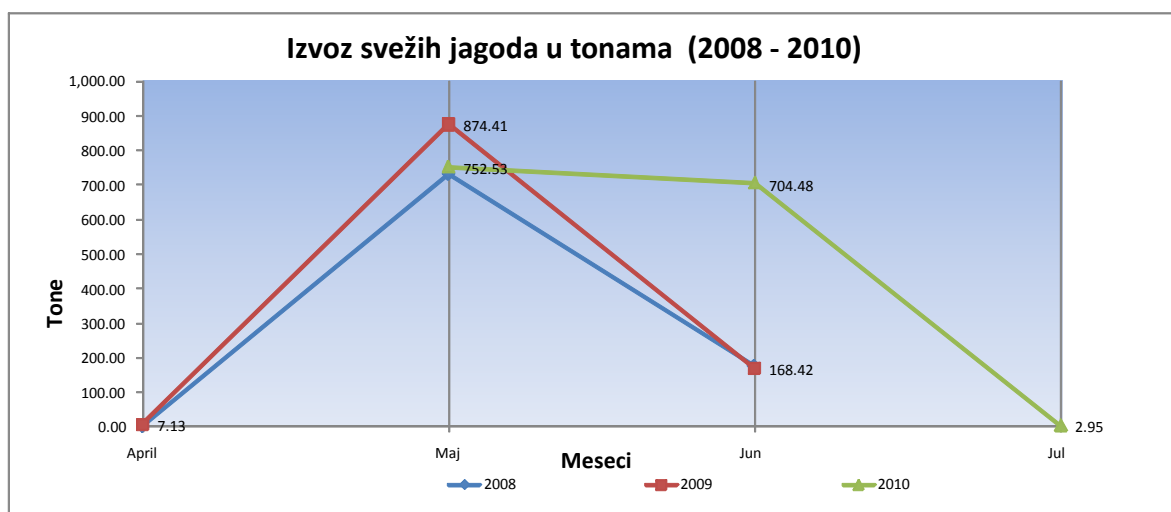


Izvor: podaci dobijeni iz EUSTAT baze podataka <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Izvoz svežih jagoda je sezonskog karaktera, a većina izvoza se odvija u maju sa manjim količinama u junu i povremeno neznatnim količinama u prethodnim i narednim mesecima. Najviša sezonska izvozna prodajna cena je stabilna i kreće se u rasponu između 1,00 EUR po kilogramu do 1,44 EUR po kilogramu.

Uvoz se odvija u aprilu i maju, u manjim količinama i u martu, a povremeno i u ostalim mesecima gde u junu-julu najviša uvozna cena iznosi 3.70 EUR do 6.40 EUR po kg.

Slika 13 Izvozne količine svežih jagoda po mesecima



Izvor: podaci dobijeni iz EUSTAT baze podataka <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

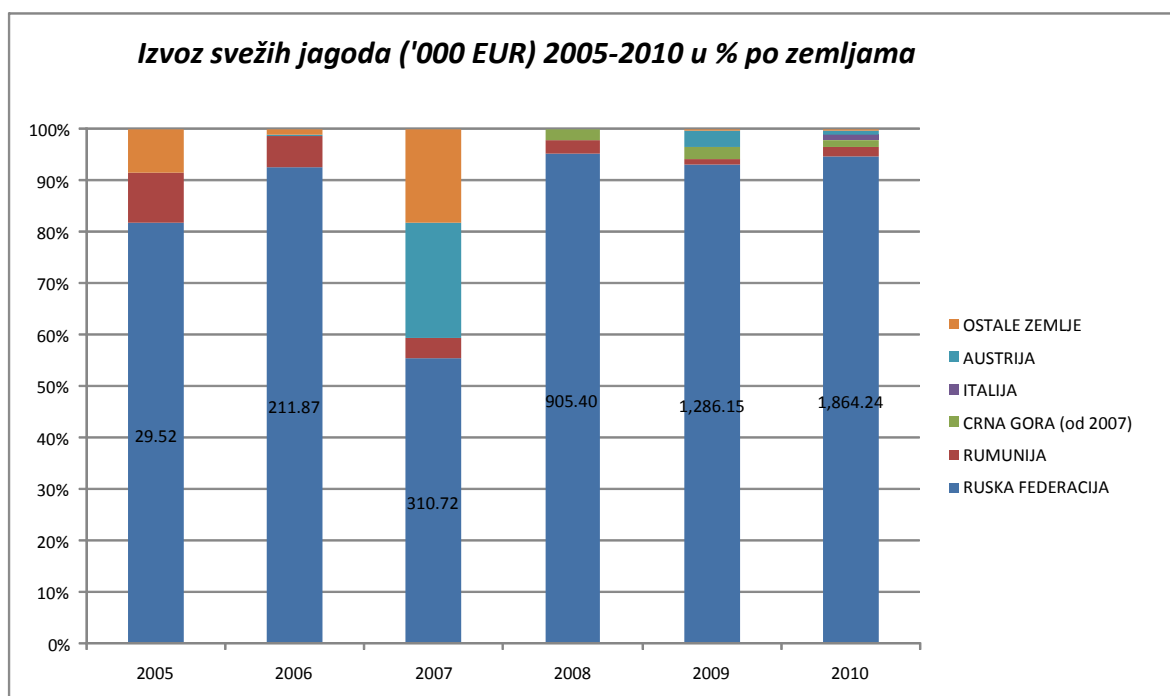
Glavna izvozna destinacija svežih jagoda iz Srbije je Rusija gde je usmeren veći deo izvoza, dok se manje količine izvoze u Rumuniju, Crnu Goru i druge zemlje. U okviru EU bloka Francuska, Holandija i Nemačka su glavna tržišta za zamrznute jagode iz Srbije.







Slika 14 Izvozne vrednosti po zemljama



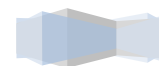
Prema podacima prikupljenim od anketiranih firmi glavna izvoznih tržišta u smislu važnosti (3 boda za najviše i 1 za najmanje važno tržište) smatraju se rusko, italijansko i poljsko tržište.

### 8.2.3. Potražnja i ponuda sorti

Prema ispitanicima, najtraženija i najprodavanija sorta jagode je Zenga Zengana. Smatra se najtraženijom sortom kako na domaćem tako i na izvoznim tržištima.

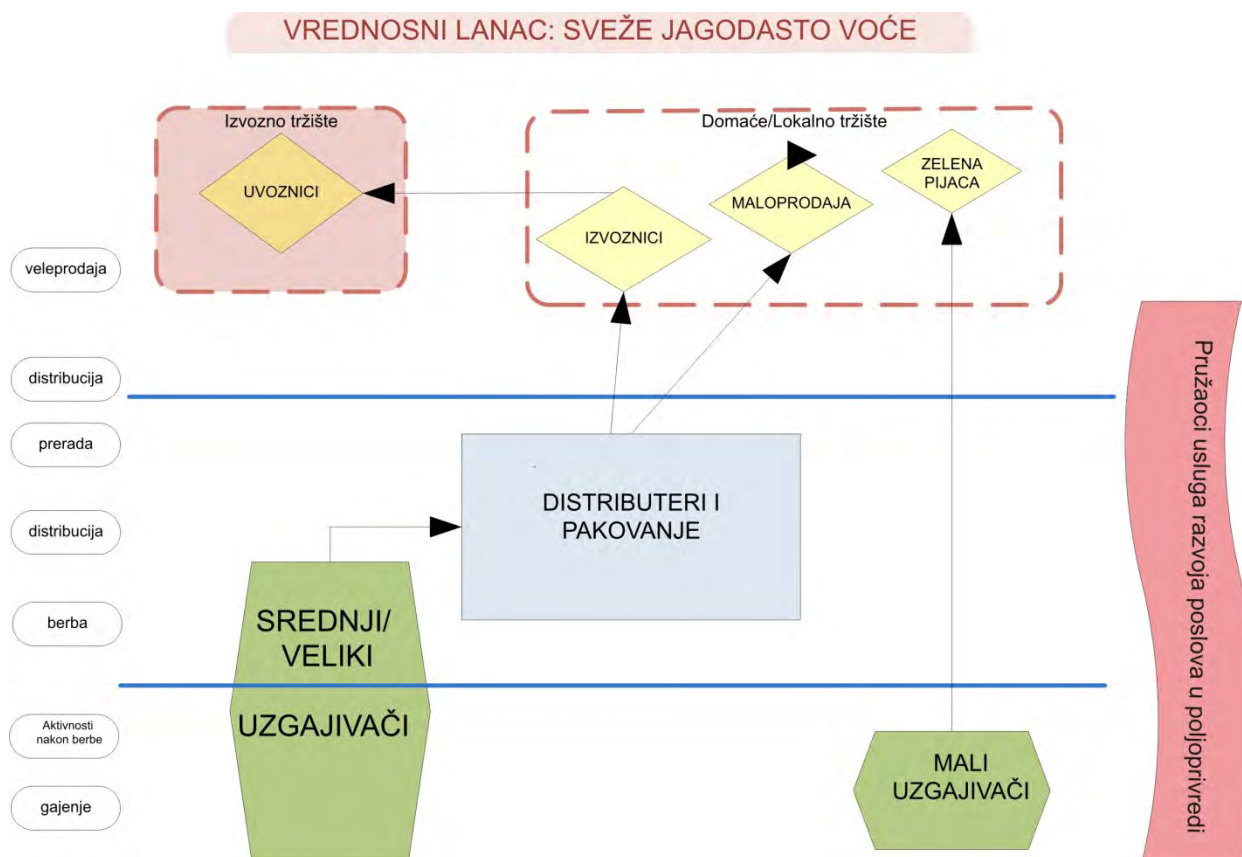
### 8.2.4. Konkurencija

Anketirani proizvođači jagoda smatraju da su im glavna konkurencija Italija, Poljska, i Španija.





### 8.3. Struktura VL i glavni učesnici



#### 8.3.1. Direktni učesnici VL

##### Proizvođači

Od 609 anketa obavljenih u 5 okruga, 100 anketa je obavljeno sa proizvođačima jagoda, što predstavlja 16.42% od ukupnog broja anketiranih.

Prema ispitanicima proizvodnja jagoda se obavlja na 176 hektara. Proizvodnja jagoda u analiziranom području ima više od 9 godina tradicije u većini anketiranih domaćinstava. Proizvodnja je usmerena gotovo isključivo za prodaju, sa samo 3% ukupne proizvodnje namenjene za domaću potrošnju.

Prema anketiranima, postoji veliki broj proizvođača jagoda u oblastima obuhvaćenim ovim istraživanjem, gde je prosečno gazdinstvo površine 0,95 hektara.

##### Input – sadni materijal

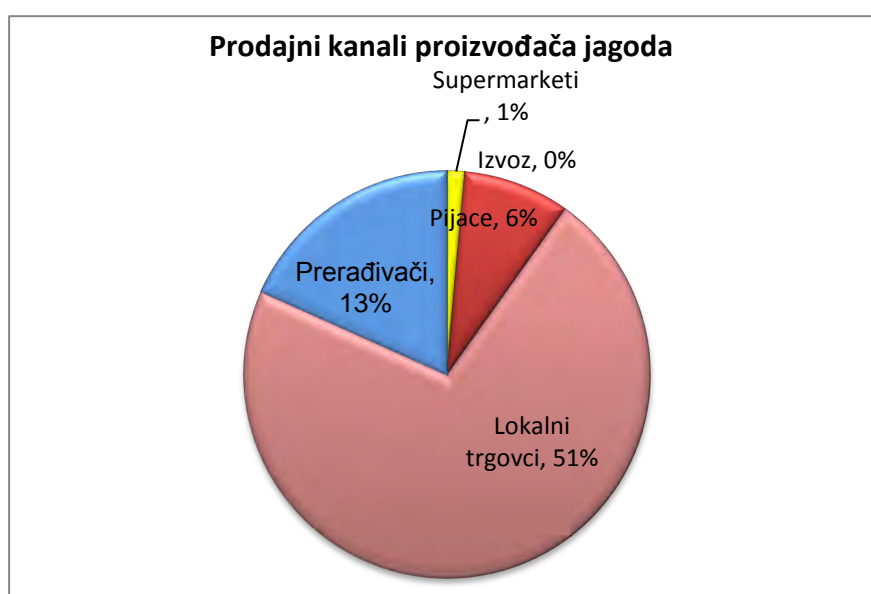
Sadni materijal za proizvodnju jagoda uglavnom se proizvodi na domaćem tržištu, odnosno kupuje od srpskih proizvođača (48%). Međutim, sadni materijal kupljen kod domaćih proizvođača samo je u 30% slučajeva sertifikovan. 23% sadnica jagoda je iz uvoza i to 82% je sertifikovano. 25% ispitanika proizvodi svoj sopstveni sadni materijal koji u 62% slučajeva nije sertifikovan.



	<b><i>Ukupno anketiranih</i></b>	<b><i>Sa sertifikatom</i></b>	<b><i>% sa sertifikatom</i></b>	<b><i>Bez sertifikata</i></b>	<b><i>% bez sertifikata</i></b>
<b><i>Sopstvena proizvodnja</i></b>	35	3	8.57%	32	91.43%
<b><i>Nabavljeno na domaćem tržištu</i></b>	64	19	29.69%	45	70.31%
<b><i>Uvezeno</i></b>	34	28	82.35%	6	17.65%
<b><i>Ukupno</i></b>	<b>133</b>	<b>50</b>	<b>37.59%</b>	<b>83</b>	<b>62.41%</b>

## Otkupljivači

Svi anketirani proizvođači jagoda prodaju svoje proizvode srpskim trgovcima i otkupljivačima. Uglavnom prodaju svoje proizvode lokalnim trgovcima (51%) i pijacama (35%), dok se manji procenat se prodaje prerađivačima(13%), iako je sorta Zenga Zengana za fabričku preradu.



Najvažniji faktor koji određuje saradnju između proizvođača i otkupljivača je jamstvo plaćanja, nakon čega sledi kvalitet proizvoda, ugovoreno finansiranje proizvodnje i unapred određena cena po jedinici proizvoda.

Najvažnija karakteristika koja određuje kvalitet jagode, koja je važna za otkupljivače, je veličina i boja ploda nakon čega sledi trajnost (rok trajanja) i ujednačenost proizvoda, tradicija i sl.

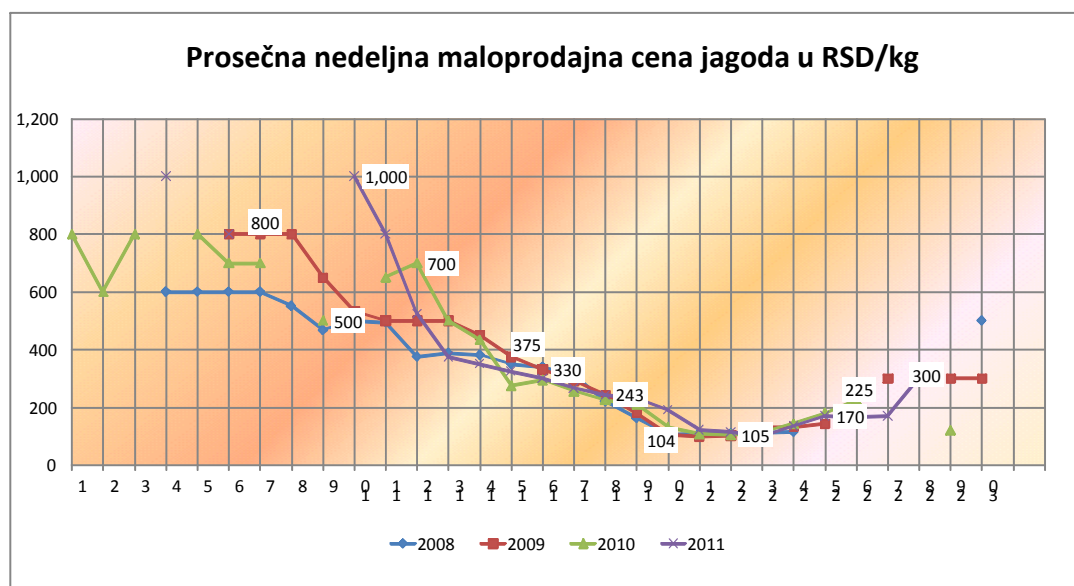
<b><i>Najvažniji faktori saradnje sa otkupljivačem</i></b>	<b><i>Rezultat</i></b>
Garancija plaćanja	190
Avansno finansiranje proizvodnje (nabavka semena, pesticida)	108
Ugovorena proizvodnja	101
Ugovorene cene	100
Ujednačena proizvodnja	40
Garantovan kvalitet proizvodnje	34
Ugovorene proizvodne sorte	27







Slika 16 Nedeljna prosečna maloprodajna cena jagoda



Izvor: [www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni](http://www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni)

Napomena: prosečna nedeljna veleprodajna cena na godišnjem nivou zasniva se na podacima za 52 nedelje, osim za 2011. godinu koja je za 42 nedelje. Posmatrane tržnice u Beogradu - Skadarlija, Nišu, Pirotu, Vranju, Čačku.

Maloprodajne cene jagoda nedeljno variraju, zavisno od domaće proizvodnje - sezonalnosti, porekla proizvoda - sa uvezenim jagodama koje diktiraju višu cenu i koje se nalaze samo na beogradskim maloprodajnim tržištima i prodajnim mestima, odnosno maloprodaji. Jagode su stalno dostupne od 15. do 25. nedelje zavisno od maloprodajnog tržišta po cenama od 400 do 120 RSD po kilogramu na nekim tržištima u periodu koji sledi. Beogradske maloprodajne cene su mnogo veće i proizvod je dostupan duži period, zahvaljujući uvozu. Na primer, u Beogradu je uvoz iz Italije diktirao cenu od 1.000 dinara po kg u 4. nedelji, dok su u maloprodaji u Nišu i Pirotu jagode dostupna samo od 16. do 27. nedelje po ceni od 150 do 400 RSD po kg.

### Sorte proizvoda

Najčešće uzgajane sorte koje se proizvode na većini plantaža jagoda su Alba i Zenga Zengana. Ostale sorte su navedene u nastavku:

Sorta	Ha
<b>Alba</b>	<b>60.53</b>
<b>Zenga Zengana</b>	<b>45.35</b>
<b>Kleri</b>	<b>34.69</b>
<b>Kortina</b>	<b>22.25</b>
<b>Druge sorte</b>	<b>13.55</b>
<b>Ukupno</b>	<b>176.37</b>





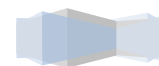
Najvažnija karakteristika koja određuje kvalitet proizvoda je veličina i boja proizvoda. Druge važne odlike kvaliteta su sorta, trajnost, ujednačenost proizvodnje, koje utiču na kvalitet proizvoda, i na cenu proizvoda.

### **Struktura troškova**

Prema anketiranim proizvođačima jagoda, najveći deo troškova u proizvodnji čine: 1. troškovi energije; 2. marketing i 3. transport i distribucija

<i>Struktura troškova proizvodnje</i>	<i>% ukupnih troškova</i>
<i>Troškovi energije (voda, struja, gorivo, etc.)</i>	<b>24.52</b>
<i>Marketing</i>	<b>17.10</b>
<i>Transport &amp; distribucija</i>	<b>16.26</b>
<i>Pesticidi</i>	<b>11.20</b>
<i>Sadni materijal</i>	<b>10.75</b>
<i>Pakovanje</i>	<b>9.36</b>
<i>Đubrivo</i>	<b>8.91</b>
<i>Troškovi radne snage</i>	<b>1.53</b>
<i>Sortiranje i kalibracija</i>	<b>0.32</b>
<i>Troškovi mehanizacije</i>	<b>0.05</b>

Najveći porast u ceni u protekle tri godine zabeležen je: 1. đubrivu, 2. prevozu i distribuciji i 3. pesticidima.



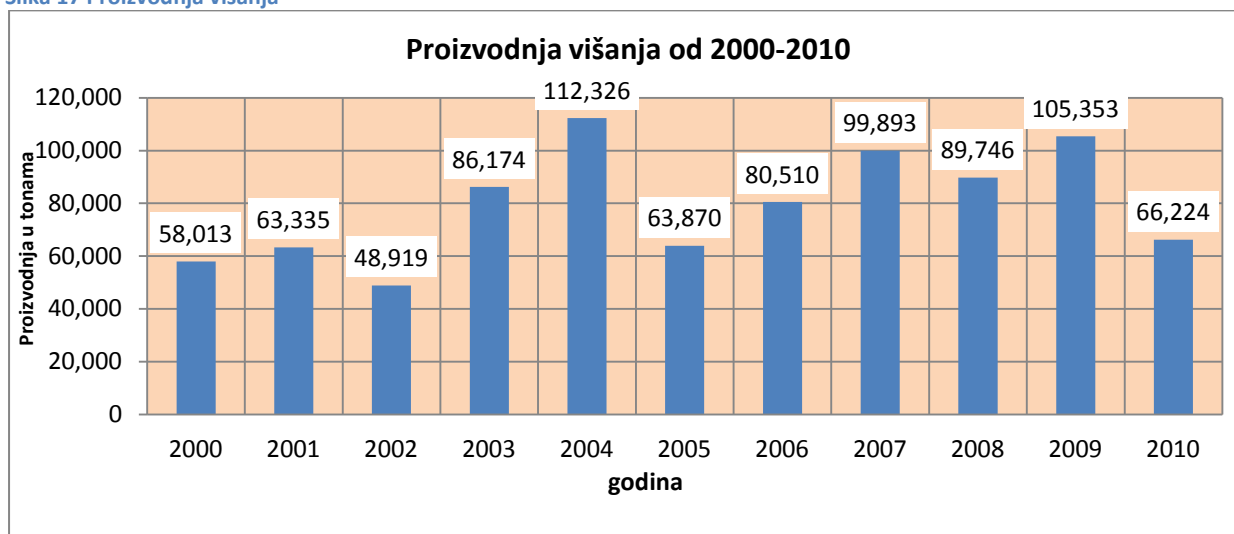


## 9. VREDNOSNI LANAC VIŠNJE<sup>9</sup> I TREŠNJE

### 9.1. Proizvodni trendovi

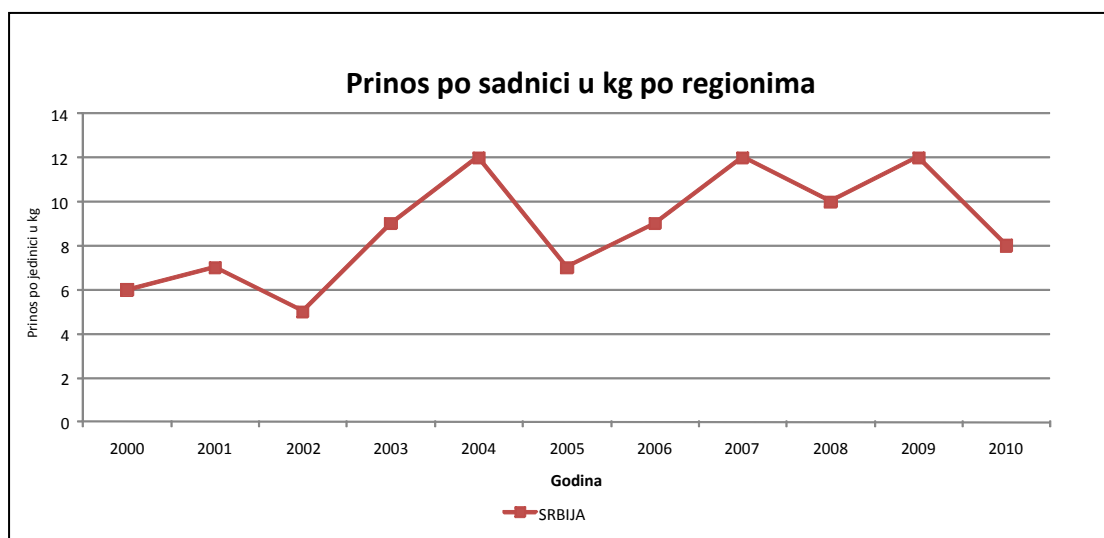
Količine proizvedene višnje u Srbiji u toku poslednjih deset godina se kreću između 48,919 tona u 2002. godini i 112,326 tona u 2004. godini, proizvedene na oko 35,000 do 40,000 hektara. Većina višnje je proizvedena u centralnoj Srbiji a samo 7% - 14% u Vojvođanskom regionu. Zvanična statistika kaže da je prosečan prinos u poslednjih deset godina 5 do 12 kg po drvetu. Međutim, na održanom forumu fokusne grupe pokazalo se da je zvanično zabeležen prosečni prinos daleko niži od stvarnog prinosa.

Slika 17 Proizvodnja višanja



Izvor: <http://webzrs.stat.gov.rs/WebSite/public/ReportView.aspx>

Slika 18 Prinos višanja



Izvor: <http://webzrs.stat.gov.rs/WebSite/public/ReportView.aspx>

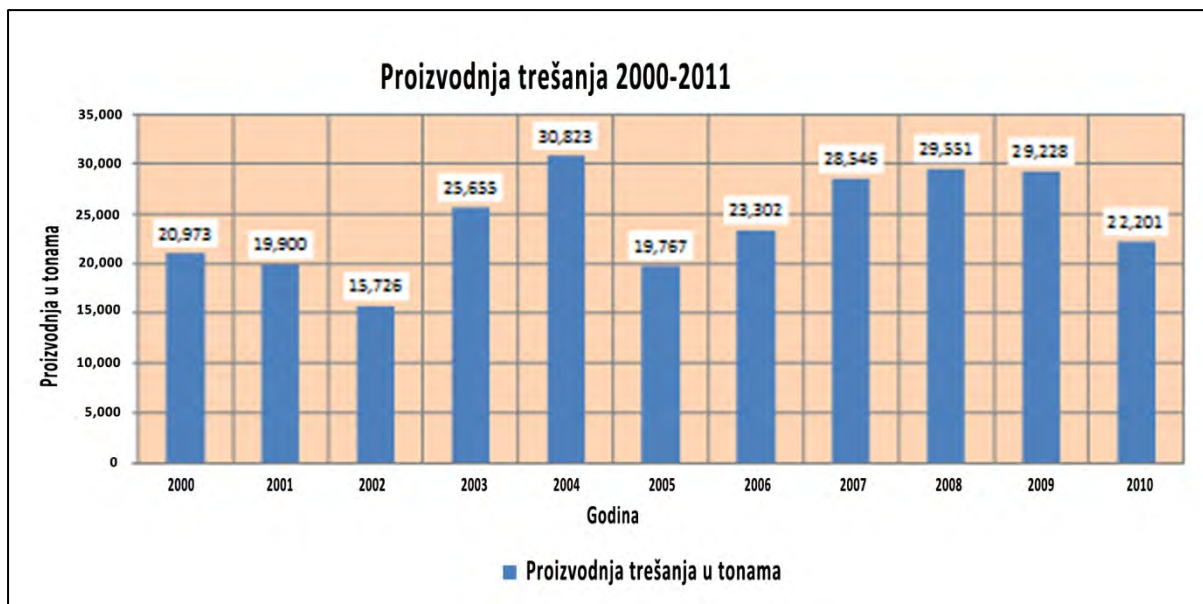
<sup>9</sup> Svi podaci koji se tiču podataka spoljne trgovine za uvoz il izvoz svežeg voća uključuju i višnje i trešnje, tako da će podaci biti ponovljeni il za vrednosni lanac višanja i za vrednosni lanac trešanja.





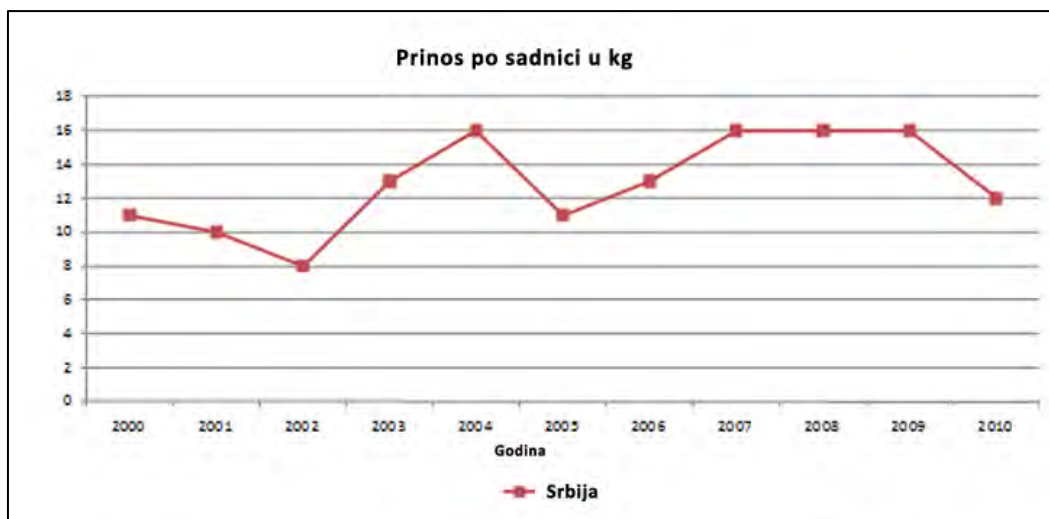
Proizvodnja trešanja u Srbiji se u poslednjih deset godina kreće od samo 15,726 tona u 2002. godini do čak 30,823 tona u 2004. godini, proizvedenih na oko 9000 hektara. Veći deo proizvodnje trešanja se obavlja u centralnoj Srbiji a samo 14% - 18% u Vojvođanskom regionu. Zvanična statistika kaže da je prosečan prinos u poslednjih deset godina 8 do 16 kg po drvetu. Opet, na održanom forumu fokusne grupe pokazalo se da je zvanično zabeležen prosečni prinos daleko niži od stvarnog prinosa

Slika 19 Proizvodnja trešanja



<http://webzrs.stat.gov.rs/WebSite/public/ReportView.aspx>

Slika 20 Prinosi trešanja



<http://webzrs.stat.gov.rs/WebSite/public/ReportView.aspx>







## 9.2. Spoljna trgovina i tržišta<sup>10</sup>

### 9.2.1. Domaća i industrijska potrošnja<sup>11</sup>

Procenjena potrošnja ovog voća na državnom nivou, uključujući tu i višnje i trešnje, kako za njihov izvoz tako i za uvoz dostiže od 124,884 tona u 2010. do 79,439 tona 2011. godini.

Treba napomenuti da sračunata potrošnja uključuje višnje, koje otkupljuje domaća prerađivačka industrija koja ih dalje prerađuje u druge proizvode dodate vrednosti I kao takve izvozi.

