

OSNOVNA OBELEŽJA PROMETA I OTKUPNIH CENA VIŠNJE U REPUBLICI SRBIJI

Dragan G. Orović¹, Dragić L.J. Živković,² Zoran N. Rajić,² Ivana Ralević²

Rezime

U ovom radu su proučavane i sagledavane tendencije u kretanju prometa i otkupa višnje na domaćem tržištu. Istovremeno, analizirana je robnost proizvodnje ove voćne vrste, problemi u obrazovanju otkupne cene višnje, uloga poljoprivrednih proizvođača u formiranju otkupne cene višnje, kao i mogućnosti za unapređenje tržišnog položaja proizvođača višnje.

Višnja je po ekonomskom značaju (vrednosti i rentabilnosti proizvodnje) jedna od vodećih voćnih vrsta kod nas i vrednosno jedan od najvažnijih izvoznih proizvoda koji značajno utiče na platni bilans naše zemlje. Razvoj modernog sektora primarne poljoprivredne proizvodnje i prerađivačke industrije uticaće na povećanje robnosti u proizvodnji višnje. Tražnja za višnjom će se povećavati s obzirom na kvalitet proizvoda od višnje i povećanje broja stanovništva u Svetu. Ova činjenica dovešće do povećanja proizvodnje i do poboljšanja ekonomskog položaja manjeg broja proizvođača višnje. Manji broj ekonomski značajnijih porodičnih gazdinstava moći će da utiče na otkupne cene višnje preko svojih poljoprivrednih zadruga i udruženja, a sve u cilju poboljšanja tržišnog položaja proizvođača višnje.

Ključne reči: *višnja, promet, robnost, otkup, otkupna cena.*

Uvod

U ukupnoj voćarskoj proizvodnji u našoj zemlji višnja zauzima treće mesto iza šljive i jabuke i ona ima sposobnost dobrog prilagođavanja u gotovo svim ekološkim uslovima pa se zato može gajiti na širokom prostoru. Pored toga nju odlikuje rano stupanje u rodnost već u drugoj i trećoj godini i obilno i redovno rađa. Manje je napadaju bolesti i štetočine nego druge voćne vrste. Plodovi se koriste u svežem stanju, zamrznuti i za preradu u sok, sirup, marmeladu, slatko, kompot i dr. U reonima gde druge voćne vrste ne mogu da uspevaju ona je vrlo cenjeno voće.

Na promet višnje u Republici Srbiji veliki uticaj imaju hladnjače i savremeni kapaciteti za preradu voća. U proizvodnji višnje razlikujemo neposredan promet (tržnice na malo i međuseljački promet). Kod posrednog prometa stoje razne organizacije (otkup, trgovina na veliko, trgovina na malo, kanal prehrambenog zanatstva itd.) preko kojih proizvod dospeva do potrošača u različitom upotrebnom obliku.

Najveći deo sveže višnje završava na tržištu, a manji deo završava u prirodnoj potrošnji. Tendencija je da će se robnost u budućem periodu povećavati iz više razloga (tehnički napredak u poljoprivredi, specijalizacija proizvodnje i dr).

¹ Visoka poljoprivredno prehrambena škola strukovnih studija Prokuplje

² Poljoprivredni Fakultet Beograd-Zemun

Prilikom obrazovanja cena imaju se u vidu neki osnovni ciljevi kao dobit, prodaja i dr. i posebni ciljevi, javni interes, ako država utiče na cenu. Na otkupne cene višnje utiču brojni činioci (visina troškova, odnos ponude i tražnje, konkurencija, oscilacija ponude pod dejstvom prirodnih činilaca, sezonsko povećanje ponude, ograničena trajnost ploda višnje i dr.).

Materijal i metode rada

Osnovni izvori podataka su publikovani i interni podaci Saveznog i Republičkog zavoda za statistiku i bilteni: "Ratarstvo, voćarstvo i vinogradarstvo" i "Promet poljoprivredno-prehrambenih proizvoda".

