



РЕПУБЛИКА СРБИЈА  
МИНИСТАРСТВО ПРИВРЕДЕ

# ПРЕГЛЕД АКТУЕЛНОГ СТАЊА СА SWOT АНАЛИЗОМ

за  
**ПРЕХРАМБЕНУ  
ИНДУСТРИЈУ**  
у Србији



Београд, 2017.

## САДРЖАЈ

1. ДЕФИНИЦИЈА СЕКТОРА	3
2. ЗАКОНОДАВНИ, СТРАТЕШКИ И ИНСТИТУЦИОНАЛНИ ОКВИР	5
3. УЛОГА ВЛАДЕ И МЕРА ПОДРШКЕ	8
4. ПРОИЗВОДЊА ПРЕХРАМБЕНИХ ПРОИЗВОДА	10
4.1. Циркуларна економија - Заокружени ланци вредности	12
4.2. Производња прехранбених производа у ЕУ	14
4.3. Карактеристике прехранбене индустрије у Србији	16
4.3.1. Структура и успешност пословања привредних субјеката	19
4.3.2. Трошкови производње и продуктивност рада	27
4.3.3. Еколошки аспекти производње у прехранбеној индустрији	30
4.3.4. Иновативност и информационе технологије	32
4.3.5. Стране директне инвестиције	34
4.3.6. Робна размена са иностранством	38
4.3.7. Анализа тржишне тражње и потенцијална тржишта	42
4.3.8. Ланци вредности	61
5. SWOT АНАЛИЗА	79

## 1. ДЕФИНИЦИЈА СЕКТОРА

Сектор прехранбене индустрије је дефинисан у националном систему класификације делатности (КД 2010)<sup>1</sup>. Припада сектору С – Прерађивачка индустрија и обухвата две области:

- **КД 10 – Производња прехранбених производа** - обухвата прераду производа пољопривреде, шумарства и рибарства ради добијања хране за људе или животиње, а укључена је и производња различитих међуфазних производа и већег броја нуспроизвода мање или веће вредности (нпр.кожа при клању животиња, уљна погача при производњи уља и др.). Поједине делатности (нпр. оне које се обављају у пекарама, посластичарницама или месарама које продају своје производе) сматрају се прерађивачком делатношћу иако је реч о трговини на мало производима произвођача који поседује своју радњу.
- **КД 11 – Производња пића** - обухвата производњу пића свих врста<sup>2</sup>

Табела 1: Производне гране прехранбене индустрије и индустрије пића

Области	Гране
КД 10 - Производња прехранбених производа	<b>10.1. - Прерада и конзервисање меса и производа од меса</b> - Обухвата прераду и конзервисање меса и производњу месних прерађевина
	<b>10.2. - Прерада и конзервисање рибе, љускара и мекушаца</b> - Обухвата прераду и конзервисање рибе, љускара и мекушаца
	<b>10.3. - Прерада и конзервисање воћа и поврћа</b> - Обухвата прераду и конзервисање кромпира, производњу сокова од воћа и поврћа, осталу прераду и конзервисање воћа и поврћа
	<b>10.4. - Производња биљних и животињских уља и масти</b> - Обухвата производњу сирових и рафинисаних уља и масти биљног и животињског порекла, осим топлења и рафинисања сланине и других јестивих животињских масти.
	<b>10.5. - Производња млечних производа</b> - Обухвата производњу млека, сирева, сладоледа и других смрзнутих јестивих теста
	<b>10.6. - Производња млинских производа, скроба и скробних производа</b> - Обухвата производњу млинских производа, производњу скроба и скробних производа
	<b>10.7. - Производња пекарских производа и тестенине</b> - Обухвата производњу пекарских производа (хлеба, свежег пецива и колача, двопека, кекса, трајног пецива и колача), макарона, резанаца и сличних производа од брашна.

1. Уредба о класификацији делатности „Службени гласник РС”, бр. 54/10

2. <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/userFiles/file/Klasifikacija%20delatnosti/Klasifikacija.pdf>

<b>КД 10 - Производња прехранбених производа</b>	<b>10.8. - Производња осталих прехранбених производа</b> - Обухвата производњу шећера, какаоа, чоколаде, кондиторских производа, зачина и других додатака храни, готових јела, хомогенизованих хранљивих препарата и дијететске хране, осталих прехранбених производа (лако кварљиви прехранбени производи и специјалитети) и прераду чаја и кафе.
	<b>10.9. - Производња готове хране за животиње</b> - Обухвата производњу готове хране за домаће животиње и кућне љубимце
<b>КД 11 Производња пића</b>	<b>11.0. - Производња пића</b> - Обухвата производњу дестилованих алкохолних пића, вина од грожђа, пића и осталих воћних вина, недестилованих ферментисаних пића, пива, слада, освежавајућих пића, минералне воде и остале флаширане воде

Између пољопривредне производње и прехранбене индустрије постоји јака повезаност. Додатно, прехранбени сектор је директно повезан са сектором угоститељских услуга, трговином на велико и мало и туризмом, а што сектору прехранбене индустрије даје изузетну важност у привреди Србије.



## 2. ЗАКОНОДАВНИ, СТРАТЕШКИ И ИНСТИТУЦИОНАЛНИ ОКВИР

Рад прехрамбене индустрије се налази у ингеренцији неколико министарстава, и то:

- Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде - обавља послове државне управе који се, између осталог, односе на политику развоја прехрамбене индустрије. Води производне билансе и ради анализе производње и тржишта; доноси и примењује мере тржишно-ценовне и структурне политике; мере подстицаја; предлаже системска решења и мере заштите при увозу пољопривредних и прехрамбених производа; врши контролу квалитета пољопривредних и прехрамбених производа, вина, алкохолних и безалкохолних пића и воћних сокова у унутрашњем и спољном промету; врши инспекцијски надзор, као и друге послове одређене законом.
- Министарство привреде - пословна политика,
- Министарство финансија - монетарна и фискална политика,
- Министарство трговине, туризма и телекомуникација - унутрашња и спољна трговина,
- Министарство просвете и научно технолошког развоја - наука и развој и
- Министарство рада, запошљавања, бораких и социјалних питања - радна политика.

Законодавни и административни оквир који се односи на прехрамбену индустрију се највећим делом налази у делокругу рада МПШВ и дефинисан је законима, правилницима и уредбама.

Кровни закон у области здравствене безбедности прехрамбених производа представља Закон о безбедности хране<sup>3</sup> са пратећим подзаконским актима. Међутим, поједини подсектори су уређени или допуњени сопственим законским и подзаконским актима попут производње анималних производа<sup>4</sup>, производње вина<sup>5</sup>, безалкохолних и алкохолних пића.<sup>6</sup>

Квалитет млека и млечних производа је област која је уређена још 2009. године, док су области производње производа попут жита, млинских и пекарских производа, тестенина, хране за животиње, вина, пива, меда, џемова и пекмеза, хигијене свежег и смрзнутог воћа уређени правилницима током последње две, три године. Донешени правилници представљају први корак у решавању једног од најважнијих проблема прехрамбене индустрије, а то је област квалитета.

3. Сл. гласник РС бр. 41/09

4. Закон о ветеринарству - Сл. гласник РС бр. 91/05 и 30/10 и 93/12; Закон о сточарству - Сл. гласник РС бр. 91/05 и 30/10 и 93/12; Закон о добробити животиња (услови транспорта и клања) - Сл. гласник РС бр. 41/09; Закон о заштити и одрживом коришћењу рибљег фонда - Сл. гласник РС бр. 128/14

5. Закон о вину – Сл. гласник РС бр. 41/09 и 93/12;

6. Закон о јаким алкохолним пићима - Сл. гласник РС бр. 92/15; Закон о пиву - Сл. гласник РС бр. 30/10

Шеме квалитета су регулисане Законом о органској производњи<sup>7</sup> и Законом о ознакама географског порекла.<sup>8</sup> Оба закона имају подзаконска акта којима се ове области детаљно уређују.

Постојећа регулатива није довољно јасна у појединим областима, и ствара конфузију код произвођача. Такође, различити правилници прописују стандарде који су далеко изнад тренутних могућности пољопривредних произвођача и прерађивача што доводи до тога да се део прописа не примењује у пракси. Важеће прописе контролише, у зависности од производног сектора, пољопривредна и/или ветеринарска инспекција које су у надлежности МПШВ.

Република Србија је потписивањем ССП добила статус државе придружене ЕУ. Две најважније обавезе које је Република Србија преузела овим споразумом су успостављање зоне слободне трговине и усклађивање законодавства са правом ЕУ. Захтеви ЕУ који се односе на прехранбену индустрију се налазе у оквиру преговарачких поглавља:

- Поглавље 11 - пољопривреда и рурални развој,
- Поглавље 12 - безбедност хране, ветеринарска и фитосанитарна политика и
- Поглавље 13 - рибарство.

У овом тренутку је Република Србија спремна да отвори само поглавље 13, док се за поглавље 11 припрема акциони план, а за поглавље 12 се очекује усвајање извештаја о скринингу од стране ЕУ.

Постојећи закони и подзаконска акта су делимично усклађени са легислативом ЕУ. Најважније области које се у наредном периоду морају усагласити, а односе се на прехранбену индустрију, су организација заједничког тржишта, политика квалитета, безбедност хране, унутрашња и спољна трговина итд. Самим тим, у наредном периоду се очекује измена и допуна већег броја закона и правилника укључујући и кровни Закон о безбедности хране.

Циљеви развоја прехранбене индустрије су у значајној сагласности са циљевима који се наводе у различитим стратешким документима који се односе на све гране прерађивачке индустрије. Међутим, стратегија која директно утиче и посредно дефинише циљеве прехранбене индустрије је Стратегија пољопривреде и руралног развоја. **Стратегија пољопривреде и руралног развоја за период 2014-2024. године** препознаје потребу да се убрза технолошки развој, повећа ефикасност прехранбеног ланца и конкурентност пољопривредно-прехранбеног сектора, обезбеди стабилно пословно окружење и ефикасније реагује на захтеве Светске трговинске организације и ЕУ. Стратегија дефинише пет приоритета:

1. раст производње и стабилност дохотка произвођача;
2. раст конкурентности уз прилагођавање захтевима домаћег и иностраног тржишта и техничко-технолошко унапређење сектора пољопривреде;
3. одрживо управљање ресурсима и заштита животне средине;
4. унапређење квалитета живота у руралним подручјима и смањење сиромаштва;

7. Сл. гласник РС бр. 30/10

8. Сл. гласник РС бр. 18/2010.

## 5. ефикасно управљање јавним политикама и унапређење институционалног оквира развоја пољопривреде и руралних средина

Циљеви прехранбене индустрије се налазе у оквиру приоритета раст конкурентности уз прилагођавање захтевима домаћег и иностраног тржишта, међутим развој прехранбеног сектора зависи од испуњења свих приоритета из ове Стратегије. Раст производње и стабилност дохотка примарних произвођача гарантују производњу довољних количина квалитетних сировина које треба да задовоље потребе прехранбене индустрије. Одрживо управљање ресурсима и заштита животне средине су глобални циљеви који имају посебан значај у производним условима у Србији. Ефикасан регулаторни и институционални оквир у делу пољопривреде гарантује обезбеђење квалитетне сировине за прехранбену индустрију, подстицајни и уређен пословни амбијент и несметан извоз прехранбених производа.

### 3. УЛОГА ВЛАДЕ И МЕРА ПОДРШКЕ

Влада Републике Србије је за 2017. годину издвојила из буџета 18,67 милијарди РСД за директне субвенције у пољопривреди, односно за развој примарне пољопривредне производње. Удео привредних субјеката из прехранбене индустрије у коришћењу ових средстава је симболичан, али са друге стране ове субвенције значајно утичу на унапређење квалитета и повећање количина пољопривредних производа које чине основну сировину за прехранбену индустрију. На овај начин, индиректно се утиче на стабилност и предвидивост снабдевања предузећа из прехранбене индустрије, као и на квалитет њихових производа.

За сектор прехранбене индустрије нису успостављени посебни инструменти подршке, већ се користе различити механизми подршке обезбеђени пре свега од стране Министарства привреде, Фонда за осигурање и финансирање извоза, Фонда за развој, Развојне агенције Србије.

Фонд за осигурање и финансирање извоза пружа подршку правним лицима у осигурању извоза, краткорочном кредитирању, факторингу и издавању гаранција. Кредитну подршку за финансирање извоза годишње користи између 40 и 80 правних субјеката из области прехранбене индустрије, а износ укупно одобрених средстава варира од 13,7 до 28,9 милиона ЕУР по години. Прехранбена индустрија представља највећег корисника ових средстава обзиром да правни субјекти из овог сектора представљају између 27% и 40% укупног броја корисника по години.

Фонд за развој је у последње две године кредитно подржао 116 правних лица из области прехранбене индустрије са 2,37 милијарди РСД. Правни субјекти из сектора прехранбене индустрије представљају највећег корисника по броју пројеката (21% укупно одобрених пројеката), али по укупној вредности вредности многи сектори су испред прехранбене индустрије. Ово показује да велики број привредних субјеката узима кредите из Фонда за развој, који су пре свега намењени финансирању развојних пројеката, али да је вредност тих пројеката у прехранбеној индустрији изузетно мала.

Министарство привреде је пружало подршку кроз обезбеђење бесповратних средстава за набавку нове или половне опреме током 2013., 2015. и 2016 године. Средства је добило 110 правних субјеката из области прехранбене индустрије, а укупна вредност одобрених средстава је износила 162,8 милиона РСД. Посматрано по структури, највише пројеката је одобрено у следећим подсекторима:

- прерада и конзервисања воћа и поврћа – 21
- производња хлеба, свежег пецива и колача – 19,
- производња какаоа, чоколаде и кондиторских производа – 8,
- производња млека и млечних производа – 8 и
- производњи освежавајућих пића, минералне воде и остале флаширане воде – 7.

Преосталих 47 пројеката се односило на све остале привредне гране прехранбене индустрије.

Развојна агенција Србије такође нуди низ различитих програма за подршку привреди, који обухватају комбинацију финансијских и нефинансијских инструмената. Програми попут Стандардизованог сета услуга који нуди различите типове обука и Програм стандардизације значајно доприносе развоју прехранбене индустрије. Посебно је значајан Програм стандардизације јер омогућава:

- Уређење пословања у складу са захтевима међународних стандарда пословања (имплементација стандарда, сертификација и ресертификација),
- Припрема за добијање права на коришћење знака производа („СЕ” знак, еко-знак, FSC CoC, знак органског производа,...),

Као што је већ наглашено не постоје специјализовани инструменти подршке за прехранбену индустрију. Међутим, знатно већи ефекат би се постигао развојем јасно фокусираних и координисаних инструмената подршке намењених сектору прехранбене индустрије као што су: повезивање примарне производње и прераде, развој ланаца вредности, успостављање пословних контаката на различитим тржиштима и снажан развој људских капацитета који би подстакли технолошки и тржишни развој.



## 4. ПРОИЗВОДЊА ПРЕХРАМБЕНИХ ПРОИЗВОДА

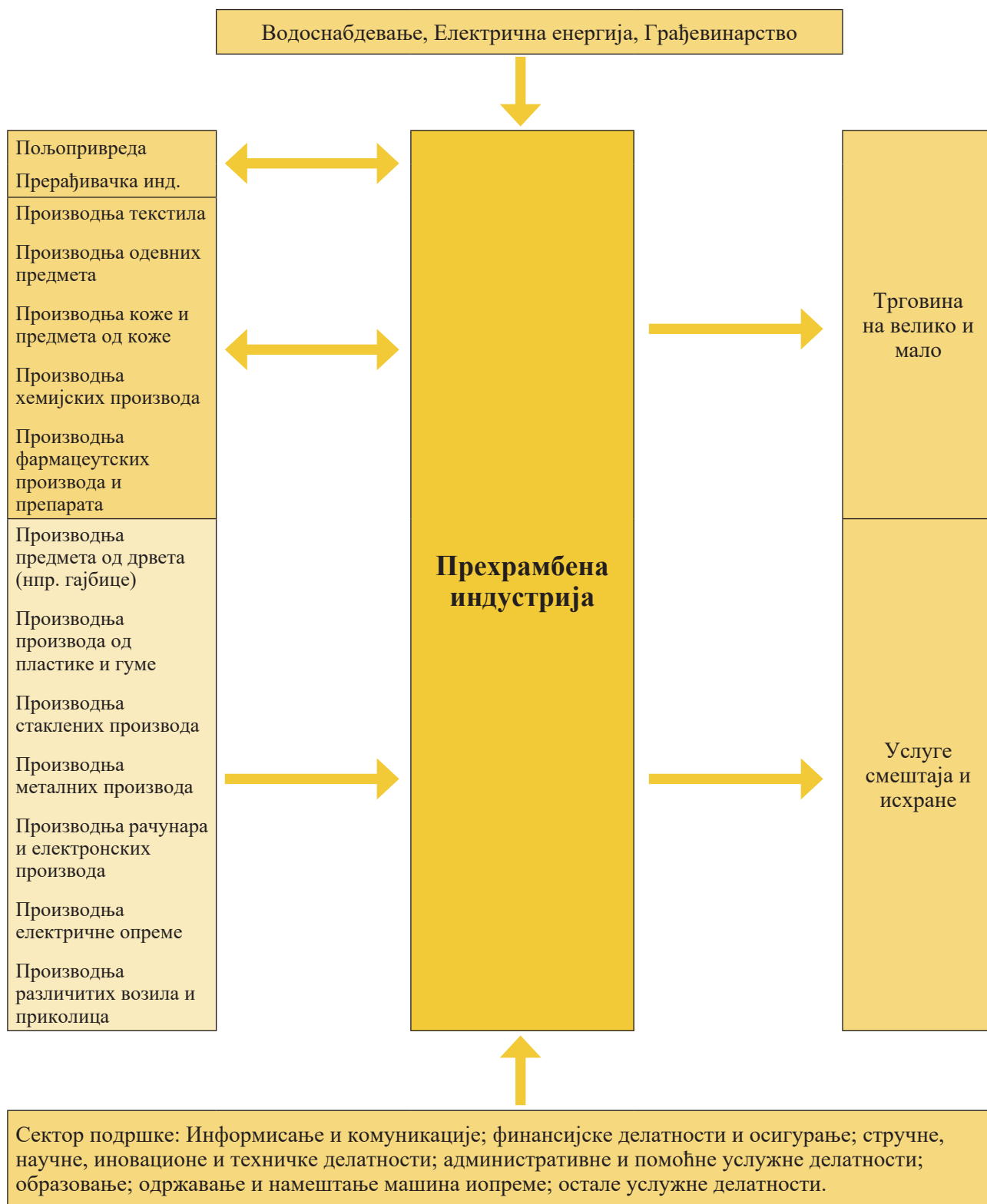
„Предвиђена стопа раста светске потрошње пољопривредно-прехрамбених производа до 2050. године износи 1,1% на годишњем нивоу. Пошто је на светском нивоу потрошња пољопривредно-прехрамбених производа изједначена са производњом (констатација се не односи на појединачне државе или регионе), производња би до 2050. године требало да буде за приближно 60% већа него што је била у претходном периоду”.<sup>9</sup> Основни фактори који утичу на раст тражње за пољопривредним и прехрамбеним производима су раст становништва и просечан раст дохотка посебно у земљама у развоју. Значајно је истаћи да се очекује глобално успоравање раста светског становништва, али са великим регионалним диспаратима. Поједини региони ће имати наставак брзог раста становништва, и то пре свега региони који до сада нису имали адекватну исхрану (Африка), док ће у другим регионима доћи до пада стопе раста становништва. На све то, на глобалну производњу прехрамбене индустрије значајно утиче и ограничена расположивост ресурса за пољопривредну производњу (земљиште, вода), која је израженије него раније.

Тренутно се на глобалном нивоу прехрамбена индустрија процењује на око 5.000 милијарди УСД и представља око 10% глобалне потрошње, те запошљава око 40% укупног броја радника.<sup>10</sup> Прехрамбени сектор се одликује високим пословним прометом, радно је интензиван, а раст и развој су засновани на иновативности.

Прехранбена индустрија у Србији је у 2015. години била највећи сектор у прерађивачкој индустрији са око 6 милијарди ЕУР прихода и учешћем од 4% у укупном БДП. У њој је пословало готово 4.000 предузећа која су запошљавала преко 70.000 радника. Остварени нето профит сектора је износио око 100 милиона ЕУР. Међутим, прехранбена индустрија у Републици Србији заједно са пољопривредом има не само огроман економски, него и социјални значај. Прехранбена индустрија представља највеће и/или једино, тржиште за пољопривредне производе које производи преко 630.000 пољопривредних домаћинстава у Републици Србији. Поред пољопривредних производа, прехранбена индустрија значајне инпуте добија из машинске и дрвне индустрије, као и сектора пластике и гуме, производње стаклених производа, грађевинске индустрије и слично. Као снабдевач прехранбена индустрија утиче на сектор трговине на велико и мало, сектор туризма, услуге исхране и смештаја, док за текстилну, хемијску и фармацеутску индустрију представља значајног и купца и снабдевача.

9. [http://www.ef.uns.ac.rs/Download/svetski\\_prehrambeni\\_sistem\\_master\\_studije/2014-01-27-Projekcije-razvoja-poljoprivrede-do-2050.pdf](http://www.ef.uns.ac.rs/Download/svetski_prehrambeni_sistem_master_studije/2014-01-27-Projekcije-razvoja-poljoprivrede-do-2050.pdf)

10. ПКС и ЦЕВЕС - Анализа перформанси ланца вредности прехранбеног сектора, 2016.



*Слика 1: Повезаност прехрамбене индустрије са другим секторима и гранама*

Српска прехранбена индустрија остварује одличне спољно трговинске резултате у поређењу са другим секторима прерађивачке индустрије (680 милиона ЕУР суфицита у 2015.). Ово је добрим делом резултат већег броја билатералних и мултилатералних трговинских споразума од којих су најважнији:

- Прелазни трговински споразум и ССП,
- ЦЕФТА споразум,
- Споразум о слободној трговини са земљама ЕФТА,
- Споразум о слободној трговини РС и РФ,
- Општи систем преференцијала у трговини са САД, и
- Споразуми о слободној трговини са Турском, Белорусијом и Казахстаном.

Међутим прехранбени производи из Србије представљају симболичан део глобалне трговине прехранбеним производима, а могућности за пласманом прехранбених производа на различитим тржиштима нису довољно искоришћене. Планирање даљег развоја се због тога мора заснивати на подстицању и развоју извозних потенцијала, развојним потенцијалима и структури појединих производних група, као и на ефекту који се производи дуж ланца вредности.

#### 4.1. Циркуларна економија - Заокружени ланци вредности

У свету се сваке године баца око трећина произведене хране, а што износи око 1,3 милијарди тона.<sup>11</sup> Бацање хране се дешава у свим деловима ланца снабдевања: производњи, преради паковању, транспорту, складиштењу, продаји и код финалног потрошача. Бројни су разлози за бацање хране: лош квалитет, кварење, оштећења, лош одабир купаца итд. Током производње се користе бројни састојци али и ресурси попут воде и енергије који са бацањем хране представљају економски губитак, али и узалудно потрошене ресурсе. Ово је посебно значајно узимајући у обзир да прехранбени сектор представља око 30% светске потрошње енергије.



УН су због тога као један од циљева одрживог развоја прогласиле „Одрживу производњу и потрошњу”. Одржива производња и потрошња се заснива на промоцији/заштити ресурса и енергетске ефикасности. Имплементација активности у оквиру овог циља треба да помогне остваривању општих развојних циљева, смањи будуће економске, амбијенталне и социјалне трошкове, појача конкурентност и смањи сиромаштво.

Одржива потрошња и производња има за циљ да се „уради више и боље са мање”, како би се повећавала

11. <http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/>

економска ефикасност уз смањење коришћења ресурса, деградације и загађења дуж целокупног ланца вредности. Укључује различите кориснике: привреду, потрошаче, доносиоце одлука, истраживаче и научнике, продавце, медије итд.

Захтева системски приступ и сарадњу између свих учесника у ланцу снабдевања од произвођача до купца.