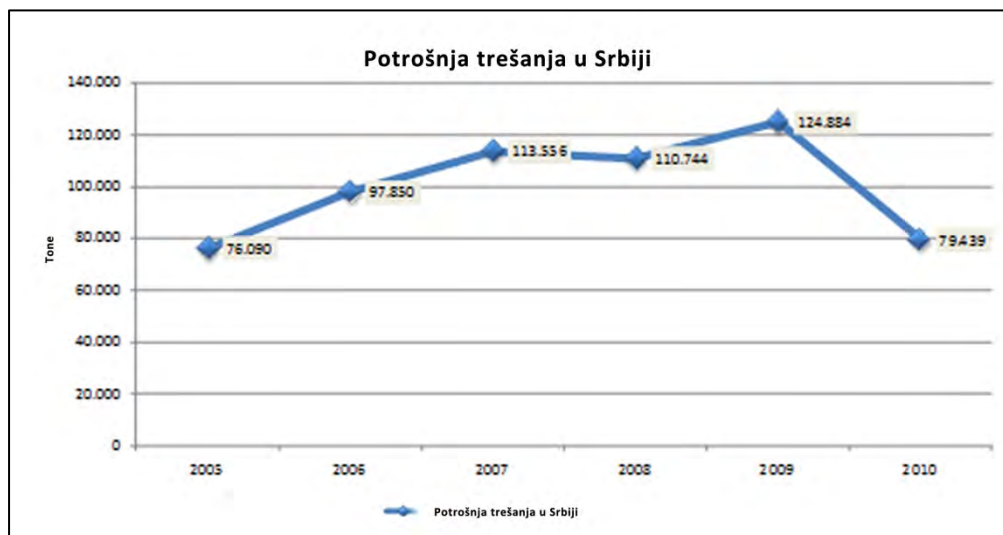


Tabela 4 Procenjena potrošnja u Srbiji

godina / tone	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Proizvodnja trešanja	19,767	23,302	28,546	29,551	29,228	22,201
Proizvodnja višanja	63,870	80,510	99,893	89,746	105,353	66,224
Uvoz	376	152	134	153	129	108
Izvoz	7,923	6,114	15,017	8,707	9,826	9,094
<b>Potrošnja u Srbiji</b>	<b>76,090</b>	<b>97,850</b>	<b>113,556</b>	<b>110,744</b>	<b>124,884</b>	<b>79,439</b>

Male količine se izvoze kao polupreradađeni proizvodi, dato u tabeli ispod:

Cod	Izvoz po proizvodu u tonama	2006	2007	2008	2009	2010
'081210	Delimično zamrznuto voće ali ne za trenutnu upotrebu	107	35	21	45	8

<sup>10</sup> Svi podaci koji se tiču spoljne trgovine za izvoz I uvoz svežeg voća odnose se I na trešnje I na višnje

<sup>11</sup> Napomena: Potrošnja je dobijena zbirom ukupno proizvedenih I uvezenih količina umanjeno za izvezeno količine na godišnjem nivou. Izvor podataka je baza podataka Zavoda za statistiku Srbije, dok su statistički podaci za izvoz I uvoz preuzeti iz EUSTAT baze podataka.

Napomena: proizvodnja uključuje proizvodnju višanja I trešanja zajedno sa podacima o uvozu i izvozu ovog voća u celini





### 9.2.2. Izvozne i uvozne količine i vrednost

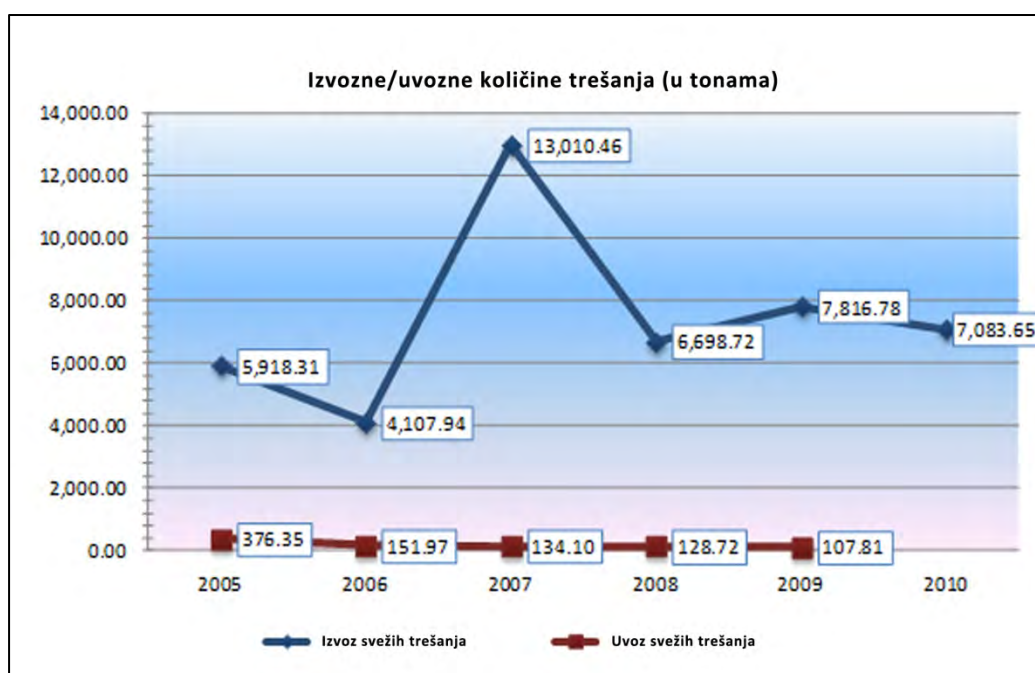
Ukupna količina izvezenog voća (višanja I trešanja) u poslednjih pet godina značajno je varirala između 2006. godine (4,108 tona) i 2007. godine (13,010 tona); količine su se u poslednje tri godine stabilizovale na 7000 tona. Uvoz ovog voća (višanja I trešanja) opada i kreće se od 375 tona u 2005. godini do 107 tona u 2010. godini.

Vrednost izvoza na godišnjem nivou kreće se od 1.48 miliona EUR u 2006, do 7.13 miliona EUR u 2007, ukazujući na nestabilnost tržišta, ali i sve veću cenu po kg. Najviša godišnja prosečna izvozna cena po kg je zabeležena u 2010. godini i iznosila je 0,86 EUR po kilogramu što je značajno povećanje u odnosu na 0,32 EUR po kg u 2005.

Izvoz višanja I trešanja ima sezonski aspekt, gde se većina izvoza odvija u periodu od maja do jula i gde je vrhunac sezone u junu, kada se obavi više od 50% od ukupnog izvoza. Vrhunac sezone u junskom izvoznom prodajnom periodu pokazuje stabilne cene koje se kreću od 0.70 EUR do 0.95 EUR po kg. U maju 2011. godine ovo voće je diktiralo blagi porast sa prosečnom cenom od 1.40 EUR po kg.

Uvozi se s druge strane odvijaju prvenstveno u periodu jun-jul gde uvozna cena dostiže od 0.26 EUR do 0.58 EUR po kg.

Slika 21 Izvozne/uvozne količine i vrednosti svežih trešanja (u tonama)

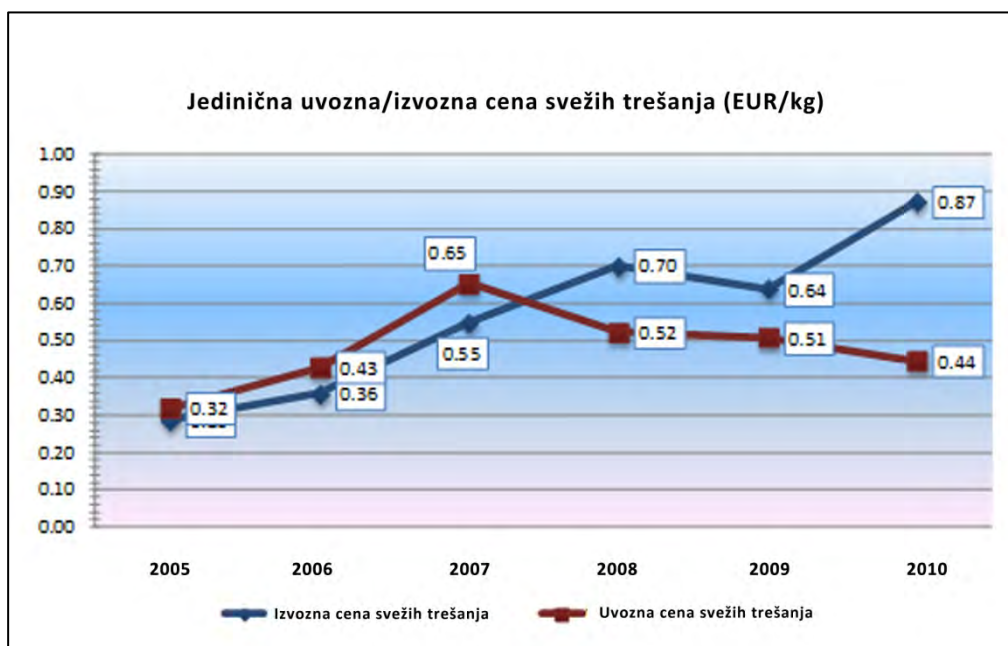


Izvor: podaci preuzeti iz EUSTAT baze podataka <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>





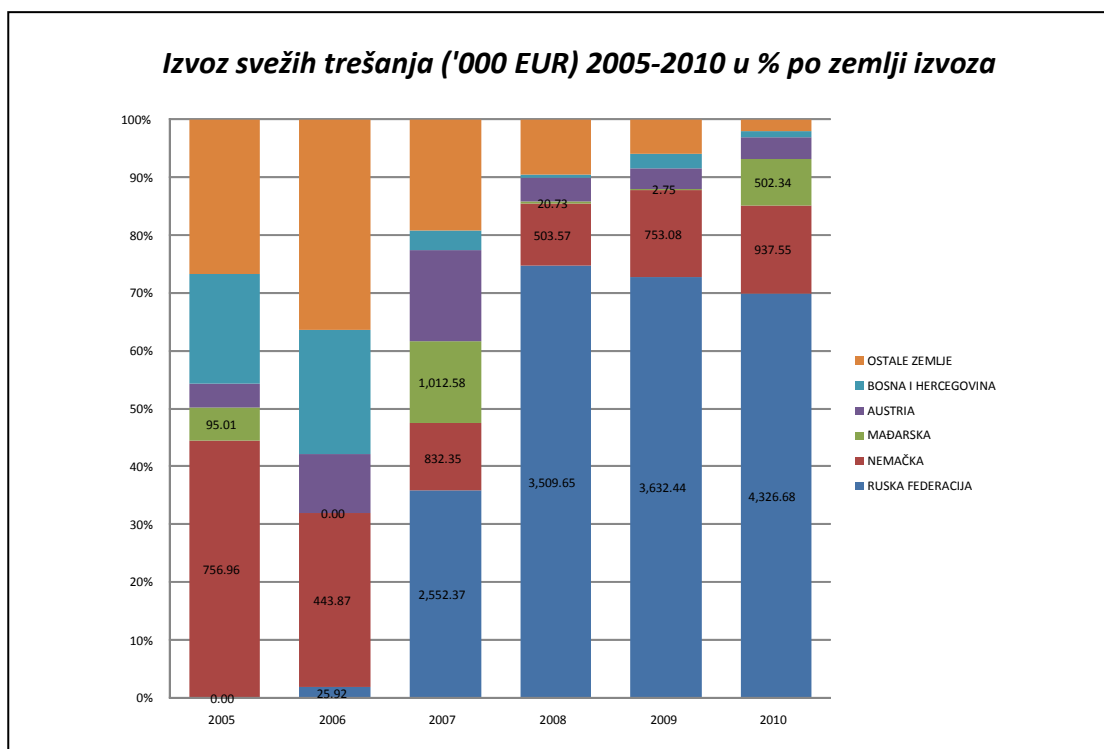
Slika 22 Prosečna izvozna/uvozna cena svežeg voća



Izvor: podaci preuzeti iz EUSTAT baze podataka <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Vodeće izvozne destinacije svežeg voća iz Srbije (višanja i trešanja) u posljednje četiri godine su Rusija, zatim Nemačka, Austrija i Mađarska. Raste učešće ruskog tržišta, na štetu nemačkog, bosanskog, hrvatskog i drugih tržištima

Slika 23 Izvoz po zemljama

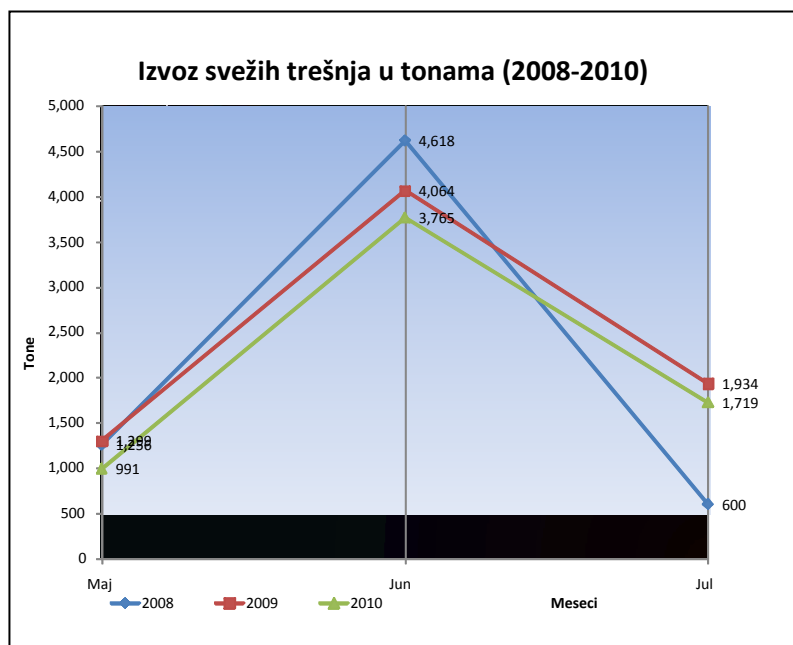




Izvoz: podaci preuzeti iz EUSTAT baze podataka <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Prema anketiranim proizvođačima po prioritarnosti je većina ispitanika tvrdila da su najvažnija tržišta za trešnje Rusija, Turska i Italija. Dok su to najvažnija tržišta višnje Rusije, Poljske i Nemačke.

Slika 24 Izvozne količine svežeg voća po mesecima



Izvor: podaci preuzeti iz EUSTAT baze podataka <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

### 9.2.3. Ponuda i potražnja sorti

Prema anketiranim, najtraženija i sorta višnje koja se najviše nudi u Srbiji je Oblačinska, što se poklapa i sa najšire proizvođenom sortom.

Preovladavajući faktori za odabir ove sorte su njen visok prinos i tradicionalna proizvodnja ove sorte. Najtraženija i sorta trešanja sa najvišom ponudom na srpskim tržištima je sorta Burlat, uglavnom zbog visokih prinosa kako tvrde proizvođači.

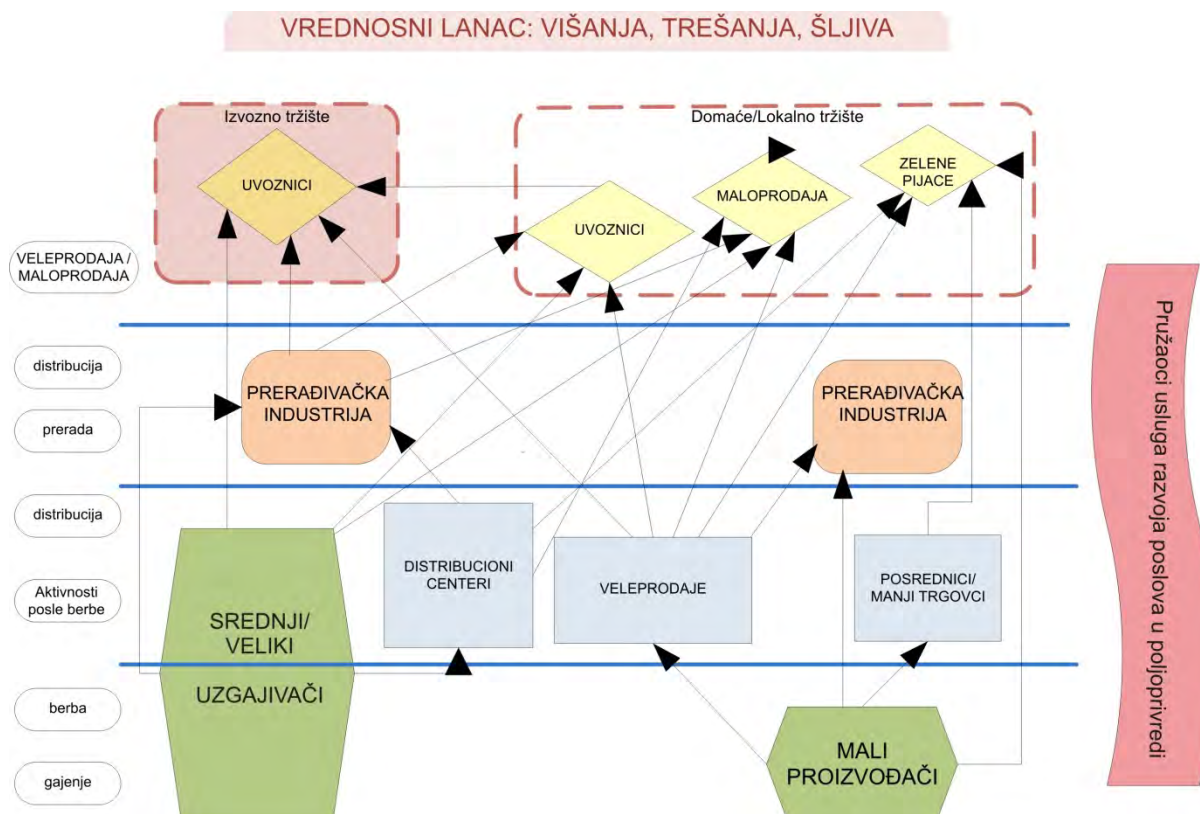
### 9.2.4. Konkurencija

Anketirani proizvođači višanja smatraju da su srpskim višnjama glavna konkurencija Poljska, Turska, Mađarska i Bugarska. Smatraju da su srpskoj trešnji glavna konkurencija na međunarodnim tržištima Turska, Italija i Mađarska





### 9.3. Struktura VL-a i glavni učesnici



#### 9.3.1. Direktni učesnici VL-a

##### Proizvođači

Ukupan broj anketiranih proizvođača višanja je 125, dok je anketirano 16 proizvođača trešanja. Od 609 obavljenih anketa u pet oblasti koje su obuhvaćene ovom studijom, 20.50% čine proizvođači višanja, dok samo 2.60% čine proizvođači trešanja.

Prema ovim anketama, proizvodnja višanja se obavlja na nekih 568 hektara, a gajenje trešanja na površini manjoj od 25 hektara je retko.

Proizvodnja višanja ima tradiciju od 15 godina, dok je u oblastima pokrivenim trešnjom proizvodnja skorijeg datuma i traje 7 godina.

Proizvodnja je skoro u celosti namenjena prodaji, obzirom da samo 3% ukupne proizvodnje višanja i 7% proizvodnje trešanja koriste sami proizvođači.





## Input – sadni materijal

Sadni materijal korišćen za proizvodnju ovog voća se uglavnom proizvodi na domaćem tržištu, tj. nabavlja od srpskih proizvođača; većina sadnog materijala kupljena kod domaćih proizvođača nije sertifikovana.

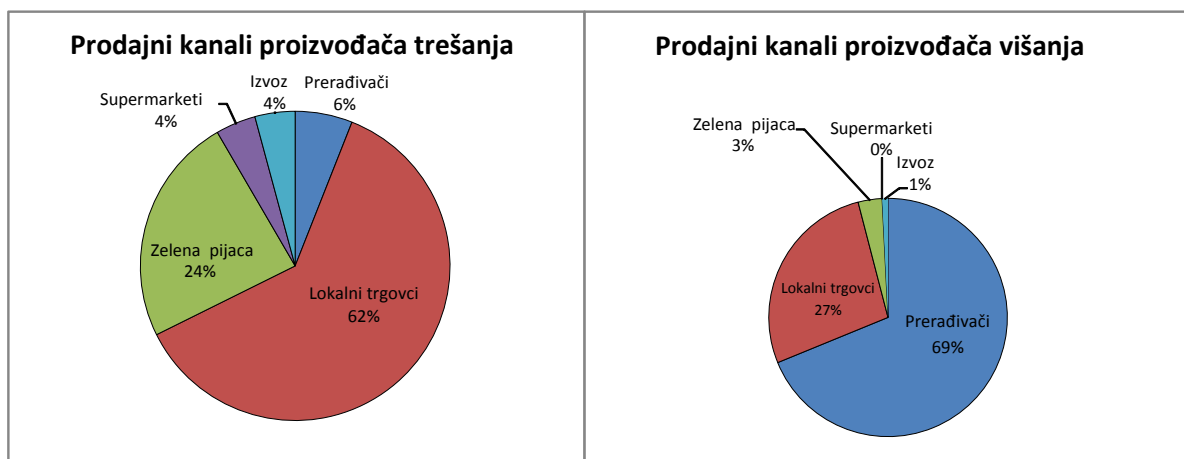
	<i>Ukupan broj ispitnika</i>	<i>Sa sertifikatom</i>	<i>% sa sertifikatom</i>	<i>Bez sertifikata</i>	<i>% bez sertifikata</i>
<i>Sopstvena proizvodnja</i>	31	5	16.13%	26	83.87%
<i>Kupljeno na domaćem tržištu</i>	102	21	20.59%	81	79.41%
<i>Ukupno višanja</i>	133	26	19.55%	107	80.45%

Sadni materijal trešanja se uglavnom nabavlja na domaćem tržištu i nije sertifikovan. Međutim, ima slučajeva gde je korišćen sertifikovan sadni materijal uvezen.

	<i>Ukupan broj ispitnika</i>	<i>Sa sertifikatom</i>	<i>% sa sertifikatom</i>	<i>Bez sertifikata</i>	<i>% bez sertifikata</i>
<i>Sopstvena proizvodnja</i>	1	0	0.00%	1	100.00%
<i>Kupljeno na domaćem tržištu</i>	14	12	85.71%	2	14.29%
<i>Uvezeno</i>	2	2	100.00%	0	0.00%
<i>Ukupno trešanja</i>	17	14	82.35%	3	17.65%

## Otkupljivači

Proizvođači višanja prodaju svoje proizvode srpskim trgovcima i otkupljivačima. Veća količina višanja je prodana prerađivačima (69%) i lokalnim trgovcima (27%) dok je vrlo mali procenat prodat na pijacama (3%).



Trešnje se uglavnom prodaju srpskim trgovcima (62%) zatim do 25% na pijacama, a samo 2% je prodato supermarketima. Treba napomenuti da u nekim slučajevima proizvođači izvoze svoje proizvode direktno u zemlje koje nisu članice EU (4%).

Najvažniji faktori u određivanju uspešne saradnje između proizvođača i otkupljivača višanja su garancija plaćanja, ugovorene cene i garancija kvaliteta.



<i><b>Najvažniji faktori saradnje sa otkupljivačem</b></i>	<i><b>Rezultat</b></i>
Garancija plaćanja	214
Avansno finansiranje proizvodnje (nabavka semena, pesticida)	184
Ugovorena proizvodnja	160
Ugovorene cene	128
Ujednačena proizvodnja	30
Garantovan kvalitet proizvodnje	19
Ugovorene proizvodne sorte	15

Proizvođači trešanja sa druge strane su rekli da dobru saradnju određuju garancija plaćanja, ali su naglasili i važnost avansnog finansiranja proizvodnje.

<i><b>Najvažniji faktori saradnje sa otkupljivačem</b></i>	<i><b>Rezultat</b></i>
Garancija plaćanja	42
Avansno finansiranje proizvodnje (nabavka semena, pesticida)	14
Ugovorena proizvodnja	13
Ugovorene cene	9
Ujednačena proizvodnja	8
Garantovan kvalitet proizvodnje	5
Ugovorene proizvodne sorte	5

Najvažnije karakteristike koje određuju kvalitet višanja u smislu onoga što je važno otkupljivaču su veličina i boja voća, a zatim sledi tradicija proizvodnje i ujednačenost proizvoda.

<i><b>Najvažnije karakteristike kvaliteta proizvoda</b></i>	<i><b>rezultat</b></i>
<i>Veličina i boja</i>	<i>290</i>
<i>Tradicionalna proizvodnja /sorta</i>	<i>218</i>
<i>Ujednačenost proizvoda</i>	<i>92</i>
<i>Trajnost</i>	<i>61</i>
<i>Ostale karakteristike</i>	<i>89</i>

Osnovne karakteristike koje određuju kvalitet trešanja su veličina i boja a zatim sledi dugotrajnost.

<i><b>Najvažnije karakteristike kvaliteta proizvoda</b></i>	<i><b>rezultat</b></i>
<i>Veličina i boja</i>	<i>44</i>
<i>Trajnost</i>	<i>19</i>
<i>Tradicionalna proizvodnja /sorta</i>	<i>7</i>
<i>Ostale karakteristike</i>	<i>26</i>





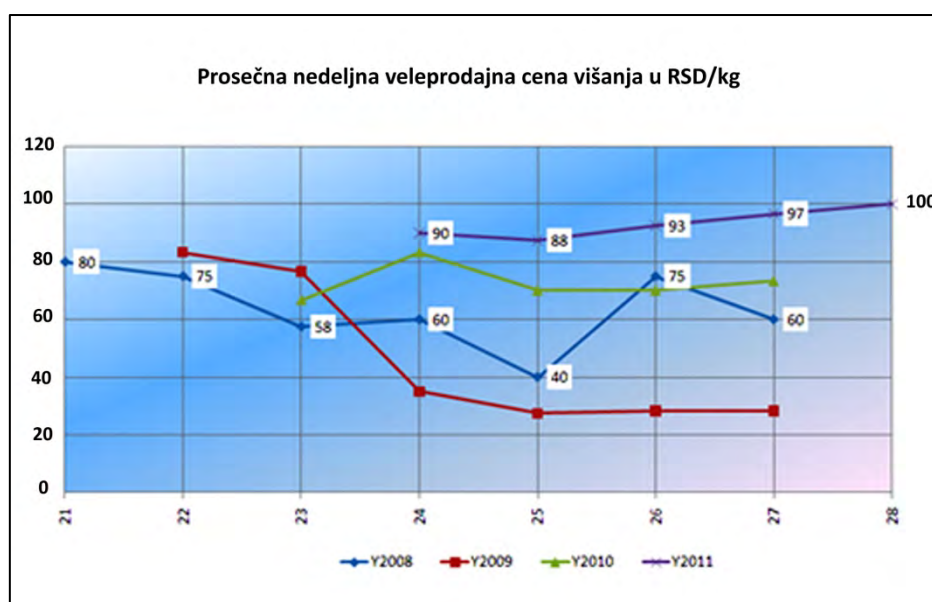
### 9.3.2. Karakteristike ponude i potražnje

#### Raspon cena i stabilnost – veleprodajne i maloprodajne cene

Nedeljne veleprodajne cene višnje zvanično su zabeležene u Srbiji na nekoliko veleprodajnih i maloprodajnih tržišta u cijeloj zemlji<sup>12</sup>. Dostupnost je u periodu od 2 do 5 nedelja na veleprodajnim tržištima i do 7 nedelja na maloprodajnim tržištima. U periodu od 24 do 28 nedelja u 2011. godini cene su se kretale od 60 do 120 RSD po kg. Najniža cena od 60 dinara po kilogramu, a najviša cena od 120 dinara po kilogramu zabeležene su na beogradskom veleprodajnom tržištu, gde postoji klasifikacija višnje kao srednje i krupne. Na tržištima u Kraljevu i Novom Sadu cena je bila 100 RSD po kilogramu, dok u Nišu nema podataka o ceni višnje.

Prema ispitanicima, veleprodajna prosečna cena višanja u 2011. godini bila je 0,21 EUR ili 22 RSD po kilogramu, što je znatno niže od nacionalnog proseka.

Slika 25 Prosečna nedeljna veleprodajna cena višanja



Izvor: [www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni](http://www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni)

*Napomena: Prosečna nedeljna veleprodajna cena na godišnjem nivou je zasnovana na podacima za 52 nedelje osim za 2011. koja je za 42 nedelje. Veleprodajna tržišta koja su razmatrana su tržišta u Beogradu, Nišu, Kraljevu i Novom Sadu*

Maloprodajna cena višanja od 23 od 29 nedelja kreće se između 70 i 122 RSD po kilogramu, najviše cene su na beogradskim maloprodajnim tržištima, do 200 RSD po kilogramu, dok su na ostalim maloprodajnim tržištima cene niže.

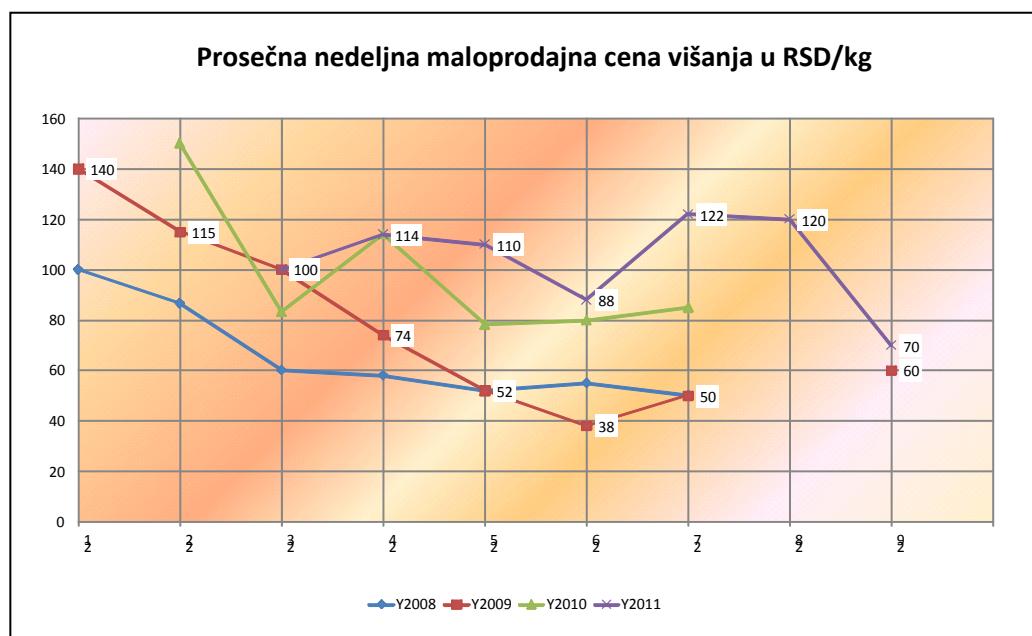
<sup>12</sup> Za potrebe ove studije veleprodajnim tržištem se smatraju veleprodajna tržišta u Beogradu, Nišu, Kraljevu i Novom Sadu







Slika 26 Prosečna nedeljna maloprodajna cena višanja



Izvor: [www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni](http://www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni)

*Napomena: Prosečna nedeljna veleprodajna cena na godišnjem nivou je zasnovana na podacima za 52 nedelje osim za 2011. koja je za 42 nedelje. Veleprodajna tržišta koja su razmatrana su tržišta u Beogradu-Skadarlija, Nišu, Pirotu, Vranju, i Čačku.*

Trešnje je uglavnom mogu naći od 18 do 27 nedelja, i nedeljne prosečne cene se kreću od 80 do 220 RSD po kilogramu, zavisno od godine. Na primer, u 2010, najviše cene na veleprodajnim tržištima zabeležene su na tržištima u Beogradu, gde postoji podela plodova po veličini na srednje i krupne, gde su trešnje srednje veličine u maloprodaji koštale od 100 do 120 RSD po kilogramu, a krupne od 180 do 250 RSD po kilogramu. Na drugim tržištima, veleprodajna cena je bila od 100 do 150 RSD po kilogramu.