Od stranih statističkih izvora korišćena je kompjuterska baza podataka Međunarodne organizacije za poljoprivredu i ishranu. Prvenstveno publikacije, FAO Production Yearbook i FAO Trade Yearbook, za odgovarajuće godine.

Pored statističkih izvora korišćeni su podaci i informacije iz istraživanja drugih autora, objavljeni u knjigama, časopisima i drugim publikacijama, kao i elektronski izvori podataka.

Istraživanje u ovom radu obuhvata vremenski period od 2004-2008. godine.

Postavljeni cilj istraživanja zahteva primenu "istraživanja za stolom" tj. bazira se na raspoloživim podacima. Prikupljeni podaci će biti prezentovani putem tabela, a obrađeni standardnim matematičko-statističkim pokazateljima:

- aritmetička sredina, za utvrđivanje prosečnih vrednosti,
- koeficijent varijacije, za određivanje stepena variranja pojedinih pojava od linije trenda,
- stopa promene, koja pokazuje procenat povećanja, odnosno smanjenja, a rađena je na bazi eksponencijalnog trenda oblika,
- interval varijacije (min. i max. vrednost za određeno područje u posmatranom periodu).

Rezultati i diskusija

Promet višnje

Veliki značaj za razvoj voćarske proizvodnje imale su hladnjače i prerada voća. Pojavom hladnjača voće je postalo proizvod koji se nalazi na tržištu i koristi preko cele godine. Sa porastom nepoljoprivrednog stanovništva i njegovog dohotka, raste i potreba za svežim voćem tokom cele godine.

Višnja se pakuje u male otvorene plitke letvarice, srednje plitke letvarice i velike otvorene plitke letvarice. Višnje, kao i trešnje, se mogu pakovati i u prikladnu komercijalnu ambalažu.

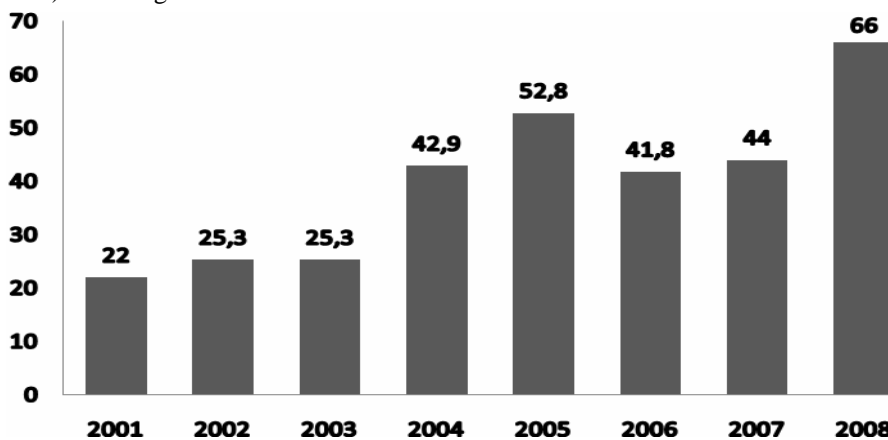
Važno je napomenuti da ambalaža mora biti potpuno čista, neškodljiva za ljudsko zdravlje i da nije zaražena gljivicama. Etikete moraju biti sa spoljne strane ambalaže i deklarisan isporučilac, sorta, kvalitet, količina i drugi podaci, kao i za drugo voće.

Kanali prometa kojima se kreću poljoprivredna roba i industrijska roba poljoprivrednog porekla su brojni. Jedan od kriterijuma za podelu je prirodna veza između proizvodnje i potrošnje. Razlikuju se dve vrste kanala direktni (neposredni) i indirektni (posredni). Neposredan promet podrazumeva da proizvod dospeva direktno do potrošača. Ostvaruje se putem tržnice na malo, kao i promet između proizvođača

višnje i poljoprivrednih proizvođača koji nisu proizvođači višnje. Kod posrednog prometa stoje razne organizacije (otkup, trgovina na veliko, trgovina na malo, kanal prehrambenog zanatstva itd.) preko kojih proizvod dospeva do potrošača u različitim upotrebnim oblicima.