**Пољопривредна производња** – Произвођачи хране раде заједно са снабдевачима на унапређењу примарне пољопривредне производње како би се обезбедио бољи квалитет сировина и смањило бацање хране у овој фази. Заједнички рад са пољопривредницима подразумева унапређење процеса складиштења и транспорта примарних производа како би се дуже задржала свежина и квалитет сировине. У овом делу ланца су присутни бројни примери заједничког рада са отпадом.

**Прерада** – Када се храна баца сви ресурси који су утрошени у њену производњу су изгубљени. Овим је не само изгубљена могућност за исхраном становништва, већ су створени економски губици и негативни ефекти на животну средину. Услед тога прерадни капацитети морају активно радити на смањењу губитака током производног процеса.<sup>12</sup>

Најважније активности у овом правцу су:

1. Смањење губитака у храни оптимизирањем прерадног процеса, тренингом запослених и стварањем нових производа од нус производа и састојака;
2. Оштећена али јестива храна се редистрибуира – Храна или паковање могу бити оштећени током производње, уз задржавање квалитета и својстава, али без могућности да се продаје. У овом случају је потребно пронаћи алтернативне канале попут донација како би се ова храна ипак искористила.
3. Споредни производи се користе као анимална хранива или инпути за друге индустрије, док се отпад може користити као ђубриво или енергија.
4. Иновативни дизајн амбалаже може да допринесе смањењу амбалажног отпада.
5. Инвестиције у пречишћавање и поновно коришћење воде, топлоте и паре али без утицаја на безбедност хране.

**Потрошачи** - Домаћинства производе највећу количину отпада у ЕУ. Произвођачи хране и пића требају да помогну потрошачима да смање бацање хране кроз кампање подизања свести, обезбеђење информација како да се оптимизује коришћење и чување прехранбених производа и прилагођавање величине паковања хране према потребама потрошача. Одрживи циљеви се требају остварити до 2030. Смањење отпада би се требало регулисати превентивним мерама: смањењем количине произведеног отпада, рециклирањем и поновном употребом. На овај начин

12. Food Drink Europe, INGREDIENTS for a CIRCULAR ECONOMY

се планира смањење притиска на ваздух, воду и земљиште. Посебан акценат се ставља на подстицање великих и мултинационалних компанија, да усвоје одрживе праксе и уграде их у принципе пословања и управљања.

## 4.2. Производња прехранбених производа у ЕУ

Прехранбена индустрија представља водећи сектор у прерађивачкој индустрији ЕУ са преко 1.000 милијарди ЕУР годишњих пословних прихода и 200 милијарди ЕУР створене додате вредности. Такође, привредни субјекти из овог сектора представљају највећег послодавца са 4.250.000 запослених. Најразвијенија прехранбена индустрија је у Француској, Немачкој, Италији, Великој Британији и Шпанији. Предузећа из ових земаља остварују преко 60% укупних пословних прихода; 60% створене додате вредности, и запошљавају готово 50% укупно запослених у прехранбеној индустрији ЕУ.

**Табела 2:** Основни пословни показатељи прехранбене индустрије у ЕУ, 2015.

Параметар	Вредност
Број предузећа	289.000
Запосленост (број радника)	4.250.000
Пословни промет (милијарди ЕУР)	1.089
Додата вредност (милијарди ЕУР)	212
Удео додате вредности у укупној створеној додатој вредности (%)	1,8
Удео потрошње домаћинства на прехранбене производе (%)	14
Трошкови истраживања и развоја (милијарди ЕУР)	2,5
Вредност извоза (милијарди ЕУР)	98,1
Вредност увоза (милијарди ЕУР)	72,9
Удео у светском извозу	17,8%

*Извор:* FoodDrinkEurope – Data and Trends, EU Food and Drink Industry, 2016

Укупан број предузећа из прехранбене индустрије у Европској унији износи око 289.000 предузећа. Највећи број, око 285.000 или 99,1% укупног броја, представљају ММСП која стварају готово 49,5% прихода и запошљавају преко 62% радника. Просечно предузеће из области прехранбеног сектора запошљава 16 радника, што је мање у односу на неке друге секторе попут фармацеутске или аутомобилске индустрије, али више од просека прерађивачке индустрије у ЕУ (14 радника). Прехранбена индустрија у ЕУ је врло разнолика, међутим свега



пет сектора остварује око 75% укупних пословних прихода и обезбеђује око 80% укупне запослености.

**Табела 3:** Удео највећих сектора прехранбене индустрије у пословним приходима, створеној додатој вредности, укупном броју предузећа и запослености (% у 2015.)

Показатељ	Пословни приходи (%)	Додата вредност (%)	Број предузећа (%)	Запослених (%)
Пекарска индустрија	10	19	53	32
Месна индустрија	20	14	13	21
Остали производи	16	21	9	14
Индустрија пића	14	18	9	10
Млекарска индустрија	14	9	4	8

*Извор: FoodDrinkEurope – Data and Trends, EU Food and Drink Industry, 2016*

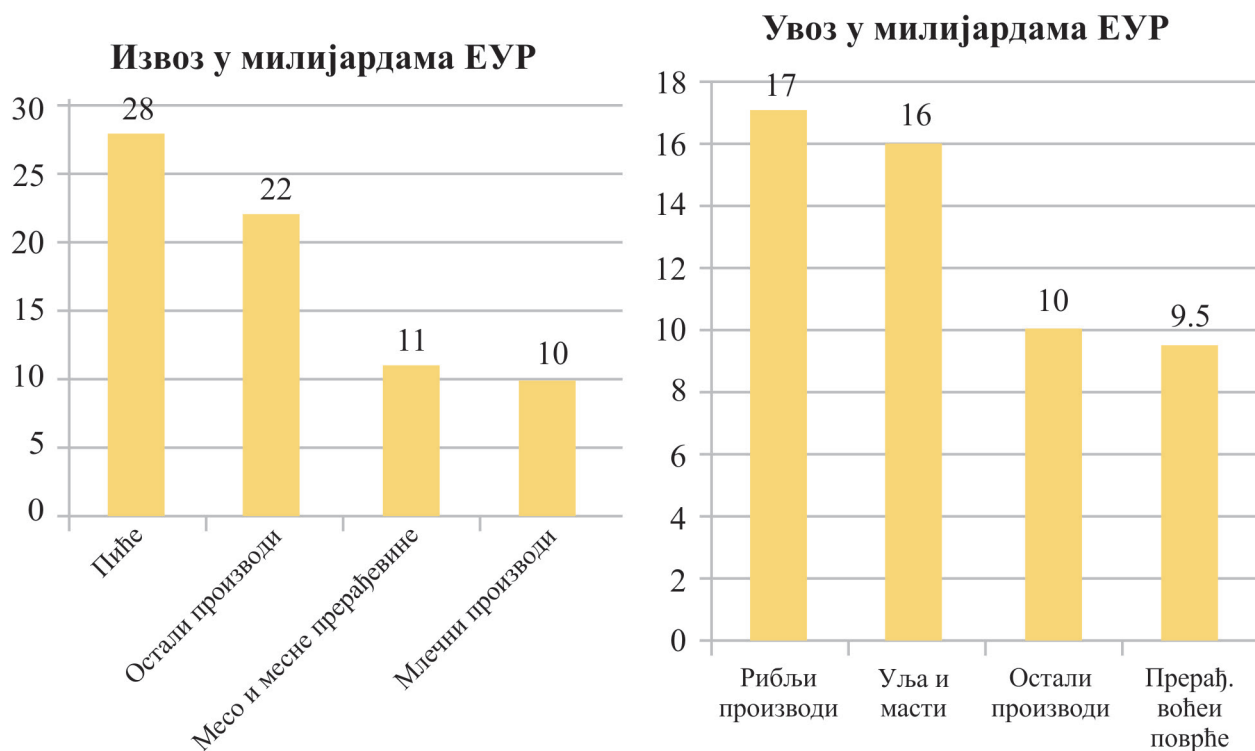
Иако сектори наведени у табели изнад имају највеће пословне приходе и највећи број предузећа, што се продуктивности тиче ту је ситуација потпуно другачија. Сектори који остварују највећу продуктивност су:

- индустрија пића – 82.000 ЕУР/запосленом
- производња сточне хране – 81.000 ЕУР/запосленом
- остали производи – 74.000 ЕУР/запосленом
- млинска индустрија – 69.000 ЕУР/запосленом
- индустрија уља и масти – 68.000 ЕУР/запосленом.

Истраживања и развој су основ конкурентности у ЕУ. У 2015. години је за ове сврхе издвојено 2,5 милијарди ЕУР. Најзаступљенији сектори у делу иновација су млечни производи, безалкохолна пића, готова јела, месо и месне прерађевине и зачињени смрзнути производи.

ЕУ представља највећег извозника прехранбених производа на свету, обзиром да учествује у укупном извозу са 17,8%. Међутим, ЕУ представља и значајног увозника прехранбених производа са око 73 милијарди ЕУР годишњег увоза. Најзначајнији производи трговинске размене ЕУ приказани су на графикону 2.

Графикон 1: Структура извоза и увоза прехранбених производа у ЕУ, најважније категорије



Основни циљеви развоја прехранбене индустрије у ЕУ су јачање конкурентности, изградња јединственог тржишта, унапређење могућности за трговину, подстицање истраживања и развоја, иновативност, подизање капацитета запослених и унапређење пословања унутар ланаца вредности.

### 4.3. Карактеристике прехранбене индустрије у Србији

Прехранбена индустрија је привредна грана са дугом традицијом и великим значајем за целокупну привреду Србије. Обухвата прехранбену индустрију и индустрију пића, односно производњу широке лепезе врло различитих производа. Прехранбену индустрију карактерише постојање релативно великог броја предузећа, постојање великих предузећа, значајна запосленост и позитивни резултати у спољно-трговинској размени.

Прехранбена индустрија учествује у стварању БДП Републике Србије са 3,7% до 4,3%, а заједно са пољопривредном производњом овај сектор учествује у формирању БДП са 10% до 13% у зависности од посматране године. У структури БДП-а удео производње прехранбених производа варира између 3,0% до 3,5%, док је удео производње пића између 0,7% и 0,9%. Србија је у 2015. години у прехранбеној индустрији остварила 6 милијарди ЕУР прихода и бруто додату вредност у износу од 1,1 милион ЕУР и на тај начин овај сектор је допринео бруто додатом

вредности прерађивачке индустрије са 25%. Бруто додата вредност се углавном стварала у области производње прехранбених производа, док код производње пиће готово да и није било раста. Сектор је радно интензиван и запошљава преко 70.000 запослених у 3.907 привредних субјеката. Зараде у производњи прехранбених производа и производњи пића бележе тренд раста у претходном периоду и у 2015. години су износиле 52.228 РСД, односно 90.093 РСД. Док су зараде у производњи пића значајно изнад просека Републике Србије, у производњи прехранбених производа су зараде значајно ниже.

Прехрамбена индустрија остварује извоз од скоро 1,5 милијарди ЕУР што представља око 12% укупног извоза Републике Србије. При томе се у спољнотрговинској размени остварује суфицит од преко 600 милиона ЕУР. У групи од 100 највећих предузећа по пословном приходу и нето добитку се налазило по 14 предузећа из прехранбене индустрије.

**Табела 4:** Предузећа из прехранбене индустрије која се налазе међу 100 највећих предузећа у Србији по пословним приходима и нето добитку, 2015

Пословни приходи		Нето добитак	
Предузеће	Ранг	Предузеће	Ранг
Соса Сола НВС-Србија, Земун	17	Суноко д.о.о., Нови Сад	9
АД Имлек, Београд	34	Соса Сола НВС-Србија, Земун	20
Викторија оил а.д., Шид	52	ИМ Матијевић д.о.о., Нови Сад	26
ИМ Матијевић д.о.о., Нови Сад	54	Фриком д.о.о., Београд	30
Суноко д.о.о., Нови Сад	58	Концерн Бамби а.д., Пожаревац	33
Соја протеин а.д., Бечеј	63	Соја протеин а.д., Бечеј	42
Дијамант а.д., Зрењанин	64	АПА д.о.о., Апатин	46
АПА д.о.о., Апатин	73	Штарк д.о.о., Београд	64
Фриком д.о.о., Београд	74	Викторија оил а.д., Шид	81
Штарк д.о.о., Београд	81	Сомболед д.о.о., Сомбор	82
Марбо продукт д.о.о., Београд	87	Carnex d.o.o., Врбас	83
Nestle Adriatic S d.o.o., Београд	89	Jaffa d.o.o., Црвенка	94
Swisslion d.o.o., Београд	98	Рубин а.д., Крушевац	95
Carlsberg Srbija d.o.o., Челарево	99	Swisslion d.o.o., Београд	97

*Извор:* АПП - Сто нај привредних друштава у РС, 2015.

Међутим, потребно је напоменути да у табели изнад нису приказана предузећа која су по основној делатности регистрована у другим секторима, а која поседују велике прерадне капацитете у прехранбеној индустрији попут Викторија групе, МК Комерца, Еликсира, Делта агара и сл.

**Табела 5: Индикатори пословања прехранбене индустрије**

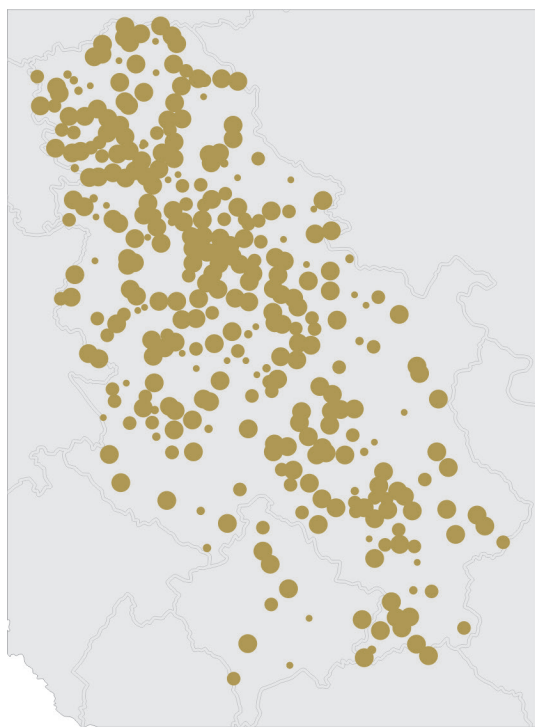
Индикатор		Прехранбена индустрија и индустрија пића (КД 10 и 11)
1	Укупан број привредних субјеката	3.907
	• По начину регистрације:	
	○ Број привредних субјеката, 2015. год.	2.478
	○ Број предузетника, 2015. год.	1.429
	• По величини:	
	○ Број ММСП, 2015. год.	3.854
	○ Број великих предузећа, 2015. год.	53
	• По власничкој структури	
	○ Број привредних субјеката у домаћем власништву, 2015. год.	2.210
	○ Број привредних субјеката у страном власништву, 2015. год.	234
	○ Број привредних субјеката у државном власништву, 2015. год.	34
2	Број запослених 2015. год.	71.273
3	Просечан годишњи раст запослености у периоду 2006.– 2015. год.	-3%
4	Просечне бруто зараде по запосленом	
	• Прехранбена индустрија, 2015. год. (РСД)	52.228
	• Индустрија пића, 2015. год. (РСД)	90.093
5	Пословни приходи (000 РСД)	687.411.050,0
6	Трошкови зарада, накнада и остали лични расходи/запосленом (000 РСД)	880,3
7	Раст сектора - Годишња стопа раста пословних прихода, 2006-2015. год.	5%
8	Бруто додата вредност (000 РСД)	122.171.325
9	Бруто додата вредност/броју запослених (000 РСД)	1.787,1
10	Учешће нето добити у пословним приходима (%)	4,0
11	Учешће сектора у БДП-у Србије 2015. год. (%)	4,1

Извор: ПКС и ЦЕВЕС – Анализа ланца вредности у прехранбеној индустрији, 2016 и [www.stat.gov.rs](http://www.stat.gov.rs)

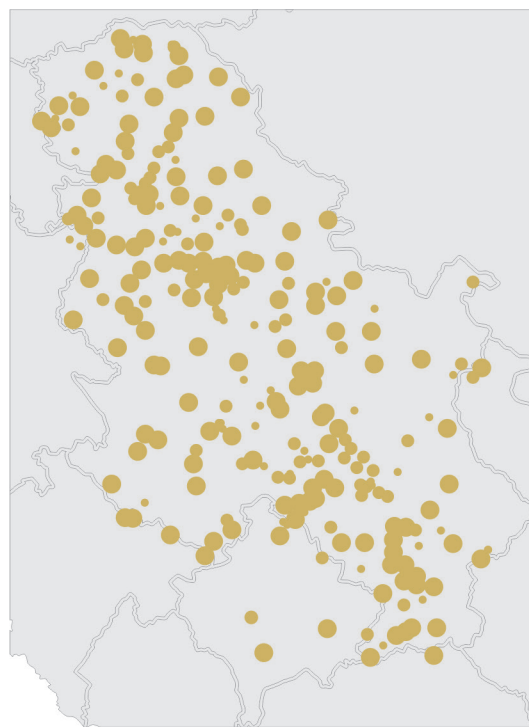
### 4.3.1. Структура и успешност пословања привредних субјеката

У Републици Србији послује око 4.000 правних лица из области прехранбене индустрије и она представљају око 4% укупног броја правних лица. Број предузећа који послује у прехранбеној индустрији се постепено смањује у последњих пет година, а што се може објаснити постепеном концентрацијом и специјализацијом сектора. Предузећа која послују у области производње прехранбених производа представљају око 89%, а у производњи пића 11% свих правних лица у прехранбеној индустрији. По броју правних лица која послују у области прехранбене индустрије Република Србија се налази на 15. месту у ЕУ, испред Аустрије (3.872), међутим, представља свега нешто више од 1% укупног броја правних лица из прехранбене индустрије која послују у ЕУ, обзиром на број правних лица која послују у најразвијенијим земљама попут Француске (62.225) и Италије (54.931).

У структури правних лица доминирају микро, мала и средња предузећа и предузетници која представљају око 99% укупног броја правних лица, а што одговара структури прехранбене индустрије у ЕУ где МСП представљају 99,2% укупног броја правних лица. Број великих предузећа се значајно смањило у последњих десетак година и резултат је завршетка процеса приватизације и стечаја некада великих привредних друштава из овог сектора. Велика предузећа послују у готово свим гранама прехранбене индустрије. Најбројнија су у производњи пекарских производа и тестенина, преради и конзервисању меса и производа од меса, производњи пића и производњи млечних производа.



*Слика 2: Распрострањеност правних лица прехранбене индустрије, 2015.*



*Слика 3: Распрострањеност предузетника прехранбене индустрије, 2015.*

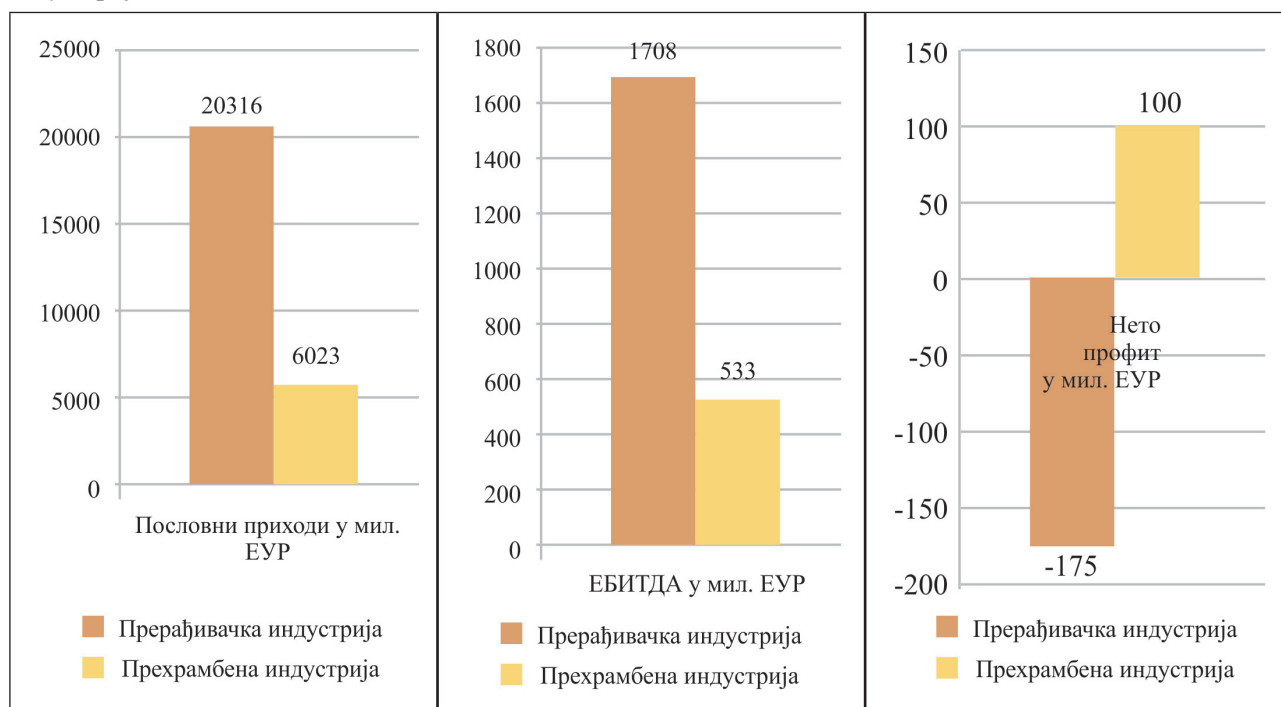


Правна лица у домаћем власништву представљају доминантну категорију правних лица која послују у прехранбеној индустрији (3.434), али је значајан и број (234) правних лица у страном власништву. У структури власништва се још увек јављају правна лица у државном власништву (34), али је за очекивати да ће ова категорија власништва у прехранбеној индустрији нестати у наредном периоду.

Глобално посматрано прехранбена индустрија је по правилу најразвијенија у богатим привредним подручјима, као и у близини великих потрошачких средина обзиром да је њен главни задатак подмиривање прехранбених потреба потрошача. Сличан тренд се јавља и у Републици Србији. Прехранбена индустрија је сконцентрисана у области Србија-север која просторно представља мање од 30% површине РС. У овој области послује нешто преко 50% правних лица из прехранбене индустрије, међутим у овој области је сконцентрисан највећи број средњих и великих правних лица.

Велики прерадни капацитети у индустрији уља и шећера се готово искључиво налазе у Војводини. У производним гранама производње млечних производа, прераде и конзервисања меса и производа од меса, производњи млинских и пекарских производа, производњи пива итд. велики прерадни капацитети се налазе готово искључиво у области Србија-север, док се занатске млекаре, кланице и пекаре налазе у обе области. У области Србија-југ се налази већи број прерадних капацитета који се бави прерадом и конзервисањем воћа и поврћа (хлађење и замрзавање воћа). Са друге стране, највећи број предузетника по процењеним подацима РЗС за 2015. годину<sup>13</sup> послује у региону Шумадије и Западне Србије и Војводине. Знатно мањи број предузетника је активан у региону Јужне и Источне Србије и Београду.

**Графикон 2:** Поређење пословних прихода, нето профита и ЕБИТДА прерађивачке и прехранбене индустрије, 2015.



*Табела преузета од: ПКС и ЦЕВЕС: Анализа перформанси ланца вредности прехранбеног сектора, 2016*

13. РЗС – Радни документ – Предузетници у РС, 2015

Прехрамбену индустрију Републике Србије чини 20% свих предузећа која послују у прерађивачкој индустрији, запошљавају 21% свих радника прерађивачке индустрије и остварује 27% укупних пословних прихода прерађивачке индустрије Србије. Али за разлику од прерађивачке индустрије која бележи нето губитак, прехрамбена индустрија је у 2015. години остварила 100 милиона ЕУР нето профита. Пошто је прехрамбена индустрија изузетно диверзификована, успешност пословања предузећа зависи од подсектора у коме послују.