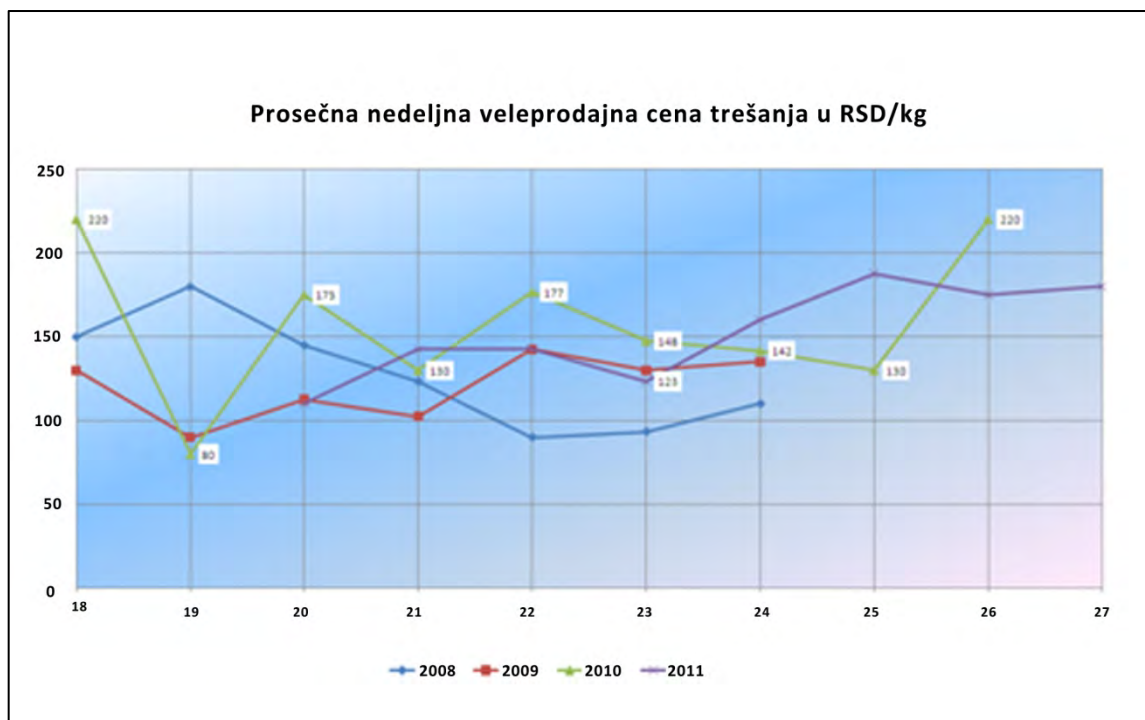
Uvoz trešanja se obavlja uglavnom iz Čilea i Španije, ali uopšteno to su male količine u prvim nedeljama godine (1. do 6. nedelje) sa cenom od preko 1,000 RSD po kg.

Maloprodajna cena trešnja zavisi od mesta maloprodajnog tržišta i nedelje u godine, krećući se o 90 do 350 RSD po kilogramu. Na primer, u 2011, na maloprodajnim tržištima u Nišu, cena je varirala od 90 do 150 RSD po kg, u Pirotu, od 100 do 160 RSD, a u Beogradu od 150 do 350 dinara po kilogramu. Istovremeno, samo na tržištima u Beogradu, u periodu van sezone, kao što je to od 2-7. nedelje i 51. nedelja u 2010. godini cena uvoznih trešanja dostigla je čak 1.500 do 2.000 RSD po kilogramu.





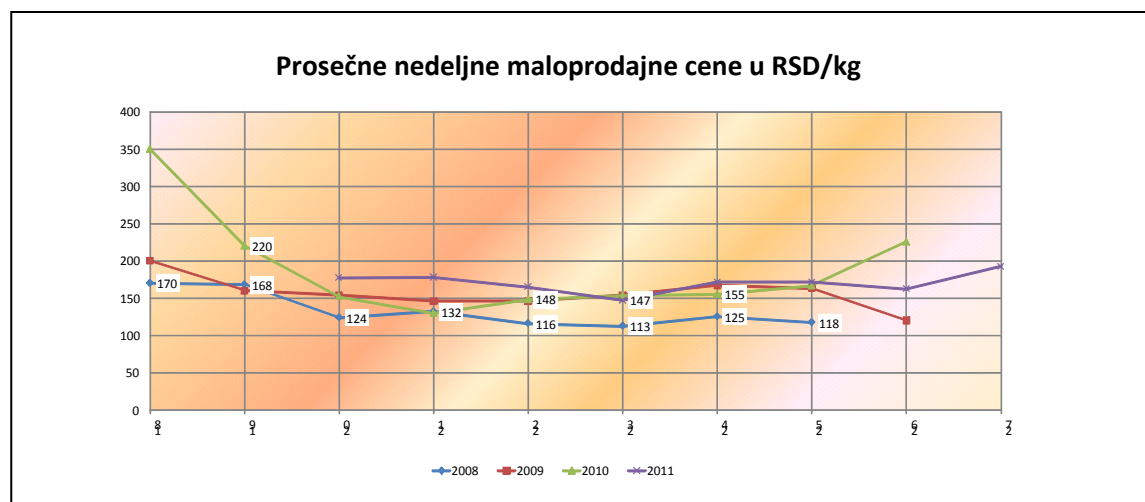
Slika 27 Prosečna nedeljna veleprodajna cena trešanja



Izvor: [www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni](http://www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni)

Napomena: Prosečna nedeljna veleprodajna cena na godišnjem nivou je zasnovana na podacima za 52 nedelje osim za 2011. koja je za 42 nedelje. Veleprodajna tržišta koja su razmatrana su tržišta u Beogradu, Nišu, Kraljevu, Novom Sadu.

Slika 28 Prosečne nedeljne maloprodajne cene trešanja



Izvor: [www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni](http://www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni)

Napomena: Prosečna nedeljna veleprodajna cena na godišnjem nivou je zasnovana na podacima za 52 nedelje osim za 2011. koja je za 42 nedelje. Veleprodajna tržišta koja su razmatrana su tržišta u Beogradu-Skadarlija, Nišu, Pirotu, Vranju, i Čačku.





## Sorte proizvoda

Oblačinska je najčešće uzgajana sorta na plantažama višanja. Druge sorte gotovo da ne postoje.

<i>Sorta</i>	<i>Hektar</i>
<i>Oblačinska</i>	<i>567.26</i>
<i>Ostale sorte</i>	<i>1.25</i>
<i>Ukupno višanja</i>	<i>568.51</i>

Proizvodnja trešanja se obavlja na maloj površini u oblastima pokrivenim ovom studijom, tj. ukupno 25 hektara, gde je najzastupljenija sorta Burlat, koju prate sorte Summit, Early Lora i Georgia.

<i>Sorta</i>	<i>Hektar</i>
<i>Burlat</i>	<i>6.65</i>
<i>Summit</i>	<i>5.50</i>
<i>Early Lora</i>	<i>5.50</i>
<i>Georgia</i>	<i>5.50</i>
<i>Druge sorte</i>	<i>1.92</i>
<i>Ukupno trešanja</i>	<i>25.07</i>

## Struktura troškova

Prema anketiranim proizvođačima višanja najveći procenat troškova proizvodnje čine: 1. transport i distribucija; 2. sadni materijal i 3. troškovi energije.

<i>Struktura troškova proizvodnje</i>	<i>% ukupnih troškova</i>
<i>Transport &amp; distribucija</i>	<i>23.34</i>
<i>Sadni materijal</i>	<i>23.17</i>
<i>Troškovi energije (voda, struja, gorivo etc.)</i>	<i>23.02</i>
<i>Pesticidi</i>	<i>14.20</i>
<i>Marketing</i>	<i>6.50</i>
<i>Đubrivo</i>	<i>4.82</i>
<i>Pakovanje</i>	<i>4.82</i>
<i>Troškovi radne snage</i>	<i>0.08</i>
<i>Sortiranje i kalibracija</i>	<i>0.04</i>
<i>Troškovi mehanizacije</i>	<i>0.00</i>

Za proizvođače trešanja najveći su troškovi: 1. marketinga and 2. troškovi energije.

<i>Struktura troškova proizvodnje</i>	<i>% ukupnih troškova</i>
<i>Marketing</i>	<i>29.06</i>
<i>Troškovi energije (voda, struja, gorivo etc.)</i>	<i>23.44</i>
<i>Sadni materijal</i>	<i>13.44</i>
<i>Transport i distribucija</i>	<i>12.19</i>
<i>Pesticidi</i>	<i>8.75</i>
<i>Đubrivo</i>	<i>7.50</i>
<i>Troškovi radne snage</i>	<i>1.25</i>
<i>Troškovi mehanizacije</i>	<i>0.00</i>
<i>Sortiranje i kalibracija</i>	<i>0.00</i>
<i>Pakovanje</i>	<i>4.38</i>

Prema proizvođačima najveće povećanje troškova u poslednje tri godine se ogleda u izdacima za: 1. đubrivo i 2. pesticidima.



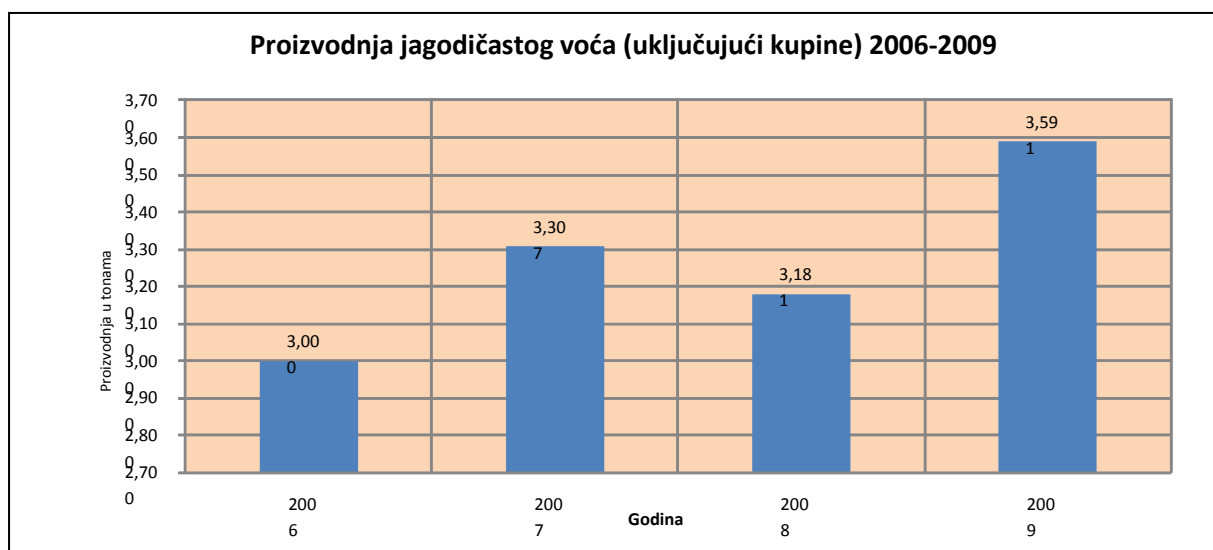


## 10. VREDNOSNI LANAC KUPINA

### 10.1. Trendovi u proizvodnji<sup>13</sup>

Prema statističkim podacima FAO-a najčešće uzgajano jagodičasto voće u Srbiji je kupina (uključujući kupine (*Morus nigra*); crne maline, beli, crveni dud (*M. alba*, *M. rubra*), mirtu (*Myrtus communis* bobica) Huckleberry i dangleberry (*Gaylussacia* spp.)). U poslednjih nekoliko godina, nivo proizvodnje se kreće između 3.000 i 3.500 tona proizvedenih na nešto manje od 700 hektara.

Slika 29 Proizvodnja kupina i ostalog voća



<http://faostat.fao.org/>

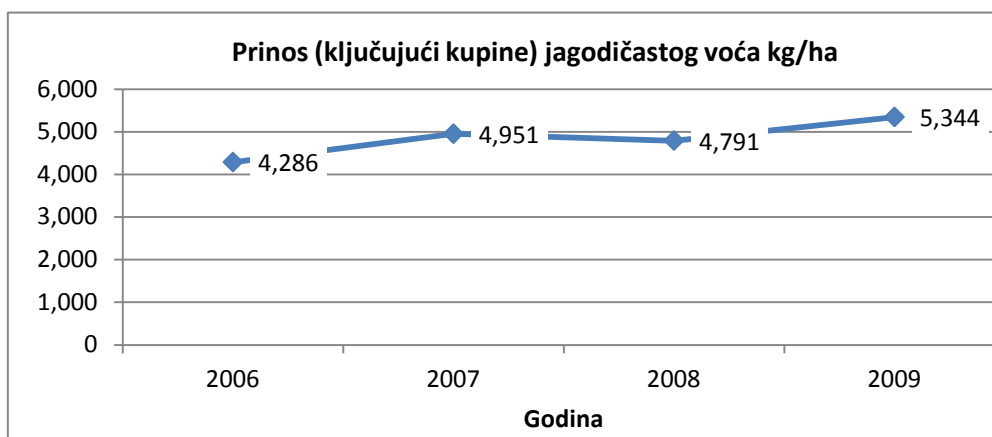
Zabeleženi prosečni godišnji prinosi pokazuju trend rasta u poslednjih par godina, rastući sa 4.29 tona/hektar u 2006. godini do 5.34 tona/hektar u 2009. Međutim FGD navodi da su prosečni prinosi viši od zabeleženih.

<sup>13</sup> Napomena: FAO Kodeks 558 objašnjenje za grupe jagodičastog voća: uključujući između ostalog: kupine (*Morus nigra*); crne maline, beli, crveni dud (*M. alba*, *M. rubra*); bobice mirte (*Myrtus communis*) američke borovnice, **dangleberry** (*Gaylussacia* spp.). Ostale bobice nisu posebno identifikovane. U nekim zemljama, neke ili sve od gore navedenih vrsta su prethodno podvedene pod ovu opštu kategoriju.



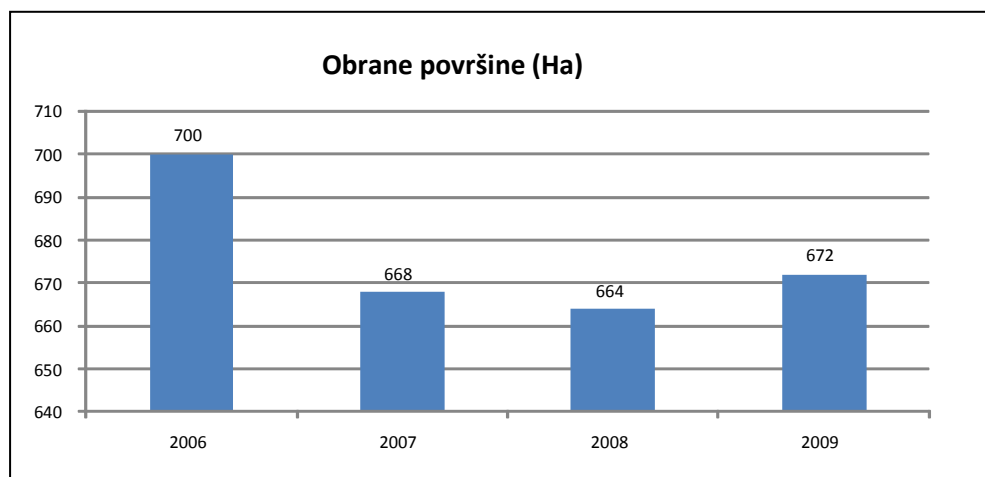


Slika 30 Prinos kupina i drugog jagodičastog voća



<http://faostat.fao.org/>

Slika 31 Obrane površine drugog jagodičastog voća



<http://faostat.fao.org/>

## 10.2. Spoljašnja trgovina i tržišta

### 10.2.1. Domaća i industrijska potrošnja<sup>14</sup>

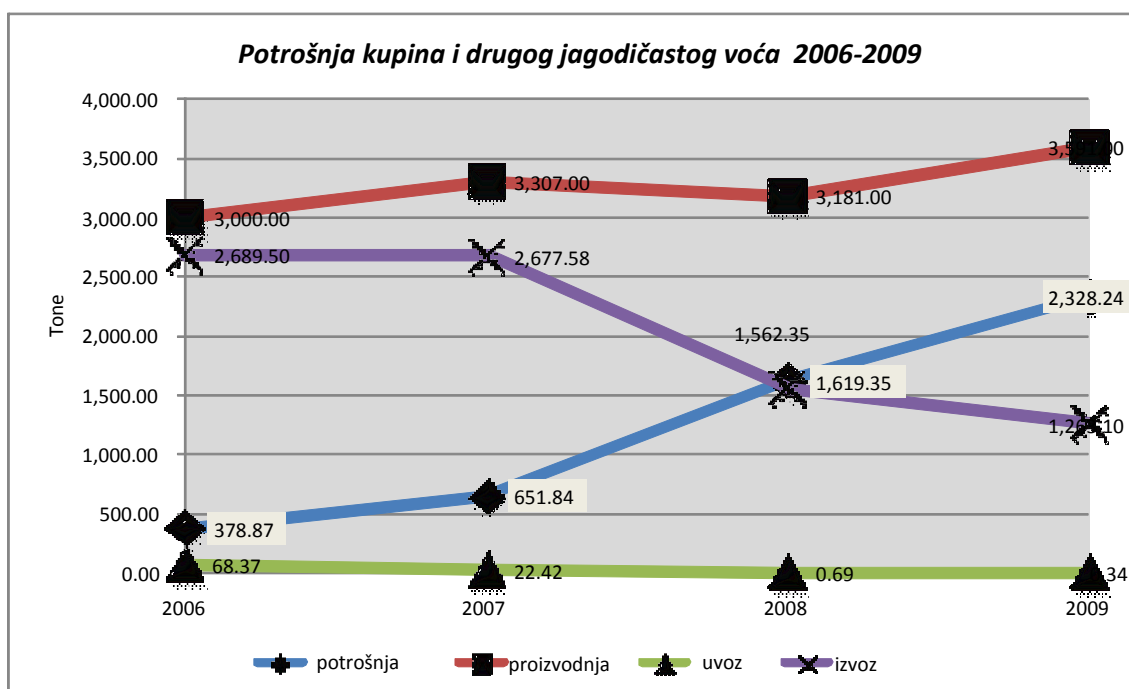
Procena potrošnje kupina na domaćem tržištu se u posljednjih nekoliko godina povećava eksponencijalno od 378.87 tona u 2006. godini do 2,328.24 tona u 2009. To je rezultat povećane proizvodnje kao i smanjenja izvoza. Uvoz je u padu u posljednjih nekoliko godina, pao je sa 0,69 tona u 2008. godina do 0,34 tona u 2009. Izračunata potrošnja kupina sadrži količine, koji su prerađene i koje se kao takve mogu izvoziti kao proizvodi sa dodatom vrednošću. Međutim, određeni podaci o količinama prerađenih kupina nisu dostupni.

<sup>14</sup> Napomena: domaća potrošnja je dobijena iz zbira ukupno proizvedenog i uvezenog umenjeno za izvozne količine na godišnjem nivou. Podaci o proizvodnji preuzeti su iz STAT FAO baze podataka, dok su podaci o uvozu i izvozu preuzeti iz EUSTAT baze podataka.





Slika 32 Procenjena potrošnja kupina i drugog jagodičastog voća



Izvor: Kalkulacija samog autora

### 10.2.2. Izvozne i uvozne količine i vrednost

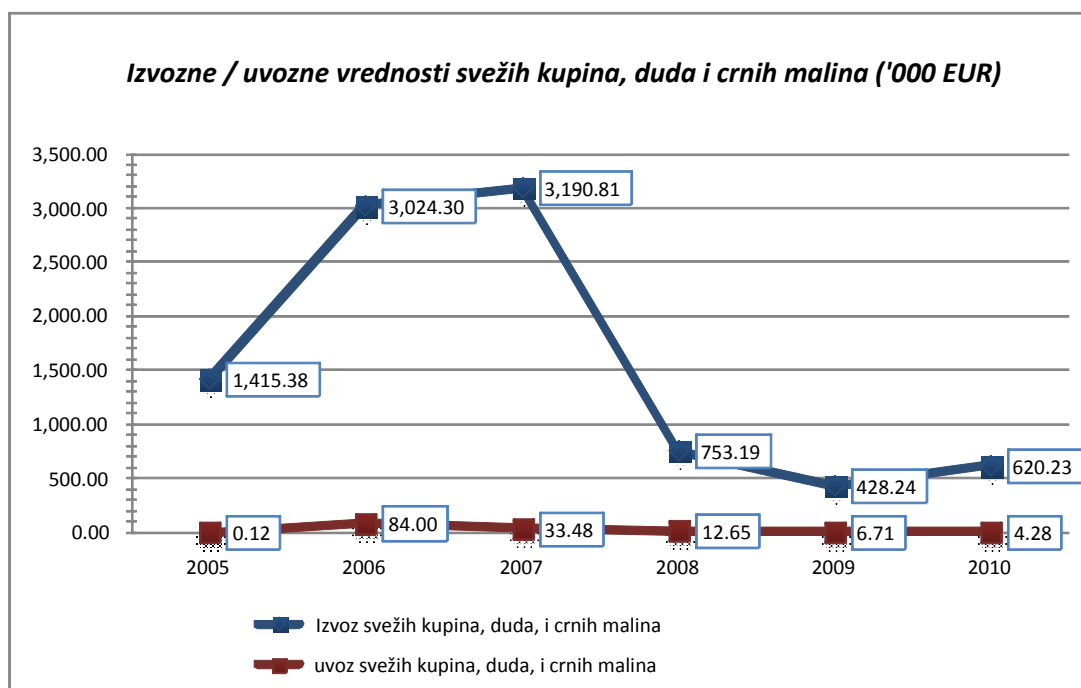
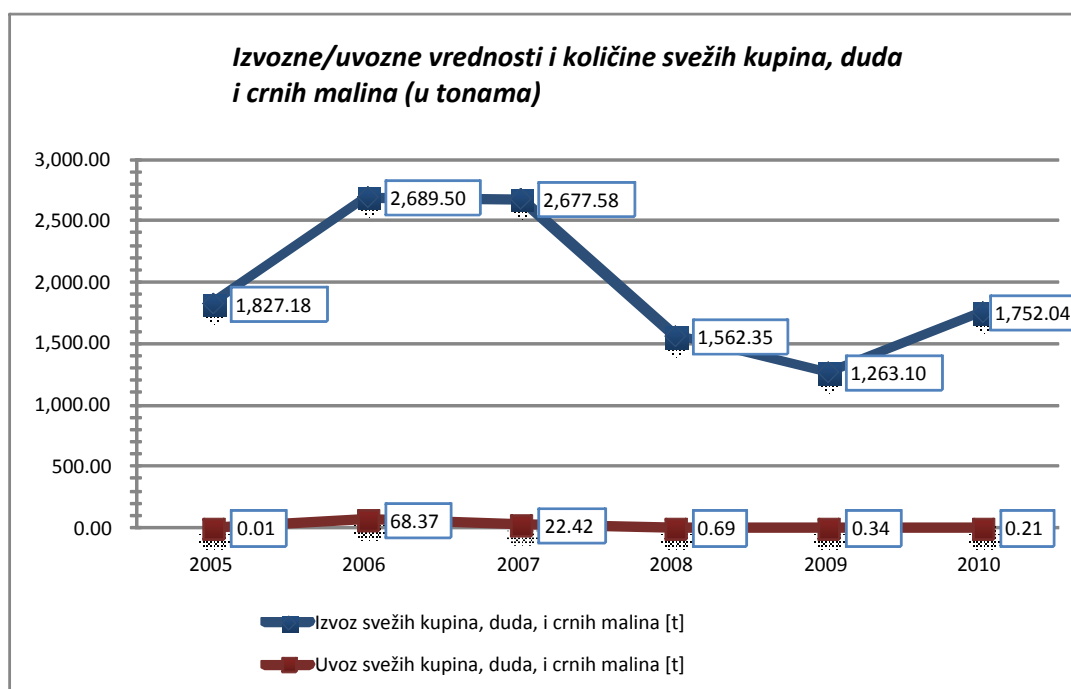
Ukupni izvoz svežeg voća - kupina, dudu i crnih malina – značajno je opao (prepolovio se) u poslednje tri godine, gde su uvezene količine zanemarljivo male, gotovo da ih nije bilo. To pokazuje da se u zemlji povećava potrošnja proizvoda u svežem stanju ili se vrši prerada u domaćim centrima za preradu, koji povećavaju potencijal dodavanjem vrednosti i kao takve se izvoze.

Ukupni izvoz sveže kupine u tonama u poslednjih šest godina varira od čak 2,689.50 tona u 2006. godini do samo 1,263.10 tona u 2009. Što se tiče vrednosti izvoza najveći je bio u 2007. godini i iznosio je 3,190,810 EUR, dok je najniža vrednost izvoza iznosila 428,240 EUR u 2009. Prosečna zabeležena izvozna cena u EUR po kilogramu tokom perioda od šest godina pokazuje da se javila značajna margina u fluktuaciji koja se kretala od 0.34 EUR /kg u 2009. godini do 1.19 EUR/kg u 2007.





Slika 33 Izvozne/uvozne vrednosti i količine svežih kupina

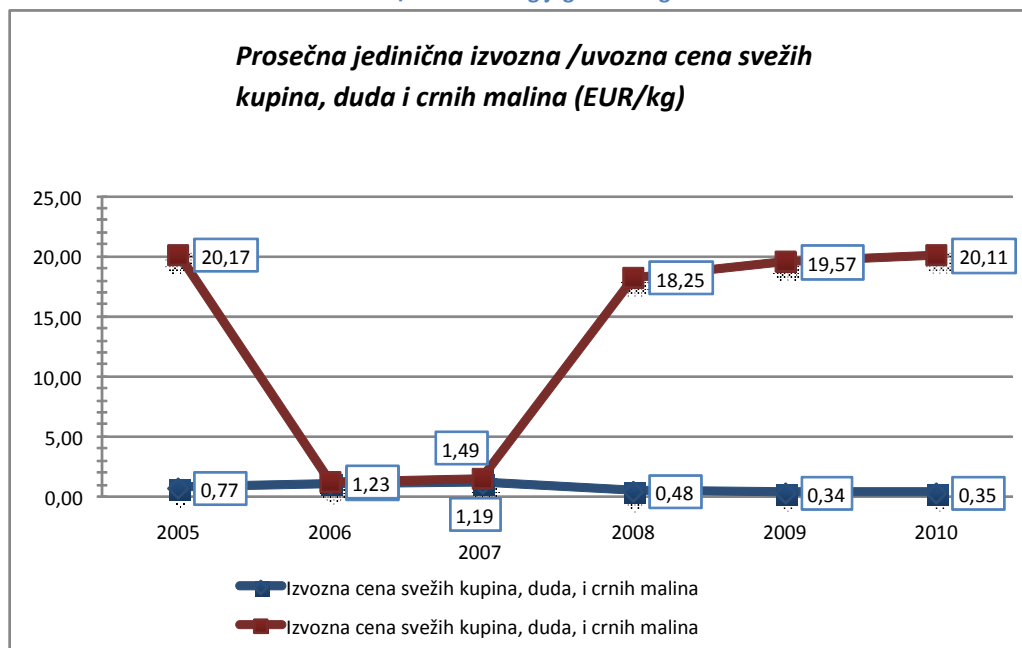


Izvor: podaci preuzeti iz EUSTAT baze podataka <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>





Slika 34 Prosečne cene vrednosti izvoza/uvoza svežeg jagodičastog voća

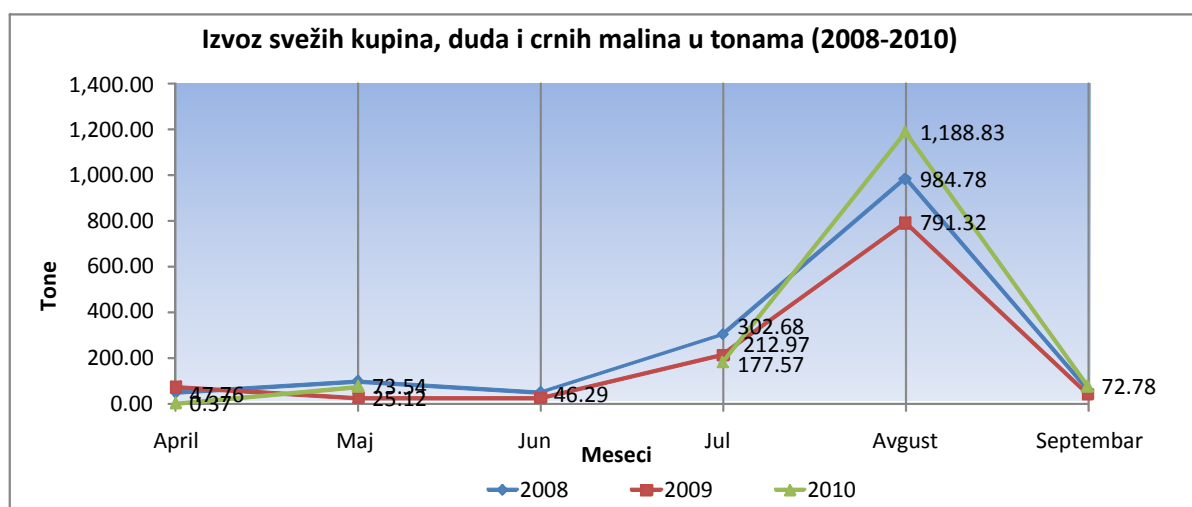


Izvor: podaci preuzeti iz EUSTAT baze podataka <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Većina uvoza, što je prethodno navedeno, javlja se tokom cele godine a prestaje tokom domaće proizvodne sezone. Ove uvozne količine su vrlo male, sa prosečnim mesečnim godišnjim uvozom za godinu 2010 od 35,50 kg. Izvoz je s druge strane, najčešće u avgustu, a delimično i u julu i septembru. Znatno smanjene izvozne količine javljaju se u ostatku godine.

Najveće izvozne cene zabeležene su van sezone, kao aprilu i junu; ali cene znatno variraju. Na primer, u aprilu 2010, izvezena je mala količina (0,37 tona) sa cenom od 2.55 EUR/kg u Crnoj Gori; u junu 2008, obavljen je značajniji izvoz ali još uvek manjih količina sa cenom od 1,36 EUR/kg za proizvode namenjene Nemačkoj. Inače, izvozne cene su niže.

Slika 35 Izvozne količine svežih kupina i drugog voća po mesecima



Izvor: podaci preuzeti iz EUSTAT baze podataka <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

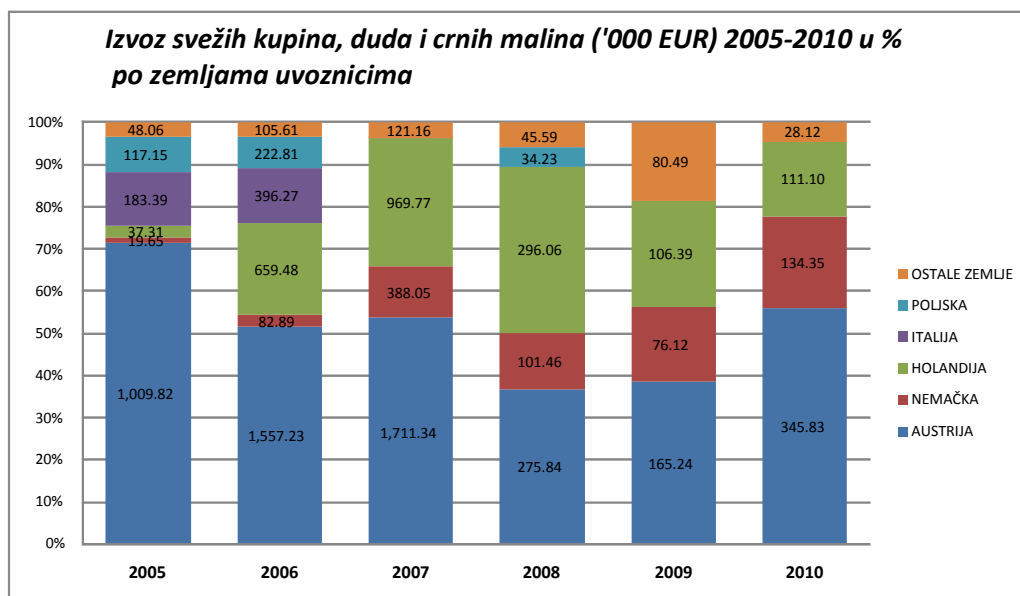




Prema zvaničnoj statistici većina izvoznih proizvoda odlazi u Austriju, Holandiju i Nemačku. Ostala izvozna tržišta, koje su manje značajna i tek se nedavno pojavila su: Bosna i Hercegovina, Belgija, Švajcarska, Španija, Velika Britanija, Italija, Rusija, Slovenija, Poljska.