U proseku za analizirani period (2001-2008) u Republici Srbiji je ukupno isporučeno 40.000 t višnje. Koeficijent varijacije je 35,60%, a stopa promene 7,51%. Visoke oscilacije u isporuci su najčešće uzrokovane neadekvatnim otkupnim cenama, kao i lošom organizacijom otkupa, prerade i prometa.

U periodu 2001-2008. godine ukupan promet višnje u Republici Srbiji beleži tendenciju rasta. Najmanji promet višnje ostvaren je 2001. godine (22 000 t), a najveća (66 000 t) u 2008. godini.



Histogram 1. Kretanje ukupnog prometa višnje u hiljadama tona u Republici Srbiji u periodu 2001-2008. godine

Robnost proizvodnje višnje

Robnost proizvodnje predstavlja procentualno učešće proizvoda koji dospevaju na tržište putem organizovanih prometnih kanala ili putem tržnice na malo u odnosu na ukupnu proizvodnju. Ona predstavlja onaj deo poljoprivrednih proizvoda koji su predmet razmene. Drugi deo proizvoda troši se neposredno na gazdinstvu, odnosno u domaćinstvu, to je deo koji obuhvata tzv. prirodna potrošnja.

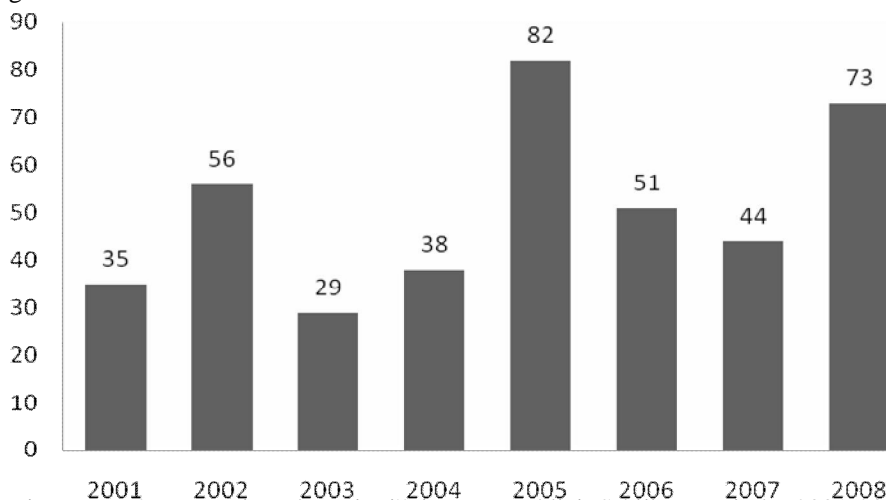
Proizvodnju višnje u republici Srbiji karakteriše:

- veliki deo stanovništva se bavi proizvodnjom višnje.
- zemlja je nerazvijena pa je i udeo robne proizvodnje u ukupnoj proizvodnji nizak.
- tehnički napredak u poljoprivredi, koncentracija proizvodnje i njena specijalizacija ne karakterišu proizvodnju višnje.
- cena poljoprivrednih proizvoda (višnje) je niska.

Najmanja robnost od 29,13% ostvarena je 2003. godine, a najveća (82%) je zabeležena 2005. godine.

Prosečna robnost višnje za Republiku Srbiju iznosi ukupno 51,22%, koeficijent varijacije 34,16% i stopa promene 3,88%. Proizvodnja višnje kao i robnost imaju

tendenciju porasta, što znači da proizvođači povećavaju količine koje prodaju putem organizovane prometne mreže ili pijace. To je najčešće posledica zadovoljavajućih otkupnih cena, kao i specijalizacija poljoprivrednih gazdinstava za ovu vrstu proizvodnje. Takođe, javlja se mogućnost da statistika ne raspolaže sa realnim podacima ili da postoje zalihe višnje iz prethodnog perioda, što se odražava na dobijene rezultate ovog rada.