**Табела 6:** Индикатори стања у прехрамбеној индустрији и најважнијим подсекторима

Показатељ	Број пред.	Број запослених	Пословни приходи (мил. ЕУР)	ЕБИТДА, (мил. ЕУР)	БДВ (мил. ЕУР)
Прехрамбена индустрија	3.907	71.273	6.023	533	1.063
Месо и месне прерађ.	442	11.535	746	46	111
Прерада воћа и поврћа	648	7.849	810	61	118
Уља и масти	36	2.141	459	47	67
Млеко и млечни произ.	203	5.781	603	72	126
Млински пекарски произ.	1.439	22.985	1.044	78	206
Производња шећера	12	1.025	261	28	43
Остали производи	458	5.491	495	37	88
Кондиторски производи	105	2.975	178	18	36
Храна за животиње	194	3.592	542	35	61
Безалкохолна пића	121	3.922	495	57	107
Производња пива	29	2.287	278	41	76
Жестока пића	115	784	55	8	13
Производња вина	105	906	58	5	10

*Табела преузета од: ПКС и ЦЕВЕС: Анализа перформанси ланца вредности прехрамбеног сектора, 2016*

У поређењу са ЕУ, удео броја предузећа по подсекторима у прехрамбеној индустрији Републике Србије се значајно разликује. Док је у ЕУ удео предузећа у производњи пекарских производа и тестенине 53%, у Србији је тај проценат 22,17% (иако их је апсолутно највећи број), а прерада и конзервирање воћа и поврћа у ЕУ износи свега 4%, док је у Србији 19,11%.

**Графикон 3: Удео броја правних лица по појединим подсекторима у РС и ЕУ, 2014.**



*Извор: НАЛЕД, [www.naled-serbia.org](http://www.naled-serbia.org); Data and trends in Food Industry, 2015*

Прехрамбена индустрија је радно интензивна привредна грана која је у 2015. години запошљавала 71.273 радника. Запослени у сектору прехранбене индустрије чине 6,9% укупно запослених, и после сектора трговине на велико и мало и саобраћаја, прехранбена индустрија апсорбује највише запослених. Ако би као критеријум узели запосленост у прехранбеном сектору, Србија би заузела 16. место у ЕУ, али је далеко од земаља са најразвијенијом прехранбеном индустријом попут Француске (619.500), Немачке (559.800) и Шпаније (479.800).

Производне гране са највећим бројем запослених су производња пекарских производа и тестенина и прерада и конзервисање меса и производа од меса, док је најмањи број запослених у производњи биљних и животињских масти и уља и производњи готове хране за животиње.

У Србији је присутан тренд смањења броја запослених у сектору прерађивачке индустрије и индустрије пића, односно у периоду од 2006-2015. године просечна стопа пада запослености је износила 3%. Пад запослености је највећим делом узоркован транзиционим процесом, односно процесом приватизације великих прерађивачких капацитета или њиховим стечајем. Највеће смањење запослености у претходном периоду се бележи у индустрији пића, преради и конзервисању меса и производа од меса и производњи млинских производа, а најмање у производњи готове хране за животиње.

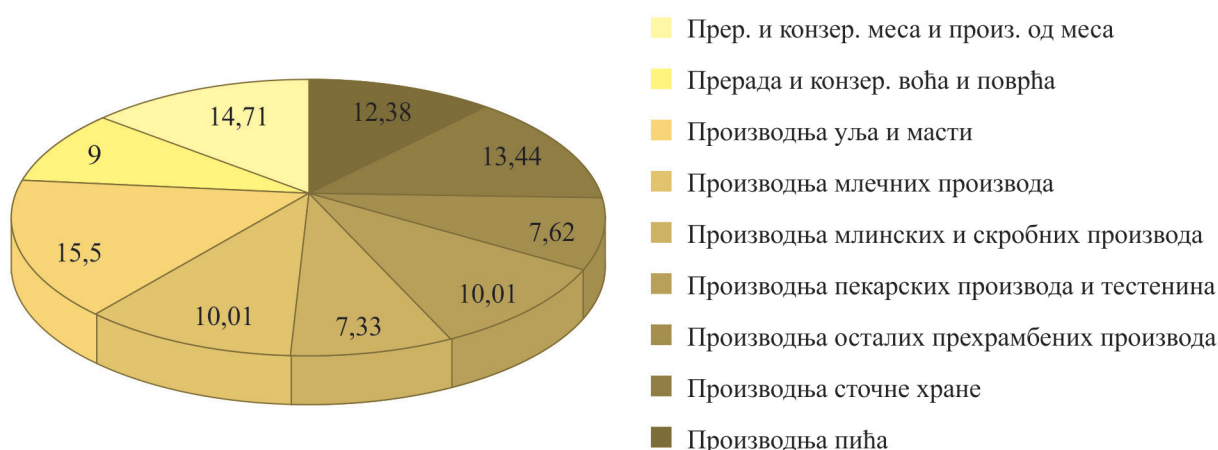
У прехранбеној индустрији 39,68% запослених ради у великим предузећима, док сектор МСП запошљава 60,32% укупног броја запослених, а што је слично ЕУ у којој МСП запошљавају 62,8% укупног броја запослених у прехранбеној индустрији. Просечно привредно друштво у прехранбеној индустрији запошљава око 18 радника, што је изнад просека РС, али и ЕУ, где просечно привредно друштво у овој области запошљава око 16 радника.

Код НСЗ се налази 37.837 лица која траже посао у области пољопривреде, производње и прераде хране. Ово је најмањи број незапослених у овом сектору од 2011. године<sup>14</sup>. Највећи удео у овој категорији незапослених лица представљају прерађивачи хране и пића. Повећање запослености у наредном периоду ће бити директно повезано са повећањем производње, отварањем нових прерадних капацитета, отварањем нових тржишта, развојем ланаца вредности, побољшањем ланаца снабдевања и јачањем домаће потрошње.

Пословни приход у прехранбеној индустрији има тренд раста од 2007. године и у последње три године износи преко 650.000 мил РСД. Србија би се по оствареном приходу у прехранбеној индустрији налазила на 20. месту у ЕУ, уз Бугарску и Хрватску. Земље у којима прехранбена индустрија остварује највећи пословни приход у ЕУ су Француска (184,5 милијарди ЕУР), Немачка (172,2 милијарди ЕУР) и Велика Британија (120,9 милијарди ЕУР). Остварени пословни приход у прехранбеној индустрији представља 8,3% укупног пословног прихода Србије, а као и у ЕУ прехранбена индустрија представља водећу област у прерађивачкој индустрији.

Пословни приход у прехранбеној индустрији има тренд раста од преко 7% годишње. Раст пословног прихода се остварује првенствено у области производње прехранбених производа обзиром да се у производњи пића остварује значајно мањи раст у посматраном периоду, а што је добрим делом резултат високе стартне основе производње пића у 2006. години. Највећи пословни промет се остварује у производњи осталих прехранбених производа, производњи пића, преради и конзервасању меса и производа од меса и преради и конзервасању воћа и поврћа мада је структура прихода релативно равномерно распоређена унутар производних група. Структура пословног промета се разликује у односу на ЕУ просек где око 75% пословних прихода остварују месна индустрија, пекарска индустрија, производња млечних производа, индустрија пића и остали производи.

**Графикон 4:** Удео појединих грана у структури пословних прихода прехранбене индустрије (у %)

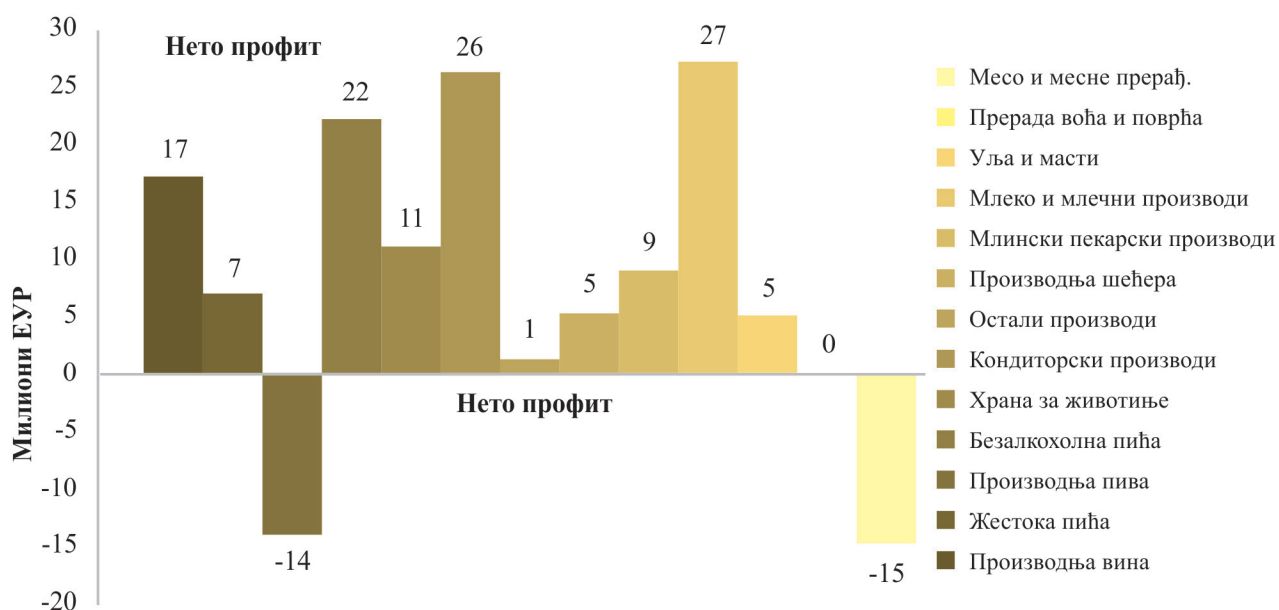


14. Извор података: НЗС- Подаци из августа 2016

Највећа стопа раста пословног прихода у претходном периоду се бележи код прераде и конзервисања воћа и поврћа, производње готове хране за животиње и производње осталих производа.

Сектор је профитабилан у својој основној делатности обзиром да је ЕБИТДА износила 533 милиона ЕУР, док је нето профит сектора износио око 100 милиона ЕУР. Највећи нето профит се остарује у секторима производње безалкохолних пића, шећера, млека и млечних производа и меса и месних прерађевина.

**Графикон 5: Нето профит по подсекторима прехрамбене индустрије**



*Извор: ПКС и ЦЕВЕС: Анализа перформанси ланца вредности прехрамбеног сектора, 2016*

Физички обим производње прехрамбених производа се не може генерализовати. Велике разлике у производњи и трендовима су присутне унутар производних грана, у зависности од групе производа у производној грани.

Грана	Карактеристике физичког обима производње
10.1	У делу прераде и конзервисања меса су присутне велике варијације по годинама, али уз благи тренд повећања производње како меса тако и месних прерађевина. Највећа производња меса од скоро 80.000 т је остварена 2015. године, а највећа производња месних прерађевина је остварена 2012. године и износила је преко 100.000 т.
10.2	Прерада и конзервисање рибе, љускара и мекушаца је једина грана у којој се бележи стални и значајан тренд пада производње од 2010. године.



Грана	Карактеристике физичког обима производње
10.3	Код прераде и конзервисања воћа и поврћа се бележи значајан раст прераде кромпира од 2014. године, тако да је тренутни обим производње око 8.500 т. Производња сокова од воћа и поврћа је релативно стабилна и варира у интервалу од 200.000-217.000 т/година. У овој групи производа се бележи огроман пораст производње код прераде и конзервисања воћа и поврћа. Производња има стални тренд раста и подигнута је у односу на 2010. годину за 105.255 т, односно 244%. Резултат је, првенствено, растуће извозне тражње за малином али и другим воћем. У структури производа доминира замрзнуто воће, док су остали видови прераде знатно мање заступљени.
10.4	Производњу сирових и рафинисаних масти и уља карактеришу огромне варијације у производњи у зависности од године. Производња рафинисаних масти и уља је нпр. у 2011. години износила свега око 142.000 т, али је у 2014. години достигла преко 190.000 т. Производњу маргарина и сличних јестивих масти карактерише константан пад производње.
10.5	Производња млека се у последњих шест година смањила са 4,8 на 4,2 мил. хл., међутим, овај пад је делимично резултат повећања производње млечних производа и сладоледа. Код млечних производа се бележи повећање производње са 244.000 т у 2010. години на 263.000 т у 2015. години, док је производња сладоледа у истом периоду повећана са 10.750 т на 19.559 т.
10.6	Производња млинских производа се карактерише значајним варијацијама у зависности од посматране године, али је у највећем броју година износила око 800.000 т. Варијације су резултат високе повезаности са примарном производњом и оствареним приносима, али и цена на домаћем и међународном тржишту. Производња скроба и скробних производа, међутим, бележи константан пораст. Производња се само у 2014. години повећала за 228%. Тренд је настављен и у 2015. години када је произведено готово 100.000 т. ових производа.
10.7	Производња хлеба, свежих пецива и колача је најчешће око 180.000 т/година, али је у 2015. години остварена производња од скоро 205.000 т. Производња двопека, трајних пецива и колача, као и тестенина има тренд раста од 2013. године, тако да је обим производње у 2015. години износио 104.751 т код двопека, трајних пецива и колача, односно 21.639 т код тестенина.
10.8	Производња рафинисаног шећера је као и производња млинарских производа високо зависна од примарне производње и тржишних цена тако да се бележе велике годишње варијације. У 2014. години је нпр. произведено 545.957 т, а већ у 2015. години је остварена значајно нижа производња од 329.440 т.
	Производња какаа, чоколаде и кондиторских производа, као и прерада чаја и кафе су релативно стабилне производње са малим варијацијама по годинама. Производња какаа, чоколаде и кондиторских производа износи 42.000-46.000 т/години, а кафе и чаја 21.000-24.000 т/години. Међутим, производња зачина и других додатака храни бележи константно повећање производње у протеклом периоду, односно производња се повећала са 33.000 на 47.000 т/година
10.9	Код производње хране за животиње се бележе различити трендови у зависности од производне групе. Производња сточне хране варира у великом обиму у зависности од посматране године, да би у 2015. години достигла рекордну производњу од око 950.000 т. С друге стране производња хране за кућне љубимце бележи константан раст, тако да се ова производња од 2010. године повећала са 2.663 т на 27.088 т у 2015. години

Грана	Карактеристике физичког обима производње
11.1	У индустрији пића постоје различити трендови. Производња дестилованих алкохолних пића се константно смањује и тренутни обим производње износи око 60.000 хл/година.
	Производњу вина карактеришу велике варијације. У 2014. години је нпр. произведено свега 198.215 хл вина, али је већ у 2015. години остварена производња од преко 240.000 хл.
	Производња пива је релативно стабилна и варира од 5.200.000-5.800 000 хл/година.
	Производња освежавајућих пића, минералне воде и остале флаширане воде варира у значајном обиму, али генерално посматрано има тренд раста тако да је у 2015. години произведено 13.251.201 хл.

Производни подаци код највећег броја производа варирају у зависности од године, а што указује на чињенице да производња зависи од остварених резултата у примарној производњи али и да се у прехранбеној индустрији не ради са пуним производним капацитетима.

Степен концентрације привредних субјеката зависи од посматраног сектора. Највећа је у индустрији уља, шећера и пића, а најмања у преради воћа. Међутим, у свим подсекторима прехранбене индустрије постоји снажна тржишна конкуренција, а производња је изузетно еластична на кретање понуде и тражње. Овакви услови су изузетно повољни за даљи развој МСП, међутим њихово укључење у ланце вредности је још увек недовољно, односно већина их је усмерена на локална тржишта.

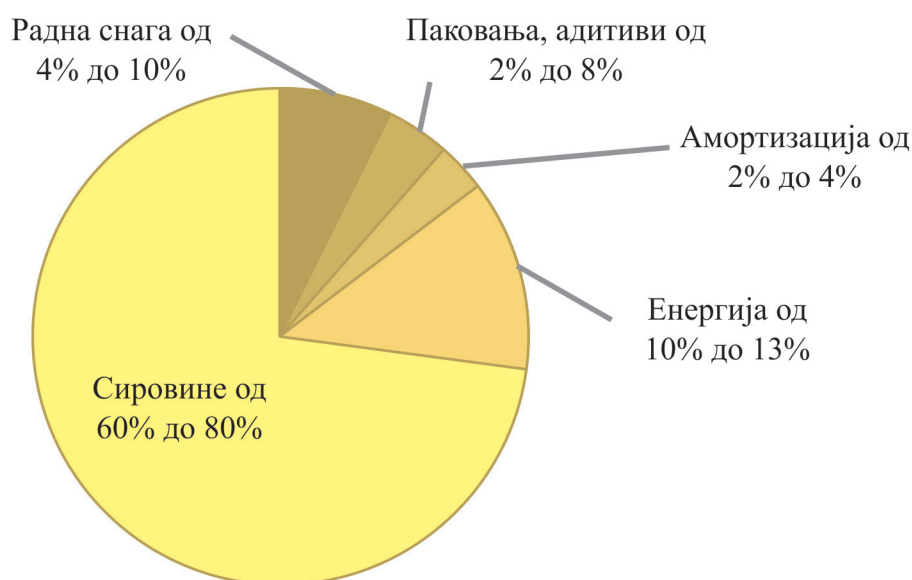
Индикатори успешности пословања, посматрани са становишта националне прехранбене индустрије, показују ситуацију много бољом, него што то она у суштини јесте. Изузетне перформансе углавном постижу велика предузећа, као и предузећа која су настала кроз стране директне инвестиције, а која представљају свега око 5% укупног броја предузећа из прехранбене индустрије.

Основни разлог за овакво стање је то, што је просечно МСП у прехранбеној индустрији „мала породична фирма”, која има три запослена радника, остварује мање од 100.000 ЕУР прихода годишње и профит од 1.500 ЕУР. Највећи број ових предузећа је концентрисан на локално тржиште (пекаре, месаре, млекаре и сл.). У таквој ситуацији предузећа немају развојних планова, немају довољно капацитета за економију обима, нити имају капацитета да диверзификују производњу, при чему је запостављено увођење нових линија и производа. Ова предузећа по правилу набављају сировину лошијег квалитета, а што резултира великим осцилацијама у квалитету производа. Додатно, овом проблему доприноси и непостојање стандарда, као и непоштовање и недовољна контрола постојећих стандарда у производњи. Недовољна предвидивост у пословању МСП прехранбене индустрије условљена је непостојањем дугорочних уговорних односа са произвођачима сировина, са једне стране и лошом преговарачком позицијом са великим супермаркетима и главним дистрибутерима са друге. Поред тога уочени су савремени трендови код великих произвођача и супермаркета који се радије опредељују да заокруже сопствену производњу него да успоставе сарадњу са локалним произвођачима.

### 4.3.2 Трошкови производње и продуктивност рада

У структури трошкова доминирају трошкови набавке сировине, енергената и радне снаге, и са мањим уделом инпути (адитиви, амбалажа и сл.) и амортизација опреме. Иако структура трошкова производње зависи од подсектора у коме послује предузеће, просечна структура је приказана на графикону 7.

**Графикон 6:** Просечна структура производних трошкова



Највећу ставку у трошковима производње представља набавка сировине. У овом делу је највећи део прехранбене индустрије високо зависан од производних резултата у пољопривредној производњи, а пољопривредна производња у Србији је изузетно зависна од временских прилика. Цена једног броја пољопривредних производа попут ратарских култура је берзански дефинисана, док су код једног броја производа (млеко, поједине врсте стоке и сл.) цене релативно стабилне у дужем временском периоду. Међутим, делови прехранбене индустрије имају значајних проблема у пословању услед постојања ценовних варијација. Овај тренд је највише изражен у воћарској производњи, али је претходних година био присутан и у производњи меда, живинског и свињског меса, поврћа итд.

Предузећа из највећег броја привредних грана имају проблем са набавком довољне количине сировине као и са набавком сировине одређеног квалитета. У великом броју случајева предузећа у потрази за великим пољопривредним произвођачима и/или квалитетном сировином организују откуп у удаљенијим подручјима, а што значајно подиже трошкове транспорта, а самим тим оптерећује и цену сировина. Мала предузећа немају организовану мрежу откупа, док су средња и велика предузећа формирала мрежу произвођача са којима сарађују. Међутим, овај вид сарадње у

највећем броју случајева није уговорно дефинисан, а што пружа слободу како пољопривредним произвођачима тако и прерадним капацитетима у погледу продаје, односно откупа. Овај систем пословања представља велики проблем прехрамбеној индустрији обзиром да не може дугорочно да планира повећање и подизање квалитета производње.

Трошкови енергије већ сада значајно оптерећују цену финалног производа, док је пројектован континуран раст цене енергената у наредном периоду. Веома важан аспект смањења трошкова пословања представља рад на подизању енергетске ефикасности. Произвођачи још увек нису довољно свесни да су инвестиције у унапређење енергетске ефикасности и у коришћење обновљивих извора енергије исплативе на дужи временски период и да значајно доприносе смањењу трошкова производње, а самим тим и подижу њихову конкурентност на тржишту. У овом делу би држава могла пружити значајну подршку прерадним капацитетима из области прехрамбене индустрије.

Трошкови амортизације опреме су релативно ниски, пре свега зато што је технолошка структура прехрамбене индустрије изузетно неповољна. Привреда Србије технолошки заостаје за ЕУ у просеку 29,5 година.<sup>15</sup> Структурна анализа по технолошким групама у 2015. јасно указује да скоро 80% учешћа имају индустријске гране са ниском и средње-ниском технологијом, што представља најнеповољнију технолошку структуру у региону. Прехрамбена индустрија у погледу технолошке структуре дели судбину српске прерађивачке индустрије и по технолошкој специјализацији спада у секторе средње-ниске технолошке специјализације. Застарелост опреме је велика, а инвестиције у технологију недовољне. Због слабе технолошке опремљености и застареле опреме произвођачи нису у стању да креирају нове производе или додату вредност. Велики број предузећа користи опрему старију од 10 година, а њихове недостатке надокнађују јефтином радном снагом. Постојећа опрема је ограничавајући фактор развоја целокупног сектора. Додатни проблем представља ограничена понуда од стране домаће индустрије. Највећи број домаћих произвођача опреме нуди јефтину опрему (у односу на иностране произвођаче) ограничених перформанси и лошијег квалитета. Овом опремом се не може обезбедити високи квалитет производа или могућност за производњу нових производа, те је прехрамбена индустрија усмерена на увоз опреме. Међутим, набавка нове опреме представља предуслов развоја сектора, а инвестиције у нову опрему се могу спровести само кроз бољи приступ изворима финансирања или кроз активну подршку државе.

Трошкови амбалаже чине значајан део у производњи прехрамбених производа зато што директно утичу на квалитет, здравствену безбедност и карактеристике финалног производа. Развојем прехрамбене индустрије у Србији, развила се и производња амбалаже (папирних и пластичних паковања и лименки) и то пре свега амбалаже од пластике. Индустрија амбалаже је значајно супституисала увоз амбалаже и тиме смањила трошкове производње у прехрамбеној индустрији.

Трошкови радне снаге/зараде у производњи прехрамбених производа и производњи пића бележе тренд раста у претходном периоду, те су у 2015. години износиле 52.228 РСД, односно 90.093 РСД у индустрији пића.

15. „Економист”, бр. 620, април 2012. године

**Табела 7:** Просечне бруто зараде у периоду 2006-2015. год., РСД

Показатељ	2011	2012	2013	2014	2015
Производња прехранбених производа	41.949	45.938	49.264	50.133	52.228
Производња пића	70.693	78.393	80.889	80.146	90.093
Прерађивачка индустрија	45.269	49.236	51.742	53.094	56.471
Просек РС	52.733	57.430	60.708	61.426	61.145

*Извор:* РЗС - Статистички годишњак РС, 2007-2016.

И поред тренда раста, бруто зараде у производњи прехранбених производа су ниже у односу на прерађивачку индустрију и просек Републике Србије. На другој страни, бруто зараде у индустрији пића су далеко изнад просека, како прерађивачке индустрије, тако и просека Републике Србије. Упркос томе, највеће замерке привредника се односе на високе трошкове социјалног и здравственог осигурања радника и пореског оптерећења за које се сматра да могу бити нижи. Поред наведеног, овај сектор прати недостатак квалификованих радника али и стручњака. Међутим, послодавци у сектору прехранбене индустрије нису спремни да инвестирају у развој сопствених кадрова, већ радије квалификовану и искусну радну снагу траже на тржишту рада.