Međutim, prema anketiranim proizvođačima najvažnija tržišta i odredišta za kupine su rusko, poljsko i njemačko tržište (prema tome kako su anketirani bodovali prioritete).

Slika 36 Izvoz po zemljama



Izvor: podaci preuzeti iz EUSTAT baze podataka <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

### 10.2.3. Ponuda i potražnja sorti

Prema anketiranim, najpopularnija sorta kupine među proizvođačima je Čačanska bestrna (thornless), gde se bestrna sorta smatra najtraženijom kako na domaćem tako i na izvoznom tržištu.

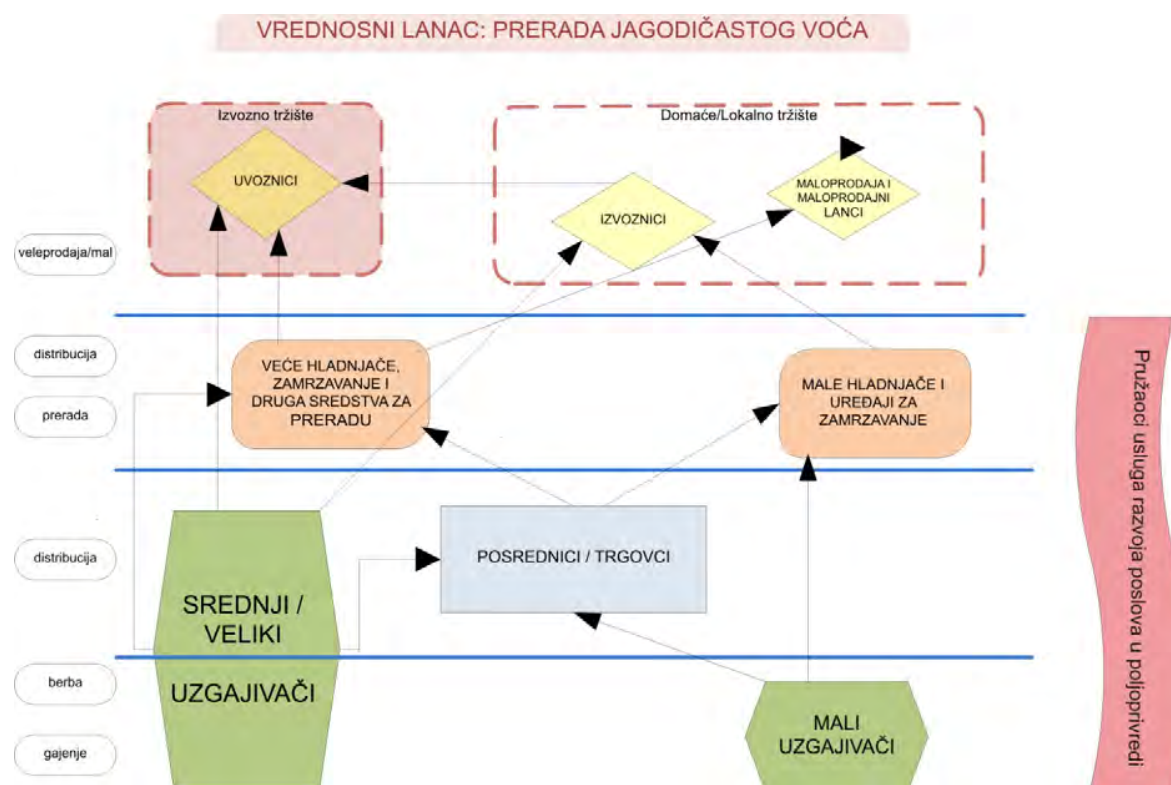
### 10.2.4. Konkurencija

Anketirani proizvođači kupina za glavne konkurente srpskoj kupini na međunarodnim tržištima smatraju Poljsku, Kinu, Bugarsku i Italiju.





### 10.3. Struktura VL-a i glavni učesnici



#### 10.3.1. Direktni učesnici VL-a

##### Proizvođači

U okviru 5 opština obuhvaćenih ovim istraživanjem, 85 anketa ili 14% od ukupnog uzorka bavila se proizvođačima kupina.

Prema obavljenim anketama, tih 85 proizvođača zasadilo je 300 hektara i postoji gotovo 12 godina tradicije gajenja kupina u ovoj oblasti. Proizvodnja je gotovo isključivo namenjena prodaji sa samo 9% ukupne proizvodnje namenjene vlastitoj potrošnji proizvođača. Prema anketiranima prosečna površina pod zasadam kupina je 1,03 hektara.

##### Input – sadni materijal

Sadni materijala za proizvodnju kupina uglavnom se kupuje na domaćem tržištu, odnosno kupuje se od srpskih proizvođača. 85% ispitanika nabavlja sadni materijal kupine od domaćih proizvođača.

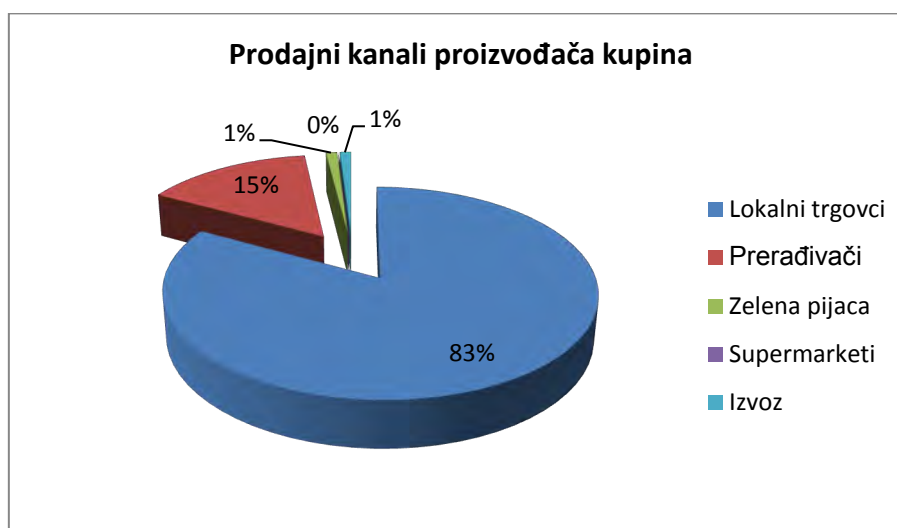
Od ukupnog sadnog materijala kupljenog od domaćih proizvođača skoro polovina (49%) je sertifikovana. Ima malo slučajeva uvezenog sertifikovanog sadnog materijala. U par slučajeva anketirani su izjavili da proizvode sopstveni sadni materijal koji nije sertifikovan.



<i><b>Odgovori</b></i>	<i><b>Ukupan broj ispitanika</b></i>	<i><b>Sa sertifikatom</b></i>	<i><b>% sa sertifikatom</b></i>	<i><b>Bez sertifikata</b></i>	<i><b>% bez sertifikata</b></i>
<i><b>Sopstvena proizvodnja</b></i>	13	1	7.69%	12	92.31%
<i><b>Kupljeno na domaćem tržištu</b></i>	78	38	48.72%	40	51.28%
<i><b>Uvezeno</b></i>	1	1	100.00%	0	0.00%
<i><b>Ukupno kupina</b></i>	92	40	43.48%	52	56.52%

## Otkupljivači

Proizvođači prodaju svoje proizvode srpskim trgovcima i otkupljivačima. Proizvodi se uglavnom prodaju lokalnim trgovcima (83%) i prerađivačima (15%) i u vrlo malom procentu prodaja se obavi na pijacama i direktno na izvoznim tržištima.



Najvažnija veličina koja određuje saradnju između proizvođača i otkupljivača je garancija plaćanja, nakon čega sledi kvalitet proizvoda i ugovorena cena po jedinici proizvoda. Anketa je pokazala da su najvažniji elementi za uspešnu saradnju u prodajnom kanalu na temelju rezultata koje su dobili ispitanici (gde su dobili 3 boda za najznačajnije, 2 boda za drugi po značaju i 1 bod za trećeg po značaju činioca za saradnju).

<i><b>Najvažniji faktori saradnje sa otkupljivačem</b></i>	<i><b>Rezultat</b></i>
Garancija plaćanja	179
Avansno finansiranje proizvodnje (nabavka semena, pesticida)	86
Ugovorena proizvodnja	86
Ugovorene cene	84
Ujednačena proizvodnja	34
Garantovan kvalitet proizvodnje	25
Ugovorene proizvodne sorte	16

Najvažnija karakteristika<sup>15</sup> koja određuje kvalitet proizvoda za otkupljivača je veličina i boja voća a zatim dugotrajnost.

<sup>15</sup> Bodovanje po prioritetašima sažima tri najvažnija obeležja dajući 3 boda za najznačajnijih, 2 boda za drugo najvažnije i 1 bod za treće najznačajnije obeležje koje određuje kvalitet





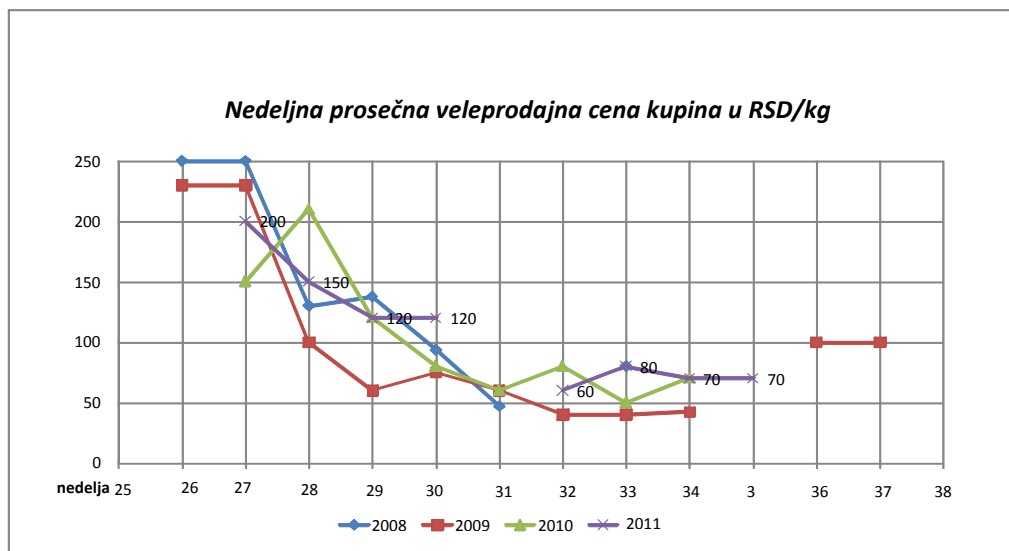
Najvažnije karakteristike kvaliteta proizvoda	Score
Veličina i boja	214
Trajnost	121
Tradicionalna proizvodnja / sorta	54
Ujednačenost proizvoda	51
Kvalitet pakovanja	21
Procenat suve supstance	13
Ostale karakteristike	36

### 10.3.2. Karakteristike ponude i potražnje

#### Raspon cena i stabilnost – veleprodajne i maloprodajne cene

Nedeljna veleprodajna cena kupina zvanično je zabeležena u Srbiji na nekoliko veleprodajnih i maloprodajnih tržišta u celoj zemlji<sup>16</sup>. Kupina je sezonski i kvarljiv proizvod, koji je dostupan na veleprodajnim tržištima samo između 26. i 35. nedelje. Kupina ima samo na beogradskom veletrgovinskom tržištu u toku tog perioda, dok je na ostalim tržištima razmotrenim u ovom pregledu uopšte nema ili je ima samo nedelju-dve. Na primer, u 2011, beogradsko veleprodajno tržište beleži prodaju kupina od 25. do 35. nedelje po ceni od 200 RSD po kilogramu koja se spuštala do 80 dinara po kilogramu, kraljevačko veleprodajno tržište je prodaje četiri nedelje po 60 dinara po kilogramu, a niško tržište ih je imalo samo dve nedelje (od 27 do 34 nedelje) po ceni od 200 dinara po kilogramu i 70 RSD po kilogramu, respektivno.

Slika 37 Nedeljna prosečna veleprodajna cena kupina



Izvor: [www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni](http://www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni)

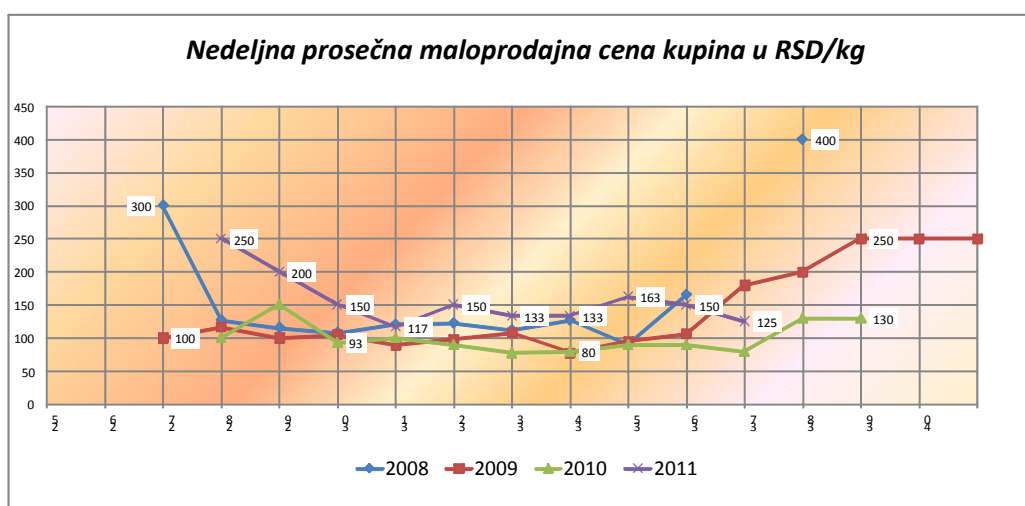
Napomena: Prosečna nedeljna veleprodajna cena na godišnjoj osnovi je zasnovana na podacima za 52 nedelje osim za 2011. koja je za 42 nedelje. Veleprodajna tržišta koja su razmatrana su tržišta u Beogradu, Nišu, Kraljevu, Novom Sadu.

<sup>16</sup> Za potrebe ove studije razmatrana su veleprodajna tržišta u Beogradu, Nišu, Kraljevu, Novom Sadu



Tržišna maloprodajna cena kupina otkriva da je ta cena znatno veća na maloprodajnim tržištima, za razliku od veletrgovinskih tržišta. Osim toga, kupine imaju veću prisutnost na maloprodajnim tržištima u odnosu na veleprodajne tokom istog perioda u godini. U 2011, najviša cena je bila na beogradskom tržištu i kretala se od 150 do 250 dinara po kilogramu, odmah za njim je bilo čačansko tržište sa cenama u rasponu od 100 do 200 RSD po kilogramu, a zatim slede ostala tržišta (Niš, Vranje i Pirot) sa cenom od 100 RSD po kilogramu.

Slika 38 Nedeljna prosečna maloprodajna cena kupina



Izvor: [www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni](http://www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni)

Napomena: Prosečna nedeljna veleprodajna cena na godišnjem nivou je zasnovana na podacima za 52 nedelje osim za 2011. koja je za 42 nedelje. Veleprodajna tržišta koja su razmatrana su tržišta u Beogradu, Nišu, Kraljevu, Novom Sadu

## Sorte proizvoda

Najčešće gajena sorta kupina je "Čačanska bestrna", koja se proizvoda na više od polovine površina zasađenih pod kupinom. Druge sorte su navedene u nastavku

Sorta	ha
<b>Čačanska bestrna</b>	<b>25.34</b>
<b>Bestrna</b>	<b>14.93</b>
<b>Black Satin</b>	<b>2.90</b>
<b>Druge ili nepoznate sorte</b>	<b>1.33</b>
<b>Ukupno kupina</b>	<b>43.71</b>

Najvažnija karakteristika koja određuje kvalitet proizvoda je veličina i boja proizvoda, i dugotrajnost.

## Struktura troškova



Prema anektiranim proizvođačima kupina, najveći procenat troškova proizvodnje čine:

- (1) troškovi energije;
- (2) transport i distribucija i
- (3) đubrivo.

<i>Struktura troškova proizvodnje</i>	<i>% ukupnih troškova</i>
<i>Troškovi energije (voda, struja, gorivo etc.)</i>	<b>36.45</b>
<i>Transport &amp; distribucija</i>	<b>13.80</b>
<i>Pesticidi</i>	<b>12.36</b>
<i>Pakovanje</i>	<b>10.82</b>
<i>Sadni materijal</i>	<b>9.48</b>
<i>Marketing</i>	<b>8.44</b>
<i>Đubriva</i>	<b>7.54</b>
<i>Troškovi radne snage</i>	<b>0.59</b>
<i>Sortiranje i kalibracija</i>	<b>0.35</b>
<i>Troškovi mehanizacije</i>	<b>0.18</b>

Najveći porast troškova u poslednje tri godine zabeležen je kod cena:

1. đubriva
2. pesticida





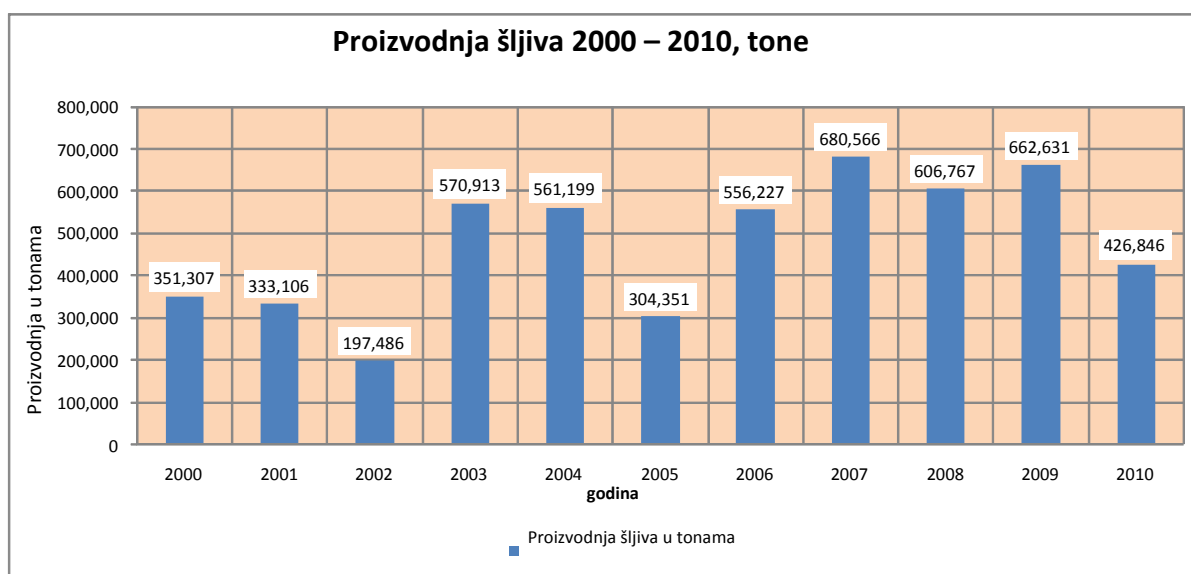
## 11. VREDNOSNI LANAC ŠLJIVA

### 11.1. Trendovi u proizvodnji

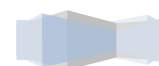
Proizvodnja šljiva u Srbiji u posljednjih deset godina kreće od 197,000 tona u 2002. godini do 681.000 tona u 2007. Proizvodne količine znatno variraju od godine do godine, kako zbog klimatskih uslova tako i iz drugih razloga. Kada su zvanični statistički podaci o proizvedenim količinama predloženi FGD-u, otkrivena su nepoklapanja statističkih podataka o količini proizvodnje, prosečnim prinosu i vrednosti izvoza, gde su proizvođači i drugi učesnici uvereni da su ovi iznosi podcenjeni.

Gajenje šljiva se obavlja na oko 200.000 hektara. Većina se gaji u centralnoj Srbiji dok se samo 7% do 13% proizvodnje odvija u regionu Vojvodine. Zvanična statistika beleži da se tokom poslednjih deset godina prosečni prinos za region centralne Srbije kreće u rasponu od 7 - 16 kg po stablu. Međutim, na održanim FGD-ima pokazalo se da je prosečni prinos koji se navodi u zvaničnim statističkim podacima daleko niži od stvarnih prinosa.

Slika 39 Proizvodnja šljiva

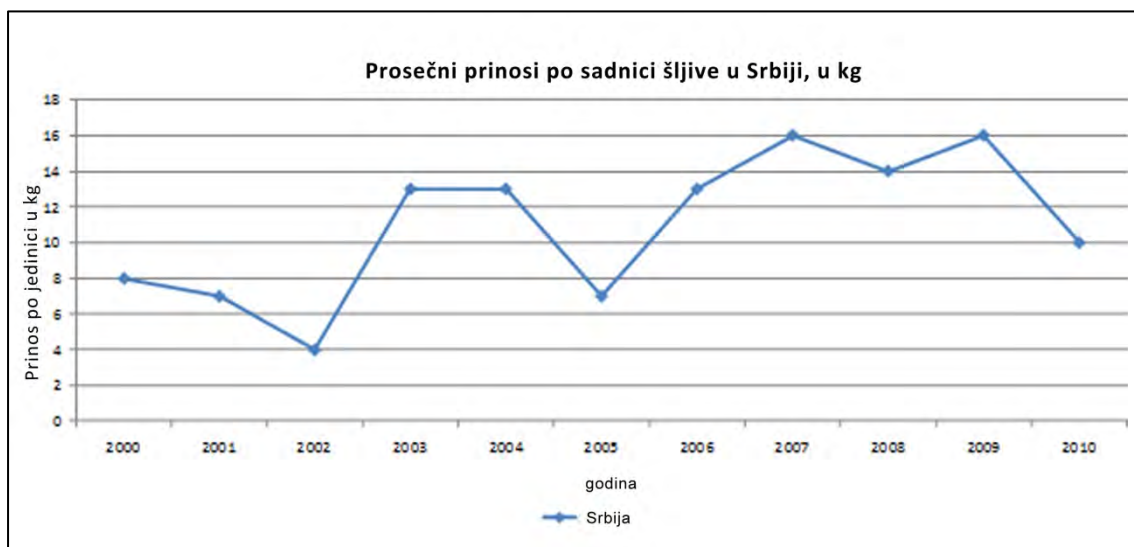


<http://webzrzs.stat.gov.rs/WebSite/public/ReportView.aspx>





Slika 40 Prinosi šljiva



Prosečni prinosi po sadnici šljive u Srbiji, u kg

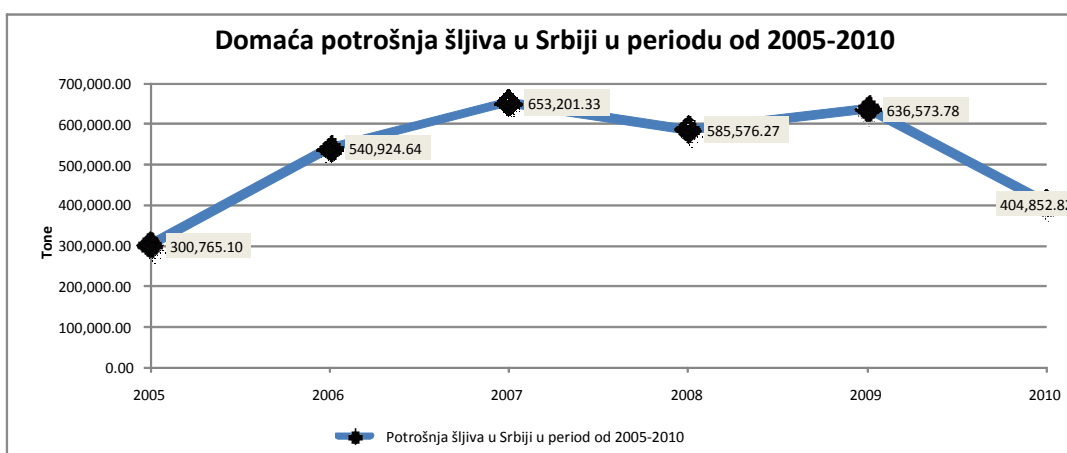
<http://webzrzs.stat.gov.rs/WebSite/public/ReportView.aspx>

## 11.2. Spoljna trgovina i tržišta

### 11.2.1. Domaća i industrijska potrošnja<sup>17</sup>

Procenjena potrošnja svežih šljiva na domaćem tržištu, s obzirom na zvanično zabeleženu varijabilnost u proizvodnji, stabilna je zbog povećanog obima uvoza koji se kreće u rasponu od 300,765.10 tona u 2005. godini do 653,201.33 tona u 2007. godini.

Slika 41 Procenjena potrošnja šljiva



Osim izvoza svežih šljiva domaća prerađivačka industrija nabavlja sveže šljive a izvozi ih kao suve šljive. Količina izvoza suvih šljiva nedavno je značajno porasla. U 2005. godini količina suvih šljiva

<sup>17</sup> Domaća potrošnja je dobijena kao zbir ukupno proizvedenih i uvezenih umanjeno za izvozne količine na godišnjoj osnovi. Podaci o proizvodnji su preuzeti iz baze Zavoda za statistiku dok su podaci o uvozu i izvozu preuzeti iz EUSTAT baze podataka

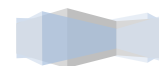
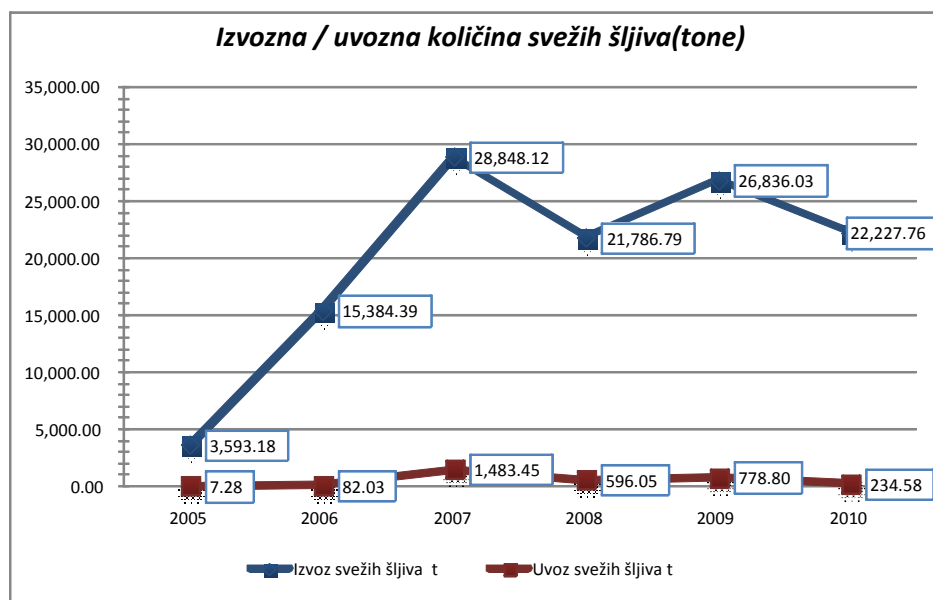
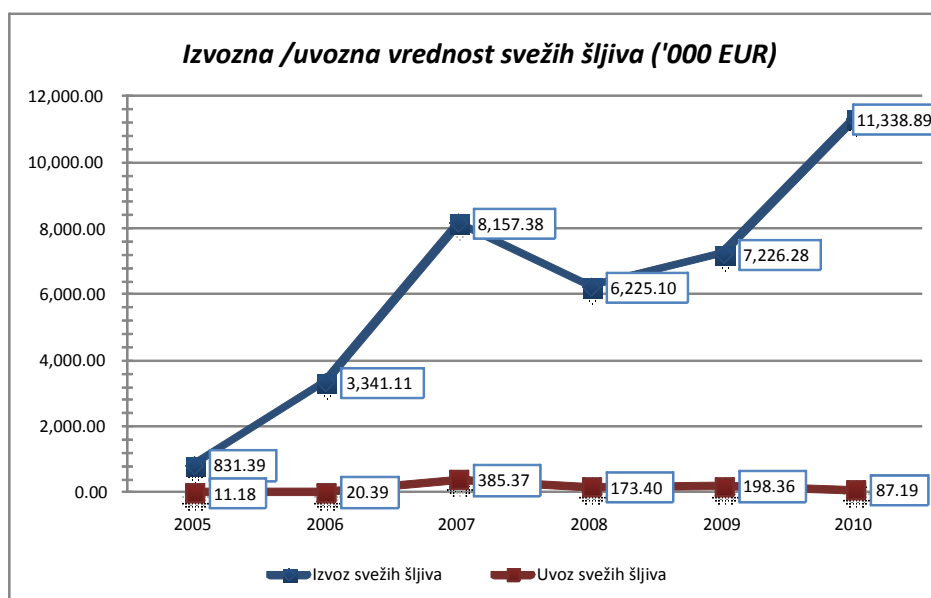




iznosila je 1,377 tona, i popela se na 4,138 tona u 2010. odini. Značajan iznosse takođe prerađuje u "rakiju", što potvrđuju i ankete.

Izvoz suvih šljiva u tonama	2006	2007	2008	2009	2010
Suve šljive	1,377	2,979	4,260	4,045	4,138

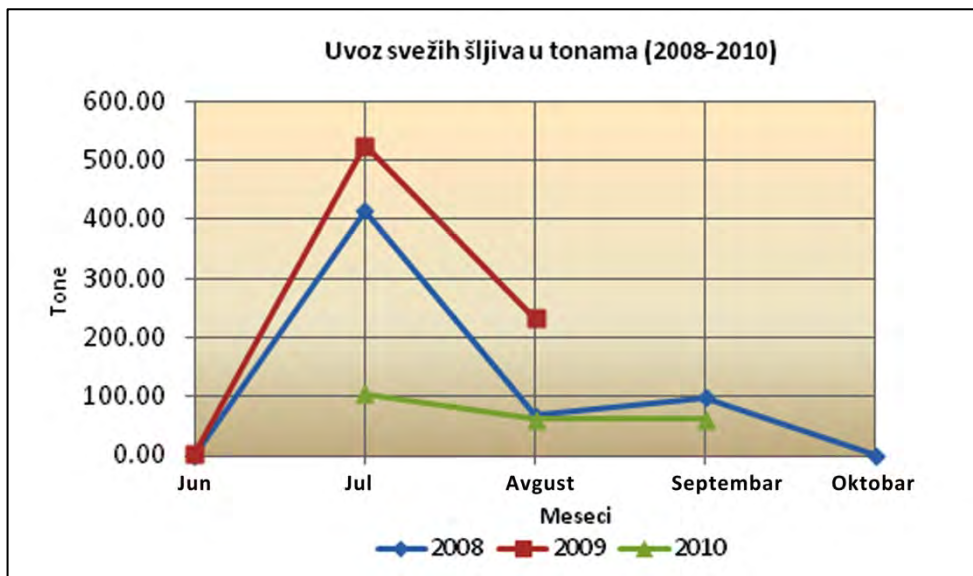
Slika 42 Izvozna /uvozna vrednost i količina svežih šljiva





Izvor: podaci preuzeti iz EUSTAT baze podataka <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

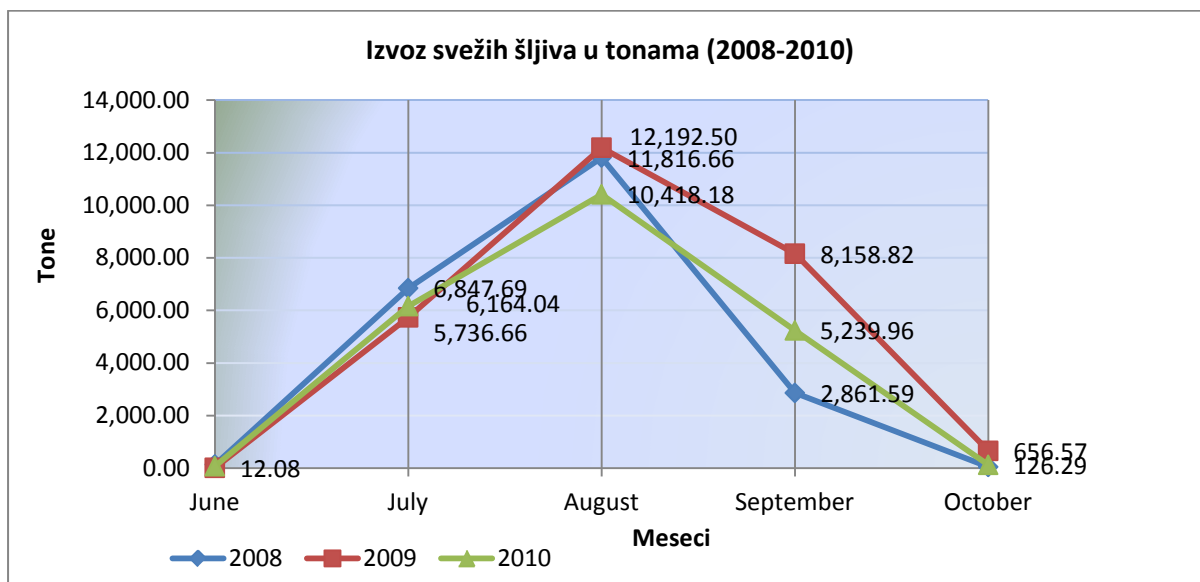
Slika 43 Količina uvoza svežih šljiva



Izvor: podaci preuzeti iz EUSTAT baze podataka <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Uvoz srpske šljive je mali, kako je već spomenuto, a glavne zemlje uvoznice su određene prema periodu uvoza. Na primer: julski uvoz je iz Bugarske, avgustovski uvoz je iz Rusije, septembarski uvoz je iz Makedonije. Ostali uvoz u ostalim mesecima je u količinama manjim od jedne tone mesečno i dolaze iz različitih zemalja, kao što su Čile, Italija, Argentina i Južna Afrika.