Histogram 2. Kretanje robnosti višnje u Republici Srbiji u periodu 2001-2008. godine.

Najmanja robnost od 29,13% ostvarena je 2003. godine, a najveća (82%) je zabeležena 2005. godine. Kretanje robnosti višnje u Republici Srbiji u periodu 2001-2008. godine prikazana je na histogramu br. 5.

Obrazovanje cena višnje u praksi

Cena znači količinu novca koja se plaća za jednu robu ili za određenu uslugu.

Prilikom obrazovanja cena imaju se u vidu neki osnovni ciljevi kao dobit, prodaja i posebni ciljevi sa stanovišta javnog interesa, ako država utiče na cenu.

Poljoprivredna preduzeća koja se bave preradom i otkupom višnje ne ostvaruju svoju dobit preko visokih cena svoje robe nego preko niskih cena pri otkupu višnje. Ovakva situacija dovodi do toga da prerađivači ostvaruju veću dobit, a poljoprivredni proizvođači gubitak, pa čak i da odustanu od proizvodnje, što se desilo kod nas 1984. godine.

Poljoprivredni proizvođači koji proizvode višnju kada dođe berba i prodaja pri određivanju cene nemaju cilj samo dobit već i samu prodaju. Pošto je trajanje berbe ograničeno na nekih desetak dana sva roba se mora i prodati u tom periodu pa i cena može biti niža čak i od cene koštanja.

U proizvodnji višanja na formiranje prodajne cene naša država nije nikada uticala. Međutim 2009. godine hladnjača u Merošini je dobila određena sredstva kako bi mogla da otkupi neke količine višnje, ali nije uticala na otkupnu cenu. Veliki broj poljoprivrednih proizvođača smatra da bi Država trebalo da odredi najnižu zagarantovanu cenu u otkupu višanja kako bi ohrabрила proizvođače višanja da ostanu u toj proizvodnji.

Na obrazovanje cena višnje utiče veći broj činilaca od toga neki su opšti, a neki posebni činioci. Od opštih činioaca izdvajaju se: visina troškova, odnos ponude i tražnje, konkurencija i dr. Od posebnih činilaca izdvajamo: postojanost tražnje, oscilacija ponude pod dejstvom prirodnih činilaca, sezonsko povećanje ponude, ograničena trajnost ploda višnje.

Tražnja za višnjom postoji i ona je stabilna zbog svog uglavnom izvoznog karaktera. Na domaćem tržištu dolazi do povećane potrošnje zahvaljujući povećanju zarada i zdravstvenoj prosvetljenosti stanovništva, a time i povećane tražnje za višnjom.

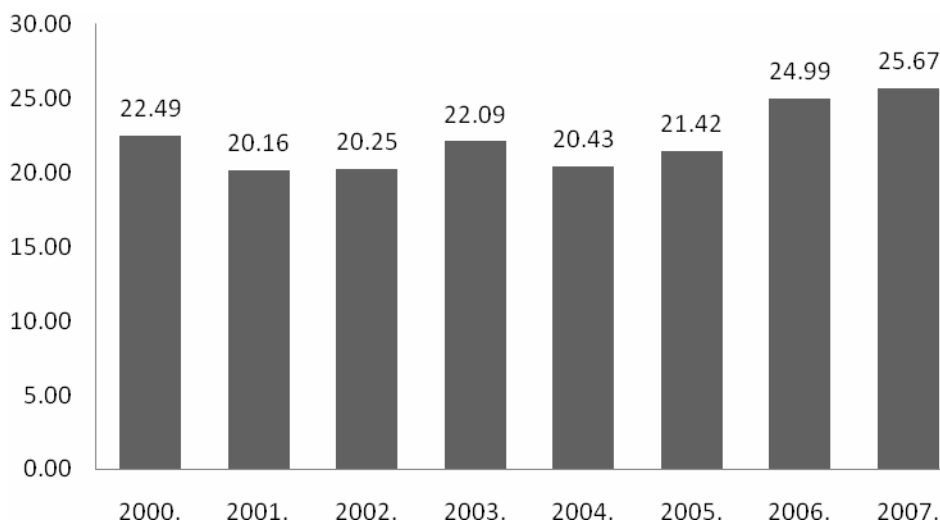
Pod dejstvom prirodnih činilaca može doći do znatne oscilacije u ponudi višnje. Prirodni činioci utiču kako na količinu tako i na kvalitet ponuđene robe. Smanjena količina ponuđene robe utiče na povećanje cena, a lošiji kvalitet na smanjenje cena.