Трошкови заштите животне средине нису значајни у овом тренутку. Значај и вредност ових трошкова ће се међутим повећавати са приступањем ЕУ и усвајањем и применом у пракси прописа који се односе на заштиту животне средине. Прилагођавање у овом сегменту пословања ће представљати огромни трошак кога нико у овом тренутку није свестан.

Горе наведено указује да је смањење производних трошкова могуће, али да је у овом делу пожељна подршка државе кроз различите развојне програме пре свега у подизање енергетске ефикасности, обнову опреме, али и едукацију радника и стручног кадра.

Сви горе наведени фактори/трошкови директно утичу на продуктивност прехранбене индустрије. Прехранбена индустрија у Србији није довољно ефикасна, а што се огледа у ниском нивоу продуктивности. У 2015. години је продуктивност прехранбене индустрије износила 16.122 ЕУР. Постојећа продуктивност је знатно нижа у односу на просечну продуктивност у ЕУ која износи 47.000 ЕУР/запосленом, односно представља око 30% од ЕУ просека.

**Табела 8:** Продуктивност сектора у РС и ЕУ, (000 ЕУР), 2015

Показатељ	Република Србија	ЕУ
Прехранбена индустрија	16.200	47.000
Месо и месне прерађевине	10.400	33.000
Прерада воћа и поврћа	16.300	51.000
Уља и масти	34.000	68.000

Млеко и млечни производи	23.700	56.000
Млинско и пекарски производи	9.700	69.000
Остали производи		
Шећер	47.600	74.000
Кондиторски производи	13.400	
Остали прехранбени производи	17.200	
Храна за животиње	18.200	81.000
Пића		
Производња вина	12.500	82.000
Жестока пића	18.300	
Производња пива	37.800	
Безалкохолна пића	29.600	

*Извори: ПКС и ЦЕВЕС - Анализа перформанси ланца вредности, 2016; FoodDrinkEurope – Data and Trends, 2016*

У периоду од 2009. године продуктивност се повећавала за мање од 1% годишње. У овом периоду је дошло и до значајнијег смањења броја запослених у сектору тако да се раст продуктивности пре може објаснити смањењем запослености него улагања у нове технологије. Разлози лоше продуктивности се налазе у недовољно доброј организацији, технолошком заостајању и недостатку знања и иновација. Постојећи проблеми се огледају у постојању старе опреме код једног броја прерадних капацитета и набавци нове опреме која не пружа оптимална технолошка решења у производњи. Највећи проблеми се јављају у преради и конзервасању меса и производа од меса и млинско-пекарској индустрији где се мали број капацитета може сматрати модерним и опремљеним, а што представља проблем у достизању стандарда квалитета и добијања извозних дозвола, посебно за ЕУ.

Повећање продуктивности кроз модернизацију технологије и опреме, као и стручно усавршавање радне снаге су предуслови одрживог раста и конкурентности те самим тим представљају и приоритете развоја у наредним годинама.

### 4.3.3. Еколошки аспекти производње у прехранбеној индустрији

Заштити животне средине се у Србији генерално посвећује мало пажње, а проблеми које носи прехранбена индустрија у значајном броју случајева вуку корене из времена СФРЈ. Они се огледају у постојању великих индустријских капацитета који су рађени без документације, дозвола и мера које би се односиле на заштиту животне средине, али и у присуству прерадних капацитета прехранбене индустрије на локацијама где директно угрожавају животну средину или здравље становништва. Највећи број ових објеката није више у функцији. Један број објеката



је у функцији али ради капацитетима који су знатно мањи од пројектовних, док се свега око 20 прерадних капацитета налази у категорији загађивача за које је потребна интегрисана дозвола. У овој групи се у највећем броју налазе млекаре и кланице због производње органског отпада. Уз њих, потенцијално велике загађиваче представљају велики прерадни капацитети, а то су у Србији првенствено шећеране, пиваре и уљаре.

**Табела 9:** Структура предузећа из прехранбене индустрије која се налазе у регистру великих извора загађивања, 2016

Тип прераде	Број погона
Шећеране	6
Кланице	5
Млекаре	3
Уљаре	3
Пиваре	2
Производња сточне хране	1

Извор: [www.siepa.gov.rs](http://www.siepa.gov.rs)

Прописи који регулишу категорију великих загађивача су Закон о интегрисаном спречавању и контроли загађивања<sup>16</sup> и Уредба о врстама активности и постројења за које се издаје интегрисана дозвола<sup>17</sup>. Уз ове прописе је донешен и низ других законских и подзаконских аката којима се регулише област заштите животне средине. Основни проблеми који се јављају у овом делу се огледају у непотпуној примени ових прописа тако да се један број прерадних капацитета још увек налази ван контроле и дугим роковима за примену стандарда ових прописа у пракси. Наиме, код свих прописа су поштовани стандарди ЕУ, али је рок за примену ових прописа у пракси доста дуг. Тако нпр. великим загађивачима је за решење проблема отпадних вода остављен рок до 31. 12. 2030. године да ускладе своје емисије са дозвољеним граничним вредностима.

Међутим, веома важан проблем прехранбене индустрије представља нерационална употреба воде и енергије. У процесу прања, прераде и складиштења се производе огромне количине отпадне воде. Нпр. за 1 литар млека се произведе 2-6 литара отпадних вода; за 1.000 кг воћа се произведе 1.000 литара отпадних вода итд. Код највећег броја прерадних капацитета се бележи знатно већа потрошња воде и енергије у односу на технолошке нормативе. Проблем нерационалног коришћења ресурса је резултат застарелих технолошких процеса и технологија, а проблеми су посебно изражени код већих или великих прерадних капацитета изграђених средином и крајем прошлог века.

Предузећа су свесна ових проблема али лимитирајући фактор у решавању по правилу представља недостатак финансијских средстава. Наведени подаци указују на неопходност решавања проблема који могу имати утицаја на животну средину, а што треба бити снажно подржано и од стране развојних политика. Уз то, развојне политике у овом делу морају посебно подстицати коришћење обновљивих извора енергије, рационално коришћење ресурса и еколошке иновације.

16. Сл. гласник РС бр. 135/04 и 25/15

17. Сл. гласник РС бр. 84/05

#### 4.3.4. Иновативност и информационе технологије

Прехрамбена индустрија се данас суочава са динамичним техничко-технолошким и економским променама и изазовима који су узроковани сталним захтевима потрошача за новим, квалитетним и здравствено безбедним производима. Опстанак на тржишту се обезбеђује сталним иновацијама које су у складу са захтевима потрошача.

Са друге стране, прехрамбена индустрија у Србији је сектор са традиционално ниским интензитетом истраживања. Иако у Србији постоје 273 организације које су регистроване за послове истраживања и развоја, а у делу који се директно или индиректно може односити на прехрамбену индустрију запослено је преко 8.600 истраживача и 1.000 стручних сарадника који континуирано развијају иновативне производе и технологије, њихове примене у прехрамбеној индустрији нема. Основни разлози за ову ситуацију су:

- постојање јаза између истраживачких програма и развојних потреба прехрамбене индустрије, прехрамбених технолога и истраживача;
- недовољна комуникација између истраживачких организација и привредних субјеката;
- недовољна комуникација између привредних субјеката и потрошача, као крајњих корисника;
- неуважавање ставова потрошача од стране креатора стратегија истраживања и развоја у области прехрамбене индустрије.

Република Србија нема усвојену стратегију паметне специјализације (*Smart Specialisation Strategy S3*) коју је 2011. године донела ЕУ како би се смањиле разлике међу регионима и обезбедио равномеран регионални раст широм Европе. Циљеви ове стратегије су: „фокусирање на идентификовање ниша - подручја конкурентске снаге, решавање великих друштвених изазова - увођећи димензију потражњи-захтева, иновацијска партнерства са наглашеном већом координацијом између различитих друштвених актера (*societal stakeholders*) и усклађивање ресурса и стратегије између приватног и јавног сектора различитих на различитим нивоима власти.”

Кључни покретачи иновација у ЕУ су задовољство код потрошача (57%), здравствени аспект производа (20%) и убеђеност у квалитет и особености производа (16%). Најиновативније групе производа у прехрамбеној индустрији су готова јела (8%), млечни производи (7,5%), безалкохолна пића (6,3%), пикантни смрзнути производи (6,2%), деликатесно месо (5,7), кекс (5,1%) итд. Приватни сектор у ЕУ је покретач процеса истраживања, развоја и иновација у прехрамбеној индустрији и за ове послове годишње издваја 2,5 милијарди ЕУР. Међутим, према подацима FoodDrinkEurope<sup>18</sup>, ЕУ инвестира у истраживање и развој у прехрамбеној индустрији 0,27% од укупног промета, што је око 50% од улагања у истраживање у развој у САД и свега једна трећина вредности улагања у Јапану. Наведени подаци указују да европски

18. <http://www.fooddrinkeurope.eu>

произвођачи, који су традиционално били окренути иновацијама, „губе трку” на глобалном светском тржишту.

Ситуацију у Србији по питању улагања приватног сектора у истраживање и развој најбоље дефинише извештај Светског економског форума. Србија се у извештају Светског економског форума за 2015. годину по улагању приватног сектора у истраживање и развој налази на врло ниском 125. месту иако се по квалитету научно истраживачких институција налази на знатно вишем 69. месту. Удео средстава из приватних и јавних предузећа намењен истраживању је износио свега 8,2% у 2015. години, што значи да науку и истраживање у највећој мери финансира држава. Чак и то мало иновација у прехранбеној индустрији се пре могу окарактерисати као „постепене” иновације, док правих иновативних производа има мање од 2%.

Одступање од постојећих тенденција представљају велика и страна предузећа, посебно она која послују у профитабилним гранама прехранбене индустрије. Ова предузећа у свом саставу имају оделења за развој, често представљају део међународних компанија/конзорцијума, тако да имају стални приступ знању и тржишним информацијама. У циљу подизања конкурентности, профитабилности и већег учешћа у деоби тржишта ова предузећа су стално у процесу иновација како би се задобило поверење потрошача. Генерално посматрано број ових предузећа је врло мали, али она за сада служе као најбољи извор преноса знања у прехранбеној индустрији.

Република Србија се мора окренути развоју иновативних технологија, приступа и пословних модела за прехранбену индустрију, јер је то кључни фактор за јачање њене конкурентности. Кључни циљеви иновативности у прехранбеној индустрији треба да укључе:

- Унапређење квалитета постојећих и проширење асортимана са производима високог квалитета;
- Унапређење капацитета и флексибилности процеса производње, укључујући и развој машина и опреме за прехранбену индустрију;
- Унапређење безбедности хране и контроле квалитета производа прехранбене индустрије;
- Унапређење пословних модела у циљу повећања удела на тржишту.

Србија нема довољно финансијских средстава да подржи иновативни развој прехранбене индустрије, али су јој доступна средства ЕУ која могу значајно да допринесу развоју иновативности прехранбене индустрије. У оквиру ових програма је посебно значајан Хоризонт 2020 програм којим ЕУ подржава повезивање науке и истраживања са привредом и подржава развој иновација које су блиске захтевима тржишта и привреде. Програм посебно подржава иновативност МСП, а један од сектора који се подржава је и прехранбена индустрија.

Информационо комуникационе технологије значајно утичу на комплетан ланац вредности производње хране и пића. Решења информационо комуникационих технологија омогућавају:

- Аутоматизацију производног процеса чиме се омогућава повећање обима производње, смањење трошкова и рационално коришћење ресурса;
- Контрола процеса складиштења чиме се обезбеђује стандардни садржај производа, квалитет појединих састојака и производа у целини, и рационално коришћење производних ресурса попут воде и енергије;

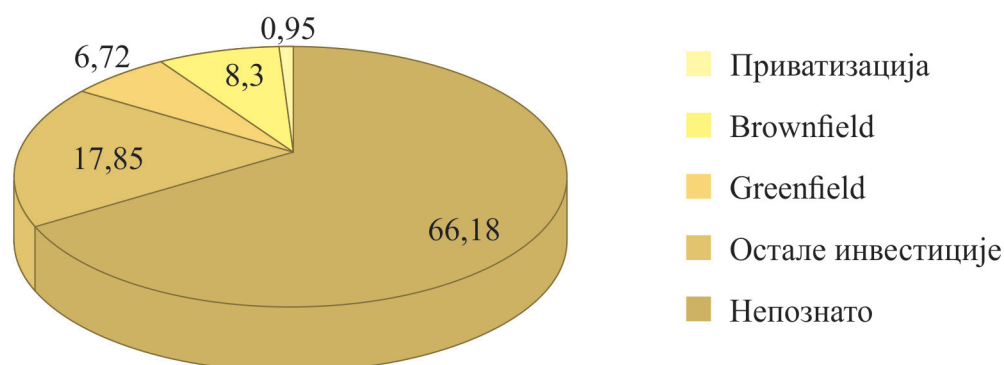
- Контрола производног процеса чиме се обезбеђују квалитет, уједначеност, следљивост, стандарди пословања, безбедности хране и хигијенски стандарди;
- Управљање залихама сировина, инпута и готових производа чиме се олакшава процес набавке, производње, манипулације и дистрибуције;
- Управљање информацијама и формирање база података;
- Константа комуникација са купцима и потрошачима у било ком делу света;
- Олакшано административно, књиговодствено и финансијско пословање;
- Информисање о захтевима тржишта, понуди и тражњи.

#### 4.3.5. Стране директне инвестиције

Према подацима НАЛЕД-а у периоду 2000-2016. године прехранбени сектор је у Србију привукао 3,262 милијарде ЕУР страних директних инвестиција. Највеће инвестиције су остварене у периоду 2001-2005. године, у периоду интензивне приватизације, а највећи обим је остварен 2003. године када је пристигло преко 50% укупних СДИ (1,8 милијарди ЕУР). Охрабрујући податак је да се у 2016. години, након неколико година са малим обимом СДИ, бележи релативно висок ниво инвестиција у прехранбену индустрију (536 мил ЕУР).

Иако је регистровано преко 50 инвестиционих пројеката страних улагача, за разлику од других сектора било је врло мало инвестиција у нове производне погоне. У структури СДИ доминира приватизација државних предузећа, а релативно значајан прилив се остварује и кроз броунфилд улагања.

**Графикон 7:** Структура СДИ у периоду 2001-2016. (у %)



Извор: НАЛЕД – сопствена обрада

У прехранбени сектор у Србији су инвестирала правна лица из преко 20 земаља при чему је највећи број из САД и земаља ЕУ, али су у прехранбену индустрију инвестирала и предузећа из Израела, Швајцарске, РФ итд. Највеће инвестиције у прехранбени сектор су имале компаније из САД и Хрватске. У Србији данас послују четири мултинационалне компаније које се сврставају међу 10 највећих на свету у области прехранбене индустрије (Nestle, Coca Cola, PepsiCo, ABInBev).

**Табела 10:** Десет највећих инвестиција у прехранбену индустрију

Назив компаније	Земља порекла	Висина инвестиције (мил. ЕУР)
Agrokor	Хрватска	614,00
MID Europa Partners (Salford Capital Partners)	Велика Британија	500,00
Molson Coors / Apatinska pivara d.o.o. Apatin	САД	487,00
PepsiCo / Marbo Product d.o.o. Beograd	САД	200,00
Carlsberg Breweries A/S / Čelarevo	Данска	175,00
Coca Cola HBC	Грчка	157,00
Strauss Group / Strauss Adriatic d.o.o. Šimanovci	Израел	70,00
Nestlé SA / Nestle Adriatic S d.o.o. Beograd	Швајцарска	53,00
Don don / KJK Serbian Holdings B.V.	Словенија	50,00
Alltech / Alltech Serbia a.d. Senta	САД	49,00

*Извор:* [www.naled.rs](http://www.naled.rs)

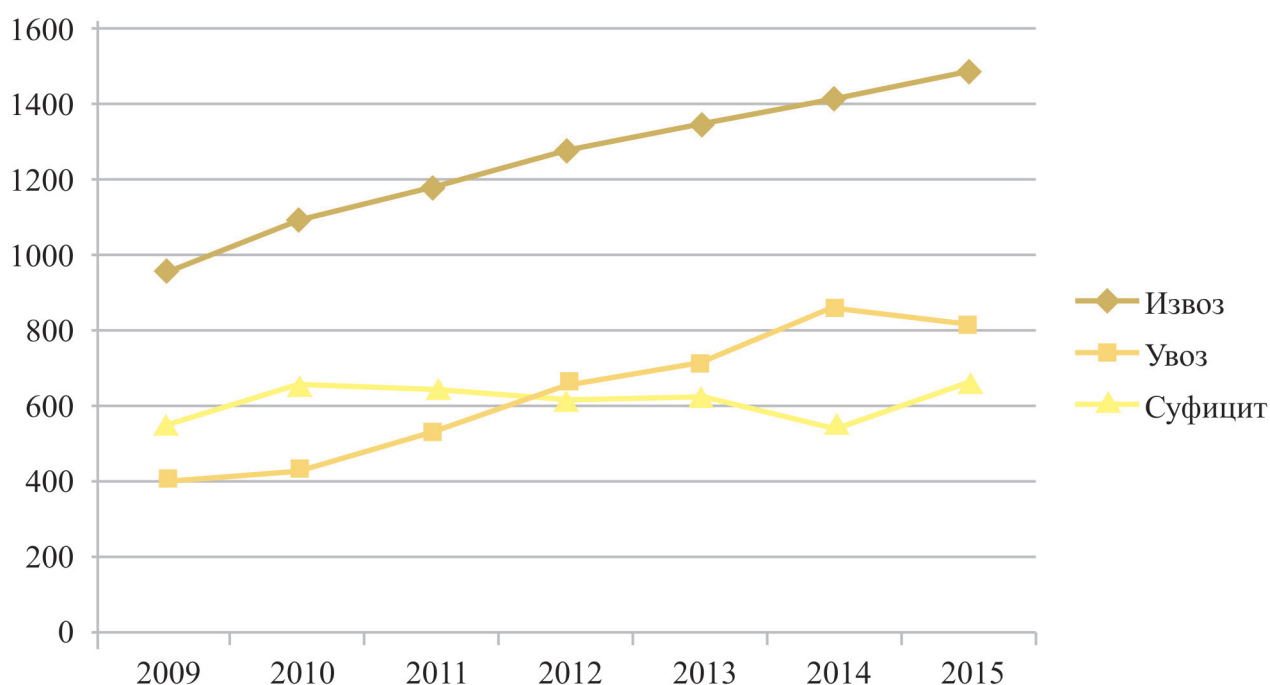
Највеће СДИ су остварене у индустрији пива (1,1 милијарда ЕУР) и производњи безалкохолних пића (350 мил. ЕУР), међутим релативно високе инвестиције су остварене и у млекарској индустрији, производњи уља, шећера, кафе, безалкохолних напитака (сокова), сточне хране итд. Са изузетком прераде и конзервасања рибе, у свим гранама прехранбене индустрије је било мањих или већих инвестиција у претходном периоду, а што је резултирало технолошким напретком у свим гранама прехранбене индустрије.

СДИ су, међутим, у претходном периоду највећим делом биле усмерене ка освајању/заузимању домаћег тржишта. У овоме се налази значајна разлика у односу на искуства неких других земаља ЕУ у којима су СДИ имале за циљ повезивање локалне производње у глобалне ланце вредности ланце и јасну извозну опредељеност. У наредном периоду је због тога потребно посебно подстицати инвестиције које се заснивају на подизању нових прерадних капацитета и јасно формираним извозним програмима.

#### 4.3.6. Робна размена са иностранством

Прехрамбени производи представљају важан извозни производ Републике Србије, обзиром да вредност спољнотрговинске размене овим производима од 2013. године прелази две милијарде ЕУР. Још важније, од 2009. године се бележи готово линеаран пораст вредности извоза, односно вредност извоза прехрамбених производа је у овом периоду повећана за 528 милиона ЕУР или 55%.

**Графикон 8:** Вредност увоза и извоза производа прехрамбене индустрије, 2009-2015., мил. ЕУР



*Извор:* ПКС и ЦЕВЕС – Анализа перформанси ланца вредности, 2016

Наведени подаци указују да се прехрамбена индустрија у претходним годинама оријентисала ка извозу обзиром да је удео извозних у укупним пословним приходима у 2015. години износио готово 25%. Сектор прераде и конзервисања воћа и поврћа је у овом делу посебно интересантан обзиром да се готово 50% пословних прихода остварује кроз извоз, а у значајној мери, са око 40% пословних прихода, се кроз извоз остварује производња шећера и уља.

Са постојећим уделом извоза у пословним приходима прехрамбена индустрија се позиционира као изразито извозно оријентисана. Ово је највећим делом резултат ограниченог капацитета домаћег тржишта, али и спољнотрговинских споразума које Србија има са ЕУ, Руском



Федерацијом и земљама региона. Либерализација трговине је била један од кључних фактора за то што је Србија постала нето извозник прехрамбених производа.

Међутим, готово 90% спољно-трговинског суфицита су оствариле прерада и конзервисање воћа, производња масти и уља млинско-пекарски производи што намеће потребу ширења палете производа који се извозе из Србије и повећање вредности извоза других привредних грана.

**Табела 11:** Вредност спољнотрговинске размене по гранама прехрамбене индустрије, 2015

Показатељ	Извоз (мил. ЕУР)	Увоз (мил. ЕУР)	Суфицит (мил. ЕУР)
Прехрамбена индустрија	1.488	820	667
Месо и месне прерађ.	93	163	-70
Прерада воћа и поврћа	477	89	388
Уља и масти	175	75	100
Млеко и млечни произ.	78	42	36
Млински пекарски произ.	157	62	95
Производња шећера	98	21	77
Остали производи	123	163	-40
Кондиторски производи	57	86	-28
Храна за животиње	59	37	24
Безалкохолна пића	89	27	-1
Производња пива	54	14	40
Жестока пића	12	14	-2
Производња вина	17	28	-11

*Извор: UN Comtrade*

Србија извози нешто преко 100 различитих врста производа, међутим највећи извоз су остварила предузећа из:

- прераде и конзервисања воћа и поврћа;
- производње осталих производа (доминатно учешће шећера);
- производње биљних и животињских масти и уља;
- индустрије пића.

Најважнији појединачни извозни производи из Србије су замрзнута малина, шећер, јестиво уље од сунцокрета, пиво и безалкохолна пића.

**Табела 12:** Упоредни приказ најважнијих извозних производа у РС и ЕУ (милиони ЕУР), 2015. год.

РС		ЕУ	
Производ	Извоз	Производ	Извоз
Малина	241	Алкох. пића	10.275
Шећер	80	Вино	9.823
Јестиво уље сунцокрета	58	Готова храна	5.651
Пиво	53	Остали прех. произ.	5.101
Безалкохолна пића	52	Свињско месо, св., хлађ., смрз.	3.957

*Извор:* МПШВ – Зелена књига, 2015; EuropeFoodDrink – Data and trends, 2016.

Доминантан производ у повећању извоза је свакако смрзнута малина. Површине под малином се интензивно повећавају у последњих десетак година, док се извоз повећава за 11% годишње. Међутим, постојећу позицију је потребно сачувати обзиром на интензивно ширење засада под малином како у земљама окружења тако и у другим земљама света.

Структура извоза из Републике Србије се значајно разликује од ЕУ где доминира извоз производа додате вредности попут алкохолних пића, вина, готове хране, свињског меса итд.

Уколико најважнијим извозним прехранбеним производима додамо и најважније извозне пољопривредне производе, кукуруз и пшеницу, добија се јасна слика о **Србији као извознику сировина и полупроизвода**. Извозна структура заснована на извозу сировина и полупроизвода чини извоз врло осетљивим на временске услове и остварене приносе у примарној пољопривредној производњи. Услед овога се могу јавити значајне варијације у оствареним вредностима извоза појединих производа, али и укупној вредности оствареног извоза у појединим годинама.