Slika 44 Količina izvoza svežih šljiva



Izvor: podaci preuzeti iz EUSTAT baze podataka <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

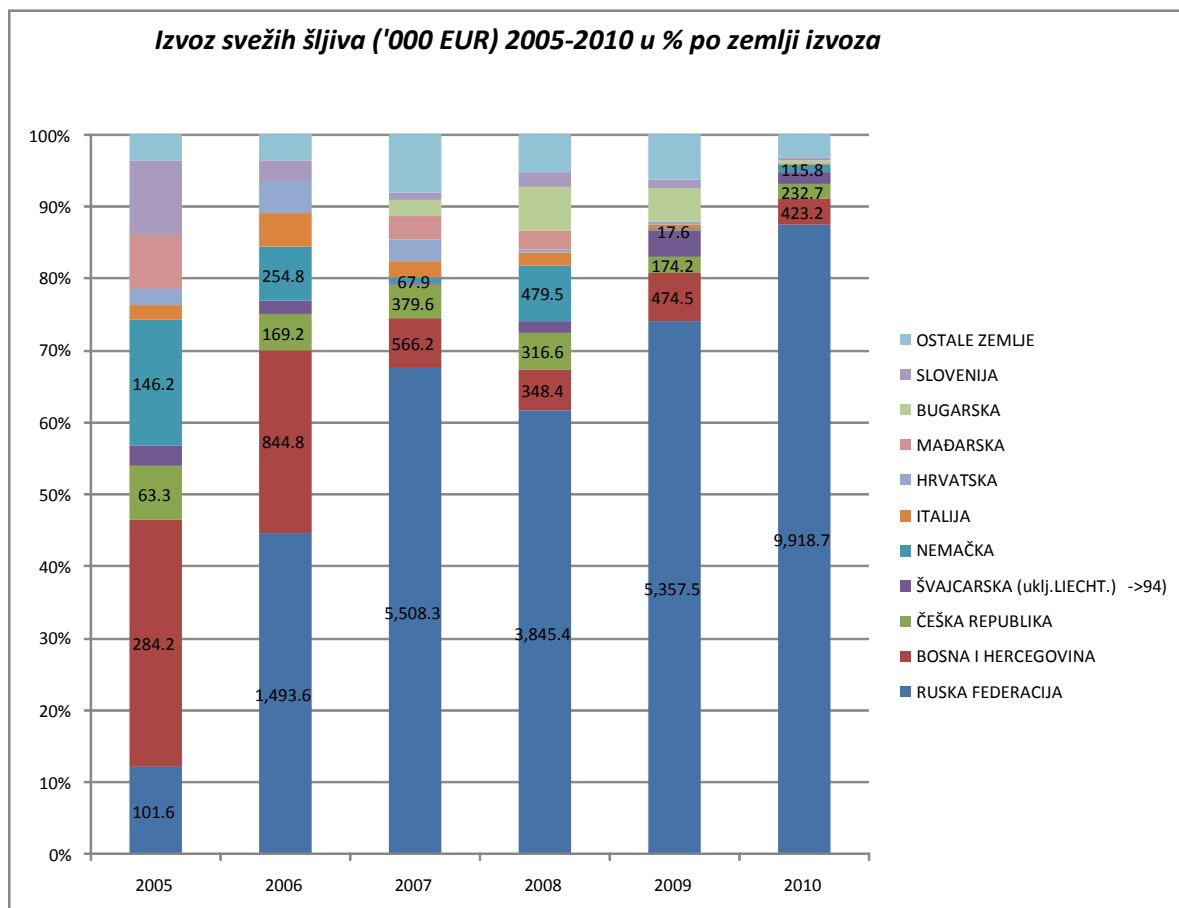
Glavna izvozna destinacija šljiva je Rusija uz značajan porast u posljednjih nekoliko godina, odnosno 102 tone izvoza sveže šljive u 2005. godine poraslo je na 1,919 tona u 2010. godini. Druge zemlje,



poput Bosne, Njemačke i Češke su stalni uvoznici stabilnih količina šljiva, međutim, zbog povećanja izvoza u Rusiju, značaj njihovog učešća u ukupnim izvoznim količinama drastično je smanjen.

Većina ispitanika je izjavila da za najvažnija tržišta šljive smatra Poljsku, Nemačku i Tursku, poređano po važnosti izvoznog tržišta.

Slika 45 Izvoz po zemljama



Izvor: podaci preuzeti iz EUSTAT baze podataka <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

### 11.2.2. Ponuda i potražnja sorti

Prema anketiranim najtraženija i sorta šljive koja se najviše nudi je Stanley, koja je i najšire uzgajana. Prema rezultatima ispitivanja uvidelo se da je ovo najtraženija sorta kako na domaćim tako i na izvoznim tržištima.

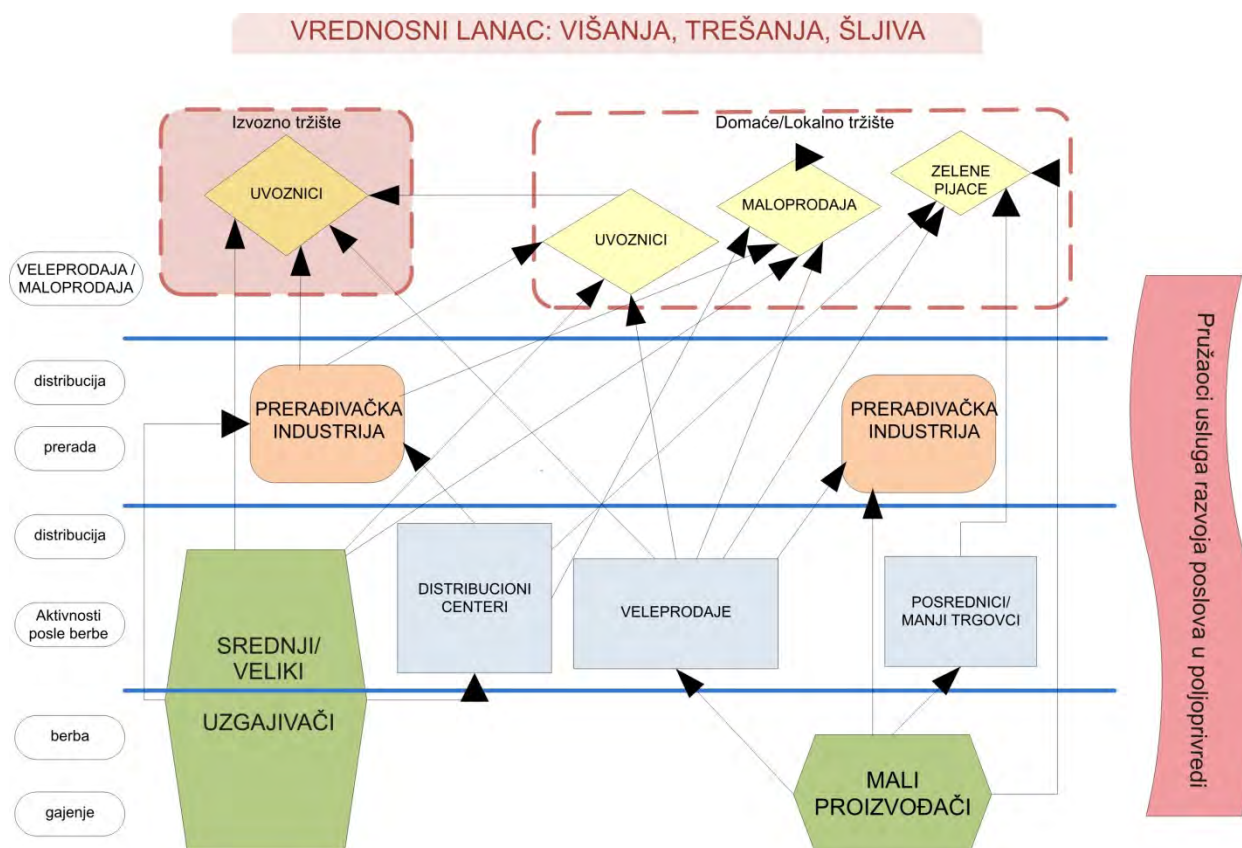
### 11.2.3. Konkurencija

Anketirani proizvođači šljiva svojom glavnom konkurencijom smatraju Poljsku, Mađarsku i Tursku.





### 11.3. Struktura VL-a i glavni učesnici



#### 11.3.1. Direktni učesnici VL-a

##### Proizvođači

Od 609 anketiranih učesnika studije, 195 anketa je obavljeno sa proizvođačima šljive koji predstavljaju najveći deo uzorka, 32% od ukupnog broja anketa.

Prema obavljenim anketama, na osnovu 195 proizvođača šljiva se proizvodi na 892 hektara gde proizvođači šljiva imaju proizvodnu tradiciju više od 17 godina. U proseku, 67% ukupne proizvodnje namenjeno je prodaji, a preostalih 33% je za sopstvene potrebe proizvođača i domaću preradu, pre svega za pravljenje "rakije". Po mišljenju učesnika ankete, postoji preko 10.000 proizvođača šljiva.

##### Input – sadni materijal

Sadni materijal za proizvodnju šljiva se uglavnom proizvodi na domaćem tržištu, odnosno kupuje se od srpskih proizvođača. 75% proizvođača kupilo je sadni materijal od domaćih firmi / proizvođača, dok 25% anketiranih proizvođača (58 ispitanika) proizvodi sopstveni sadni materijal. Međutim, sadni materijal kupljen kod domaćih proizvođača sertifikovan je samo u 50% slučajeva. Gotovo da i nema uvoza sadnog materijala, uz samo jednog proizvođača koji je naveo da mu je sadni materijal uvezen i sertifikovan.



<i><u>Odgovori</u></i>	<i><u>Ukupan broj ispitanika</u></i>	<i><u>Sa sertifikato</u></i>	<i><u>% sa sertifikatom</u></i>	<i><u>Bez sertifikata</u></i>	<i><u>% bez sertifikata</u></i>
<i><u>Sopstvena proizvodnja</u></i>	<u>58</u>	<u>6</u>	<u>10.34%</u>	<u>52</u>	<u>89.66%</u>
<i><u>Kupljeno na domaćem tržištu</u></i>	<u>175</u>	<u>87</u>	<u>49.71%</u>	<u>88</u>	<u>50.29%</u>
<i><u>Uvezeno</u></i>	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>100.00%</u>	<u>0</u>	<u>0.00%</u>
<i><u>Ukupno šljiva</u></i>	<u>234</u>	<u>94</u>	<u>40.17%</u>	<u>140</u>	<u>59.83%</u>

## Otkupljivači

Proizvođači šljiva prodaju svoje proizvode prvenstveno srpskim otkupljivačima i kupcima. Gde lokalni trgovci čine (36%) prodaje i prerađivači (42%), manji postotak (22%) se prodaje na otvorenom tržištu voća kao direktna prodaja kupcima.



Osnova za uspešnu saradnju između proizvođača i otkupljivača je jemstvo plaćanja, nakon čega sledi kvalitet proizvoda i ugovorena cena po jedinici proizvoda. To su najvažniji faktori koji određuju saradnju između proizvođača i kupca prema mišljenju ispitanika.

<i><b>Najvažniji faktori za saradnju sa otkupljivačem</b></i>	<i><b>Rezultat</b></i>
Garancija plaćanja	374
Garantovan kvalitet proizvoda	271
Ugovorene cene	188
Finansiranje proizvodnje unapred (nabavka semena, pesticida)	166
Ugovorena proizvodnja	103
Ujednačenost proizvodnje	41
Odgovarajuće proizvodne sorte	27



Najvažnija<sup>18</sup> karakteristika koja određuje kvalitet šljive za otkupljivače je veličina i boja voća, zatim slede trajnost i ujednačenost proizvoda

<b>Najvažnije karakteristike kvaliteta proizvoda</b>	<b>Rezultat</b>
Veličina i boja	441
Tradicionalna proizvodnja / sorta	251
Trajnost	190
Ujednačenost proizvoda	105
Ostale karakteristike	183

### 11.3.2. Karakteristike ponude i potražnje

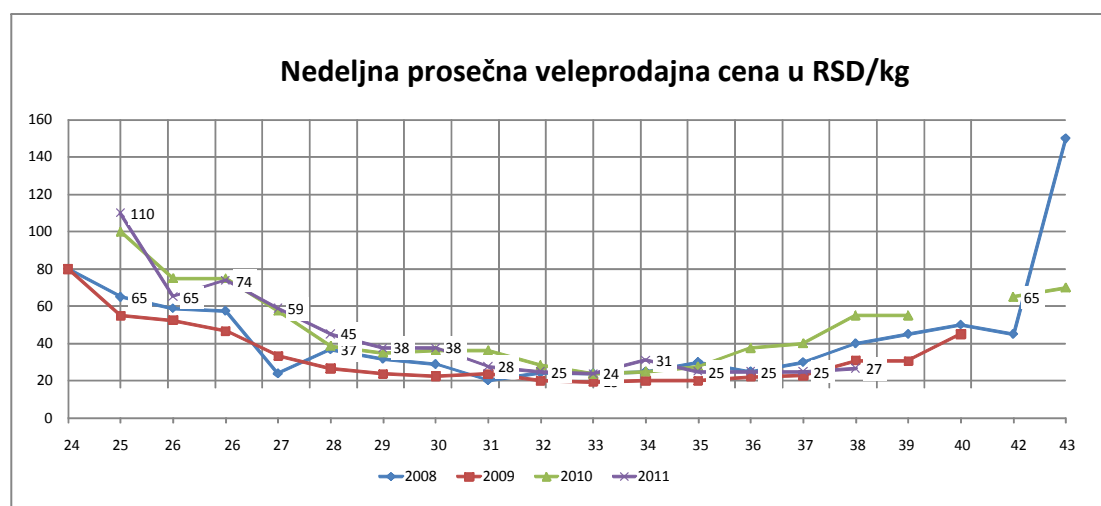
#### Raspon cena i stabilnost – veleprodajne i maloprodajne cene

Šljive se mogu naći i na veleprodajnim i na maloprodajnim tržištima dobar deo godine, kako domaće tako i uvezene u zavisnosti od količina domaće proizvodnje.

Domaće proizvedene šljive uglavnom se prodaju u glavnoj sezoni proizvodnje i na veleprodajnim tržištima dostupne su u razdoblju od 25 do 40 nedelja (uzorak je 2010. godina). Šljive su dostupne na svim veleprodajnim tržištima s cenama u rasponu od 25 do 40 dinara po kilogramu u 2010 (zavisno od nedelje), osim Beograda, gdje je prosečna cena uvek veća i dostiže 100 dinara po kilogramu.

Pre i posle sezone šljiva uvezene šljive, poreklom iz Italije, Argentine, Čilea, i Južne Afrike, su dostupne, ali po znatno višoj ceni.

Slika 46 Nedeljna prosečna veleprodajna cena šljiva



Izvor: [www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni](http://www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni)

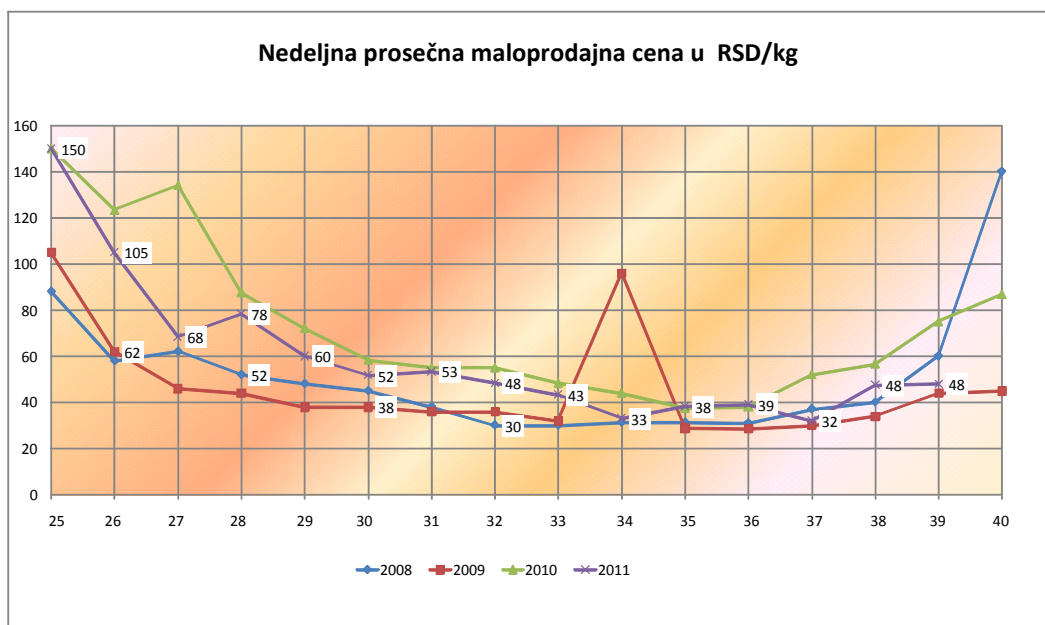
<sup>18</sup> Bodovanje po prioritetnosti sažima tri najvažnija obeležja dajući 3 boda za najznačajnijih, 2 boda za drugo najvažnije i 1 bod za treće najznačajnije obeležje koje određuje kvalitet





Napomena: Prosečna nedeljna veleprodajna cena na godišnjoj osnovi je zasnovana na podacima za 52 nedelje osim za 2011. koja je za 42 nedelje. Veleprodajna tržišta koja su razmatrana su tržišta u Beogradu

Slika 47 Nedeljna prosečna maloprodajna cena šljiva



Napomena: Prosečna nedeljna veleprodajna cena na godišnjoj osnovi je zasnovana na podacima za 52 nedelje osim za 2011. koja je za 42 nedelje. Veleprodajna tržišta koja su razmatrana su tržišta u Beogradu - Skadarlija, Nišu, Pirotu, Vranju i Čačku.

### Maloprodajna tržišta šljive širom zemlje i regionima

Cene su najviše na beogradskom tržištu. Na primer, u 2010. godini cene su se kretale u rasponu od 50 do 150 RSD po kilogramu, zavisno od nedelje, odnosno cene 50 do 60 RSD po kilogramu u tok od 30 do 37 nedelje, a iznosile su više u nedeljama pre i posle ovog perioda. Ostala maloprodajna tržišta u datim regijama imala su niže cene, u zavisnosti od tržišta i prometnosti. Na primer, u istoj godini 2010, cene su se kretale od 30 do 40 dinara po kilogramu tokom perioda od 30 do 37 nedelje i od 150 dinara po kilogramu u drugim nedeljama. Istovremeno, cena uvezenih šljiva dostiže do 330 dinara po kilogramu, u zavisnosti od godine i sezone i dostupne su prvenstveno na beogradskom tržištu.

### Sorte proizvoda

Najčešće uzgajana sorta je Stanley. Anketirani proizvođači se bave njenim gajenjem na većini zasađenih površina. Ostale sorte su navedene u nastavku:

Sorta	Ha
<b>Stanley</b>	<b>517.81</b>
<b>Čačanska</b>	<b>154.54</b>
<b>Ruska</b>	<b>80.50</b>
<b>Šumadinka</b>	<b>61.95</b>
<b>Ostale</b>	<b>76.75</b>
<b>Ukupno Šljiva</b>	<b>891.55</b>



## Struktura troškova

Prema anketiranim proizvođačima šljiva najveći troškovi se odnose na:

1. Troškove energije
2. Đubriva
3. Sadni materijal

<b>Struktura troškova proizvodnje</b>	<b>% ukupnih troškova</b>
<i>Troškovi energije (voda , struja, gorivo etc.)</i>	<b>20.18</b>
<i>Pesticidi</i>	<b>17.74</b>
<i>Sadni materijal</i>	<b>17.42</b>
<i>Transport i distribucija</i>	<b>16.75</b>
<i>Marketing</i>	<b>10.59</b>
<i>Đubriva</i>	<b>8.66</b>
<i>Pakovanje</i>	<b>7.39</b>
<i>Troškovi radne snage</i>	<b>0.67</b>
<i>Troškovi mehanizacije</i>	<b>0.45</b>
<i>Sortiranje i kalibracija</i>	<b>0.14</b>

Zabeleženo je da se najveće poskupljenje troškova u poslednje tri godine odnosi na:

1. Đubriva
2. Pesticide







## 12. VREDNOSNI LANAC BOROVNICA

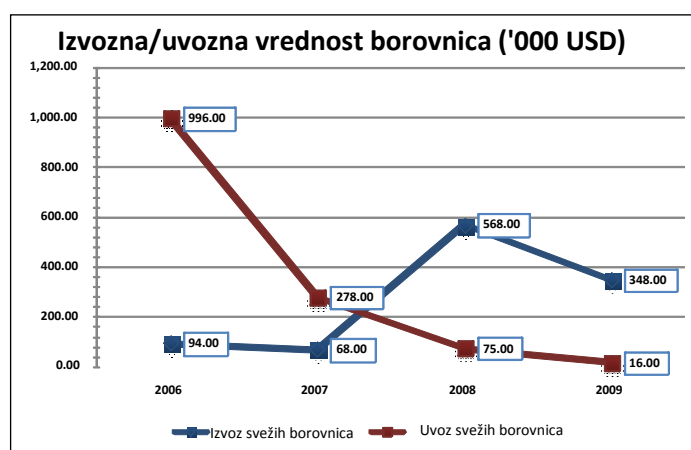
### 12.1. Trendovi u proizvodnji

Nema zvaničnih podataka o proizvodnji, prinosima i zasađenim površinama borovnica.

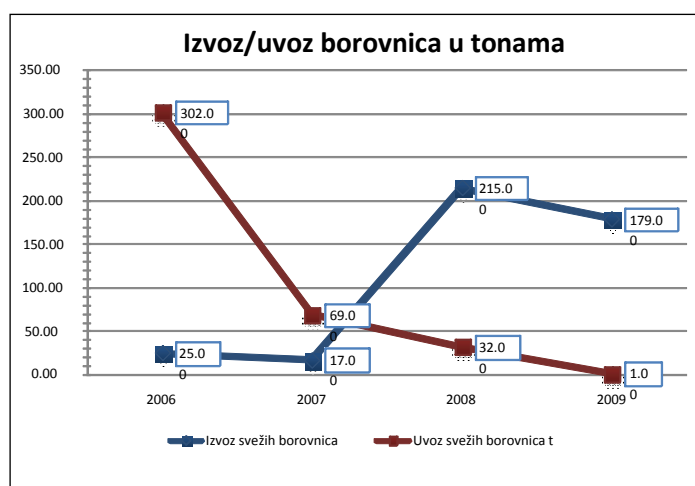
### 12.2. Spoljna trgovina i tržišta

#### 12.2.1. Izvozne i uvozne količine i vrednost

Ukupni uvoz svežih borovnica se znatno smanjio u poslednjih godinu dana, dok se izvozna količina znatno povećala. Od izvoza koji je iznosio samo 25 tona u 2006. godini, izvoz borovnica je dostigao 215 tona u 2008. godini i 179 tona u 2009. godini. Vrednost izvezenih borovnica nije bio veći od 568,000 USD što je bila vrednost izvoza u 2008.



Slika 48 Izvozna/uvozna vrednost i količina svežih borovnica



<http://faostat.fao.org/>





Tabela 5 Izvoz borovnica po zemljama

<i>Izvoz</i>	<i>Borovnice u tonama</i>				
<i>Godine</i>	<i>Austrija</i>	<i>Nemačka</i>	<i>Italija</i>	<i>Holandija</i>	<i>Ukupno</i>
2006	25				25
2007			17		17
2008	47		120	48	215
2009	172	8			180

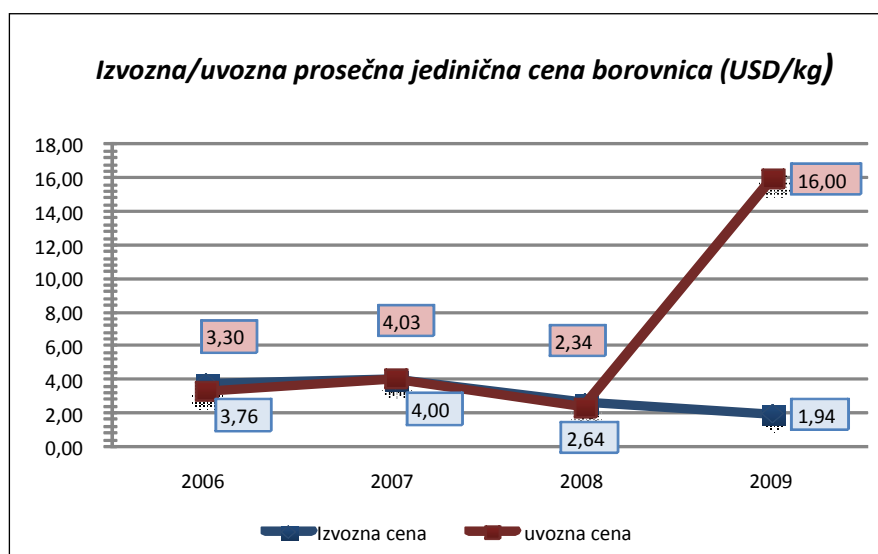
Tabela 6 Uvoz borovnica po zemljama

<i>Uvoz</i>	<i>Borovnice u tonama</i>			
<i>Godine</i>	<i>Nemačka</i>	<i>Holandija</i>	<i>Makedonija</i>	<i>Ukupno</i>
2006			302	302
2007			69	69
2008		24	8	32
2009	1			1

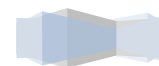
<http://faostat.fao.org/>

U novije vreme najviše uvoza dolazi iz Makedonije. Izvozna odredišta su Austrija, Italija, Holandija i Nemačka. Prema anketiranima, najznačajnija tržišta za srpske borovnice su Holandija, Engleska i Poljska.

Slika 49 Izvozna/uvozna prosečna jedinična cena borovnica



Uvozne i izvozne cene su prilično stabilne, osim u 2009, kada je uvozna cena dostigla rekordnih 16.00 USD po kilogramu. Međutim, to je zbog slučajnog uvoza od 1 tone, u vrednosti od 15,000.00, USD što je povećalo prosečnu cenu.



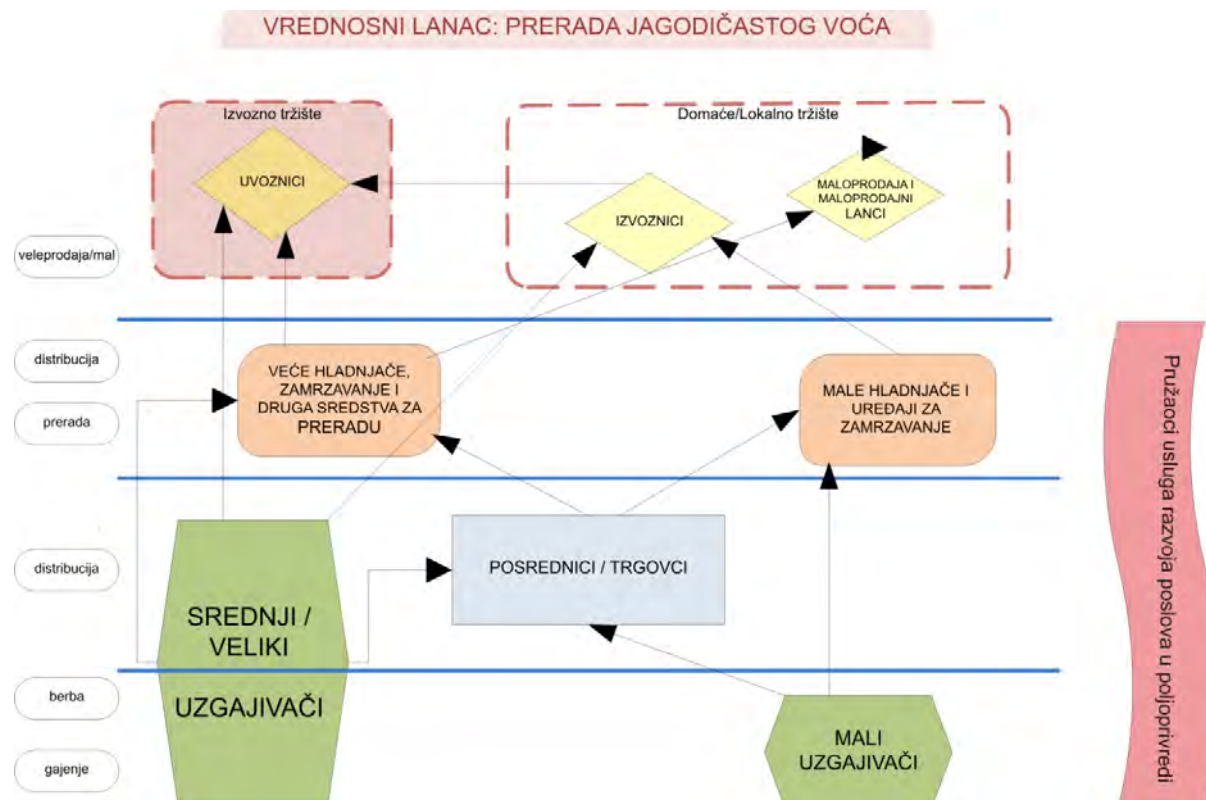


### 12.2.2. Sorte ponude i potražnje

Prema ispitanicima, najtraženija i sorta koja se najviše nudi i gaji je sorta Blue Crop. Ona se smatra najtraženijom sortom kako na domaćem tako i na izvoznim tržištima.

### 12.2.3. Konkurencija

Anketirani proizvođači borovnica smatraju Poljsku, Nemačku, Mađarsku i Holandiju glavnim konkurentim srpske borovnice.