U periodu sazrevanja i berbe višnje dolazi do sezonskog povećanja ponude. Ovakvo povećana ponuda iznad tražnje dovodi do pada cene višnje. Izgradnja hladnjača na neki način umanjuje sezonski karakter ponude višnje ali je to ipak malo, pa je padanje cene u sezoni berbe neminovno.

Višnja kao i većina svežeg voća ima ograničenu trajnost. Kod višnje je još karakteristično što ona mora doći do preradnih kapaciteta još u toku dana kada se bere. Ovo utiče na poljoprivredne proizvođače da moraju da prodaju višnju u toku dana pa po bilo kojoj ceni kako ne bi njihova roba izgubila svoj izvorni kvalitet. Za proizvođače višanja je pogubna loša organizacija otkupa.

Kada se poljoprivredni proizvođači pripremaju za berbu i prodaju višnje ti pregovori sa otkupljivačima i prerađivačima izgledaju korektno. Tada na obrazovanje cene utiču proizvođači odnosno njihovi troškovi proizvodnje, i po takvoj ceni počinje otkup. U početku otkupa kada je manje višnje na tržištu i kada je manja ponuda dogovori oko cene se poštuju. Međutim kada se poveća ponuda iznad tražnje cene padaju pa čak se višnja nudi pod uslovima koje diktiraju kupci. Na kraju otkupa obično dolazi do ponovnog povećanja cena iz istih razloga pa kvalitet tada ne igra značajnu ulogu.

Promene cena u otkupu i tokom otkupa višanja mogu biti dnevne pa i u toku istog dana više puta može da se promeni cena. Razlog za ovakve promene cena može biti i na strani ponude i na strani tražnje. Ako je ponuda manja da bi zadovoljili svoj dnevni kapacitet prerade prerađivači nude veću cenu. Ukoliko ima više ubrane višnje u toku dana proizvođači nude višnje po nižoj ceni samo da bi prodali, uprotivnom, višnja postaje neupotrebljiva.



Histogram 3. Kretanje otkupne cene višnje u Republici Srbiji u periodu 2000-2007.godine.

Najveća prosečna otkupna cena višnje u Republici Srbiji zabeležena je 2007 godine i to od 25,67 dinara, a najmanja cena višnje bila je 2001 godine 20,16 dinara. Otkupna cena višnje varira iz godine u godinu pa je koeficijent varijacije 21,45% dok je stopa promene pozitivna i iznosi 0,80% za analizirani period. Najveća proizvodnja višnje u republici Srbiji nije bila u godini kada je bila i najniža otkupna cena, a takođe i najmanja proizvodnja višnje nije bila u godini kada je bila najveća otkupna cena. Ovo govori da ponuda višnje u republici Srbiji nema bitan uticaj na otkupnu cenu.

Zaključak

Skoro polovina proizvedene višnje ide u preradu ili za sopstvenu potrošnju. Pozitivna stopa promene pokazuje da robnost proizvodnje višnje ima tendenciju porasta, što znači da proizvođači povećavaju količine koje prodaju putem organizovane prometne mreže ili pijace. To je najčešće posledica odgovarajućih otkupnih cena kao i specijalizaciji proizvodnje, kao i poboljšanje organizacije otkupa, prerade i prometa.