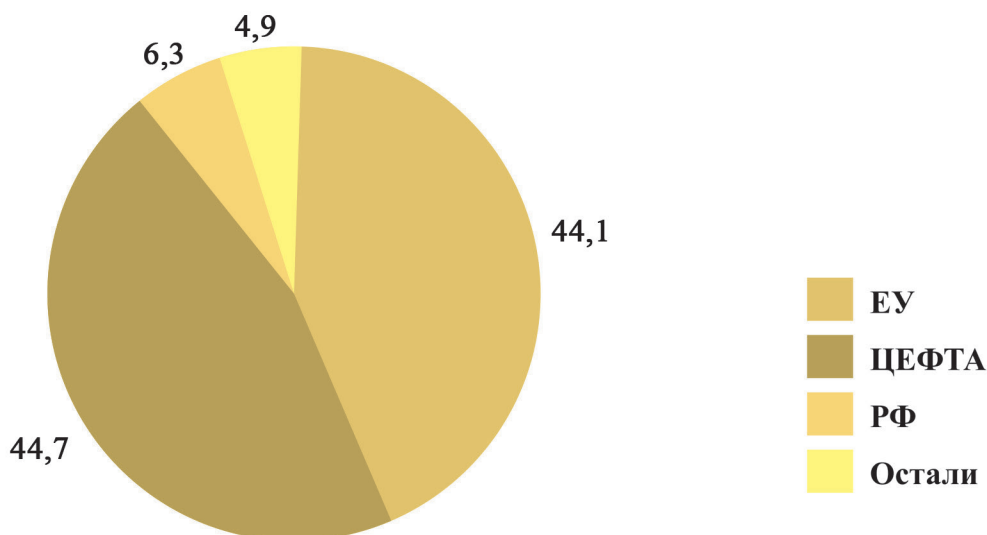
Најважније извозно тржиште за производе прехранбене индустрије представљају земље ЕУ и ЦЕФТА региона на која се пласира нешто преко 88% целокупног извоза прехранбених производа. У протеклом периоду се бележи спорији раст извоза у земље ЦЕФТЕ, а што је последица првенствено уласка Хрватске у ЕУ.

У последњих неколико година се значајно повећава удео вредности извезених прехранбених производа на тржиште Руске Федерације (6,3%). Повећан извоз је резултат санкција које је ЕУ увела РФ, али је потребно истаћи да су пословни контакти са купцима у РФ успостављени још пре више од десет година и да они тек сада почињу да дају значајније резултате.

Остала тржишта су симболично присутна у извозу прехранбених производа са укупно 4-5%. Код ове групе земаља потребно је напоменути да се извоз прехранбених производа на тржиште САД константно повећава у последњих пет година и у 2015. години је представљао око 1,5% вредности укупног извоза српских прехранбених производа. Основну препреку у остваривању већег извоза на тржиште САД представљају донекле различити стандарди и прописи у односу на ЕУ, непознавање захтева овог тржишта и непостојање пословних контаката.

Највећа појединачна тржишта за прехранбене производе у 2015. години су: БиХ (278 мил. ЕУР), Црна Гора (176 мил. ЕУР), Немачка (138 мил. ЕУР), Македонија (116 мил. ЕУР) и Руска Федерација (93 мил. ЕУР).

**Графикон 9:** Удео извоза према дестинацији, 2015., %



*Извор:* UN Comtrade

У Републици Србији је према подацима Цевеса и ПКС-а за 2014. годину<sup>19</sup> око 745 правних лица из области прехранбене индустрије остваривало извоз, односно преко 20% укупног броја правних лица из прехранбене индустрије. Највећи број ових правних лица се налазио у делу прераде и конзервисања воћа и поврћа (191), производњи осталих производа (152) и индустрији пића (99). У односу на величину привредне гране релативно велики удео правних лица је остваривао извоз у производњи уља и масти (40%) и производњи млинских и скробних производа (33%). Међутим, просечна вредност извоза по предузећу је износила свега око 125.000 ЕУР, а чак 70% предузећа је извозило мање од 500.000 ЕУР/година.

Основни проблеми са којима се сусрећу извозници се огледају у објективним и субјективним проблемима. Србија преговара о чланству у СТО од децембра 2004. и тренутно има статус посматрача. Одсуство из СТО има директног утицаја на мањи прилив инвестиција и смањену конкурентност српске привреде у целини, а самим тим и прехранбене индустрије. Такође, Србија има неколико билатералних и мултилатералних трговинских споразума који подстичу трговинску размену. Међутим, у готово свим овим споразумима се наводе пољопривредно-прехранбени производи који су изузети или чија је трговина лимитирана.

Сва развијена тржишта имају сопствене техничке стандарде, маркетиншке прописе и трговинске политике које се могу односити на поједине прехранбене производе. Здравствена безбедност хране и квалитет су параметри који се подразумевају на свим тржиштима. Највећи број проблема у извозу

19. ЦЕВЕС и ПКС, Индекс развојних потенцијала размењивих сектора, 2015

настаје услед неиспуњавања техничких стандарда. Неусклађеност са прописима/стандาร์ดима ЕУ је нпр. узрок да се одређени производи не могу извозити до испуњења ових стандарда (нпр. ниво алфа токсина у млеку, вакцинација против свињске куге и сл.), док се на другим тржиштима повремено из ових разлога дешавају трговински проблеми. У овом делу је потребно брзо усклађивање прописа са ЕУ али и имплементација ових прописа у пракси.

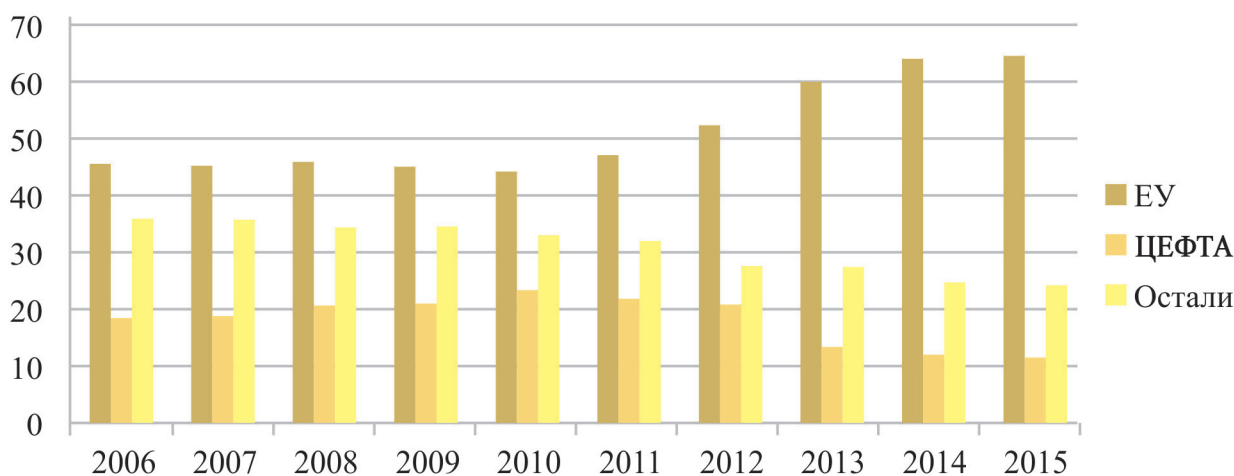
Један од највећих институционалних проблема представља непостојање заокруженог/комплетираног система контроле квалитета хране. Код одређених производа ови захтеви су симболични, међутим код низа производа (првенствено анималног порекла) је потребно испунити врло сложене услове приликом извоза. Уз усклађивање прописа са ЕУ и њиховом применом у пракси, један од највећих проблема је и непостојање Националних референтних лабораторија.

Значајан проблем се огледа у слабијој конкурентности производа, а што је условљено малом производњом, ниском продуктивношћу, али и slabим мерама подршке у поређењу са снажно субвенционисаним произвођачима у ЕУ. Највећи број правних лица се при планирању извозних послова сусреће са низом проблема, а који се огледају у малој производњи, лошем асортиману производа, неадекватним паковањима, непостојању стандарда квалитета, недостатку информација и пословних контаката.

Вредност увоза прехранбених производа се у периоду од 2009. године повећала за преко 100%, мада се значајније повећање увоза бележи од 2014. године. У 2014. години је остварен увоз прехранбених производа од преко 860 мил. ЕУР, а заједно са пољопривредним производима, увоз је износио преко 1,25 милијарди ЕУР. Учешће увоза прехранбених производа у укупном увозу Републике Србије је представљало нешто преко 5%.

У структури вредности увоза доминантно је учешће земаља ЕУ са преко 60%. Удео у вредности увоза из земаља ЦЕФТА и осталих земаља се смањује у протеклих неколико година. Повећање увоза из ЕУ се може објаснити отварањем тржишта, односно почетком примене ССП, уласком Хрватске у ЕУ и увођењем санкција РФ од стране ЕУ.

**Графикон 10:** Удео вредности увоза из земаља ЕУ и ЦЕФТЕ, %



Извор: обрада података са [www.stat.gov.rs](http://www.stat.gov.rs)

У наредним годинама се може очекивати додатно повећање вредности увоза, и то првенствено производа са тржишта ЕУ. Стандардизовани, квалитетни, модерно упаковани и промовисани производи који су значајно субвенционисани у делу примарне производње ће сасвим сигурно представљати конкуренцију како пољопривредним произвођачима тако и прехранбеној индустрији у Србији.

Србија највише увози производе из категорије остали прехранбени производи и кафу док се од примарних пољопривредних производа највише увози воће и поврће.

**Табела 13.** Вредност и количина најважнијих увозних производа, 2015

Производ	Вредност (мил. УСД)	Количина (тона)
Остали прехранбени производи	138,3	52.071
Кафа и замена кафе	114,4	40.042
Сточна храна	67,8	107.967
Алкохолна пића	59,9	53.728
Производи од житарица, брашна и скроба	57,3	30.520
Месне прерађевине	54,3	31.241

*Извор:* обрада података са [www.stat.gov.rs](http://www.stat.gov.rs)

Структура увоза указује да се највећи удео увоза врши ради пласмана финалних производа на тржиште Србије (укључујући и свеже воће и поврће), а да врло мали удео увежених производа служи за прераду од стране прехранбене индустрије. Одређена одступања представља увоз кафе и какаа, као и увоз смрзнутог свињског меса. Такође, присутна је тенденција да велика предузећа која су регионално присутна врше увоз сировине у циљу повремене или сталне прераде у српским предузећима (нпр. месо).

Наведени подаци указују на високу повезаност пољопривредне производње и прехранбене индустрије у Србији, као и на слабу способност предузећа из области прехранбене индустрије да се укључе у глобалне и иновативне трендове набавком нових/увозних сировина и производњом нових производа у складу са захтевима тржишта. У овом делу се као пример добре праксе могу навести мини уљаре које сем домаћих сировина (сунцокрет, соја, бундева, уљана репица и сл) увозе сировине за производњу уља, попут сусама, кикирикија, лана и сл., а финалне производе пласирају на тржиште ЕУ у малим паковањима по премијум ценама.

Упркос позитивним спољно трговинским резултатима, Србија остварује знатно слабије извозне резултате у односу на сличне земље у ЕУ. Бројни су ограничавајући фактори за постизање бољих извозних резултата, али се као најважнији могу издвојити:

- предузећа која су имала СДИ су била првенствено заинтересована за заузимање домаћег и евентуално регионалног тржишта;
- домаћи привредници имају добре пословне контакте из периода СФРЈ на тржиштима околних земаља услед чега се фокус у извозу ставио на регионална тржишта која су ограничена по степену тражње и платежној моћи становништва;

- техничко-технолошка застарелост производног процеса;
- стандарди квалитета који постоје на развијеним тржиштима се нису захтевали при пласману на регионална тржишта;
- занемарени су иновативност и развој услед непостојања финансијских средстава;
- није успостављена веза са ланцима супермаркета који продају производе широм света;
- лоши пословни контакти којима је допринео релативно дуг период под санкцијама;
- неразвијен менаџерски кадар.

Србија поседује природне предиспозиције које јој дозвољавају повећање производње. Потенцијали за повећањем извоза такође постоје, а што се огледа у постојању компаративне и конкурентске предности код највећег броја производа.<sup>20</sup>

#### 4.3.7. Анализа тржишне тражње и потенцијална тржишта

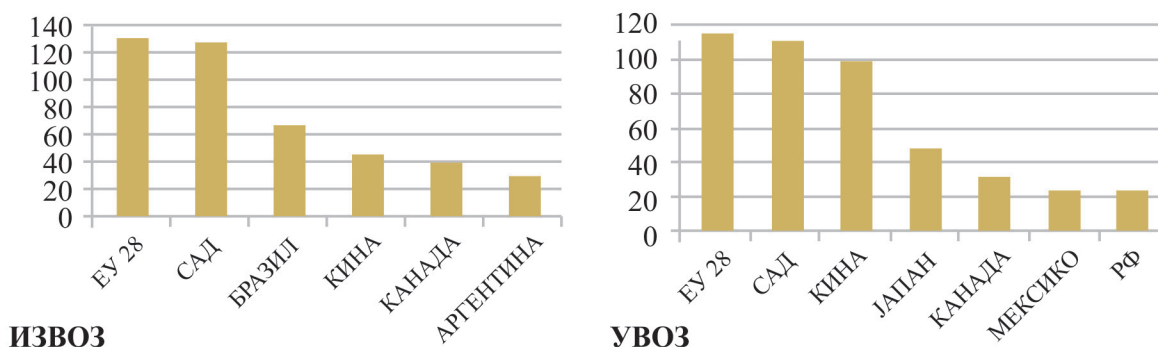
Прехрамбена индустрија послује у времену све веће глобализације. Информације о производњи, продаји и стању тржишта су доступне за највећи број производа, захтеви тржишта се униформишу под утицајем мултинационалних компанија; набавке и пласман производа постају централизовани, а произвођачи и купци се налазе широм света. Промењене су навике у исхрани становништва, као и канали куповине који се усмеравају ка великим трговинским ланцима. У ланцима вредности се очекује наставак укрупњавања кроз хоризонталну и вертикалну интеграцију. Укрупњавање, међутим, не подразумева само куповину или спајање компанија, већ и сарадњу и удруживање МСП око врло различитих пословних циљева. Вредност трговине се помера од житарица ка млеку и млечним производима и месу и месним прерађевинама. Глобална тржишта се постепено померају ка Кини и земљама у развоју. Повећана куповна моћ становништва и раст популације воде ка повећаној тражњи и потрошњи прехрамбених производа уз благи раст цена.

Од 2013. године је глобална ситуација која се односи на извоз пољопривредно прехрамбених производа непромењена. Највећи извозници су ЕУ и САД, а далеко иза њих се налазе остале земље које предводе Бразил, Канада и Кина. Код свих водећих земаља извозница је присутан тренд раста извоза. ЕУ је, међутим, и највећи увозник пољопривредно прехрамбених производа са укупном вредношћу увоза од око 114 милијарди ЕУР. Иза ЕУ се налазе САД и Кина са укупним увозом од око 100 милијарди ЕУР. Са изузетком Руске Федерације, све водеће земље увознице су повећале вредност увоза у 2015. години, а степен повећања је варирао од 8,5% у ЕУ до 22% у САД.

20. ПКС и ЦЕВЕС – Перформансе развојних потенцијала, 2014



**Графикон 11:** Највећи извозници и увозници пољопривредно прехранбених производа, милијарди ЕУР, 2015



*Извор:* Европска комисија – *Monitoring agri trade policy, 2016*

Самим тим ЕУ, САД, Кина и Канада представљају значајне извознике, али и увознике пољопривредно-прехранбених производа, док Руска Федерација и Јапан представљају највеће нето увознике. Србија има потписане трговинске споразуме са ЕУ и РФ, док са САД важи систем општих преференцијала, што значи да предузећа из прехранбене индустрије имају слободан приступ на три велика тржишта.

Сегментација тржишта за српске производе прехранбене индустрије иде у два правца:

1. Тржиште за примарне производе и полупроизводе за прехранбену индустрију
2. Тржиште за финалне производе

#### 4.3.7.1. Тржишта за примарне производе и полупроизводе за прехранбену индустрију

Као што смо у претходном поглављу видели, структура извоза из Републике Србије је углавном орјентисана на извоз сировина, односно пољопривредних производа и полупроизвода (делимично прерађених пољопривредних производа) за даљу прераду. Иако су ови производи са ниском додатом вредношћу, они чине нашу реалност, те очекујемо да ће се тај тренд наставити и у наредном периоду.

Најважније извозно тржиште за примарне пољопривредне производе и полупроизводе представљају земље ЕУ. Значајан број предузећа из Србије већ има пословне контакте у ЕУ и очекивано је да ће се трговинска сарадња повећавати у наредном периоду. Додатно, Србија усклађује прописе и стандарде у области безбедности и квалитета хране у процесу приступа ЕУ, а што би требало да олакша извоз низа производа код којих у овом тренутку постоје техничка ограничења.

Генерално, у структури увоза прехранбених производа у ЕУ доминирају рибљи производи, јестива уља и масти, и различити производи из категорије остали прехранбени производи, док се најмање увозе млечни и пекарски производи.

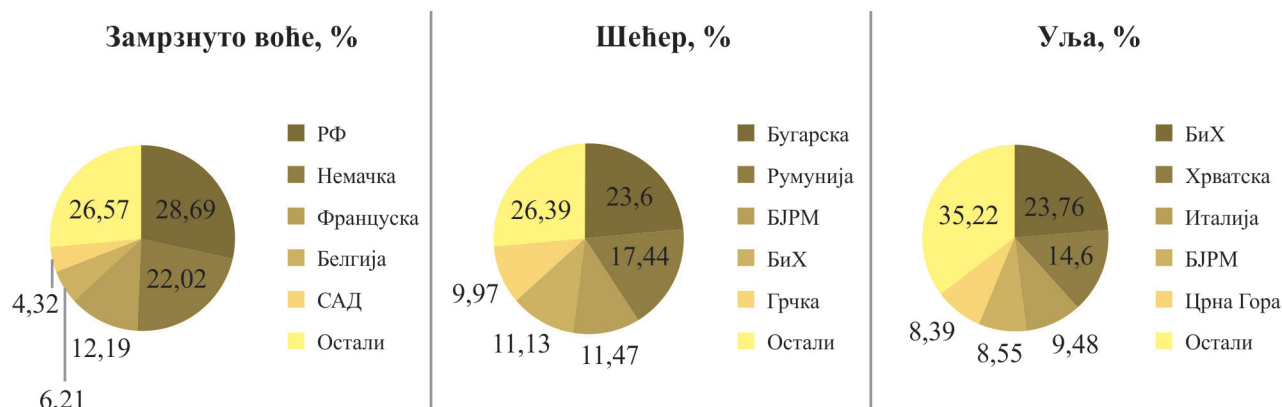
Табела 14: Најважнији увозни производи у ЕУ, 2015.

Производ	Вредност увоза (млн. ЕУР)	Промена у односу на 2014.
Рибљи производи	17.561	+6
Јестива уља и масти	16.623	-1
Различити прехранбени производи	10.795	+3
Прерађено воће и поврће	9.536	+15
Месни производи	7.332	+5
Пића	5.665	+11
Млински производи	1.873	+7
Сточна храна	1.020	+15
Пекарски производи	757	+13
Млечни производи	707	-19

Извор: Data and trends in Food Industry, 2015

Основна карактеристика увоза прехранбених производа у ЕУ је да се у значајном обиму увозе производи који се не производе у ЕУ и сировине којима европска предузећа у процесу прераде додају вредност. Србија је првенствено извозник примарних производа у ЕУ као што су кукуруз и пшеница, док су најважнији извозни производи прехранбене индустрије – замрзнута малина, јестива уља и шећер.

Графикон 12. Удео најважнијих извозних тржишта за замрзнута воће, јестива уља и шећер, %, 2015



Извор: <http://tradecompetitivenessmap.intracen.org>

Ово су производи чији је ланац вредности релативно кратак, па је тако и додата вредност изузетно мала. Постојећи извозни показатељи српске прехрамбене индустрије су у складу са постојећим светским трендовима у којима развијене земље попут ЕУ и САД првенствено тргују финалним производима, док неразвијене земље и земље у развоју извозе примарне производе или полупроизводе.

Поред тога, примарна производња производа у Србији је изузетно зависна од временских услова. Ово додатно отежава планирање производње и извоза за наредну сезону, а за период од пет година је било какав процес планирања извоза немогућ. То доводи до несигурности и непредвидивости пословања привредних субјеката у прехрамбеној индустрији, те им отежава успостављање дугорочних партнерских односа са иностраним купцима. На пример услед слабијих приноса шећерне репе у 2015. години је остварена мања производња шећера, а што је утицало на остваривање знатно нижег извоза шећера од очекиваног.

Поред ЕУ, примарни пољопривредни производи се извозе и у Руску Федерацију. У периоду јануар-јун 2016. године у Русију је извезено примарних пољопривредних производа за 25% више него у истом периоду 2015. године, односно 155 милиона УСД. Највише су се извозиле свеже јабуке (65 мил. УСД), јагоде (16,3 мил. УСД), брескве и нектарине (8 мил. УСД) и трешње (8,2 мил. УСД).

Упркос томе што продаја, а самим тим и извоз воћа и поврћа за конзумирање у свежем стању представља највећу зараду примарним пољопривредним произвођачима, извоз пољопривредних производа и полупроизвода прехрамбене индустрије не треба да буде једини стратешки правац у коме ће Србија развијати своју економију.

#### 4.3.7.2. Тржиште за финалне производе

Сегментација извозних тржишта за финалне производе српске прехрамбене индустрије може се извршити на основу неколико различитих критеријума.

- **Први критеријум је геокластеринг, односно комбинација географског критеријума са демографским карактеристикама.**

На основу овог критеријума као потенцијална извозна тржишта можемо идентификовати земље ЕУ, земље бивше Југославије и Руску Федерацију.

#### **Европска унија**

За РС, земље ЕУ представљају највеће извозно тржиште за прехрамбене производе. ЕУ представља тржиште са преко 510 милиона потрошача и налази се на трећем месту одмах после Кине и Индије. Након финансијске кризе 2009. године потрошња у домаћинствима у

ЕУ расте спорије него пре кризе и прати тренд раста БДП-а. БДП по становнику и трошкови домаћинства су се тек 2013. године вратили на предкризни ниво и то у апсолутном износу. Иако су примања по домаћинству у ЕУ у 2014. повећана у просеку само за 2.63%,<sup>21</sup> ЕУ спада у регионе са високим приходима, где домаћинство троши у просеку око 20% кућног буџета на храну и пиће. Просечна месечна плата у ЕУ у 2016. години је износила 1.508 ЕУР. У свим регионима са високом приходима као што су ЕУ, Јапан и САД, удео старијих особа у укупној популацији је у порасту. У ЕУ, људи старости од 65 и више године чине 17,9% становништва, а процењује се да ће до 2030. тај проценат да нарасте на 23,5%. Поред социо-демографског тренда старења становништва појављује се и тренд повећања броја једночланих домаћинства, повећања запослености жена, измењених животних навика породице у којој је време спремања хране значајно смањено, а тренд конзумирања брзе/готове/спремљене хране повећан итд. Сви ови трендови значајно утичу на промену тражње за производима прехранбене индустрије. Код ових циљних група се јављају посебни захтеви као што су:

- намирнице већ морају имати формиран укус и погодну текстуру;
- смањен је тренд набавке великих количина хране (породична снабдевања), већ се купују мања паковања хране која су функционално упакована;
- изражен је тренд раста тражње за функционалном храном попут нутриционистички обogaћене хране, еколошке хране, хране са израженим здравственим аспектом итд.

Посебно значајан социо-демографски феномен последњих година је велики прилив миграната, који су већином муслиманске вероисповести и имају посебне захтеве за храном која има Халал сертификат. Међутим, слични трендови се јављају и у другим популацијама те се тако нпр. развија и Кошер стандард за јеврејску популацију.

Такве фундаменталне промене на циљаном тржишту нуде могућности за иновације у прехранбеној индустрији.

Генерално преференције европских потрошача у погледу хране и пића су зависне од више фактора, укључујући:

- Биолошке детерминате (године, старост, апетит, укус);
- Економске детерминате (приходи, трошкови, доступност);
- Социјалне детерминате (образовање, култура, навике у исхрани, ставови и уверења и знања о храни).

Упркос томе што је цена и даље најважнији фактор који одређује избор хране, присутна је јасна подела на потрошачке категорије које купују најјефтинију храну и оне који купују најскупују храну. У другој категорији потрошача се налазе купци који траже квалитетан, здравствено безбедан производ специфичних својстава, као и производе који указују на јасан социјални (нпр. Фаир траде стандард), производни (не ГМО производ; производ са заштићеним географским пореклом) или еколошки аспект (сертификат органске производње) производње.