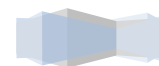


## 12.3. Struktura VL-a i glavni učesnici

### 12.3.1 Direktni učesnici VL-a

#### Proizvođači

Od 609 sprovedenih anketa u 5 okruga koji su bili predmet istraživanja, samo 13 anketa je obavljeno sa proizvođačima borovnica, 2,13% od ukupnog broja anketa. Borovnica se ne proizvodi tradicionalno u ispitivanom području kao što se to vidi iz prosečnih godina u kojima se pojavila proizvodnja borovnica u manje od 3 godine. Većina proizvodnje namenjena je prodaji, a samo 10% ukupne proizvodnje namenjeno je sopstvenim potrebama proizvođača.





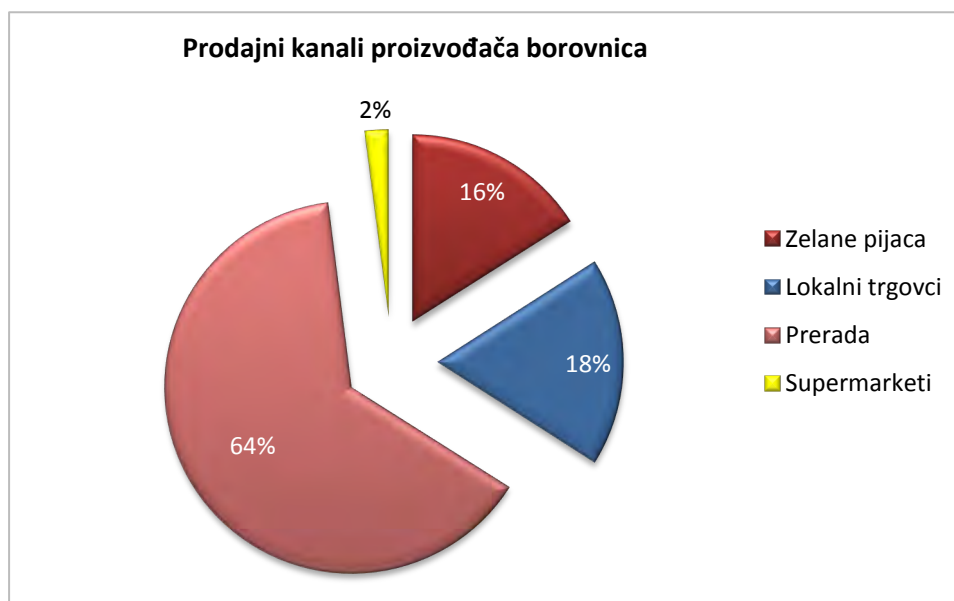
### Input – sadni materijal

Sadni materijal korišćen za gajenje borovnica nabavljen je ili na domaćem tržištu ili je uvezen. Od 13 anketiranih/proizvođača borovnica, 7 je nabavilo sadni materijal od domaćih proizvođača, dok je 6 proizvođača nabavilo sadni materijal od uvoznika. Sadni materijal nabavljen od domaćih proizvođača je sertifikovan u 57% slučajeva a u 43% nije, dok je sav uvezeni sadni materijal bio sertifikovan.

<i><b>Odgovori</b></i>	<i><b>Ukupan # anketiranih</b></i>	<i><b>Sa sertifikato m</b></i>	<i><b>% sa sertifikato m</b></i>	<i><b>Bez sertifikata</b></i>	<i><b>% bez sertifikat a</b></i>
<i><b>Sopstvena proizvodnja</b></i>	0	0	0.00%	0	0
<i><b>Nabavljeno na domaćem tržištu</b></i>	7	4	57.14%	3	42.86%
<i><b>Uvezeno</b></i>	6	6	100.00%	0	0.00%
<i><b>Ukupno borovnica</b></i>	13	10	76.92%	3	23.08%

### Otkupljivači

Proizvođači borovnica prodaju svoje proizvode srpskim trgovcima i otkupljivačima. Veći deo se prodaje prerađivačima (64%), lokalnim trgovcima (18%), manji procenat (16%) se prodaje na pijacama a zanemarljive količine se prodaju supermarketima.



Najvažniji faktor koji određuje saradnju između proizvođača borovnica i otkupljivača je garancija plaćanja, zatim sledi kvalitet proizvoda.





<i>Najvažniji faktori saradnje sa otkupljivačem</i>	<i>Rezultat</i>
Garancija plaćanja	29
Garantovan kvalitet proizvodnje	20
Ujednačena proizvodnja	10
Ugovorene cene	7
Ugovorene sorte	7
Ugovorena proizvodnja	3
Avansno finansiranje proizvodnje (nabavka sadnog materijala, pesticida)	2

Najvažnija karakteristika koja određuje kvalitet borovnica kod otkupljivača je veličina i boja voća, zatim slede trajnost i ujednačenost proizvoda.

<i>Najvažnija odlika kvaliteta proizvoda</i>	<i>Rezultat</i>
<i>Veličina i boja</i>	35
<i>Trajnost</i>	17
<i>Ujednačenost proizvoda</i>	15
<i>Ostalo</i>	11

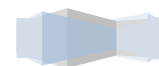
### 12.3.2. Karakteristike potražnje i ponude

#### **Raspon i stabilnost cena – veleprodajne i maloprodajne cene**

Za potrebe ove studije zabeležene su nedeljne veleprodajne cene borovnica na veleprodajnim tržištima u Beogradu i regionalnim maloprodajnim tržištima<sup>19</sup>. Sveži proizvodi borovnica se mogu naći na veleprodajnom tržištu u Beogradu od prve nedelje u trajanju od preko 12 nedelja u zavisnosti od godine. Na primer, na veleprodajnom tržištu u Beogradu 2008. godine u samo jednoj nedelji borovnica je prodavana po ceni od 600 RSD po kg, 2009. godine se prodavala od 25. do 37. nedelje po ceni od 800 RSD po kg koja je opala na RSD 350 po kg.

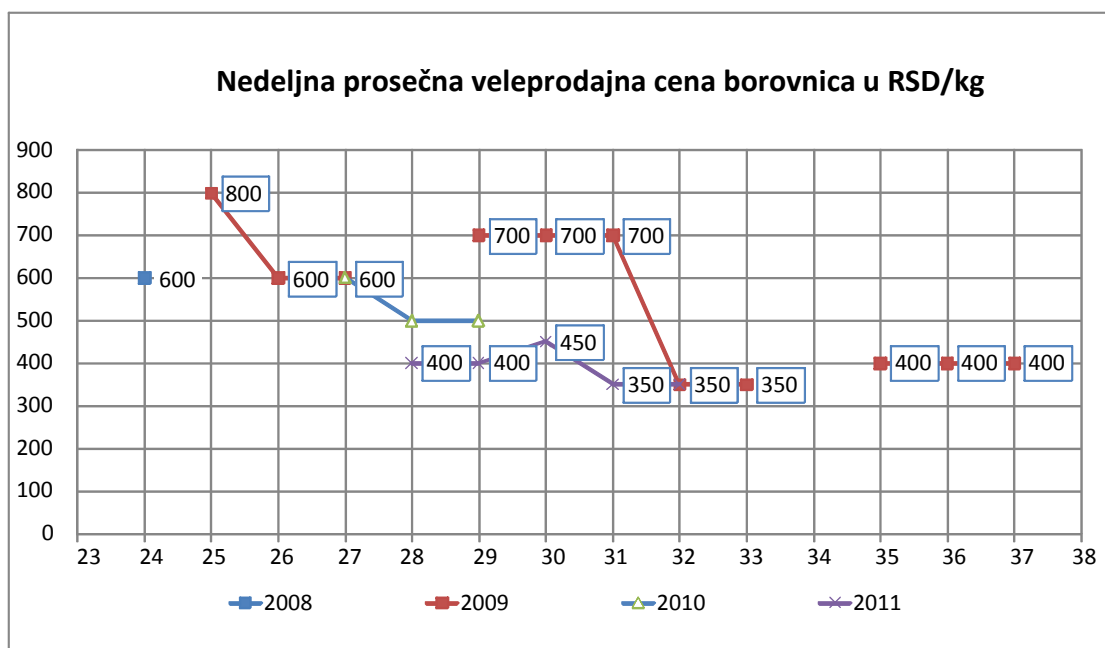
Prema anketiranim, prosečna veleprodajna cena borovnica 2011. godine je iznosila 4.39 EUR po kg, što je oko 457 RSD po kg, što odgovara prijavljenim cenama.

<sup>19</sup> Za potrebe ove studije posmatrana su veletrgovinska tržišta u Beogradu, Nišu, Kraljevu, Novom Sadu





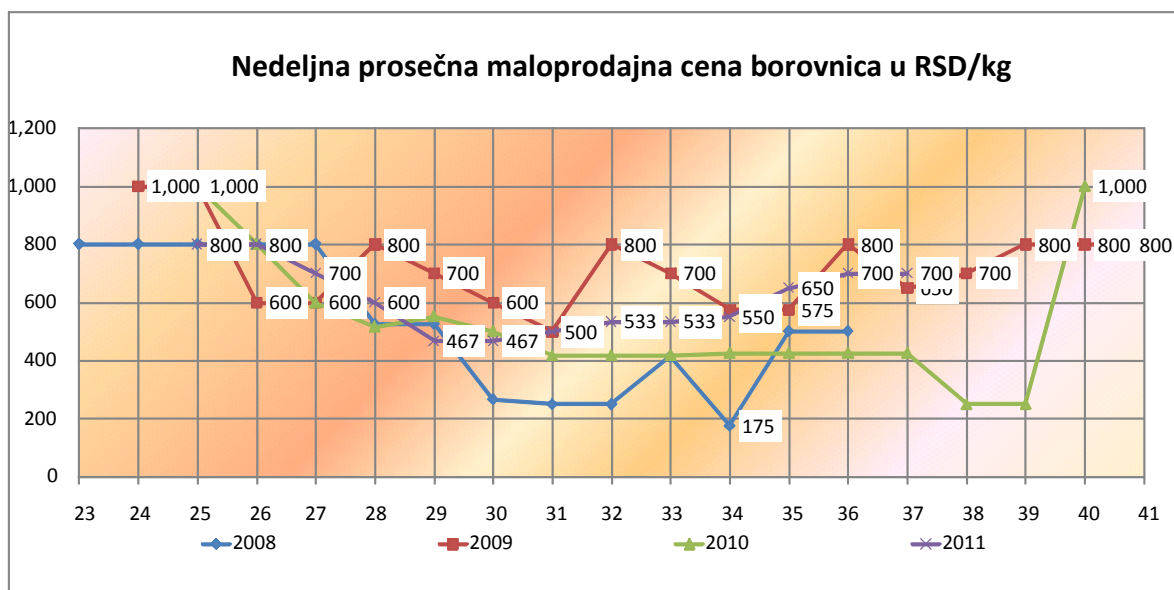
Slika 50 Nedeljna prosečna veleprodajna cena borovnica

Izvor: [www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni](http://www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni)

Napomena: prosečna nedeljna veleprodajna cena na godišnjem nivou zasniva se na podacima za 52 nedelje, osim za 2011. godinu koji su za 42 nedelje. Razmatrana su veletrgovinska tržišta u Beogradu, Nišu, Kraljevu, Novom Sadu

Borovnice se mogu naći na skoro svim bitnim maloprodajnim tržištima regiona sa promenljivom cenom u zavisnosti od tržišta i vremena. Na beogradskom tržištu se može duže naći po veoma visokoj ceni – dvostruko većoj u odnosu na ostala tržišta. Cene na beogradskom maloprodajnom tržištu se kreću od 1,000 RSD po kg do 600 RSD po kg. Na ostalim maloprodajnim tržištima cene se kreću od 300 RSD do čak 500 RSD po kg.

Slika 51 Nedeljna prosečna maloprodajna cena borovnica

Izvor: [www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni](http://www.stips.minpolj.gov.rs/stips/detaljni)

Napomena: prosečna nedeljna veleprodajna cena na godišnjem nivou zasniva se na podacima za 52 nedelje, osim za 2011. godinu koji su za 42 nedelje. Razmatrana su veletrgovinska tržišta u Beogradu-Skadarlija, Nišu, Pirotu, Vranju i Čačku



## Sorte proizvoda

Najšire uzgajana sorta je Blue Crop, zatim Duke, proizvode se na većini površina koje su zasađene borovnicama (prema anketama).

Najvažnije osobine koje određuju kvalitet su veličina i trajnost proizvoda.

## Struktura troškova

Prema anketiranim proizvođačima borovnica, najveći troškovi proizvodnje su:

1. marketing
2. troškovi energije
3. transport i distribucija

<i>Struktura troškova proizvodnje</i>	<i>% ukupnih troškova</i>
<i>Marketing</i>	<i>26.54</i>
<i>Troškovi energije (voda, struja, gorivo, itd.)</i>	<i>22.69</i>
<i>Transport i distribucija</i>	<i>15.38</i>
<i>Đubriva</i>	<i>11.54</i>
<i>Pesticidi</i>	<i>10.38</i>
<i>Sadni materijal</i>	<i>5.77</i>
<i>Pakovanje</i>	<i>5.38</i>
<i>Troškovi rada</i>	<i>1.92</i>
<i>Sortiranje i kalibracija</i>	<i>0.38</i>
<i>Troškovi mehanizacije</i>	<i>0.00</i>

Najveći porast u troškovima u posljednje tri godine zabeležen je u troškovima:

1. đubriva
2. radne snage
3. mehanizacije



## 13. VREDNOSNI LANAC ŠUMSKOG VOĆA

### 13.1. Trendovi u sakupljanju

Prikupljanje šumskog voća, divljih pečuraka i lekovitog i aromatičnog bilja na području južne Srbije ima dugu tradiciju. Geografija u regiji je brdsko-**planinska**, bogata različitim vrstama flore. Okolina je nezagađena, što ima pozitivan uticaj na kvalitet i raznolikost biljnih vrsta. Gotovo 30 vrsta lekovitog bilja, pečuraka i šumskih plodova bere se u Srbiji u divljini svake godine i to u značajnim količinama. Postoji nedostatak pouzdanih zvaničnih podataka o prikupljenim i izvezenim količinama šumskih plodova, ali ovaj sektor ima značajan uticaj na vrednost izvoza poljoprivrednih proizvoda iz Srbije. Tokom ispitivanja obavljeno je 78 anketa u ciljnim oblastima s posebnom pažnjom posvećenom šumskom voću (divlje borovnice, divlje jagode, kupine, maline, šipak) u kome su dobijene opšte informacije o sektoru (trendovima, potencijalu, preprekama, organizaciji).

Najpoznatije šumsko voće u Srbiji je jagodičasto voće (borovnica, jagode i kupine) i šipurak. Ono se koristi kao sveže, sušeno u rinfuzu, sušeno zapakovano za maloprodaju, kao voćni čajevi, zamrznuto u rinfuzu i prerađene (voćni sokovi, konzervirano, sirupi, rakije).

Geografski, sakupljanje šumskog voća je koncentrisano u ruralnim i brdsko-planinskim područjima istočne, južne i zapadne regije Srbije.

Što se tiče zaposlenosti, ovaj VL predstavlja značajnu priliku za seosko stanovništvo, počevši od sakupljanja i potrebe za sezonskim radnicima do poslova nakon berbe. Uz podršku određenih prerađivača i diversifikacijom tržišnih proizvoda sakupljanje može da počne u rano proleće i traje sve do kasne jeseni.





Tabela 7 Sakupljački kalendar

Latinski naziv	Narodski naziv	Nazivi na engleskom	Sakupljački kalendar													
			I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII		
Archillea millefolium L.	Hajdučka trava	Yarrow														
Arctostaphylos UVA	Medveđe uho	Bear ear														
Betua pendula Roth	Bela Breza	White Birch														
Castanea sativa	Kesten	Chestnut														
Cornus mas L.	Drenjina	Cornelian cherry														
Crataegus monogyna L.	Beli Glog	White hawthorn														
Fragaria vesca l.	Jagoda	strawberry														
Hyperacium perforatum	Kantarion	St. John's wort														
Juniperus communis l.	Kleka	Juniper														
Malus Sylvestris	Vrtni slez	Garden mallow														
Matricaria commomila l.	Kamilica	Chamomile														
Mentha piperita L.	Metvica, nana	Mint														
Orchis morio L.	prolečno cveće	Spring flowers														
Origanum vulgare L.	Origano	Oregano														
Primula veris L.	Jagorčevina	Primrose														
Prunus spinosa	Ogrozd	Gooseberry														
Rosa canina L.	Divlja Ruža Šipak	Wild Rose Rose hip														
Rubus idaeus L.	Malina	Raspberry														
Rubus fruticosus L.	Divlja kupina	Wild blackberries														
Sambucus nigra L.	Zova Štog	Elder a stack														
Thymus serpyllum L.	Majčina dušica	Thyme														
Tilia cordata Mill	Lipa	Linden														
Urtica dioica L.	Kopriva	Nettle														
Vaccinium myrtillus L.	Borovnica	Blueberry														
Viola tricolor	Šarena ljubičica	Colorful violet														
Boletus Edulis	Vrganj	Boletus														
Cantharelus Cibarius fr.	Lisičarka	Chanterelle														



### 13.2. Spoljna trgovina i tržišta

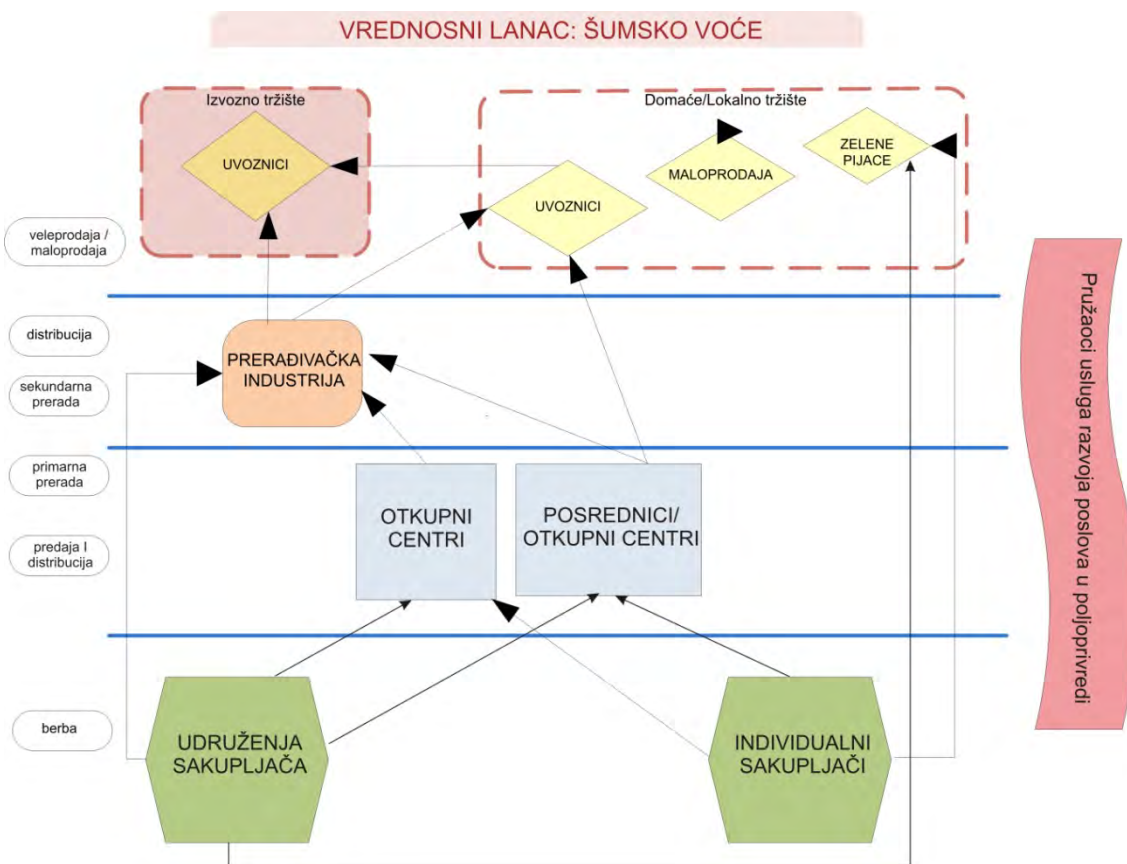
Izvozno tržište je osnovno tržište za većinu proizvoda vrednosnih lanaca. Nažalost, većina proizvoda se izvozi kao sirovina i poluproizvod umesto gotovog proizvoda. Većina šumskog voća se izvozi (sveže, sušeno i/ili zamrznuto), od čega divlje borovnice predstavljaju većinu u ovoj kategoriji.

Najveće evropsko tržište za borovnice predstavlja Italija, dok je glavno tržište za kleku Nemačka. Najveće evropsko tržište za pečurke je Italija gde se glavni italijanski kupci Merlini, Fungorodica, Novafunghi i Dante Gianpiero posebno ističu. Ostali značajni uvoznici svežih pečuraka u EU su Nemačka, Austrija i Francuska, gde EU uvozi gotovo 90% od ukupnog izvoza. Na primer, Francuska i Nemačka uvoze godišnje više od 5000 tona lisičarke. Podaci iz prerađivačke/izvozne industrije pokazuju da je najveća potražnja za divljim borovnicama, divljim jagodama i šipurkom. Sakupljači otkupljivačima nude najveće količine borovnice i šipurka.

Druga važna tržišta u Evropi za šumsko voće su Francuska, Velika Britanija, Belgija, Holandija i Slovenija.

Konkurencija - Glavna konkurencija u ovom sektoru dolazi sa Kosova, koje je snabdevač najvećih količina divlje borovnice prerađivačima (hladnjačama) u ciljnim oblastima.

### 13.3. Struktura VL-a i glavni učesnici



## Direktni učesnici VL-a

### Sakupljači

Osnovna prednost sektora šumskih plodova je velik broj osnovnih proizvoda, (jagodičasto voće, bilje i pečurke). Njihov visok kvalitet međunarodno je priznat i vrlo su bogatog mirisa.

Prikupljanje šumskih plodova je vrlo zahtevan posao. Osnovna karakteristika sakupljača je nedostatak organizacije. Sakupljanje obavljaju pojedinci ili seoske porodice honorarno. To je sezonski posao koji se obavlja samo za vreme vegetacijskog perioda od aprila do novembra. Vrlo često, sakupljanje se obavlja zajedno s drugim aktivnostima, kao što su uzgoj stoke ili obrađivanje zemlje. Sakupljanje u mnogome zavisi od vremenskih uslova, pa se cene sakupljača dnevno menjaju u zavisnosti od prikupljenih količina/ponude, obično su najviše na početku sezone. Glavni problem ovog VL-a je što ni sakupljači ni mali trgovci nemaju informacije o vrednosti krajnjeg proizvoda (posrednici u otkupu koji povezuju sakupljače sa većim prerađivačima). Dakle, sakupljači dobijaju samo mali deo vrednosti proizvoda. Kao rezultat toga, postoji slaba vertikalna integracija/koordinacija unutar podsektora. Vrlo često sakupljači imaju ograničeno znanje i ne drže se dobre sakupljačke prakse divljih plodova. Neophodna je obuka sakupljača o divljim bilju; pažnja treba da bude usmerena na jačanje njihovih praktičnih veština, znanja i stava u skladu s međunarodnim smernicama za dobru poljoprivrednu praksu (GACP).

Smernice koje daje WHO za dobru poljoprivrednu i sakupljačku praksu posebnu pažnju poklanjaju lekovitom bilju, ali njene osnovne smernice i ključne tačke takođe su primjenljive i na druge šumske plodove, kao što su pečurke i jagodičasto voće.

Sigurnost i kvalitet sirovina i gotovih proizvoda zavise od činilaca koji mogu biti klasifikovani kao interni (zavisno od biljke) ili spoljašnji (okolina, načini prikupljanja, gajenje, berba, prerada nakon žetve, transport i prakse skladištenja).

Zagađenje proizvoda je moguće u bilo kom delu proizvodnog procesa, što zauzvrat može dovesti do smanjenja sigurnosti i kvaliteta. Biljke prikupljene u divljini mogu biti zagađene i drugim vrstama ili biljnim delovima putem jednostavno pogrešne identifikacije ili slučajnog zagađenja. Sakupljanje biljaka iz divljih populacija može dovesti do dodatne zabrinutosti u vezi globalne, regionalne i/ili lokalne preterane berbe, kao i zabrinutosti za zaštitu ugroženih vrsta. Uticaj gajenja i prikupljanja na okolinu i ekološke procese, kao i dobrobit lokalnih zajednica treba da budu uzeti u obzir iz perspektive održivosti.

Prakse sakupljanja treba da osiguraju dugoročni opstanak divljih populacija i njihovih povezanih staništa. Planovi upravljanja za sakupljanje treba da pruže okvir za uspostavljanje održivog stepena berbe i da opišu pravilne sakupljačke prakse koje su odgovarajuće za svaku biljnu vrstu i delove biljaka koji se koriste (korenje, lišće, voće, itd.).



GACP se fokusira na 5 različitih područja intervencije:

1. Dozvole za prikupljanje
2. Tehničko planiranje
3. Odabir bilja za prikupljanje
4. Sakupljanje
5. Sakupljače

### **Otkupljivači /prerada**

Većina podsektorskih proizvoda se prodaje na međunarodnom tržištu kao sveže, bez prerade koje dodaje vrednosti. Prerađivačke firme su uglavnom mala i srednja porodična preduzeća koja zapošljavaju od 2 do 100 radnika. Mali prerađivači obično obavljaju obradu, uključujući sortiranje, sušenje, rezanje i pakovanje. Tokom sezone prerade, primarni prerađivači mogu da zaposle od nekoliko desetina do čak 100 ili više zaposlenih honorarno ili sezonski. Na taj način, podsektor je velik izvor zapošljavanja za nekvalifikovane radnike, gde se daje prilika i starijima u ekonomski manje povoljnim područjima u Srbiji. Mreža prerađivača je stub, koji može postati efikasan i praktični plan delovanja, na kome može da se gradi brzi razvoj ovog posebnog VL-a. Prerađivači su pokretači celog sektora, ubacujući velike količine novca u seoska domaćinstva otkupom berbe, obradom sirovina čuvajući njihov kvalitet i, konačno, izvozom proizvoda u EU, stvarajući značajne prihode, ne samo za sebe nego i za srpsku privredu.

U cilju zaštite konkurentske prednosti koje su stvorile priroda i klima, i da bi se sprečio bilo kakav gubitak vrednosti kontaminacijom ili ljudskom greškom, prerađivači moraju da sprovedu i da se pridržavaju svih međunarodnih standarda koji se odnose na bezbednost hrane.

Iz perspektive marketinga, međunarodno izdati i priznati sertifikati za HACCP, GAP, pa čak i za organsku poljoprivredu, više nisu novost i konkurentna prednost, već osnovni zahtev kupaca.

### **Tretman nakon berbe/skladištenje**

Nedovoljno su razvijene veze između sakupljača i prerađivača ili većih trgovaca koji rade kao otkupljivači prerađivača u udaljenim područjima. Posao prerađivača je da otkupi proizvode od sakupljača i pruži dodatne usluge, kao što su sortiranje i prepakivanja i transport a u nekim slučajevima, skladištenje, ili čak sušenje ili zamrzavanje. Anketa je pokazala nedostatak odgovarajućih skladišnih kapaciteta u ovom VL-u. Sakupljanje i izvoz šumskih plodova je značajan izvor prihoda za mnoge lokalne sakupljače. Nažalost, veliki deo potencijalne zarade se gubi zbog nedostatka opreme/objekata u otkupnim stanicama, kao što su kamioni hladnjače i opreme za čišćenje. Da bi se očuvala svežina ubrzo nakon branja temperaturu borovnice i drugih proizvoda treba sniziti u hladnjačama, ili "hladnim komorama". Nakon što su plodovi ohlađeni treba ih transportovati kamionima hladnjačama iz otkupnih stanica u centralno procesno postrojenje, opet da bi se sprečilo raspadanje ili fermentacija.

Ulaganje u procesnu opremu za hlađenje uvođenjem hladnjača i kamiona hladnjača, povećaće vrednost borovnica i drugih šumskih proizvoda i omogućiti im da se kasnije prerade i izvezu bilo gde u svetu. Ulaganje u jednostavnu opremu za čišćenje takođe će povećati tržišnu vrednost proizvoda.



Jačanjem otkupnih stanica količina i raznolikost sakupljenih proizvoda će se povećati, dok će se istovremeno poboljšati i kvalitet. Očigledni cilj na lokalnom nivou je uključivanje više elemenata koji dodaju vrednost proizvodima i na tak način nametnuti više cene na tržištu. Veća zarada bi bila podeljena između svih učesnika u proizvodnom lancu.

Ni jedan od anketiranih sakupljača nije imao odgovarajuće kapacitete za rashlađivanje, tako da je za budući razvoj ovog VL potrebno podržati razvoj hladnog lanca (podhlada, prevoz kamionima sa hladnjačama) i uvesti strože higijenske i sanitarne/fito-sanitarne standarde, kao i primenu međunarodnih standarda za bezbednost hrane u skladu sa zahtevima koje postavlja HACCP.

#### 13.4. Podrška/Indirektni učesnici VL-a

##### **Finansijske institucije, donatorsko i državno finansiranje i pružaoci usluga**

Niko od anketiranih učesnika VL-a nije prijavio bilo kakvu vrstu pomoći bilo od finansijskih institucija, bilo od donatora ili vlasti, ali činjenica je da su donatori pružili snažnu podršku razvoju ovog sektora, finansiranjem uvođenja nove tehnologije, primenom standarda za sigurnost hrane, sertifikacijom (HACCP, Organska, ISO i sl.), a posebno marketingom i promovisanjem proizvoda ovog vrednosnog lanca. Mnogi donatori i dalje aktivno podržavaju ovaj sektor.

Vlada Srbije je postavila kvote kako bi se sprečio rizik od nekontrolisane berbe šumskog voća koje su delotvorne u ograničavanju opasnosti od preterane eksploatacije i lako se mogu pratiti preko glavnog izvoza bilja. Zakonski okvir koji pokriva ovo područje je funkcionalan i najvažniji akti koji regulišu ovu oblast su:

- Zakon o zaštiti životne sredine (verzija iz 2004).
- Regulativa koja kontroliše upotrebu i promet divljim biljnim i životinjskim vrstama (verzija iz 2005).

Ovi propisi navode zaštićene i ugrožene vrste u Srbiji, definišu mehanizme praćenja i nadležne institucije i propisuju preporučene sakupljačke tehnike i tehnike upotrebe. Takođe je vrlo važno edukovati sve one koji su uključeni u VL šumskog voća o važnosti pridržavanja odgovornih metoda berbe šumskog voća, jer to direktno utiče na dugoročno zdravlje celog sektora.

##### **Udruženja i zadruge**

Nažalost, niko od anketiranih sakupljača nije član bilo kojeg udruženja ili zadruge i sve rade individualno sa članovima svojih porodica. Ovaj nedostatak je glavni razlog što sakupljači nisu organizovani.

Postoji oko 20 organizacija koje okupljaju više od 1500 sakupljača, uzgajivača, i/ili prerađivača bilja, pečuraka i šumskog voća na regionalnom i/ili opštinskom nivou u Srbiji. Izgradnja kapaciteta zadruga i obrazovanje sakupljača su važni koraci za razvoj ovog VL-a.