Stvaranjem poljoprivrednih zadruga proizvođači višanja dobijaju sigurnost i lakše se snalaze na tržištu i mogu imati značajan uticaj na otkupne cene višnje. Zadruga doprinose tekućem i dugoročnom poboljšanju poslovanja porodičnih poljoprivrednih gazdinstava. Pored formiranja javnih skladišta za višnju veliki broj poljoprivrednih proizvođača smatra da bi Država trebalo da odredi najnižu zagarantovanu cenu u otkupu kako bi ohrabrila proizvođače višanja da ostanu u toj proizvodnji.

Domaće tržište višnje u velikoj meri zavisi od ponude i potražnje višnje na međunarodnom tržištu, a pošto je međunarodno tržište veoma heterogeno, proizvodnja se mora planirati i prilagoditi odgovarajućim potrebama i zahtevima pojedinih tržišta. Da bi se postigli standardi u proizvodnji višnje koje nameće međunarodno tržište neophodno je ostvariti nivo u kvalitetu i kvantitetu proizvodnje. Potrebno je školovati kadrove koji će se baviti proizvodnjom i prometom višnje na savremen način što će njihov položaj na tržištu značajno poboljšati.

Literatura

- Stanković D, (1981):Trešnja i višnja. Nolit,Beograd.
- Bulatović S,(1992):Savremeno voćarstvo, Nolit, Beograd.
- Nikolić M, (2000):Višnja i trešnja, Draganić, Beograd.
- Đorović M, A. Tomin,(2000): Tržište i promet poljoprivrednih proizvoda, Poljoprivredni fakultet, Zemun.
- Mratinić E,(2002): Višnja, Vizartis, Beograd.
- Pejčić H, (2004): Ekonomika poljoprivrede, Ekonomika, Niš.
- Milanović R, Mali biznis i preduzetništvo u poljoprivredi i selu, Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd, 2006.
- Momirović D, Elastičnost tražnje poljoprivrednih proizvoda, Ekonomika poljoprivrede, zbornik, Beograd, 2007.
- Pejčić H, (2008):Ekonomika poljoprivrede, Sven, Niš.
- Đorović M, A. Tomin,(2008):Tržište i promet poljoprivrednih proizvoda, UNITORG, Beograd.

BASIC CHARACTERISTICS OF SALE AND SOUR CHERRY PURCHASE PRICE IN THE REPUBLIC OF SERBIA

Dragan G. Orović¹, Dragić LJ. Živković², Zoran N. Rajić³, Ivana Ralević

Summary

In this article, the tendencies of sour cherry sales development and purchase are studied and recognized in the domestic market. Simultaneously, the production of goods of this fruit species has been analyzed, as well as the problems in creating the sourcherry purchase price, the role of the agriculture producers in the creating of sour cherry purchase price, and the possibilities of sour cherry growers' position progress on the market.

Sour cherry is, as for economic significance (production value and profitability), one of the top fruit species in our market, and valuably, one of the most important export products which has important influence on balance of payments in our country. The development of the primary agricultural production's and light manufacturing's modern sector, will influence on the sour cherry production of goods raise. Request for the sour cherry will increase, taking the quality of sour cherry products into consideration, as well as the increase of world population. This fact will lead to the increase of production and the improvement of the economic position of the sour cherry growers' minority. Minority of economically important individual farms will be able to contribute to the purchase prices through their agricultural cooperative and associations, and all that in order to improve sour cherry grower's position on the market.

Keywords: *sour cherry, sale, the production of goods, purchase, purchase price.*

¹ The College of Agriculture and Food technology, Prokuplje

² Faculty Of Agriculture, Unniversity Of Belgrade

³ Faculty Of Agriculture, Unniversity Of Belgrade