Република Србија мора уложити додатне напоре како би прешла са извоза примарних пољопривредних производа и полупроизвода на финалне производе за тржиште ЕУ. Кључне

---

21. EUROSTAT

препреке за српске привреднике у прехранбеној индустрији, а који су везани за европско тржиште су:

- Недовољно информација о кретању тражње на европском тржишту;
- Неразумевање потреба потрошача – производи се оно што тражи потрошач, а не оно што нам је најлакше;
- Недостатак стандарда у области безбедности хране;
- Немогућност гарантовања уједначеног квалитета хране;
- Непознавање извозних процедура у појединим привредним гранама;
- Непостојање добро организоване дистрибутивне мреже, и
- Недостатак иницијативе за усклађивањем производње са захтевима купаца.

### Земље ЦЕФТА

Од земаља које су потписале ЦЕФТА споразум, Србија има одличну спољно-трговинску размену са земљама бивше СФРЈ. Извоз прехранбених производа у земље бивше Југославије није одређен величином тржишта нити куповном моћи њених становника, већ традиционалном повезаношћу и комплементарношћу привреда и навика потрошача да користе одређене производе. Србија извози велике количине прехранбених производа у БиХ, Црну Гору и Македонију.

Структура и навике потрошача у овим земљама су врло сличне као и у Србији, па је чак и просечна месечна зарада релативно слична: у Црној Гори је 482 ЕУР, у БиХ 422 ЕУР, док је у Македонији 365 ЕУР. На храну и пиће се у просеку троши од 50% до 60% месечних примања. У овим земљама цена прехранбених производа чини кључни фактор за куповину, док је на другом месту робна марка производа. Значајно је истаћи да је структура извозних производа потпуно другачија у односу на ЕУ. У ове земље Србија извози производе који имају вишу додату вредност. Ова тржишта су доминантна за највећу групу производа попут пића, меса и месних прерађевина, осталих прехранбених производа и сл.

**Табела 15:** Вредност извоза (000 ЕУР) у БиХ, Црну Гору и Македонију и њихов удео у укупном извозу прехранбених производа (%), 2015. год.

Категорија производа	БиХ		Црна Гора		Македонија		%
	Вредност	%	Вредност	%	Вредност	%	
Прерада и конзервисање меса и производа од меса	28.677,0	29,5	21.554,5	22,2	8.913,4	9,2	60,9
Производња млечних производа	12.154,2	13,6	27.154,8	30,4	11.790,1	13,2	57,2
Прерада и конзервисање рибе, љускара и мекушаца	1.893,2	32,6	654,0	11,3	1.134,2	19,6	63,5
Житарице и производи на бази житарица	107.930,8	16,9	45.104,3	7,1	50.128,5	7,8	31,8

Прерађено и конзервисано воће и поврће	179.12,6	2,3	17.682,1	2,3	14.111,0	1,8	6,4
Шећер и производи од шећера	11.875,9	10,4	3.197,7	2,8	12.411,3	10,9	24,1
Кафа, чај, какао, зачини и производи од њих	30.199,9	36,4	11.361,0	13,7	16.494,0	19,9	70,0
Сточна храна	30.454,7	27,7	15.302,5	13,9	2.900,0	2,6	44,2
Остали производи	24.634,7	19,5	17.455,4	13,8	15.239,1	12,1	45,4
Пиће	69.250,5	36,6	45.692,8	24,2	12.941,2	6,8	67,6
Јестива уља и масти	35.551,1	23,7	11.794,8	7,9	10.703,8	7,1	38,7

Извор: РЗС, [www.stat.gov.rs/](http://www.stat.gov.rs/)

На тржиштима БиХ, Црне Горе и Македоније није могуће очекивати значајније промене/побољшања у извозним резултатима обзиром да су српска предузећа већ дуго присутна на овим тржиштима и заузимају значајан део тржишта код готово свих прехранбених производа (табела 15). Лимитирана платежна моћ становништва у великој мери ограничава даље повећање извоза на овим тржиштима. Међутим, у оквиру ЦЕФТА споразума се налазе Албанија и Молдавија, земље са којима Србија има релативно скромну спољнотрговинску сарадњу. Просечна месечна зарада у Албанији износи 367 ЕУР, док је у Молдавији свега 176 ЕУР. Просечни месечни трошкови за храну и безалкохолна пића износе око 50%<sup>22</sup> месечних примања у Албанији, а у Молдавији 42,10%.<sup>23</sup>

Вредност извоза пољопривредно-прехранбених производа у Албанију у 2016. години је износила нешто преко 40 милиона УСД, међутим производи прехранбене индустрије су чинили свега око 22,41 милион УСД. Трговинска сарадња са Молдавијом је симболична и износи свега око 314.000 УСД.

Доминантни извозни производи у Албанију су производи млинске индустрије (брашна) са 5,8 мил. УСД вредности извоза, пића (5,97 мил. УСД) и сточна храна (3,86 мил. УСД). Остали прехранбени производи су били симболично заступљени у извозу.

Самим тим, повећање извоза на тржишту ЦЕФТЕ се може очекивати код производа млинске и пекарске индустрије, пића, осталих прехранбених производа и хране за животиње, али је у овом делу потребно направити значајан искорак у освајању нових тржишта попут Албаније и Молдавије.

## **Руска Федерација**

Руска Федерација је 2014. године забранила увоз хране из ЕУ, САД и других земаља, вредан преко 25 милијарди УСД, а томе је додала још и украјинске производе. Процена је да се на овај начин створио вакум на тржишту Руске Федерације од 4-6 милијарди УСД који ће међутим

22. <http://www.instat.gov.al/en/themes/household-consumption.aspx>

23. [https://knoema.com/enpr\\_ecnacoi/enp-countries-annual-national-accounts-breakdown-of-final-consumption-expenditure?tsId=1000140](https://knoema.com/enpr_ecnacoi/enp-countries-annual-national-accounts-breakdown-of-final-consumption-expenditure?tsId=1000140)



покушати да попуни велики број земаља (Белорусија, Грузија, Јерменија, земље Јужне Америке итд.). То представља велику шансу за извознике прехранбених производа из РС обзиром да РС има потписан споразум о слободној трговини са Руском Федерацијом.

Русија је девета најмногољуднија земља на свету са 146 милиона становника и са огромним тржиштем. Шта више, Русија је 2010. године успела да преокрене континуиран пад популације који је почео од 1991. године, тако да број становника, потенцијалних потрошача, стално расте. Ова растућа популација постепено повећава потрошњу, посебно код појединих категорија производа, па нпр. потрошња меса (посебно живинског) у Русији расте 5% годишње. Руси су увек волели егзотичну храну, отворени су за све новине у исхрани и лако прихватају различите укусе. Такође у Русији је последњих година покренут талас изградње супермаркета. Главни руски ланац „Магнит” отварао је по пет нових трговина сваки дан у 2015. години, иако је већ имао 1.600 отворених. То само показује величину тржишта хране које и даље расте.<sup>24</sup> Успон он-лајн куповина намирница у Русији је још један од катализатора за раст тражње у сектору хране и пића. Русија има највише корисника интернета у Европи, а студија Еуромонитор-а процењује да ће он-лајн продаја хране и пића у Русији расти 11% годишње све до 2018. године.

Међутим, са друге стране ЕУ, САД и друге земље су такође увеле санкције на увоз руских производа на своја тржишта. Ове санкције су значајно утицале на економску ситуацију у Русији, што је довело до промене навика руских потрошаче у погледу хране и пића. Домаћинства сада троше око 50% својих прихода на храну и безалкохолна пића, те је цена тренутно значајан фактор који одређује избор производа. Иако се Русија труди да сопственом производњом супституише увоз и оствари самодовољност у производњи хране и пића, земље на које се не односи забрана, попут Србије, имају могућност за раст извоза у скоро свим гранама прехранбене индустрије.

Србија постепено користи своју шансу на тржишту Руске Федерације и последњих неколико година ово тржиште добија на значају. Сем свежег, прерађеног и конзервисаног воћа (видети табела 16), тржиште Руске Федерације је значајно извозно тржиште за месо и месне прерађевине и млечне производе, првенствено различите врсте сирева. У 2015. години је остварен извоз меса и месних прерађевина у вредности од 29 мил. УСД и млечних производа у износу од 26 мил УСД, а што представља 27-30% укупне вредности извоза ових производа из Србије. Ово је од посебног значаја имајући у виду бројне захтеве/стандарде који постоје за категорију анималних производа и чињеницу да млечни и месни производи по правилу стварају највећу додатну вредност у прехранбеној индустрији.

**Табела 16:** Генерални ранг, вредност и удео у укупном увозу у Руску Федерацију најважнијих увозних производа, 2015.

Увозни ранг	Производ	Вредност увоза (млрд. УСД)	Удео у укупном увозу (%)
8	Воће	3,94	2,2
12	Месо и месне прерађевине	3,11	1,7

24. <http://www.world-food.ru>

24	Млечни производи	2,01	1,1
25	Јестиво поврће	1,89	1,0

*Извор:* <http://www.tradingeconomics.com/russia/imports-by-category>

Руска Федерација доминантно увози месо и месне прерађевине из Бразила, а млечне производе из Белорусије. Србија се по оствареној вредности извоза млечних производа налази на седмом месту, односно десетом месту по вредности извоза меса и месних прерађевина.

**Табела 17:** Највећи извозници меса и месних прерађевина и млечних производа у РФ, 2015. год., (милијарди УСД)

Месо и месне прерађевине		Млечни производи	
Земља	Вредност	Земља	Вредност
Бразил	1,530	Белорусија	1,490
Белорусија	0,563	Аргентина	0,075
Парагвај	0,384	Холандија	0,073
Аргентина	0,156	Уругвај	0,054
Украјина	0,129	Немачка	0,031
Чиле	0,087	Нови Зеланд	0,026
Уругвај	0,038	Србија	0,026

*Извор:* <http://www.tradingeconomics.com/russia/imports-by-category>

Наведени подаци указују да се тржишно учешће може значајно повећати обзиром да не постоје доминантни извозници, посебно након повлачења земаља ЕУ са овог тржишта. Предузећа из Србије на тржиште РФ извозе сир и свињско месо, док су остали производи знатно мање заступљени.

**Табела 18:** Најважнији извозни производи из Србије на тржишту РФ, 2015, милиона УСД

Месо и месне прерађевине		Млечни производи	
Производ	Вредност	Производ	Вредност
Свињско месо	27,33	Сир	24,92
Месне прерађевине	0,67	Путер	0,52
Смрзнуто говеђе месо	0,40	Млечни кремове	0,20

*Извор:* <http://www.tradingeconomics.com/russia/imports-by-category>

У категорији производа са високим растом увоза се налазе још повртарски производи и јестива уља.<sup>25</sup> Свеже, али и прерађено и конзервисано поврће самим тим добија на значају и може представљати значајан извозни производ Србије у наредном периоду. Пословни контакти са купцима у Руској Федерацији успостављени су још пре више од десет година и они су почели тек сада да дају значајније резултате, а што се може видети у огромном повећању извоза воћа на тржиште Руске Федерације. Оствареним пословним контактима је могуће обезбедити додатне извозе производа у којима Србија не бележи добре извозне резултате, а то су месне прерађевине, млечни производи (првенствено сиреви) и прерађено поврће.

- **Други критеријум сегментације тржишта је по врсти/групи производа и њеном развојном потенцијалу**

Индекс развојних потенцијала појединих грана прехранбене индустрије, односно производње одређених група производа, урађен на основу девет показатеља за 114 привредних група у Србији је показао да већи број привредних група унутар прехранбене индустрије поседује значајан развојни потенцијал.<sup>26</sup>

**Табела 19:** Ранг производних група прехранбене индустрије према развојним потенцијалима, 2015. год.

Производна група	Ранг
Прерада воћа и поврћа	5
Сточна храна	9
Млечни производи	27
Млински и скробни производи	29
Остали прехранбени производи	33
Производња чаја и кафе	34
Пекарски производи	60
Кондиторски производи	61
Освежавајућа пића	64
Производња шећера	67
Производња сокова	69
Прерада и конзервисање меса	72
Вино	78
Месне прерађевине	82
Остала пића	85
Уља и масти	92

25. <http://www.worldsrichestcountries.com/top-russia-imports.html>

26. ЦЕВЕС и ПКС, Индекс развојних потенцијала размењивих сектора, 2015.

Алкохолна пића	94
Пиво	101

*Извор:* ЦЕВЕС и ПКС, Индекс развојних потенцијала размењивих сектора, 2015

Прерада и конзервисање воћа и поврћа и производња сточне хране се налазе међу 10 привредних група са највећим развојним потенцијалом у Србији. Привредне гране са активним развојним потенцијалима су уз прераду и конзервисање воћа и поврћа и производњу сточне хране још и производња млека и млечних производа, производња млинских и скробних производа, производња осталих производа и производња кафе и чаја. У овим производним групама се налази већи број правних лица која стварају додатну вредност, радна места и претпоставке општег привредног раста. Пасивни развојни потенцијал је углавном везан за производњу уља и масти, шећера и пића. Ове производне групе одликује постојање малог броја правних лица која су углавном резултат СДИ или приватизованих државних предузећа. Предузећа из ових производних група показују конкурентност, профитабилност, продуктивност и раст активности, али је питање колики ће утицај ова предузећа имати у наредном периоду на општи привредни развој. Најважније привредне гране су самим тим производња и прерада воћа и поврћа, производња сточне хране и производња млека и млечних производа.

### **Прерада воћа и поврћа**

Прерада воћа и поврћа обухвата већи број ланаца вредности. Најизраженији су различите прераде кромпира, производња сокова и концентрата од воћа и поврћа, различите топле прераде воћа и поврћа (мармеладе, намази, џемови, компоти итд.), прерада воћа и поврћа (различите салате, очишћено воће и поврће), замрзавање воћа и поврћа итд. Део производа попут топле прераде воћа и поврћа и производа прераде кромпира завршава на регионалним тржиштима као финални производ. Међутим, вредност извоза је релативно мала, а капацитети ових тржишта су ограничени. Извоз воћних сокова се повећава и заузима значајно место у извозу у земље ЕУ, првенствено Немачку, међутим највећи део овог извоза представља пар предузећа насталих кроз стале директне инвестиције. Остала извозно оријентисана предузећа углавном пласирају сокове на тржиште региона. Међутим, у овој категорији производа доминантно се истиче извоз замрзнутог воћа.

**Табела 20:** Извоз замрзнутог воћа у 2015 и 2016

Производ	Количине (000 тона)		Извоз (000 УСД)	
	2015.	2016.	2015.	2016.
Вишње	23.237	24.889	28.449	28.631
Купине	26.239	22.053	40.404	30.385
Малина	93.713	85.957	267.945	247.883

Остало	28.288	29.885	32.600	34.532
Јагоде	3.782	4.700	7.452	8.485

Извор: РЗС - [www.stat.gov.rs](http://www.stat.gov.rs)

Најважније тржиште за замрзнуто воће представљају земље ЕУ и Руска Федерација. На овим тржиштима је присутна врло јака конкуренција тако да је пласман директно повезан са ценом и квалитетом производа. Главни конкуренти у извозу код замрзнуте вишње и купине су Чиле и Мексико који су међутим највише фокусирани на тржиште САД. Производња и трговина шљивом је врло разграната. САД нпр. представљају значајног увозника шљиве, а највеће количине се увозе из Чилеа (свежа и сува). Истовремено САД представља једног од највећих извозника са 93.130 т извезене суве и 49.453 т извезене свежје шљиве. Кина представља највећег произвођача шљиве, али не припада категорији значајних извозника. Већи број земаља има значајну производњу шљиве, али не остварује значајнији извоз. У овој категорији се налази и Србија која је међу највећа три произвођача шљиве у свету, али не остварује извоз у складу са обимом производње.

Табела 21: Најважнија тржишта за замрзнуто воће (хиљада УСД)

Производ	Тржиште 1	Тржиште 2	Тржиште 3
Вишње	Немачка, 10.140	РФ, 4.802	Француска, 4.748
Купине	Немачка, 8.775	Француска, 3.618	Велика Британија, 3.044
Малина	Немачка, 83.640	Француска, 55.212	Белгија, 21.197
Остало	Немачка, 10.949	Велика Британија, 7.384	Белгија, 3.860

Извор: РЗС - [www.stat.gov.rs](http://www.stat.gov.rs)

Замрзнуто воће се не пласира као финални производ већ служи као сировина за даљу прераду. Самим тим циљна група купаца су дистрибутери и велики прерадни капацитети. Захтеви ове категорије купаца су здравствено безбедан производ (повремено се утврђује недозвољени ниво штетних материја у производима), одређеног квалитета (паковање, сортимент, калибража и сл.). Обзиром на велике захтеве подразумева се постојање довољних количина и спремност да се по добијању поруџбине изврши брз и квалитетан транспорт.

Србија у преради воћа и поврћа има више шанси и могућности – да конкурентском предношћу преузме део постојећих тржишта од конкуренције; да прошири пласман својих производа на нова тржишта; да кроз квалитет и стандарде створи додатну вредност; да подржи развој својих прерађивачких капацитета и производи производе веће додате вредности.

## Производња млека и млечних производа

Производња млека и млечних производа обухвата већи број ланаца вредности међу којима су најзначајнији производња млека (стерилисано, пастеризовано, млеко у праху итд.), кисело-млечних производа (јогурти, кисела млека, киселе павлаке), сирева (бели и жути), путера, крема и намаза, сладоледа, млечних десерта и напитака и сл.

Доминантна тржишта за млечне производе су земље региона и Руска Федерација. На тржишта пет земаља се пласира преко 90% извоза млечних производа. Међутим мора се нагласити да млечни производи имају одређена ограничења у погледу циљаних тржишта обзиром на рок трајања финалних производа тако да се и глобална трговина углавном регионално позиционира.

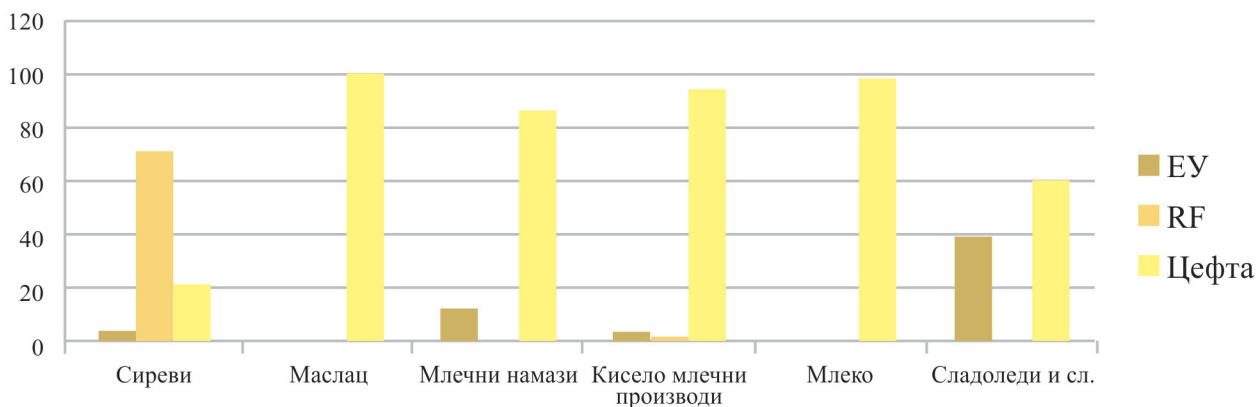
**Табела 22:** Структура извоза млека и млечних производа, 2015.

Тржиште	Вредност (мил. УСД)
Црна Гора	27,1
Руска федерација	25,0
Босна и Херцеговина	12,2
Македонија	11,8
Хрватска	5,8
Остали	7,6

Извор: РЗС - <http://webrzs.stat.gov.rs>

У том контексту највећи број млечних производа ће се и у наредном периоду пласирати на тржишту земаља региона. Одређено одступање могу представљати сиреви.

**Графикон 13.** Удео извоза по тржиштима за најважније млечне производе



Извор: <http://webrzs.stat.gov.rs>



У структури извоза постоји јасна подела. Млеко и различити млечни производи се у највећој количини и вредности пласирају у земљама региона, док је доминантно извозно тржиште за сир Руска Федерација.

Млеко и кисело-млечни производи се на регионалним тржиштима сусрећу са конкуренцијом локалних млекара и млекара из Хрватске, међутим нижа цена млека у откупу у Србији гарантује конкурентне цене и сигуран пласман на тржишту региона. Различити млечни напици и производи се међутим увозе на тржишта ових земаља и из ЕУ, и у овом делу је млекарска индустрија изложена снажној конкуренцији иновативних и атрактивно упакованих производа из ЕУ.

Бели сиреви су производ који се због традиције и ниже цене у односу на земље окружења лагано може пласирати на тржишту земаља региона које и данас знају за квалитет сјеничког, златиборског, пиротског и сл. белих сирева. Међутим, у категорији жутих сирева Србија се налази у конкуренцији са сличним произвођачима из ЕУ. Пласман ка Руској Федерацији је у овом делу окренут могућности српских предузећа да уђу на тржишта супермаркета и обезбеде уз висок квалитет, модерно паковање и ниже цене у односу на конкуренцију. Значајан сегмент у овом делу представљају количине које могу бити проблем за српске млекаре.

### **Производња сточне хране**

Производња готове хране за животиње има снажни потенцијал за повећањем производње и вредности извоза. Србија је произвођач и извозник најважнијих компоненти хране за животиње – кукуруза, пшенице, сунцокрета, соје итд. Ови производи представљају сировине без додате вредности којима производња готове хране за животиње може створити додатну вредност. Наведени производи су ценовно конкурентни што ствара претпоставку конкурентне производње хране за животиње. Прерадом ових производа се ствара додатна вредност уместо јефтиног извоза сировина. Прерадни капацитети за производњу готове хране за животиње су у великом броју потпуно опремљени за извоз на најпробирљивија тржишта о чему сведочи податак да се извоз врши у више од десет земаља ЕУ. Циљана тржишта у овом делу су првенствено земље ЦЕФТЕ и околне земље које су чланице ЕУ услед нижих трошкова транспорта, али тражња за готовом храном за животиње је у порасту што може бити предност у освајању потпуно нових тржишта.

У свакој од привредних грана постоје специфични производи који могу пронаћи тржишне нише и специфична тржишта у ЕУ, САД и сл. Ови производи се не могу поделити по привредним гранама обзиром да се налазе у свакој од њих, али представљају посебан тржишни ланац који се може развити и стварати значајну додатну вредност производа.

### **Производња меса**

Глобална производња и потрошња меса и месних прерађевина износи око 300 милиона т. Највећи произвођачи меса и месних прерађевина су Кина, САД и Бразил који представљају готово 50% светске производње, док се од европских држава по производњи меса издвајају Немачка (8.115 мил т) и РФ (8.096 мил т). У структури производње доминирају свињско и живинско месо

(кратак производни циклус у тову живине и свиња). Ове две категорије меса остварују и највећи раст производње у последњих десетак година.

Међутим обим трговине је знатно мањи, и износи нешто преко 40 милиона тона, односно око 15% укупне производње, а у трговини подједнак значај има и говеђе месо.

**Табела 23.** Глобални показатељи производње и трговине месом, милиона т, 2013

Параметар	Производња	Извоз	Увоз
	302.765	45.248	41.123
<b>Месо</b>			
Свињско	113.068	15.451	14.894
Живинско	108.517	16.691	15.113
Говеђе	67.540	11.897	10.045
Овчије	13.640	1.209	1.071
<b>Земља</b>			
Кина	83.518	1.937	4.400
САД	42.402	7.624	1.792
Бразил	25.986	6.527	70
Немачка	8.115	3.500	2.397
РФ	8.096	103	2.266
ЕУ	43.632	18.123	15.183

*Извор: Подаци преузети из ЦЕВЕС, ПКС – Анализа ланаца вредности, 2016.*

Највећи извозници меса и месних прерађевина су свакако САД, Бразил и Немачка, док се у категорији највећих увозника налазе Кина, Немачка и РФ.

Значајна трговина се обавља у оквиру држава ЕУ, које извозе нешто преко 18 мил т, а увозе око 15 мил т меса. Уз Немачку, која је истовремено велики увозник и извозник меса, значајни извозници меса (у односу на површину) су Данска, Белгија и Холандија.