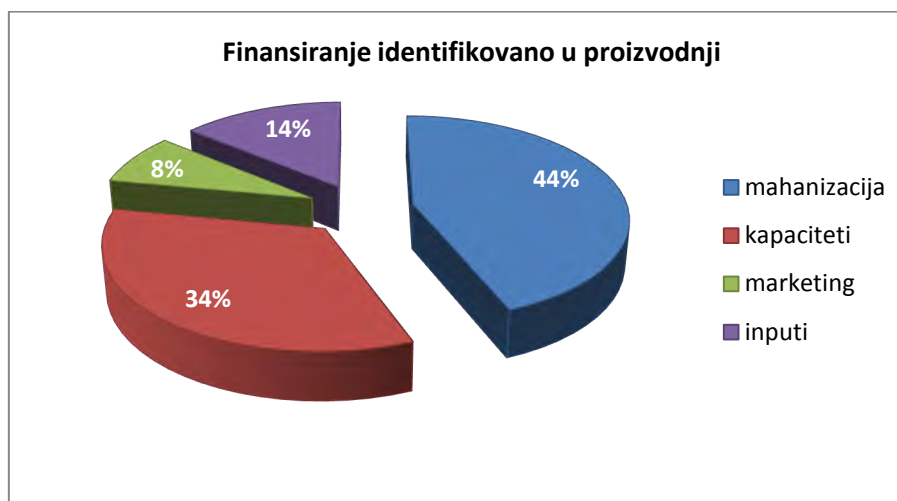
## 14. PODRŠKA /INDIREKTNI UČESNICI VL-a

Indirektne učesnike VL-a predstavljaju razne finansijske institucije, donatori i programi, pružaoci usluga i različiti oblici udruživanja (zadruga i proizvođačke organizacije).

Prosečna finansijska pomoć koju su pružile donatorske zajednice na nivou domaćinstva iznosi 2.500 EUR u posljednjih pet godina, dok prosečna finansijska pomoć koju je država pružila iznosi 4.096 EUR u istom razdoblju. Kod oko 70% anketiranih domaćinstava potrebna je finansijska pomoć za njihove poslove i prema stepenu pomoći, pomoć u regionu se kreće od 1,000-10,000 EUR.

0-1,000 EUR	1,000- 10,000 EUR	10,000 – 50,000 EUR	50,000 – 100,000 EUR	preko 100,000 EUR
0.00%	75.00%	25.00%	0.00%	0.00%
14.81%	69.14%	13.58%	2.47%	0.00%
0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%
30.26%	63.16%	5.26%	1.32%	0.00%
16.67%	68.52%	9.26%	5.56%	0.00%
6.42%	63.64%	28.88%	0.53%	0.53%
0.00%	71.43%	21.43%	7.14%	0.00%
5.36%	75.00%	18.75%	0.00%	0.89%
<b>11.72%</b>	<b>67.49%</b>	<b>18.90%</b>	<b>1.51%</b>	<b>0.38%</b>

Većina tražene pomoći odnosi se na mehanizaciju (44%), izgradnju kapaciteta (34%), inpute (14%) i marketing i reklamu (8%).



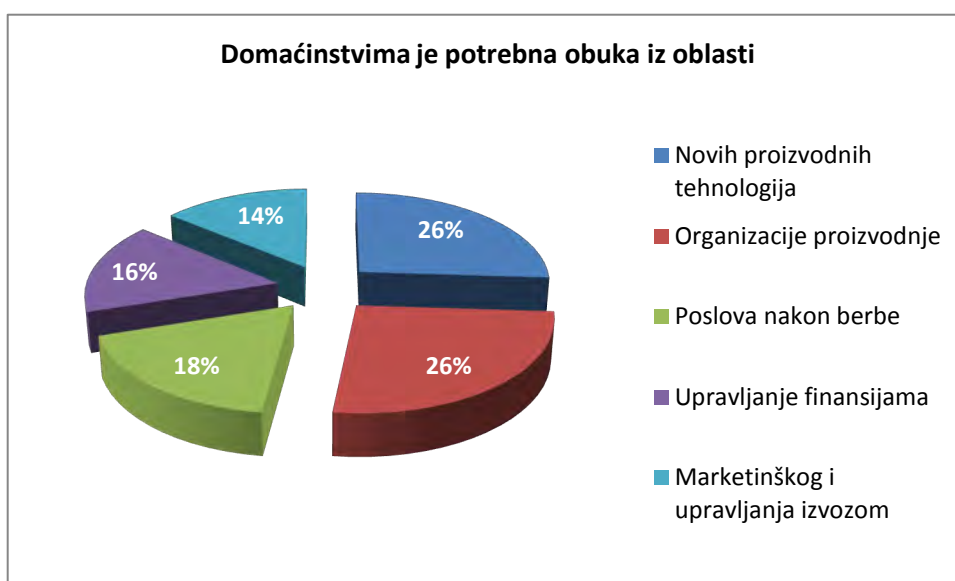
Veličina ulaganja u prerađivačkoj industriji u zadnjih pet godina u proseku iznosi 126.000 EUR, kako su prijavile firme; većina tih sredstava je uložena u izgradnju objekata kao i u sisteme za prečišćavanje otpadnih voda. Značajan iznos je utrošen na rashladnu opremu i opremu za kalibraciju/mašine za sortiranje.

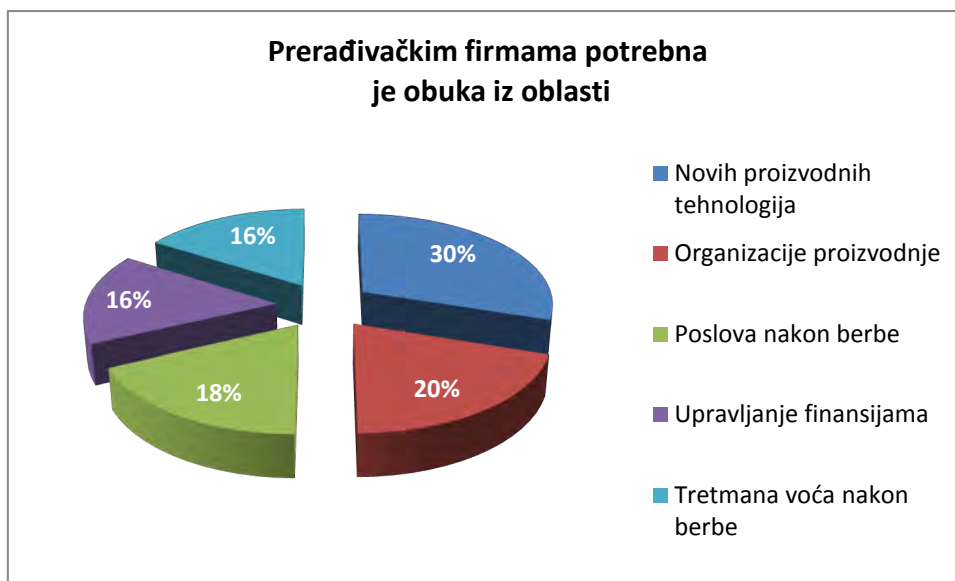
Sistem za otpadne vode	120,000.00
Hladnjača	94,734.38
Linija za sortiranje	70,333.33
Oprema	54,916.71
Mehanizacija	32,000.00
Kotlarnica	30,000.00
Sušara	18,562.50
Razno	374,713.33
<b>Ukupno</b>	<b>126,616.88</b>

Veličina pomoći koju je prerađivačka industrija dobila od donatora u posljednjih pet godina iznosi oko 10,444.00 EUR po firmi, dok nivo pomoći primljene od strane države iznosi 15,645.00 EUR po firmi.

Neophodna finansijska sredstva za	1,000-10,000	10,000 – 50,000	50,000 – 100,000	preko 100,000
Kapitalna ulaganja (skladišta, platenici)	9.09%	21.21%	27.27%	42.42%
Nabavku mehanizacije	20.00%	33.33%	6.67%	40.00%
Nabavku inputa za proizvodnju	14.29%	71.43%	0.00%	14.29%
Marketing i reklamu	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Operativne troškove (plate, troškove rada)	75.00%	25.00%	0.00%	0.00%

100% ispitanika navodi potrebu za dugoročnom finansijskom podrškom za period od 5 do 10 godina, tražene svote u regionu se kreću od 1.000 do 10.000 EUR, uglavnom za operativne troškove (75%) i mehanizaciju/opremu (20%).





S druge strane, potreba za obukom i razvojem prerađivačkih firmi prvenstveno je u tehnologiji proizvodnje u regionu (30%), zatim organizaciji proizvodnje (20%), marketingu i upravljanju izvozom (18%) i finansijskom upravljanju i tehnologijama koje se primenjuju nakon berbe, svaki sa po 16%.

Tokom anketa, i prerađivači i proizvođači se nisu žalili na kvalitet i dostupnost usluga, ali njihovo shvatanje je da cena treba da bude obuhvaćena projektima ili donatorima i stoga ne osećaju obavezu, niti imaju svest o obavezi da plate za tu vrstu usluga. Nažalost, obzirom da je napredak spor, postoji potreba za promenom. Uvođenje odgovarajućih sredstava, ili podele troškova za takve usluge bi trebalo uvesti kao fazu pre prestanka njihovog finansiranja. Osim toga, različiti oblici priznanja stvarnih i određenih obuka i mehanizama vrednovanja trebalo bi uvesti kako bi se pomoglo korisnicima da prepoznaju koristi tih usluga.

### **Udruženja i spoljne usluge**

Zadruga proizvođača u Južnoj Srbiji uglavnom su osnovane uz potporu donatora i različitih projekata, osim u nekim posebnim slučajevima gde su ova udruženja ostaci velikih socijalističkih zadruga, koje su postojale prvenstveno kao proizvodne zadruge ili proizvodne grupe.

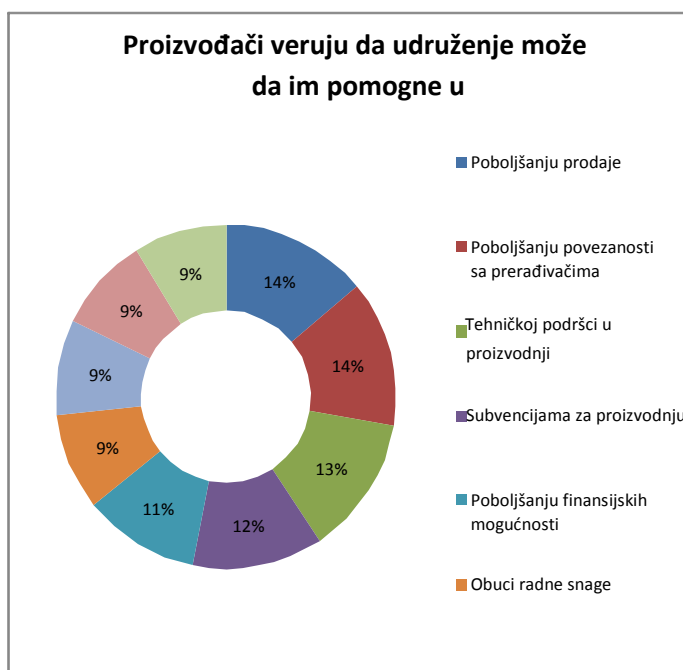
Prema terenskom istraživanju većina proizvođača, (84%) anketiranih, nisu članovi zadruga, a 16% čine aktivni članovi koji plaćaju godišnju članarinu. Većina članova zadruga su oni koji se bave proizvodnjom šljiva (24%), zatim, višanja (20%) i malina (18%). Kao što je navedeno u tabeli udeo proizvođača određenog proizvoda je različit za svaku grupu proizvoda, ali u ovom trenutku su beznačajni u pokušaju da postanu lobi i preuzmu aktivnosti zagovaranja koje mogu promeniti i pomoći razvoj određenog sektora.





Proizvod	u %
šljive	24%
višnje	20%
maline	18%
jagode	14%
trešnje	12%
ostalo	12%

Većina proizvođača je u članstvu zato što veruju da im zadruga može pomoći u poboljšanju prodaje (14%) i povezanosti s prerađivačima (14%), zatim zato što nudi podršku u tehnologiji proizvodnje (13%) i subvencije za proizvodnju (12%).



Broj udruženja na nivou proizvođača je relativno visok u regionu i osnovni razlozi za članstvo anketiranih su sledeći:

1. Koordinacija prodaje
2. Koordinacija veleprodajne cene
3. Koordinacija nabavke inputa
4. Razmena iskustava
5. Zajedničko delovanje u poslovnom okruženju

Jedan od glavnih problema u predstavljanju poljoprivrednika i organizacije u poljoprivrednim zadrugama je nedostatak organizovanih zadruga poljoprivrednika i nizak stepen interakcije između poljoprivrednika i trgovaca/prerađivača.

Osnovne potrebe za osnivanje poljoprivrednih zadruga proizlaze iz:



- Prelaska na tržišnu ekonomiju
- Propadanja bivših poljoprivrednih kooperativa i velikih otkuplivača
- Problema koji se tiču prodaje i isplate
- Podrške u prevladavanju različitih problema tehničke i informativne prirode

Poljoprivredne zadruge bi podrazumevale sledeće aktivnosti:

- Zastupanje i lobiranje za poljoprivrednike kod državnih institucija, organizacija i drugih učesnika
- Angažovanje u raspodeli (ponekad uključujući i prodaju) inputa
- Pružanje proizvodnih inputa kao što su propagandni materijal, đubriva, sredstava za zaštitu bilja, stoka, hrane za stoku, građevinski materijala, itd.
- Obrazovanje kroz stručno osposobljavanje, radionice/seminare, studijska putovanja i sl. na poljoprivrednu praksu/marketing unutar određenog predmeta zadruge
- Primena savremenih tehnologija u proizvodnom procesu i sprovođenje pokaznih ogleda

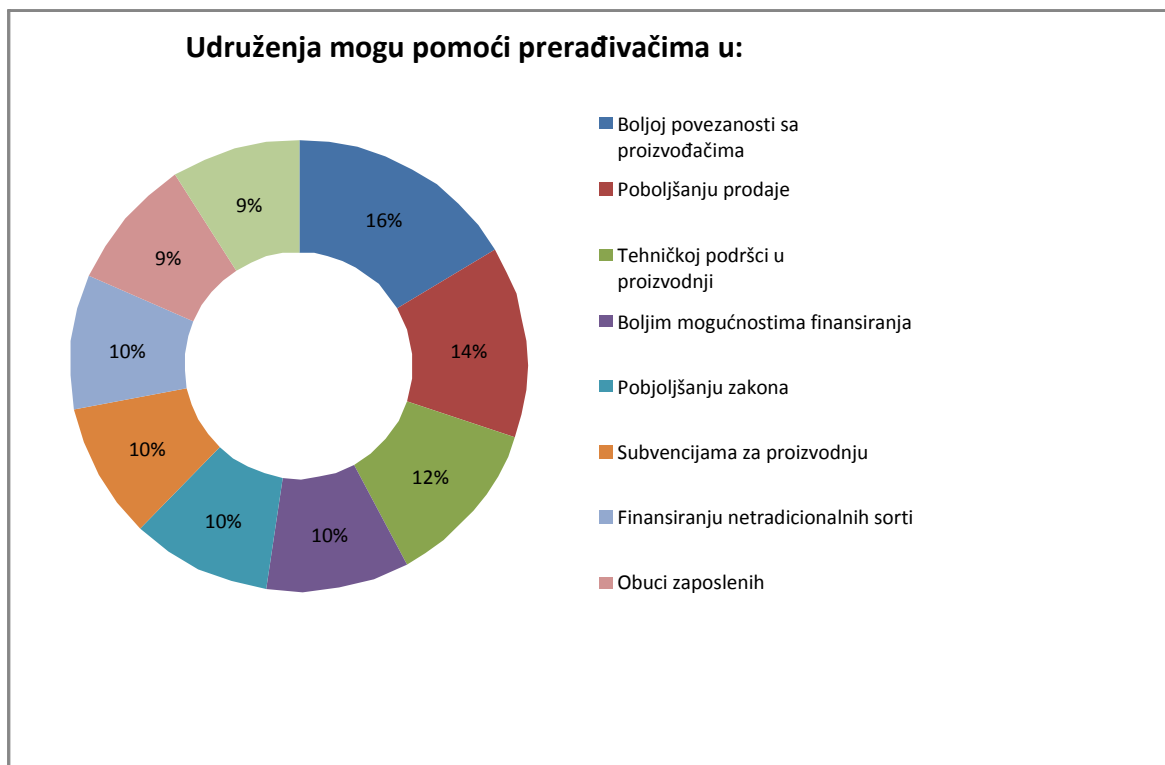
Glavni problemi vezani za udruženja poljoprivrednika su sledeći:

- Poljoprivrednici imaju visoka očekivanja od njih
- Poljoprivrednici traže veću otvorenost i transparentnosti, posebno u vezi finansijskih sredstava iz donatorskih agencija
- Poljoprivrednici pokazuju nizak nivo proaktivnog ponašanja kada je u pitanju stavljanje njihovih udruženja u funkciju
- Teškoće prilikom prikupljanja članarine od registrovanih članova

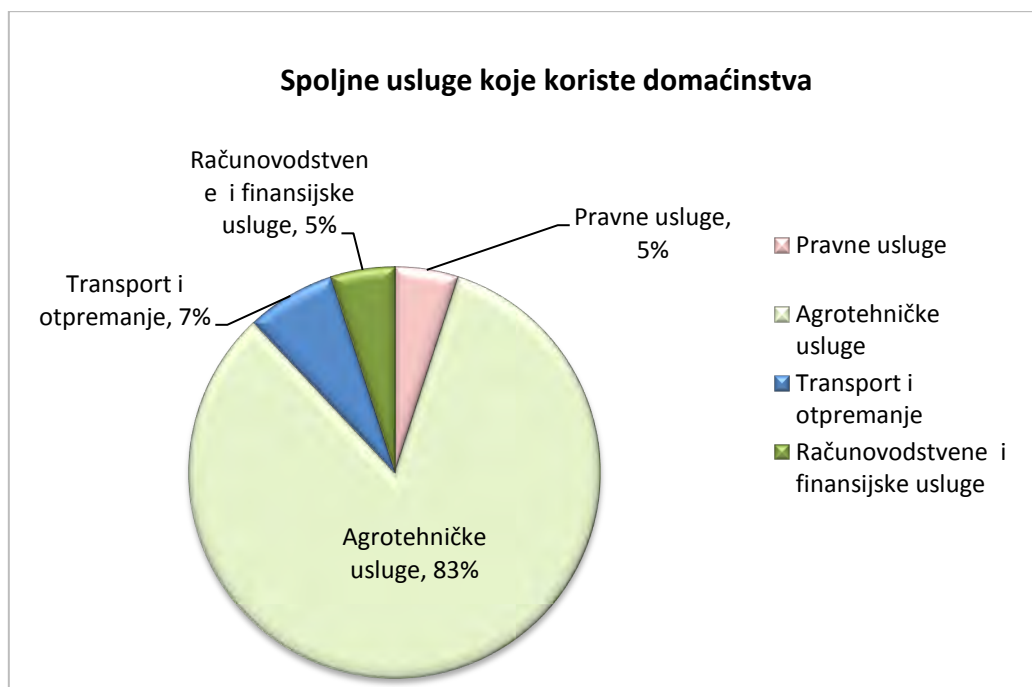
Oko 75,6% od prerađivačkih firmi ili 28 od 37 anketiranih firmi nisu članovi ni jedne zadruge, a one koji jesu veruju da im one mogu pomoći u:

1. Boljoj povezanosti s proizvođačima
2. Poboljšanju prodaje
3. Tehničkoj podršci u proizvodnji
4. Boljim mogućnostima finansiranja
5. Poboljšanju pravnog okvira



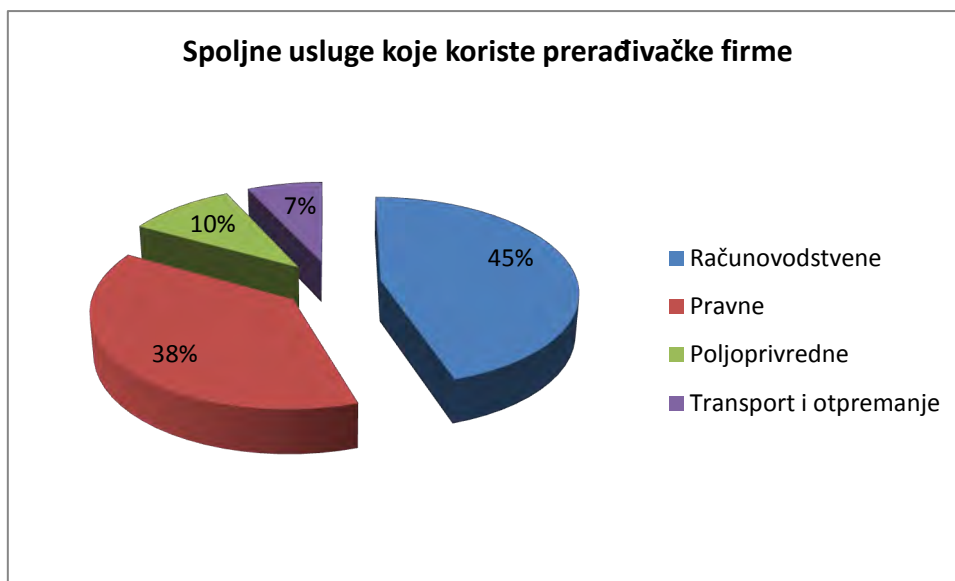


Na pitanja koja se odnose na spoljne usluge, potrebe domaćinstava se uglavnom odnose na agrotehničke usluge (83%), transport i otpremanje značajno manje (7%), kao i pravne i finansijske usluge svake po 5%.



Spoljne usluge koje koriste firme za preradu uglavnom se tiču računovodstva i finansija (45%), pravnih usluga (38%), poljoprivrede (10%) i prevoza i otpremanja (7%).





I domaćinstva (proizvođači) i prerađivači treba dalje da budu podržani u svojim poslovima. Potrebe domaćinstava za obukom su uglavnom u sektoru nove proizvodne tehnologije (26%) i organizacije proizvodnje (26%).

### **Savetodavna stručna služba**

Državna poljoprivredna savetodavna stručna služba je bitna i nezaobilazna karika za poljoprivredne proizvođače u poboljšanju proizvodnje. To je posebno važno ako znamo da se uglavnom radi o velikom broju malih porodičnih gazdinstava koja treba da dobiju odgovarajuće savetodavne i stručne usluge. Savetodavne usluge u Srbiji mogu se dobiti kao javne ili privatne. Savetodavne javne usluge su nedavno prošle kroz značajne reforme što je rezultiralo smanjenjem finansiranja, bez obzira na doprinos koji poljoprivredni sektor daje srpskom BDP-u. Negativan uticaj na razvoj i efikasnost poljoprivredne proizvodnje bio je rezultat smanjenog područja pokrivenosti savetodavnim uslugama.

Sadašnji pružaoci savetodavnih usluga su osmišljeni da pomognu nekada velikim proizvođačima sa različitim zahtevima malih poljoprivrednih gazdinstava. Osim toga, potreba za povećanim kapacitetima i znanjem novih savremenih tehnologija odražava se na prenos ovih na teren među proizvođače, koji su skloniji tradicionalnim proizvodnim tehnologijama. Prema ranijim istraživačkim projektima Srbija ima 34 regionalne kancelarije savetodavnih službi, koje su lako dostupne i na raspolaganju, ali im nedostaje kapaciteta i organizacije da bi odgovorile na potrebe svojih korisnika. Opšti zaključak proizvođača koštičavog i jagodičastog voća u južnoj Srbiji, koji su deo FGD-a je da javne savetodavne usluge nisu aktivne koliko je to potrebno. U nekim od opština postoje proizvođači zadovoljni savetodavnim uslugama; to su, međutim, retki slučajevi.

Opšti kvalitet usluga i stanje tih savetodavnih usluga se ne mogu sagledati na osnovu obavljenih anketa, jer bi to zahtevalo detaljnu i objektivnu analizu. Ono što se može zaključiti je da su proizvođači voća na održanom FGDu opšteg mišljenja da postoji potreba za poboljšanjem savetodavnih usluga, posebno tehničke podrške malim proizvođačkim domaćinstvima, koja ne mogu da priušte dodatna sredstva za plaćanje privatnih stručnjaka za pružanje savetodavnih usluga. Njihova potreba za aktivnijim učešćem savetodavnih usluga može biti potvrđena istraživanjem, gde

su anketirani proizvođači gotovo uvek rangirali potrebu za tehničkom podrškom - kao prvu od tri najvažnije oblasti u kojima država može da pomogne.

<b>Glavne oblasti gde je neophodna pomoć države</b>	<b>Rezultat (prioritetizacija)</b>
Subvencije za proizvodnju	1,394
Poboljšanje prodaje	1,302
Proizvodna tehnička podrška	1,208
Poboljšanje saradnje sa prerađivačima	1,172
Poboljšanje finansijskih mogućnosti	1,103
Ostalo	1,129

Tokom perioda istraživanja, kontaktirane su regionalne savetodavne kancelarije kako bi se dobile detaljnije informacije o njihovoj aktivnosti u vrednosnom lancu Fruits & Berries Program-a; međutim odziv je bio slab. Od pet kontaktiranih regionalnih savetodavnih kancelarija i traženih informacija koje se odnose na njihove aktivnosti u sektoru jagodičastog i koštičavog voća samo jedna se javila s odgovarajućim podacima, što je naznaka njihovih kapaciteta.

Da bi se uspostavile efikasne savetodavne kancelarije koja bi pokrivala celo područje potrebna su dodatna sredstva i stalno jačanje kapaciteta pružaoca usluga. Ima dobro ustanovljenih primera efikasnih savetodavnih usluga koje se temelje na:

1. državnom finansiranju
2. privatnim konsultantima
3. kombinaciji ova dva.

Postoji očigledna potreba za ulaganjem u razvoj državnih savetodavnih usluga kako bi se izgradili kapaciteti, kao i za institucionalnom podrškom koja može održavati pružanje tih usluga. U isto vreme ulaganje u izgradnju kapaciteta proizvođača - poljoprivrednika je takođe potrebno. Dakle, sistem pomoći dve strane treba da bude sinhronizovan i kompatibilan. Jedna od dve glavne komponente Fruits & Berries Program-a je: jačanje kapaciteta savetodavne službe, obuka, poboljšanje saradnje između proizvođača, uključujući podkomponentu razvoja i unapređenja saradnje tokom celog lanca vrednosti od proizvođača do potrošača i izvoznika, uključujući i tržišna istraživanja i saradnju u marketingu. Tako projekat u okviru aktivnosti može da pomogne u izgradnji kapaciteta kroz jačanje kapaciteta državnih savetodavnih usluga i izgradnje kapaciteta proizvođača putem zadruga i udruženja.

- Opsežna izgradnja kapaciteta javnih državnih savetodavnih usluga već se podržava iz državnog budžeta. Od presudne su važnosti, jer su prosečni poljoprivredni proizvođači u VL-u koštičavog i jagodičastog voća vrlo mali što rezultira niskom zaradom, produktivnošću i malim finansijskim kapacitetima poljoprivrednih gazdinstava da bi mogli da priušte privatne savetodavne usluge koje se tiču tehničkih pitanja. Izgradnja kapaciteta treba da bude usmerena na poboljšanje znanja, na najnovijim tehnikama i tehnologijama i dostignućima u sektoru koštičavog i jagodičastog voća. Na primer, pružaoci savetodavnih usluga bi trebalo da prisustvuju aktivnostima planiranih studijskih putovanja u razvijene proizvođačke zemlje. Štaviše, određene aktivnosti izgradnje kapaciteta bi



trebalo da budu u skladu s potrebom VL učesnika koji će biti konačni primaoci usluga, i proizvođači i otkupljivači/prerađivači, tj. kroz integrisani pristup. Istraživanja su pokazala da su glavna uska grla u lancima vrednosti između ostalog i) slab kvalitet nesertifikovanog sadnog materijala ii) niski prinosi i produktivnost iii) nedostatak prakse nakon berbe. Ovi nalazi ukazuju na oblasti i učesnike unutar određenog VL-a kojima je potrebna tehnička podrška.

- Pružanje određenih tehničkih saveta za poboljšanje produktivnosti kroz organizovan razvoj kapaciteta proizvođača na pilot osnovi, izborom funkcionalne i efikasne zadruge i/ili proizvođačke organizacije u skladu s preporukama za projekat. Organizovano, gde je integrisana pomoć u skladu s potrebama kupaca, proizvođači "sirovina" će biti vođeni u procesu proizvodnje poboljšanog konačnog proizvoda.



## 15. GLAVNI PROBLEMI I PREPORUKE

Problemi po prioritetnosti kako su to odredili anketirani, bez obzira na određeni VL su sledeći:

(1) niske cene, (2) pronalaženje tržišta, (3) problemi otkupa, (4) neadekvatna opremu za proizvodnju i (5) nedostupnost odgovarajućih finansijskih mehanizama.

Što se tiče VL-a, ispitanici su identifikovali sledeće glavne probleme u određenom sektoru:

- **Borovnica** - (1) niske cene, (2) dostupnost tržišta i (3) nedostupnost odgovarajućih finansijskih mehanizama
- **Jagode** - (1) dostupnost tržišta, (2) niske cene, i (3) agrarna politika
- **Kupine** - (1) niske cene, (2) otkup, i (3) neodgovarajuća oprema za proizvodnju
- **Maline** - (1) niske cene, (2) nedostupnost odgovarajućih finansijskih mehanizama i (3) neodgovarajuća agrarna politika
- **Šljive** - (1) niske cene, (2) dostupnost tržišta i (3) nedostupnost odgovarajućih finansijskih mehanizama
- **Trešnje** - (1) niske cene, (2) dostupnost tržišta i (3) neodgovarajuća agrarna politika
- **Višnje** - (1) niske cene, (2) dostupnost tržišta i (3) neodgovarajuća agrarna politika

Prema anketiranima, bez obzira na VL, smatra se da aktivnosti projekta treba da budu takve da pomognu razvoj VL-a. Anketirani su određivali prioritete navodeći da im je potrebna pomoć kroz (1) proizvodne subvencije, (2) podršku u proizvodnoj tehnologiji, (3) poboljšanje pristupa finansijskim mogućnostima, (4) pristup tržištu i poboljšanje prodaje, i (5) poboljšanje odnosa i komunikacije sa prerađivačima.