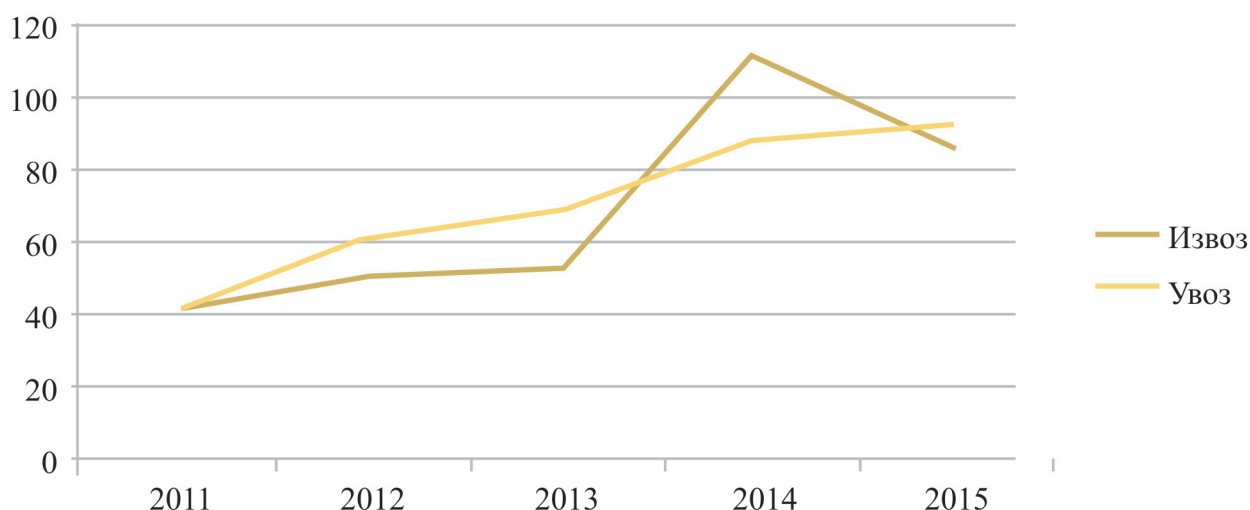
Потражња за месом и месним прерађевинама се глобално повећава и резултат је повећања животног стандарда, посебно у брзорастућим економијама. С друге стране на најразвијенијим тржиштима се постепено мења структура куповине која све више иде ка тражњи за готовим производима/јелима, малим паковањима, дуготрајним производима и производима са додатном вредношћу (нпр. производи са заштићеним географским пореклом). Такође, потребно је напоменути да се у делу повећања производње посебно истиче живинско месо, а што се објашњава релативно кратким производним циклусом, традицијом и повољном структуром меса

(мање масти у односу на друге врсте животиња). Канали продаје се померају ка супермаркетима, а велики значај имају и робне марке.

Сва најразвијенија тржишта имају изражене (знатно више него код других категорија производа) захтеве у погледу здравствене безбедности, квалитета, поштовања стандарда и сл. У једном значајном делу, постојање ових стандарда је и настојање да се овим путем заштити домаће тржиште од јефтинијих производа из иностранства.

Србија није значајан извозник меса и месних прерађевина. Укупна вредност извоза у 2015. години је износила око 87.5 мил. ЕУР, међутим вредност извоза меса и месних прерађевина значајно варира у последњих пет година. Значајније повећање извоза у 2014. и 2015. години је резултат првенствено успостављања извоза ка РФ.

**Графикон 14:** Вредност извоза и увоза меса и месних прерађевина у периоду 2011-2015. године, милиона ЕУР



Извор података: [www.stat.rs](http://www.stat.rs)

У посматраном периоду, Србија је имала негативни спољнотрговински баланс у трговини месом и месним производима. Србија увози производе из читавог ланца од живих грла, преко меса, до месних прерађевина.

Највећа вредност извоза у 2015. години се остваривала ка земљама ЦЕФТА и РФ, међутим извозна структура се може јасно поделити према тржиштима. Наиме, највеће извозно тржиште за говеђе месо представљају земље ЕУ, месне прерађевине и живинско месо се највише извози ка земљама ЦЕФТА, док су се свињско месо и кобасице извозили ка РФ. У ЕУ се извози симболична количина меса услед постојања стандарда које домаћа месна индустрија не може или не жели (у зависности од посматране кланице) да испуни и малог обима производње у говедарству. У овом делу је, такође, потребно напоменути да се извоз меса у РФ значајно смањило у 2015. години у односу на 2014. годину, а овај тренд се наставио и у 2016. години, а што узрокује и укупно мању вредност извоза меса и месних прерађевина. Код свињског меса значајан проблем представља

обавеза вакцинисања свиња против свињске куге услед чега је извоз у земље ЕУ онемогућен, а у РФ значајно отежан. У овом делу није могуће предвидети даље кретање спољнотрговинске размене свињског меса.

Код категорије, дуготрајних производа, за очекивати је да ће и у наредном периоду најважније тржиште бити земље ЦЕФТА региона обзиром да извозни стандарди који постоје за тржишта ЕУ и РФ не постоје у земљама региона.

Међутим, свакако да је највећи лимитирајући фактор у било каквом извозном планирању слаба сировинска база, односно недостатак стоке за клање.

### • **Трећи критеријум сегментације је по каналима дистрибуције**

Канали дистрибуције имају кључну улогу у понашању купаца при куповини и зато су они изабрани за трећи критеријум сегментације. Глобални тренд урбанизације, односно прелазак становништва из руралних у урбана подручја, значајно утиче на избор канала дистрибуције, па су тренутни подаци о проценту урбане популације за горе дефинисана географска тржишта следећи:

- Европска унија – 73% грађана живи у градовима
- Руска Федерација – 72,6% грађана живи у градовима
- Македонија – 75,1% грађана живи у градовима
- Црна Гора – 55,1 % грађана живи у градовима
- Босна и Херцеговина 51,8% грађана живи у градовима
- Албанија – 52,8% грађана живи у градовима
- Молдавија – 50% грађана живи у градовима

Очекивани су даљи трендови пораста урбане популације у свим земљама. Овај глобални тренд има значајног ефекта на канале дистрибуције када су у питању производња хране и пића, и то пре свега кроз јачање улоге супермаркета и транснационалних корпорација.

Трговински ланци су преузели највећи удео у малопродаји прехранбених производа у највећем броју земаља и на свим најважнијим/највећим тржиштима. Највећи број ових ланаца продаје представљају компаније из ЕУ и САД. Највећих 15 ланаца супермаркета заузима око 30% вредности продаје у супермаркетима.<sup>27</sup> Обим и удео продаје прехранбених производа у трговинским ланцима се константно повећава у ЕУ.

27. <https://www.ers.usda.gov/topics/international-markets-trade/global-food-markets/global-food-industry.aspx>

**Табела 24:** *Тржишно учешће 10 највећих ланаца продаје у ЕУ, 2015 у поређењу са 2000.*

Ранг	Група	ЕУ 28 агрегатно учешће (%)	Национално учешће (%)
1	Schwartz group	5,4	17,1
2	Tesco	4,1	20,3
3	Carrefour	4,0	17,5
4	Aldi	3,5	12,5
5	Edeka	3,3	17,6
6	Rewe group	2,9	24,4
7	Leclerc	2,2	13,9
8	ITM	2,2	13,2
9	Auchman	2,0	7,3
10	Sainsbury	2,0	11,5

*Извор:* *Калкулација заснована на подацима из Planet Retailer*

Истраживање које је урадио Geomarketing 2016. године показује да је број продавница у опадању, али не и величина продајног простора. Две мање продавнице често замењује једна велика, а лоше локације су замењене централним местима у градовима. Такође, у свим градовима уочен је брзи раст броја дискаунта и хипер/супермаркета који имају продајни простор већи од 2.500 м<sup>2</sup>.

Структура трговине у прехранбеној индустрији се стално мења како би снабдевачи, прерађивачи и продавци могли да задовоље захтеве потрошача на различитим тржиштима, а који константно захтевају већи дијапазон и виши квалитет производа. Продавци су у сталном контакту са купцима и у стању су да процене захтеве потрошача (сорте, доступност, сигурност, квалитет, паковање и сл.) и да их пренесу дуж ланца вредности до произвођача. Произвођачи на ове захтеве морају да одговоре иновативним приступом како би одговорили на захтеве тржишта.

Српска предузећа морају да се укључе у глобалне ланце снабдевања прехранбеним производима, а што подразумева прихватање правила пословања који постоје у глобалној трговини. **Међутим, српска мала и средња предузећа из прехранбене индустрије се не могу самостално укључити у глобалне ланце вредности.** Предузећа у протеклом периоду нису искористила шансу да повећају удео пласмана у постојећим ланцима супермаркета, а што су на пример изузетно добро искористили произвођачи из Мађарске и Пољске. Делимични разлог за овај неуспех представља и чињеница да у Србији послује само Метро од водећих европских ланаца продаје хране, и да је највећи број ланаца маркета у Србији регионално, а не глобално, оријентисан. Код нас је присутан супротан тренд, а то је да ланци супермаркета формирају свој вертикални ланац куповином прехранбених предузећа или да највећи произвођачи у месној индустрији формирају свој вертикални ланац укључујући продају. У овом делу се мора настојати да се МСП нађу на листи добављача великих ланаца продаје прехранбених производа.

У наредном периоду се приступ тржишту мора тражити и кроз формирање пословних контаката са великим купцима - брокерима, дилерима, велетрговцима и сл. који имају приступ глобалном тржишту. Ови купци познају захтеве различитих тржишта и купаца, покривају велики број различитих клијената од супермаркета до прерадне индустрије. На овај начин нпр. већ сада значајан део малине из Србије завршава на тржишту САД и других земаља. Међутим, за укључивање у глобална тржишта ће у највећем броју случајева бити потребна обједињена понуда већег броја произвођача. Ланци супермаркета продају све врсте прехранбених производа тако да није могуће издвојити категорију производа за којом постоји посебна тражња, или у којој Србија има посебне компаративне предности.

### Матрица сегментације тржишта

	Европска Унија	ЦЕФТА	Руска Федерација	Домаће тржиште
Замрзнуто воће	Развој сарадње у оквиру већ успостављених контаката – веће количине и друге врсте воћа; Развој нових пословних контаката – освајање нових тржишта		Ширење сарадње у оквиру већ успостављених контаката – веће количине ; Развој нових пословних контаката – поврће и друге врсте воћа	Снабдевање домаћих произвођача – сокови, џемови и друга топла прерада
Млечни производи	Укључење у глобалне трговинске ланце; Пласман премијум производа.	Задржавање постојеће тржишне позиције у трговинским ланцима; Пласман традиционалних производа.	Укључење у трговинске ланце	Задржавање постојеће тржишне позиције
Сточна храна	Пласман финалних производа – околне земље које су у ЕУ – дистрибутивне мреже	Повећање пласмана финалних производа – дистрибутивне мреже		Повећање пласмана финалних производа – дистрибутивне мреже
Производња меса	Јунетина – даља прерада	Месне прерађевине и трупови – финална продаја; трупови за даљу прераду	Свињско месо – трупови и кобасице	Све категорије производа
Премиум производи	Пласман финалних производа		Пласман финалних производа	



#### 4.3.8. Ланци вредности

##### 4.3.8.1. Производња замрзнутог воћа са фокусом на малину

Ланац вредности у преради и конзервасању воћа је релативно кратак и једноставан. Доминантни производи у овој производњи су замрзнута малина, купина, шљива и вишња. Поједине хладњаче откупљују још и јагоду, култивисану боровницу и сакупљене, дивље, јагоде, боровнице и купине.



Слика 4: Ланац вредности у производњи замрзнутог воћа

У примарној пољопривредној производњи свакако доминира шљива која се по површинама и укупним приносима сматра воћарском културом број 1 у Србији. Србија се по производњи шљиве сврстава у земље са највећом производњом на свету. Међутим, у делу производње замрзнутог воћа, свакако да је најважнија култура малина. По званичним подацима малина се одгаја на око 11.000 ха, а годишњи обим производње је око 66.000 т, међутим процена је да се под малином налази око 15.000 ха, а да производња варира од 80.000-110.000 т/годишње. Највеће површине под малином налазе се у западној Србији (Ариље, Пожега, Ужице, Љубовија), где се производи око 55% укупне производње малине, потом у северозападној Србији (Ваљево, Шабац, Осечина) са 35% производње и југозападној Србији (Брус, Александровац и Куршумлија). Поред поменутих региона, у којима се малина традиционално гаји, нови малињаци се подижу и у другим регионима Србије. Хладњаче су концентрисане у овим деловима Србије, а што

представља значајан допринос равномерном регионалном развоју. У зависности од године, односно интереса иностраних купаца, на значају могу добити купина, вишња или шљива.

Готово целокупна количина произведене малине се откупљује од стране хладњача (89%), а слична ситуација је и код купине (74%). Одређени удео у откупу представљају и прерађивачки капацитети којима је малина потребна за прераду (нпр. производња сокова) и који организују сопствени откуп. Незнатне количине ових производа завршавају на пијаци или се продају у малопродаји.

Хладњаче имају потребе за шљивом и вишњом и пројектовану тражњу тако да према томе врше откуп. Међутим, за разлику од малине и купине, шљива и вишња су производи који се у великим количинама користе за прераду у домаћинству, а значајна тражња постоји и од стране прерађивачке индустрије. Знатно веће количине ових производа, у односу на малину и купину завршавају на пијаци.

**Табела 25:** Површине, производња и откуп најважнијих култура

Култура	Површине (000 хектара)	Укупна производња (000 тона)	Откуп (000 тона)	Продаја на пијаци
Шљива	77.949	345	26,6	2,1
Вишња	13.990	92	20,6	0,8
Малина	11	66	58,9	0,2
Купина	3	19	14,1	0,3

*Извор: МПШВ – Зелена књига 2, 2015.*

Примарну производњу карактеришу мале парцеле на којима се успоставља воћарска производња, ниска или неконтролисана примена агротехнике и лош сортимент. Хладњаче, додатно, имају великих примедби на квалитет производа. Решавање наведених проблема треба да буде приоритет у развоју воћарства у наредном периоду.

Између произвођача и хладњача нема уговора о откупу или сарадњи. Ово пружа обема странама слободу. Произвођачи могу бирати откупљивача који нуди највеће цене, док хладњаче могу подешавати количине откупљених производа у зависности од тражње на тржишту. Међутим, овај однос ствара несигурност код обе стране. У овим условима прерадни капацитети не могу планирати процес ширења и развоја. Хладњаче покушавају да помогну највећим произвођачима током процеса производње путем обезбеђења производних инпута и на тај начин покушавају да обезбеде произвођаче са већим количинама производа и одређеним квалитетом. Међутим, код одређеног броја хладњача је присутан и тренд заснивања сопствених засада како би се контролисала производња и квалитет производа.

Наведене активности су последица постојања великог броја хладњача и превеликих складишних капацитета. Званични подаци указују на постојање око 500-550 предузећа у области прераде и козервисања воћа, међутим број хладњача је знатно већи обзиром да одређени број ПГ и предузетника има сопствене хладњаче. Ове хладњаче се не налазе на врху ланца вредности. У највећем броју случајева служе за хлађење сопствених производа или као откупна места великих хладњача како би се формирао хладни ланац у откупу.

Систем откупа функционише на два начина. Хладњаче долазе по воће и транспортују га до хладњаче у току дана или се воће складишти/хлади код откупљивача до момента преузимања од стране хладњача. Хладњаче имају сопствене камионе, али је присутна и пракса ангажовања превозника у току откупа производа.

Интензиван радни процес постоји само у време откупа када хладњаче раде и у три смене. У овом периоду се врше готово сви важнији радни процеси: пребирање/класирање, паковање и хлађење. У производњи нема коришћења инпута који утичу на квалитет или структуру производа.

Постојећи капацитети су знатно већи од тренутне производње, међутим делом су резултат постојања одређеног броја великих приватизованих хладњача. Квалитет зависи од опремљености радног процеса. Модерније хладњаче имају комплетну контролу радног процеса и складиштења и имају могућност производње квалитетнијих производа и различитих паковања. Међутим, још увек постоји значајан број хладњача који нема опрему за контролу квалитета и складиштења и раде са нижим квалитетом производа. Такође, присутни су и погони у којима постоји огроман утрошак енергије услед застарелог технолошког процеса и опреме. Најважнији производи у преради су роленд, гриз, блок, брух и оригинал, а код купине је присутна и конфитуро. Вишња и шљива се искоштиравају, а шљива се може сечи у полутке. Хладњачари су услед извозних захтева прихватили међународне стандарде квалитета и пословања тако да највећи број извозних хладњача уз НАССР има и неки ISO стандард. Највећи број хладњача у значајној мери може унапредити производни процес, побољшати организацију и подићи квалитет производа.

## **Малина**

Малина је доминантно извозни производ и производ по коме је Србија препозната у свету. Глобално тржиште малине се процењује на 400.000-500.000 т/годишње. Највећу производњу бележи РФ која међутим није извозник малине. Иза РФ се по производњи налазе Србија, САД, Пољска, Чиле... У 2015. години Србија је са 80.000-90.000 т учествовала са преко 20% у светској производњи малине и била водећи произвођач испред Пољске (66.000 т) и САД (60.000 т). Међутим, производња малине је високозависна од временских услова тако да распоред највећих произвођача зависи од године. Око 200 предузећа из Србије врши извоз малине. Извоз врше хладњаче и велетрговци. Замрзнута малина се највише извози у Немачку и Француску, али и Белгију, Велику Британију и друге земље ЕУ. Међутим, малина је производ који се у значајнијој количини извози и у САД (9 мил. УСД), РФ (2,6 мил. УСД) па чак и Кину (0,4 мил. УСД).

ЕУ је најзначајније тржиште за српску малину и на овом тржишту се српска малина суочава у највећој мери са малином из Пољске. Чиле, као велики извозник малине, је првенствено фокусиран на тржиште САД. Иако се сваке године у просеку извезе 80-95% укупно произведене

количине малине, вредност извоза малине варира, као последица ценовних кретања на међународном тржишту и све вишег нивоа конкурентности пољске и чилеанске малине.

Највећи купци малине у свету су САД, Немачка, Велика Британија, Француска, Холандија, Белгија итд али на овим тржиштима влада изузетна конкуренција. Додатно, раст тражње на овим тржиштима је релативно низак па се препоручује рад на освајању нових тржишта. Као тржишта са потенцијално високом тражњом за малином се наводе Аустралија, Јужна Кореја, Индија и Кина.<sup>28</sup> Међутим, за повећање извоза је потребно даље повећање површина под засадима и повећање приноса у постојећим засадима.

**Табела 26:** Највећи купци малине (хиљада тона)

Купци малине	Количине (000 т)
Немачка	75-90
Француска	30-40
САД	25-40
Белгија	20-27
Холандија	20-25
Велика Британија	15-25
Аустрија	14-18

*Извор:* Global Trade Atlas, 2012.

Потенцијали развоја код постојећих предузећа се делимично огледају у развоју нових производа попут производње концентрата/пиреа, сокова, екстраката, воћних заслађивача, воћних вина, чајева и сл. међутим ова предузећа немају могућности за развојем сложенијих, вишекомпонентних производа. Могуће је укључивање нових производа у процес хлађења попут култивисане боровнице, рибизле, поврћа или јагоде.

У маркетиншком делу је потребно започети са брендирањем српске малине и повећањем површина под органском производњом. Органско воће има сталну тражњу на тржишту и остварује премиум цене. Међутим, значајнији пројекат је брендирања српске малине. По свим истраживањима српска малина има бољи квалитет у односу на конкуренцију, а што је резултат природних предиспозиција. Пројекат је свакако интересантан за све малинаре обзиром да би требао да резултира повећаним квалитетом и препознатим производом на иностраном тржишту.

28. Growing Forward - "A GLOBAL EXPORT MARKET OVERVIEW FOR BRITISH COLUMBIA'S RASPBERRY INDUSTRY", 2012

**Табела 27:** Најважније снаге и слабости производње замрзнутог воћа

Снаге	Слабости
Србија је један од највећих светских извозника малине	Недостатак квалитетне сировине
Србија је један од највећих светских произвођача шљиве	Слаба координација између примарне производње и хладњача у ланцу снабдевања
Успостављени/стални извозни пословни контакти – значајни извозни резултати	Слаба опремљеност највећег броја хладњача
Присуство на различитим тржиштима (различите земље ЕУ, Руска Федерација и сл.)	Ниска додатна вредност замрзнутог воћа

#### 4.3.8.2. Производња сирева

Сточарство у Србији има посебан социо-економски значај, што значи да производња млека има значајну улогу у руралним подручјима Србије, као и у регионима у којима није могуће заснивати интензивну ратарску или повртарску производњу.

У Србији се годишње произведе 1.450.000.000-1.500.000.000 л крављег млека. У претходном периоду се бележио тренд смањења производње млека који је резултат константног смањења броја музних грла у последњих двадесетак година. Овчије и козије млеко се не сматрају значајним производима обзиром на малу производњу и чињеницу да се ово млеко најчешће не откупљује од стране млекара. Највећа количина овчијег и козијег млека се прерађује у оквиру домаћинстава и пласира на пијацама, а доминантни производ овчијег и козијег млека је сир.

**Табела 28:** Количина произведеног и откупљеног млека (000 л), 2015.

Млеко	Произведено	Откупљено
Кравље	1.501.000	836.704
Овчије	19.000	13.300
Козије	44.000	23.200

Извор: МПШВ, Зелена књига, 2016

Основни проблеми у примарној производњи се огледају у ниској производњи по музном грлу, сезонском карактеру производње млека и још увек лошем квалитету предатог млека (број соматских ћелија и микроорганизама).

Највећа количина помуженог млека са откупљује, а удео откупљеног у укупно произведеном млеку се повећава и у 2015. години је износио 55%. Тренд производње првенствено белог сира и кајмака у оквиру домаћинства је напуштен у већем делу Србије. Готово сва већа газдинства која су се оријентисала на производњу млека су се одлучила на продају млека млекарима.



Слика 5: Ланац вредности у производњи млечних производа

Производња сира и кајмака у оквиру домаћинства се задржала у појединим крајевима Србије, првенствено у Западној Србији. Основни разлози су традиција и непостојање откупа од стране индустријских млекара. По садашњим подацима око 1.755 ПГ је регистровано за производњу унутар домаћинства, а највећи број се бави производњом првенствено сира и ракије. Међутим Попис пољопривреде из 2012. године<sup>29</sup> је показао да се прерадом млека, меса, воћа и поврћа бави чак 66.291 ПГ. ПГ код којих се задржао традиционални начин производње су мала газдинства, са малим бројем грла стоке у неразвијеним регионима. У највећем броју случајева ова производња сира није регистрована, а пласман производа се врши преко накупаца.

У делу примарне производње се у наредном периоду мора подстаћи процес повећања сточног фонда кроз специјализацију пољопривредних газдинстава у правцу производње млека, подизати генетски потенцијал грла, побољшавати услове одгоја, радити на подизању квалитета млека и дозволити да се процес регистрације производње сира и других млечних производа на газдинству подстакне и олакша.

Откуп млека обављају млекаре мада често посао откупа обављају и откупљивачи који истовремено представљају и веће произвођаче млека. Камиони за превоз млека су углавном опремљени

29. РЗС - Попис пољопривреде 2012 – Пољопривреда у РС, књига 2



квалитетним цистернама које омогућавају обезбеђење оптималне температуре млека, мада се код појединих, малих млекара занатског типа задржао транспорт млека у пластичним цистернама.

У Србији постоји око 200 млекара, од чега око 10 индустријских које имају капацитет прераде већи од 100 т млека на дан. Капацитети прераде су код индустријских млекара значајно већи у односу на постојећу производњу млека услед чега су млекаре често приморане да иду у потрагу за млеком и по неколико стотина километара од млекаре, а што значајно подиже трошкове откупа.