<b>VL TREŠNJE</b>			
<b>Proces</b>	<b>Nalazi i problemi za Južnu Srbiju</b>	<b>Preporuke za poboljšanje konkurentnosti</b>	<b>Aktivnosti Fruits &amp; Berries Program-a</b>
<b>Inputi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak novih i modernih gusto zasađenih voćnjaka trešnje</li> <li>• Interes za novim plantažama zbog relativno povoljne cene</li> <li>• Nedostatak novih sorti za kojima postoji potražnja na izvoznom tržištu a kojima pogoduju lokalnim uslovi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podržati proizvodnju sertifikovanog sadnog materijala, novih sorti</li> <li>• Podržati početno ulaganje u komercijalnu proizvodnju</li> </ul>	
<b>Proizvodnja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Glavna sorta je Burlat</li> <li>• Mala količina, sa komercijalnom proizvodnjom na malom broju fragmentisanih poljoprivrednih gazdinstava</li> <li>• Nedostatak protivgradne zaštite</li> <li>• Slabe saradničke veze između lokalnih vlasti i uzgajivača</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rad s osiguravajućim društvima kako bi se pomoglo poljoprivrednicima u osiguranju proizvodnje</li> <li>• Podrška uvođenju Global GAP-a</li> <li>• Podrška uvođenju protivgradne zaštite</li> <li>• Edukacija poljoprivrednika</li> <li>• Mapiranje i uspostavljanje mehanizama za trajno praćenje proizvodnje na lokalnom nivou</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška promovisanju intenzivne proizvodnje gusto zasađenih voćnjaka (plantaže voćaka) kod vodećih proizvođača trešanja na osnovu pilot projekta preko subvencija za sadni materijal i tehničku pomoć</li> <li>• Izrada detaljnih analiza državnih subvencija za nove gusto zasađene savremene plantaže s ciljem izmene modela državnog subvencionisanja</li> </ul>



<b>Period nakon berbe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uglavnom ponuda svežeg proizvoda na tržištu</li> <li>• Nedostatak kapaciteta za skladištenje</li> <li>• Nedostatak horizontalnih veza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška ulaganjima u kapacitete za preradu</li> <li>• Podrška uvođenju standarda bezbednosti hrane</li> <li>• Podrška uvođenju novih finalnih proizvoda</li> </ul>	
<b>Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stabilna cena</li> <li>• Dobra prodaja na tržištu voća</li> <li>• Dobar izvozni potencijal</li> <li>• Nema organizovanog otkupa (ugovoreno gajenje ...)</li> <li>• Veliki broj malih neorganizovanih poljoprivrednika bez veza sa otkupljivačima/trgovcima</li> <li>• Nedostatak organizovanih marketinških aktivnosti</li> <li>• Slabe proizvođačke zadruge</li> <li>• Nedostatak veza sa trgovačkim lancima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podržati veze između poljoprivrednika i prerađivača / trgovaca</li> <li>• Zagovarati podršku i marketinške kampanje</li> <li>• Podržati izgradnju kapaciteta zadruga</li> <li>• Podržati veze sa velikim trgovačkim lancima</li> <li>• Promovisanje podrška na izvoznom tržištu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podržati pripremu detaljne analize tržišta za domaće tržište i posebno identifikovanih izvoznih tržišta u regionu Južne Srbije</li> </ul>

<b>VL ŠUMSKOG VOĆA</b>			
<b>Proces</b>	<b>Nalazi i problemi za Južnu Srbiju</b>	<b>Preporuke za poboljšanje konkurentnosti</b>	<b>Aktivnosti Fruits&amp;Berries Program-a</b>
<b>Sakupljanje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Velika područja šumskog voća izuzetnog kvaliteta (uglavnom borovnice)</li> <li>• Veliki broj nekvalifikovanih sakupljača koji uništavaju i smanjuju kvalitet šumskog voća</li> <li>• Nedostatak organskog sertifikata za šumsko voće</li> <li>• Nepostojanje odgovarajuće transportne opreme za isporuku otkupnim stanicama zbog slabih finansijskih mogućnosti sakupljača</li> <li>• Nedostatak sredstava za berbu</li> <li>• Nepostojanje odgovarajućeg mapiranja</li> <li>• Neodgovarajuće otkupne stanice</li> <li>• Nedostatak udruženja sakupljača i otkuplivača</li> <li>• Nestručna berba borovnice (češljevi nestručno napravljeni) kojima se uništavaju divlji zasadi borovnica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obrazovanje sakupljača u duhu dobre sakupljačke prakse</li> <li>• Podrška za organsku sertifikaciju</li> <li>• Podrška u nabavci specijalnih odgovarajućih alata za berbu borovnica</li> <li>• Podrška u poboljšanju sistema sakupljanja i licenciranja za sakupljanje i otkup</li> <li>• Podrška u izgradnji razvoja i kapaciteta efikasnosti sakupljačkih i otkupnih / trgovačkih udruženja</li> <li>• Zadovoljavajuće rešavanje pitanja koja se tiču politike plaćanja prihoda za socijalna davanja neregistrovanih sakupljača</li> <li>• Mapiranje i uspostavljanje mehanizma za kontinuirano praćenje sakupljanja na lokalnom nivou</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obuka i razvoj veština sakupljanja održive prirode (GACP) kroz zadruge sakupljača</li> <li>• Subvencije za prevozna sredstva za prevoženje proizvoda do otkupnih stanica kao što su kamioni četvorotočkaši, traktora i slično</li> <li>• Podrška osnivanju otkupnih stanica u udaljenim područjima</li> </ul>

<b>Period nakon berbe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak odgovarajućih skladišnih kapaciteta</li> <li>• Otkupne stanice blizu područja sakupljanja</li> <li>• Neadekvatan transport prikupljenih proizvoda</li> <li>• Nedostatak vertikalnih i horizontalnih</li> <li>• Ograničena procesna oprema (komore za hlađenje ili sušenje)</li> <li>• Nedostatak prerađivačkih/trgovačkih udruženja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška ulaganjima u otkupne stanice</li> <li>• Podrška u uvođenju novih finalnih proizvoda</li> <li>• Podrška procesu pristupanja sredstvima kao što su EU fondova</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Subvencije za nabavku opreme malih razmera za mikro područja prerađivača kao što su prenosna oprema za sušenje i zamrzavanje (udaljena planinska sela)</li> <li>• Organizacija obuke za prerađivače za pristupanje IPARD fondovima</li> </ul>
<b>Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dobar izvozni potencijal</li> <li>• Nedostatak organizovanih marketinških aktivnosti</li> <li>• Slaba udruženja izvoznika šumskog voća</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podržavati veze između sakupljača i prerađivača /trgovaca</li> <li>• Promovisanje podrške izvoznog tržišta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizovana podrška učešću (izložbi) na sajmovima</li> </ul>

<b>VL KUPINA</b>			
<b>Proces</b>	<b>Nalazi i problemi za Južnu Srbiju</b>	<b>Preporuke za poboljšanje konkurentnosti</b>	<b>Radnje koje treba preduzeti</b>
<b>Inputi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak odgovarajućeg sertifikovanog sadnog materijala</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podržati proizvodnju i uvoz sertifikovanog sadnog materijala novih sorti</li> <li>• Podržati početno ulaganje za komercijalnu proizvodnju</li> <li>• Obrazovanje i izgradnja kapaciteta poljoprivrednika</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pomoći zainteresovanim proizvođačima u nabavci i uvozu sertifikovanog sadnog materijala novih modernih sorti visoke produktivnosti</li> </ul>
<b>Proizvodnja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mala i fragmentirana proizvodnja što otežava otkup i slaba organizacija</li> <li>• Dobri klimatski uslovi za proizvodnju</li> <li>• Zanimanje za nove plantaže</li> <li>• Sorta Čačanska bestrna, Thorn free</li> <li>• Niska otkupna cena i nemogućnosti planiranja dugoročne proizvodnje</li> <li>• Nedostatak radne snage za berbu</li> <li>• Nedostatak sistema za navodnjavanje</li> <li>• Nema odgovarajućih savetodavnih usluga države za proširenje proizvodnje</li> <li>• Slabe veze saradnje između lokalnih vlasti i uzgajivača</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška u izgradnji razvoja i kapaciteta efikasnih udruženja sakupljača i otkupljivača/trgovaca</li> <li>• Rad s osiguravajućim društvima kako bi se pomoglo poljoprivrednicima u osiguranju proizvodnje</li> <li>• Podrška u uvođenju Global GAP</li> <li>• Podrška u uvođenju protivgradne zaštite</li> <li>• Edukacija poljoprivrednika</li> </ul>	
<b>Period nakon berbe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uglavnom se koristi sveža i u prerađivačkoj industriji</li> <li>• Nedostatak kapaciteta za skladištenje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška u ulaganja u procesnu opremu</li> <li>• Podrška u uvođenju standarda bezbednosti hrane</li> <li>• Podrška u uvođenju novih finalnih</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podržati i organizovati u cilju obuke posebne posete međunarodno priznatim i visoko cenjenim proizvođačima/prerađivača iz sektora jagodičastog voća.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Niska iskorišćenost vrednosti proizvoda (izvozi se kao sirovina)</li> <li>• Nedostatak horizontalnih veza</li> </ul>	proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizacija obuke za prerađivače kako bi pristupili IPARD fondovima</li> </ul>
<b>Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nizak nivo organizovanog otkupa (ugovoreno gajenje ...)</li> <li>• Velika udaljenost između proizvodnih područja i gradskim tržišta.</li> </ul> <p>Nedostatak organizovanih marketinških aktivnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Slabe proizvođačke zadruge</li> <li>• Nedostatak povezanosti sa tržišnim lancima svežih proizvoda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podržati veze između poljoprivrednika i prerađivača/trgovaca</li> <li>• Podrška za reklamne i marketinške kampanje</li> <li>• Podrška izgradnji kapaciteta zadruga</li> <li>• Podržati veze s velikim trgovačkim lancima</li> <li>• Podržati promociju na izvoznom tržištu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podržati inovativni dizajn i pakovanja spremna za maloprodajna tržišta</li> <li>• Pomoć u razvoju funkcionalnih proizvođačkih organizacija kroz izgradnju njihovih kapaciteta u području tehnologije proizvodnje i PO upravljanju</li> <li>• Pomoć u posetama sajmovima za prerađenu hranu kao što su Fancy Food, Anuga itd.</li> <li>• Podrška u pripremi detaljne analize tržišta za domaće tržište i posebna alternativna tržišta</li> </ul>

<b>VL BOROVNICA</b>			
<b>Proces</b>	<b>Nalazi i problemi za Južnu Srbiju</b>	<b>Preporuke za poboljšanje konkurentnosti</b>	<b>Aktivnosti Fruits&amp;Berries Program-a</b>
<b>Inputi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak odgovarajućeg sertifikovanog sadnog materijala</li> <li>• Nedostatak pomoći države za gajenje borovnica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška u proizvodnji i uvozu sertifikovanog sadnog materijala novih sorti</li> <li>• Podrška u početnim ulaganjima za komercijalnu proizvodnju</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pomoći zainteresovanim proizvođačima u nabavci i uvozu sertifikovanog sadnog materijala novih modernih sorti visoke produktivnosti</li> </ul>
<b>Proizvodnja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visoka potražnja i lak otkup</li> <li>• Veliki zanimanje za gajenje borovnica</li> <li>• Mala fragmentisana proizvodnja</li> <li>• Neujednačeni prinosi borovnica</li> <li>• Problemi sa savetodavnim uslugama povezanim s gajenjem borovnica</li> <li>• Nedostatak pomoći države za gajenje borovnica</li> <li>• Slabom veze saradnje između lokalnih vlasti i uzgajivača</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rad s osiguravajućim društvima kako bi se pomoglo poljoprivrednicima u osiguranju proizvodnje</li> <li>• Podrška u uvođenju Global GAP-a</li> <li>• Podrška u uvođenju protivgradne zaštite</li> <li>• Podrška aktivnostima za promovisanje svesti o potrebi za gajenjem borovnice</li> <li>• Mapiranje i uspostavljanje mehanizama za trajno praćenje proizvodnje na lokalnom nivou</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pomoć za uspešnu proizvodnju u procesu pružanja specijalizovane tehničke pomoći kroz proizvodnju borovnica</li> </ul>

<b>Period nakon berbe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uglavnom se koristi sveža i u prerađivačkoj industriji - zamrzavanje je osnovni vid prerade</li> <li>• Visokokvalitetan prerađeni proizvod</li> <li>• Nedostatak kapaciteta za skladištenje</li> <li>• Niska iskorišćenost vrednosti proizvoda (izvoz sirovine)</li> <li>• Nedostatak horizontalnih veza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podržati ulaganja u postrojenja za preradu</li> <li>• Podrška u uvođenju standarda bezbednosti hrane</li> <li>• Podrška u uvođenju novih finalnih proizvoda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizacija obuke za prerađivače kako bi pristupili IPARD fondovima</li> <li>• Podrška u izgradnji kapaciteta i obuci u razvoju novih inovativnih proizvoda veće dodate vrednosti</li> </ul>
<b>Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viša cena za sveže proizvode</li> <li>• Velika potražnja i lak otkup</li> <li>• Neorganizovan otkup (ugovoreno gajenje ...)</li> <li>• Nedostatak organizovanih marketinških aktivnosti</li> <li>• Slabe proizvođačke zadruge</li> <li>• Velike udaljenosti od glavnih maloprodajnih tržišta</li> <li>• Nedostatak povezanosti sa tržišnim lancima</li> <li>• Velika udaljenost proizvođačkih mesta do glavnih gradskih maloprodaja</li> <li>• Većina prerađenih proizvoda u južnoj Srbiji se prodaje trgovcima domaćeg tržišta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podržati veze između poljoprivrednika i prerađivača / trgovaca</li> <li>• Podržati reklamne i marketing kampanje</li> <li>• Podržati izgradnju kapaciteta zadruga</li> <li>• Podržati veze sa velikim trgovačkim lancima</li> <li>• Promovisanje podrške izvoznog tržišta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizovana podrška učešću (izložbi) na sajmovima</li> <li>• Podržati razvoj inovativnog dizajna i pakovanja spremnih za maloprodajna tržišta</li> <li>• Podržati razvoj direktnih veza između proizvođača u južnoj Srbiji s određenim izvoznim tržištima / uvoznici</li> </ul>

<b>VL ŠLJIVA</b>			
<b>Proces</b>	<b>Nalazi i problemi za Južnu Srbiju</b>	<b>Preporuke za poboljšanje konkurentnosti</b>	<b>Aktivnosti Fruits&amp;Berries Program-a</b>
<b>Inputi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak sertifikovanog sadnog materijala</li> <li>• Skupo đubrivo i pesticidi</li> <li>• Nedostatak horizontalnih veza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proizvodnja sertifikovanog sadnog materijala</li> <li>• Obuka poljoprivrednika u upravljanju kontrolom nad štetočinama i pravilnoj upotrebi đubriva i herbicida / insekticida</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pomoć u promovisanju novih sorti koje su otporne na plamenjaču i dobre za upotrebu u svežem stanju, kao i dobre za sušenje</li> </ul>
<b>Proizvodnja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stari voćnjaci sa starim sadnicama starih sorti i niskim prinosima</li> <li>• Trenutne sorte neadekvatne za sušenje</li> <li>• Najzastupljenije sorte Stanley, Čačanka rana, Čačanka rodna, itd.</li> <li>• Problemi s valjanošću zvaničnih statističkih podataka koji se odnose na proizvodnju</li> <li>• Zastarela oprema za proizvodnju</li> <li>• Povoljni uslovi za proizvodnju šljiva</li> <li>• Nedostatak sistema za navodnjavanje</li> <li>• Relativno niska i stabilna otkupna cena</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podržati nabavku nove opreme</li> <li>• Rad s osiguravajućim društvima kako bi se pomoglo poljoprivrednicima u osiguranju proizvodnje</li> <li>• Podrška u uvođenju Global GAP-a</li> <li>• Pomoć u pronalaženju i primeni odgovarajućeg sistema za beleženje i kontrolu stepena valjanosti statističkih podataka</li> <li>• Mapiranje i uspostavljanje mehanizma za kontinuirano praćenje proizvodnje na lokalnom nivou</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obuka iz upravljanja štetočinama a posebno što se tiče plamenjače (šarke)</li> <li>• Pomoć u procesu pružanja specijalizovane tehničke pomoći kroz proces od proizvodnje šljiva</li> <li>• Podrška razvoju direktnih veza između proizvođača u južnoj Srbiji s određenim izvoznim tržištima/uvozniciima</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Slaba veza saradnje između lokalnih vlasti i uzgajivača</li> </ul>		
<b>Period nakon berbe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak kapaciteta za preradu</li> <li>• Velika domaća proizvodnja domaće rakije</li> <li>• Koristi se uglavnom za industrijsku i domaću proizvodnju</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška ulaganju u moderne kapacitete za preradu a posebno za sušenje</li> <li>• Podrška uvođenju standarda bezbednosti hrane</li> <li>• Podrška uvođenju novih finalnih proizvoda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Subvencije za poboljšanje postojećih prerađivačkih kapaciteta za sušenje i obuka u razvoju inovativnih proizvoda dodate vrednosti proizvoda koji se traže na izvoznim tržištima kao i diversifikacija proizvoda posebno suve šljive</li> <li>• Organizacija obuke proizvođača za pristupanje IPARD fondovima</li> </ul>
<b>Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak horizontalnih i vertikalnih veza (nedostatak organizovanog otkupa i ugovorene proizvodnje)</li> <li>• Slab proizvođačke zadruge</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podržati povezanost između poljoprivrednika i prerađivača/trgovaca</li> <li>• Podržati reklamne i marketinške kampanje</li> <li>• Podržati izgradnju kapaciteta zadruge</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podržati razvoj određenih tržišnih strategija za tekuću proizvodnju kao i analizu određenih lanaca snabdevanja tržišta za novo tržište</li> </ul>

<b>VL MALINA</b>			
<b>Proces</b>	<b>Nalazi i problemi za Južnu Srbiju</b>	<b>Preporuke za poboljšanje konkurentnosti</b>	<b>Aktivnosti Fruits&amp;Berries Program-a</b>
<b>Inputi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veliki deo sadnog materijala proizvode sami proizvođači što za posledicu ima nizak kvalitet proizvodnje;</li> <li>• Potreba za uvođenjem novih sorti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška u proizvodnji sertifikovanog sadnog materijala, nove sorte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška komercijalnoj domaćoj proizvodnji Sertifikovanog sadnog materijala novih sorti kroz sprovođenje subvencija i obuke</li> </ul>
<b>Proizvodnja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Povoljni uslovi za proizvodnju malina na području južne Srbije</li> <li>• Relativno velika početna ulaganja za gajenje malina se brzo vraćaju</li> <li>• Najčešće uzgajana sorta je "Willamette" i druge zastarele sorte niskog prinosa</li> <li>• Male fragmentirane proizvodnje i mali broj poljoprivrednika koji su uključeni u komercijalno gajenje maline, u južnoj Srbiji;</li> <li>• Kratka sezona berbe</li> <li>• Raste interes za gajenje malina</li> <li>• Slabe veze saradnje između lokalnih vlasti i uzgajivača</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška početnim ulaganjima za komercijalnu proizvodnju</li> <li>• Uvođenje novih sorti za sveže proizvode na tržištu i za različite sezone berbe</li> <li>• Podrška u uvođenju Global GAP-a</li> <li>• Podrška u razvoju i izgradnji kapaciteta proizvođačkih zadruga i udruženja malinara</li> <li>• Mapiranje i uspostavljanje mehanizama za trajno praćenje proizvodnje na lokalnom nivou</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uvođenje novih sorti za sveža tržišta i za različite sezone berbe kroz obuke i subvencije usmerene na posebne sorte</li> <li>• Podrška uvođenju Global GAP-a kroz obuke</li> </ul>

<b>Period nakon berbe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Slabo proizvodnja malina dodate vrednosti (izvoz sirovina)</li> <li>• Nedostatak pakovanja i skladištenja svežih tržišnih proizvoda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška ulaganjima u kapacitete za preradu</li> <li>• Podrška u uvođenju standarda bezbednosti hrane</li> <li>• Podrška u uvođenju novih finalnih proizvoda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška u obuci u procesu razvoja novih inovativnih proizvoda dodate vrednosti</li> <li>• Podrška kroz obuku za uvođenje standarda bezbednosti hrane</li> </ul>
<b>Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fluktuacija cena zbog povećane ponude i nestabilnog tržišta</li> <li>• Neorganizovan otkup (ugovoreno gajenje ...)</li> <li>• Nedostatak organizovanih marketinških aktivnosti</li> <li>• Nedostatak i slabe proizvođačke zadruge</li> <li>• Nedostatak povezanosti sa tržišnim lancima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podršku vezama između poljoprivrednika i prerađivača/trgovaca</li> <li>• Podržati reklamne i marketing kampanje</li> <li>• Podrška u izgradnji kapaciteta zadruga</li> <li>• Podržati veze sa velikim trgovačkim lancima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podržati pripremu studije istraživanja tržišta za netradicionalna izvozna tržišta malina</li> <li>• Podrška razvoju direktnih veza između prerađivača u Južnoj Srbiji sa određenim izvoznim tržištima/uvozniciima</li> <li>• Organizovana podrška za učešće (izložbu) na sajmovima</li> </ul>

<b>VL VIŠNJA</b>			
<b>Proces</b>	<b>Nalazi i problemi za Južnu Srbiju</b>	<b>Preporuke za poboljšanje konkurentnosti</b>	<b>Aktivnosti Fruits&amp;Berries Program-a</b>
<b>Inputi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veliki broj uzgajivača odlučio je da prekine gajenje starih sorti na plantažama;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• podrška u poboljšanju proizvodne tehnologije</li> </ul>	
<b>Proizvodnja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Glavne sorte Oblačinska i Marela</li> <li>• Povoljni uslovi</li> <li>• Dobar kvalitet, ali neujednačena proizvodnja</li> <li>• Bivše velike plantaže višanja koje su bile organizovane u zadruge nisu više aktivne što je prepreka za vraćanje proizvodnje višanja</li> <li>• Većina voćnjaka propalo zbog niskih cena višanja u posljednjih deset godina</li> <li>• Nedostatak opreme protivgradne zaštite i opreme za berbu</li> <li>• Slabe veze saradnje između lokalnih vlasti i uzgajivača</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška u uvođenju Global GAP-a</li> <li>• Podrška u uvođenju protivgradne zaštite</li> <li>• Podrška razvoju i institucionalnoj izgradnji proizvođačkih organizacija</li> <li>• Mapiranje i uspostavljanje mehanizama za trajno praćenje proizvodnje na lokalnom nivou</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška proizvođačima u nabavci opreme za proizvodnju i berbu</li> <li>• Izrada detaljnih analiza državnih subvencija za nove savremene plantaže visoke gustine s ciljem izmene modela državnog subvencionisanja</li> </ul>
<b>Period nakon berbe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Najčešći vid obrade je zamrzavanje</li> <li>• Nedostatak kapaciteta za preradu</li> <li>• Nepostojanje standarda za bezbednost hrane u obradi</li> <li>• Niski nivo dodate vrednosti finalog proizvoda (izvoz sirovina)</li> <li>• Nedostatak horizontalnih veza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška ulaganjima u kapacitete za preradu</li> <li>• Podrška u uvođenju standarda bezbednosti hrane</li> <li>• Podrška u uvođenju novih finalnih proizvoda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obuka stručnjaka za preradu hrane u razvoju inovativnih proizvoda dodate vrednosti koji se traže na izvoznim tržištima i diversifikacija proizvoda</li> <li>• Organizacija obuke za prerađivače kako bi pristupili IPARD fondovima</li> <li>• Podrška kroz obuku za uvođenje standarda bezbednosti hrane</li> </ul>

<b>Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fluktuacija cene</li><li>• Neorganizovan otkup (ugovoreno gajenje ...)</li><li>• Nedostatak organizovanih marketinških aktivnosti</li><li>• Slaba udruženja proizvođača</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Podržati veze između poljoprivrednika i prerađivača / trgovaca</li><li>• Podržati reklamne i marketing kampanje</li><li>• Podrška u izgradnji kapaciteta zadruga</li><li>• Podrška u promociji izvoznih tržišta</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Organizovana podrška za učešće (izložbu) na sajmovima</li></ul>
------------------	---	---	---

<b>VL JAGODA</b>			
<b>Proces</b>	<b>Nalazi i problemi za Južnu Srbiju</b>	<b>Preporuke za poboljšanje konkurentnosti</b>	<b>Aktivnosti Fruits&amp;Berries Program-a</b>
<b>Inputi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ograničeno zanimanje za nove sorte i gajenje u kontrolisanim uslovima</li> <li>• Problemi u nabavci visoko kvalitetnog sertifikovanog sadnog materijala</li> <li>• Veliki broj uzgajivača odlučio je da prekine gajenje starih sorti na plantažama;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška domaćoj proizvodnji sertifikovanog sadnog materijala jer novo tržište zahteva sorte za upotrebu u svežem obliku</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifikovati i odabrati vodeće proizvođače sadnog materijala</li> <li>• Pomoći u poboljšanju kvaliteta trenutnog sadnog materijala kroz tehničku obuku</li> <li>• Obezbediti snabdevanje visoko kvalitetnim sadnim materijalom uz pomoć partnerskih međunarodnih rasadnika</li> </ul>
<b>Proizvodnja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mala proizvodnja i velik broj proizvođača (dodatne poljoprivredne aktivnosti)</li> <li>• Ograničena proizvodnja u zaštićenim područjima</li> <li>• Sadrže sorte Zenga Zengana, Mont Everest, Clery, Alba i Marmoladu itd.</li> <li>• Ulaganja u razvoj novih zasada motivisana državnim programima subvencija jer su potrebna velika finansijska ulaganja</li> <li>• Nedostatak adekvatnog tehničkog znanja za savremenu proizvodnju u zaštićenim područjima, zbog velikog broja malih proizvodnih domaćinstava</li> <li>• Retko postoje udruženja i zadruge</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška ulaganju u proizvodnju u zaštićenom području</li> <li>• Edukacija poljoprivrednika o modernoj tehnologiji i proizvodnje novih potrošačkih sorti</li> <li>• Unaprediti sistem potpore programima subvencija kako bi se postigla moderna proizvodnju novih potrošačkih sorti</li> <li>• Podržati uvođenje Global GAP-a</li> <li>• Mapiranje i uspostavljanje mehanizma za kontinuirano praćenje proizvodnje na</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obezbediti obuku za grupu vodećih proizvođača jagoda u regionu - glavnu poljoprivrednu delatnost - o novim tehnikama gajenja potrošačkih sorti kako bi oni poslužili kao primeri poljoprivrednicima</li> <li>• Razmotriti podršku uspostavljanju vertikalnih veza između trgovaca/proizvođača i broj poljoprivrednika preko ugovorene proizvodnje na pilot gazdinstvima</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• slaba saradnja između lokalnih vlasti i uzgajivača</li> </ul>	lokalnom nivou	
<b>Period nakon berbe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak kapaciteta za preradu u nekim mikro oblastima</li> <li>• nedostatak proizvoda sa dodatom vrednošću (izvoz sirovina)</li> <li>• Ograničene horizontalne veze</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška za kapacitete za preradu</li> <li>• Pобољшanje tehničkog znanja zaposlenima u postrojenjima za preradu</li> <li>• Podrška u uvođenju standarda bezbednosti hrane</li> <li>• Podrška u uvođenju novih finalnih proizvoda s dodatom vrednošću (diversifikacija proizvoda)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obuka stručnjaka za preradu hrane</li> <li>• Podrška obuci za uvođenje standarda bezbednosti hrane</li> <li>• Podrška razvoju direktnih veza između prerađivača u Južnoj Srbiji sa određenim izvoznim tržištima</li> </ul>
<b>Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uglavnom se koristi za potrošnju svežeg voća</li> <li>• Sveže potrošačke sorte s dobrom cenom, značajna sezonska potražnja i potražnja na domaćem tržištu</li> <li>• Slabe vertikalne veze (nedostatak organizovanog otkupa i ugovorene proizvodnje)</li> <li>• Nedostatak organizovanih promotivnih aktivnosti</li> <li>• Nedostatak direktnih veza između domaćih izvoznika i trgovinskih lanaca zemlje uvoznika</li> <li>• Ograničeno shvatanje specifičnosti domaćeg tržišta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podržati vezu između poljoprivrednika i prerađivača / trgovaca</li> <li>• Podržati reklamne i marketing kampanje</li> <li>• Podrška u izgradnji kapaciteta zadruge</li> <li>• Podržati veze s velikim trgovačkim lancima</li> <li>• Podrška promociji izvoznog tržišta</li> <li>• Podrška u izradi analiza tržišta na domaćem i odabranim netradicionalnim potencijalnim tržištima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška pripremi detaljne analize tržišta za domaće tržište i specifičnih određenih izvoznih tržišta za oblast Južne Srbije</li> </ul>

## Lista referenci i izvora

1. Procena lanca vrednosti uzgajanog jagodičastog voća - Cultivated Berry Value Chain Assessment, 2008, USAID Agribusiness Project, Serbia
2. Procena lanca vrednosti voćaka -Tree Fruits Value Chain Assessment, 2008, USAID Agribusiness Project, Serbia
3. Razvoj lokalnog privatnog sektora u Južnoj Srbiji - Local Private Sector Development in South Serbia, 2007, Swiss Development Corporation (SDC), Serbia
4. Identifikacija šumskog bilja u Pčinjskom i Jablaničkom okrugu - ID Card for Forest plants in Pcinja and Jablanica District, 2010, VEEDA, Serbia
5. Analiza vrednosnih lanaca u poljoprivrednoj proizvodnji i razvoj poljoprivrednih zadruga u jablaničkoj i pčinjskoj oblasti - Analysis of the Value Chains in the Agriculture Production and Development of Agriculture Cluster in Jablanica-Pcinja Region, 2011, EPI Centar
6. Studija voćarskog i povrtarskog sektora za IPARD program Republike Srbije - Fruit and Vegetable sector study for the IPARD program Republic of Serbia, 2010 Agri-Livestock Consultants Ltd for European Commission
7. <http://www.economywatch.com/economic-statistics/year/2012/>
8. <http://webzrs.stat.gov.rs/WebSite/>
9. <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD>
10. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>
11. [www.stips.minpolj.gov.rs/stips](http://www.stips.minpolj.gov.rs/stips)





## Apendiks

<b>Lista anketiranih prerađivača hrane</b>					
#	Firma	Ime i prezime	Pozicija	Opština	Okrug
1	Interfoods 80	Saša Živković	vlasnik	Lebane	Jablanički okrug
2	Lemex Gamakom	Miroslav Stamenković	vlasnik	Leskovac	
3	Jugprom	Slobodan Stojanović	vlasnik	Leskovac	
4	Sonder dux	Žika Marković	director finansija i prodaje	Leskovac	
5	zz Moravac	Žarko Stamenković	direktor	Leskovac	
6	Bonesfood	Bojan Stanisavljević	generalni direktor	Leskovac	
7	Strela doo	Aleksandra Prokopović	director prodaje	Leskovac	
8	str Čaja	Dejan Nikolić	vlasnik	Leskovac	
9	Fungojug	Valentina Stanković	director finansija	Leskovac	
10	Maiv doo	Ivan Vukadinović	vlasnik	Leskovac	
11	Ekofood	Saša Jovanović	vlasnik	Vlasotince	
12	Cojapromet	Aca Cojić	vlasnik	Aleksinac	Nišavski okrug
13	Nišauto	Mirjana Cvetković	viši referent proizvodnog procesa	Crveni Krst	
14	Dadap	Slobodan Pavlović	generalni direktor	Doljevac	
15	Ecovita	Dragana Mitić	vlasnik	Gadžin Han	
16	Gagafruit	Dragan Živković	predstavnik	Gadžin Han	
17	Ekovoche	Kocić Vladan	generalni direktor	Mediana	
18	Frigonais	Dragan Stolić	director prodaje	Mediana	
19	Merkop	Igor Mladenović	generalni direktor	Merošina	
20	Ni-com	Mickovski Đorđe	generalni direktor	Palilula	
21	Opstanak	Milenko Radosavljević	vlasnik	Svrljig	
22	Petrović doo	Vlastimir Petrović	director prodaje	Svrljig	
23	Ana doo	Anka Kotev	generalni direktor	Bosilegrad	Pčinjski okrug
24	Šampiko	Goran Stamenković	vlasnik	Bujanovac	
25	Kobra	Jasmina Velichković	vlasnik	Surdulica	
26	Vrganj promet	Mirko Ranđelović	vlasnik	Vladičin han	
27	SB komerc	Novica Petrović	vlasnik	Vladičin han	
28	Hanikop	Dragan Stevanović	vlasnik	Vladičin han	
29	Fasada pet-nik	Nebojša Ristić	vlasnik	Vranje	
30	Šumsko blago	Sunčica i Zoran Manić	vlasnik	Vranje	
31	Eko Voće	Sunčica Aleksić	vlasnik	Vranje	
32	Eurofrigo	Krstić Mikica	viši referent proizvodnog procesa	Pirot	Pirotski okrug



#	Firma	Nazvi	Pozicija	Opština	Okrug
33	Vinozupa	Jovanović Ratomir	generalni direktor	Blace	Toplički okrug
34	Midiogranik	Nenad Janičijević	generalni direktor	Blace	
35	Zučprom	Nataša Marković	generalni direktor	Kuršumlja	
36	Boki food	Dejan Joksimović	vlasnik	Prokuplje	
37	Vitapak	Ratomir Stojanović	vlasnik	Žitorađa	