Мале млекаре занатског карактера су оријентисане на откуп млека у оквиру општине или региона у којој се налазе. Откупљују најчешће до 10 т млека на дан, мада има млекара и са откупом до 50 т млека на дан. Најважнији производи су пастеризовано млеко, јогурт, кисело млеко и различити бели или жути сиреви. Карактеристике занатских млекара су мала палета производа која је резултат постојања најосновније опреме, лош квалитет млека који се откупљује чиме се директно утиче и на лошији квалитет производа и непостојање квалификованог кадра који би могао да прошири палету производа или обезбеди пласман на боље тржиште. Стратегија млекара је заснована на производњи најјефтинијих производа. Амбалажи, паковању, маркетингу и дистрибуцији се не придаје велика пажња. Нема комуникације са потрошачима. Ове млекаре представљају угрожену категорију и њихов број се константно смањује. Стратегија развоја ових млекара у наредном периоду могу бити специфични традиционални производи (сир, кајмак, паприка у павлаци и сл.) који се не производе у индустријским млекарама. Извозни потенцијал код ових млекара није изражен, сем код млекара које послују у пограничним подручјима са БиХ, Косовом и Црном Гором.

Индустријске млекаре су грађене средином прошлог века и највећи број ових млекара је приватизован. Имају предимензиониране капацитете, међутим квалитетним менаџментом је успостављено економски успешно пословање. Ове млекаре плаћају већу цену млека у откупу и стимулишу откуп квалитетног млека. Имају дугогодишње уговоре/договоре са произвођачима млека. Фокусирани су на велике фарме, али у потрази за млеком се иде и до малих произвођача и у удаљеније крајеве. Иновативност и развој представљају значајан елемент пословања. На тржишту се прате захтеви потрошача и излази се са категоријом производа у складу са овим захтевима. На овај начин су добијени млечни производи са различитим процентом масти, иновирани кисело-млечни производи (јогурти са пробиотицима и сл.), сладоледи, пудинзи итд. Производња белих сирева код ових млекара није изражена, али је значајно присутна производња жутих сирева. Код ових млекара је изражена јасна борба за већим учешћем производа на тржишту тако да се сем иновација, велика пажња посвећује - откупу (постоје сировинске службе), преради (службе развоја) и пласману (комерцијалне службе). Најважнији продајни канал су ланци супермаркета. Ова група млекара је услед ограниченог домаћег тржишта започела пословање у региону, а од скора се почело са наступом на тржишту РФ. Поседују јак извозни потенцијал обзиром да су услове пословања већ ускладили са захтевима ЕУ тржишта.

Инпути који се користе у производњи зависе од врсте производа. Сем амбалаже, у основним производњама, попут сира, се користе културе и со, док се код сложенијих производа користе сушено воће и поврће, већи број култура, шећер итд. Инпути се набављају од специјализованих добављача.

Доминантни производи у млечној индустрији су млеко, кисело млечни производи и разне врсте белих и жутих сирева. Регистрована годишња производња сира у РС према РЗС износи 250.000-260.000 т и има благи тренд повећања.

Међутим највећи број млекара производи различите врсте сирева. Основни разлог лежи у чињеници да је реч о производу са нешто дужим роком трајања и релативно једноставном технологијом производње.

Такође, мора се нагласити да се у категорији сирева налази највећи број производа са потенцијалном додатном вредношћу и производа који представљају тзв. тржишне нише. На тржишту су присутни специфични козији сиреви (са различитим додацима; димљени сиреви итд.) који се производе у малим серијама и постижу изузетно високу цену. Уз то, у овој категорији се налазе бројни традиционални сиреви попут сјеничког и златарског, пиротског качкаваља, овчијег пуномасног белог и жутог сира итд. који су препознати на тржишту региона, али који нису остварили реалну тржишну вредност. У овом делу је потребно нагласити да сиреви представљају један од најчешћих производа у категорији производа са заштићеним географским пореклом у ЕУ.

Канали продаје сирева су врло различити. Бели сиреви се продају у супермаркетима и трговини на мало, али се у значајној мери задржала традиција куповине белог сира на пијаци. У 2015. години се кроз овај канал продаје пласирало 11.720 т сира (највише белог сира).<sup>30</sup> Додатно, у значајном обиму се задржала куповина сира од познатих произвођача (директна куповина). С друге стране, трговина жутиим сиревима се у највећем обиму врши кроз ланце супермаркета и трговину на мало.

Сир представља и један од најважнијих извозних производа млечне индустрије, а најважније тржиште представљају земље региона и РФ.

**Табела 29:** Структура и вредност извоза, 2016

Производ	Количина (тона)	Вредност (000 УСД)	Најважније тржиште	Вредност извоза на највећем тржишту (000 УСД)
Млеко и млечни произ.	38.772,8	42.847,7	ЦЕФТА	34.647,8
Маслац и млечни намази	1.357,6	5.413,9	ЦЕФТА	4.330,0
Сир и урда	11.207,8	35.715,9	РФ	25.366,1

Извор: РЗС - <http://www.stat.gov.rs>

У наредном периоду би се требала обратити пажња на чињеницу да земље ЕУ и САД представљају највеће потрошаче сирева на свету, како у погледу количине тако и у погледу

30. МПШВ – Зелена књига, 2015.

вредности. Они су 2012. године представљали око 70% светске потрошње сира. Такође, предвиђа се даље повећање потрошње сира која би 2020. године требала да достигне 4,4 мил. МТ. Највеће повећање потрошње се очекује у Руској Федерацији (26%), САД (25%), земљама Јужне Америке (24%), Азије (63%) и Блиског и Средњег Истока (45%).

За развој ланаца вредности је потребно радити на јачању примарне производње, повезивању примарних произвођача и млекара, занатских млекара и индустријских млекара у руралним подручјима, развоју, заштити и афирмисању традиционалних производа, развоју нових производа и ширењу тржишта ка ЕУ и РФ. Веома важан аспект пословања треба да пружи и Национална лабораторија за контролу квалитета млека чиме би се утицало на подизање квалитета млека али истовремено и олакшао извоз на тржиште земаља ЕУ.

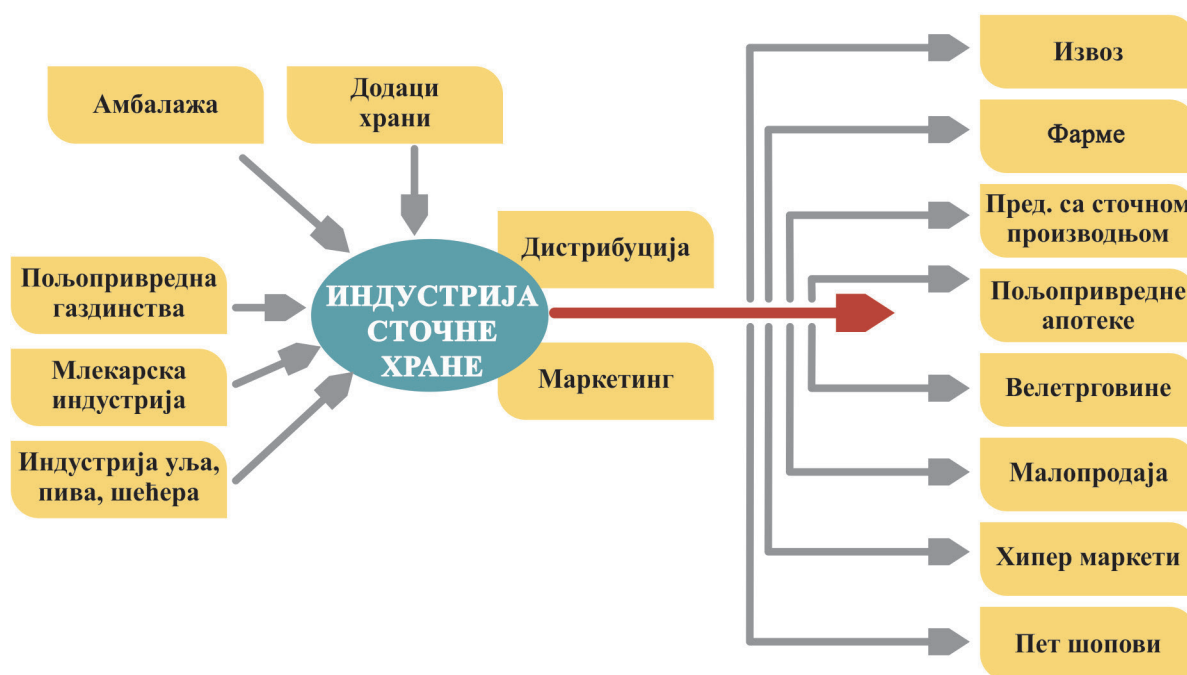
**Табела 30:** Најважније снаге и слабости производње замрзнутог воћа

Снаге	Слабости
Огромне предиспозиције/ресурси за развој млекарства као и постојање традиције у производњи млека и млечних производа	Недостатак сировине
Сектор са активним развојним потенцијалом – велики број млекара, значајни пословни приходи итд.	Лош квалитет млека у откупу
Диверзификован подсектор – постојање занатских и индустријских млекара	Слаба опремљеност малих, занатских, млекара – мали асортиман јефтинијих производа намењених локалном тржишту
Велики број млечних производа у понуди	Неразвијен стручни кадар код малих, занатских, млекара
Постојање значајног броја традиционалних производа – потенцијални премиум производи	Непостојање и непримењивање стандарда и техничких прописа
	Непостојање националне референтне лабораторије за млеко
	Глобална трговина млеком и млечним производима је углавном регионално позиционирана

#### 4.3.8.3. Производња готове хране за животиње

Производњом хране за животиње се званично баве 194 привредна субјекта са 3.922 запослена радника. Међутим, број прерадних капацитета за производњу сточне хране је далеко већи. Готово све индустријске сточарске фарме поседују заокружен ланац у делу производње сточне хране. Газдинства која су ушла у процес специјализације ка сточарској производњи такође поседују

мешаоне сточне хране различитог капацитета и квалитета. На овим фармама и газдинствима се углавном врши набавка минерално-витаминских додатака или других сличних компоненти како би се оброци животиња комплетирали у складу са нормативима. Међутим, постоје и фарме, првенствено живинарске и свињарске на којима процес производње није потпуно заокружен и које набављају готове концентрате за исхрану животиња.



Слика 6: Ланац вредности сточне хране

На терену постоје врло различити модели пословања и повезивања примарне производње и производње готове хране за животиње. Део капацитета је првенствено у функцији сопствене примарне сточарске производње, али врши производњу и за тржиште; део капацитета има различите уговорне односе са великим фармама, а мањи или већи део производње пласира на тржишту; део капацитета је потпуно окренут тржишту; док је део прерадних капацитета настао продужењем ланца вредности у ратарској производњи, односно након подигнутих силоса подигнуте су и мешаоне сточне хране. Производња готове хране за животиње се због тога налази сконцентрисана у регионима са развијеном ратарском и сточарском производњом.

Сировина за производњу готових концентрата се у највећој мери добија са ратарских фарми али се део компоненти може набављати и из млинарске индустрије и индустрије уља (нуспроизводи). У знатно мањој мери су присутни нус производи индустрије шећера, пива и сл. Део компоненти се самостално производи или купује на тржишту, попут минералних и витаминских додатака, синтетичких аминокиселина, непротеинских једињења и сл.

Хранива	Додаци хранивима
Жита	Есенцијални и неесенцијални адитиви
Кукуруз	Лекови
Јечам	Антибиотици
Овас	Пробиотици-пребиотица
<b>Биљни извори протеина</b>	Хормони
Сачме и погаче уљаног семена	Пуфер супстанце
Крупнозрне легуминозе – као извори протеина	Коригенси мириса и укуса
Остали биљни извори протеина	Антиоксиданти
Анимални извори протеина	Емулгатори
Синтетички извори протеина	Конзерванси
	Органске киселине
	Ензими
	Лекови

Тржиште је добро снабдевано потребним инпутима, а највећи проблем у овом делу може представљати некавалитетан кукуруз. Лошим кукурузом у исхрани су смањивани производни резултати и стварали су се економски губици на сточарским фармама што је правило отпор код примарних произвођача према концентрованој храни за стоку. Највећи број прерађивача сточне хране који је окренут тржишту је решио овај проблем успостављањем редовних лабораторијских анализа и побољшаним, контролисаним процесом производње и условима чувања сировине .

У погледу опремљености и развијености технолошког процеса постоје огромне разлике између произвођача готове хране за животиње. Поред великих индустријских система, у претходном периоду је подигнуто је доста малих, али модерно опремљених, прерађивачких погона. У претходном периоду је било иностраних али и домаћих инвестиција. Бројни погони су приватизовани и технолошки значајно осавремењени. Код ове категорије произвођача хране за животиње аутоматизовани су радни процеси и систем контроле. У производној пракси су присутне методе побољшања хранљиве вредности хранива пре интегрисања у крмне смеше. Процес одређивања рецептура, израчунавања односа хранљивих материја, оптималног састава и најниже цене су присутни.

Уз млинове и мешалице, присутне су и пелетирке у циљу производње пелетиране хране. Успостављене су лабораторије за испитивање квалитета. По постављеним стандардима ове мешаоне испуњавају све савремене услове пословања. Маркетингу се придаје велика пажња тако да на терену постоје запослени који су у сталном контакту са купцима. С друге стране постоји велики број малих мешаона сточне хране које су фокусиране на одређену циљну групу потрошача и немају развијене маркетиншке алате. Развијеност радног процеса је на нижем нивоу као и системи контроле.

Палета производа, састав и декларисање производа код произвођача хране за животиње је дефинисана Правилником о квалитету хране за животиње.<sup>31</sup> Овим правилником су дефинисани и минимални захтеви у погледу квалитета хранива и крмних смеша.

Производња готове хране за животиње има тренд повећања у претходних пет година уз постојање значајних варијација у појединим годинама. Званична производња је по подацима РЗС у 2015. години износила 950.000 т. Уз то, произведе се око 27.000 т хране за кућне љубимце. Привредна грана остварује пословне приходе од скоро 500 мил. ЕУР/година.

Дистрибутивни канали су врло различити. Произведена храна за животиње се продаје директно фармама, пољопривредним апотекама, велетрговинама, хипермаркетима... Извоз произведене хране за животиње варира 100-150 милиона УСД/година.

**Табела 31:** Количина (у 000 т) и вредност (у мил УСД) извезене сточне хране у 2015. и 2016. год.

Сточна храна	Количина		Вредност	
	2015	2016	2015	2016
	387,9	494.1	109,9	151,8

Извор: РЗС, 2016.

Највећа тржишта у 2016. години су били БиХ (30,4 мил. УСД), Италија (30,2 мил. УСД), Црна Гора (13,5 мил. УСД) и Хрватска (11 мил. УСД). Уз њих, значајан извоз (преко 5 мил. УСД) се остварио у Немачку, РФ, Мађарску и Швајцарску.

**Табела 32:** Најважније снаге и слабости производње замрзнутог воћа

Снаге	Слабости
Србија је значајан произвођач најзначајнијих сировина за сточну храну	Висока зависност од примарне пољопривредне производње – количина, квалитет и цена
Ниска цена компоненти сточне хране	Значајан увоз сточне хране
Подсектор има тренд раста пословних прихода и извоза	Испуњавање стандарда и захтева који се односе на квалитет производа
	Слаба технолошка опремљеност једног броја капацитета
	Неразвијено домаће и регионална тржишта

31. Правилник о квалитету хране за животиње – Сл. гласник РС, бр. 4/2010, 113/2012, 27/2014 и 25/2015



#### 4.3.8.4. Производња меса

Највећи део ланца вредности производње сира је идентичан или сличан ланцу вредности производње меса. Овај сектор заједно са сточарском производњом има посебан значај: има велики социјално-економски значај, ствара највећу додатну вредност, може имати најдуже ланце вредности и има значајан утицај на животну средину. Сама месна индустрија остварује трећи највећи пословни приход у прехранбеној индустрији и обезбеђује значајну запосленост и додатну вредност.

У Србији се у 2015. години произвело 471.000 т меса. У структури производње доминира свињско, а потом живинско и говеђе месо. У претходном периоду се бележио тренд смањења производње меса који је резултат константног смањења броја музних грла у последњих двадесетак година.

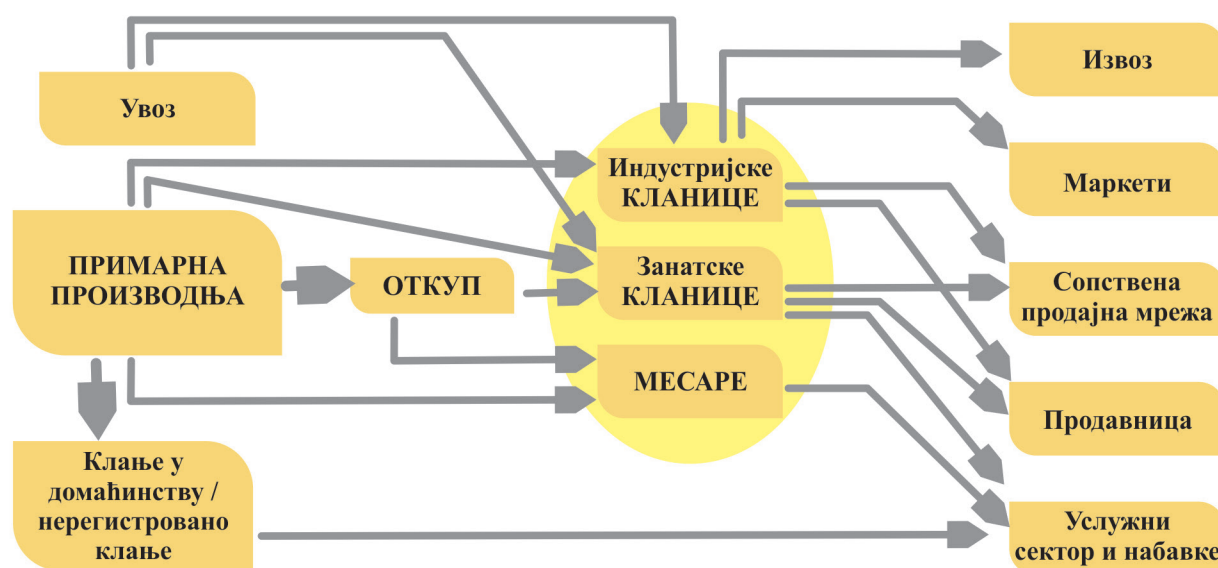
*Табела 33: Количина произведеног и откупљеног меса (000 т), 2015*

Врста меса	Заклано	Заклано у кланицама
Говеђе	77	40
Свињско	278	167
Пилеће	86	66
Овчије	30	1

*Извор: МПШВ, Зелена књига, 2016*

Основни проблеми у примарној производњи се огледају у неорганизованој/нестандардизованој тову који за резултат има лош/нестандардизован квалитет на линији клања. Уз то, честе су појаве болести које нису стандардне у ЕУ, попут квржаве коже, плавог језика, свињске куге, брузелозе и сл. а што смањује могућност планирања дугорочнијег извоза.

Удео откупљене стоке у укупно произведеном броју грла се повећава и у 2015. години је износио око 50%, а што указује на још увек снажно присутан тренд неконтролисаног клања (у оквиру домаћинства, месара и сл) стоке. Посебно је изражен у производњи овчијег/јагњег меса које се готово уопште не коље у кланицама. Овај тренд се посебно задржао у појединим крајевима Србије, првенствено у Западној Србији. Основни разлози су традиција и непостојање откупа од стране индустријских млекара.



Слика 7: Ланац вредности у производњи меса

У делу примарне производње се у наредном периоду мора подстаћи процес повећања сточног фонда кроз специјализацију пољопривредних газдинстава у правцу производње меса, подизати генетски потенцијал грла, побољшавати услове одгоја и исхране, и радити на повезивању примарне производње и кланица/месара.

У делу откупа је присутна велика разноликост. Велики кланични системи имају сопствене фарме. Тов пилића се, такође, организује за познатог купца. Међутим, мале кланице и месаре су константно у потрази за стоком. Откуп обављају директно или преко купаца, а често и на сточним пијацама. Значајан део стоке произведен у пограничним регионима ка БиХ и Црној Гори на овај начин завршава у месарама околних земаља. У откупу су знатно више у односу на друге ланце вредности у прехранбеној индустрији присутне ценовне варијације које су последица нестабилног тржишта (увоз, неконтрлисана производња, сезонски карактер и сл.) и слабог финансијског капацитета највећег броја месара и кланица.

У Србији постоји 442 кланице и месаре, од чега око десетак индустријских. Капацитети прераде су значајно већи у односу на постојећу производњу.

Највећи број прерадних капацитета представљају месаре и занатске кланице. Ова категорија кланица/месара има мали обим клања, низак степен прераде и мали пословни промет. У највећем броју случајева се коље пар грла стоке недељно. Продаја се обавља у сопственим објектима, а најважнији производ је свеже месо, нуспроизводи клања и основне, краткотрајне, месне прерађевине. Неконкурентност у односу на велике системе је натерала велики број ових месара да почну са продајом прженог меса и/или производњом производа који се не могу наћи у понуди великих кланица и супермаркета (чварци, цигерице и сл.). У овој категорији се налазе и месаре које покушавају да пронађу своје место на тржишту са специфичним производима попут сузукa, лесковачког роштиљ меса, локалног кулена, овчије стеље и сл. Мала палета производа је резултат: постојања само основне опреме; лошег квалитета стоке који се откупљује чиме се директно утиче

и на лошији квалитет финалних производа; и непостојања квалификованог кадра који би могао да прошири палету производа или обезбеди пласман на бољем тржишту. Амбалажи, паковању, маркетингу и дистрибуцији се не придаје велика пажња. Нема комуникације са потрошачима. Ове месаре представљају угрожену категорију и њихов број се константно смањује. Стратегија развоја ових месара у наредном периоду могу бити специфични традиционални производи који се не производе у индустријским кланицама. Извозни потенцијал није изражен, сем код кланица које послују у пограничним подручјима са БиХ, Косовом и Црном Гором.

Индустријске кланице су у највећем броју грађене средином прошлог века. Највећи број ових кланица је приватизован. Имају предимензиониране капацитете, међутим квалитетним менаџментом је успостављено економски успешно пословање. У највећем броју случајева имају заокружен вертикални ланац, што подразумева постојање сопствених фарми (укључујући и производњу сточне хране) са којих се врши набавка стоке, постојање развојних служби и малопродајне мреже. У оквиру ових система се јављају и највећи ланци супермаркета у Србији који поседују потпуно заокружен ланац снабдевања месом. Само у појединачним случајевима су код ових кланица присутни уговори са великим товљачима стоке. Уз месо, ове кланице производе палету дуготрајних производа различитих састава. Иновативност и развој представљају значајан елемент пословања, али не на нивоу који постоји код нпр. код млекарске индустрије, а што се огледа у знатно мањем броју производа на тржишту. У том делу, увозни иновативни производи могу представљати значајну претњу на домаћем тржишту у будућности.

Инпути који се користе у производњи зависе од врсте производа и набављају се од специјализованих добављача.

Основни проблеми кланичне индустрије се огледају у непостојању квалитетне сировине, непостојању стандарда квалитета и здравствене безбедности, лошој организацији, фокусираности на домаће тржиште, а потенцијални проблем представљају и захтеви који се односе на заштиту животне средине.

Доминантни производ кланичне индустрије је месо (трупови, полутке, четврти, класирано), док је производња различитих врста месних прерађевина значајно мања.

Канали продаје меса су врло различити. Доминирају супермаркети и трговина на мало, али се у значајној мери задржала традиција набавке меса са села (родбина и родитељи). Продаја меса на пијаци није изражена. С друге стране значајни купци меса су ресторани и хотели који често набављају месо добијено клањем стоке ван регистрованих објеката за клање.

Фокус производње је на задовољењу потреба домаћег тежишта, уз пласирање одређених количина меса и месних прерађевина на регионалним тржиштима. Изражен је тренд коришћења познатих робних марки, мада се са развојем супермаркета користе све више и ови брендови.

Месо није значајан извозни производ, а најважније тржиште представљају земље региона. У периоду 2014 и 2015. године је забележено значајно повећање извоза свињског меса у РФ, али је обим ове трговине значајно смањен у 2016. години.

За развој ланца вредности меса је потребно радити на јачању, повећању и подизању квалитета примарне производње, повезивању примарних произвођача и кланица, занатских и индустријских кланица у руралним подручјима; развоју, заштити и афирмисању традиционалних производа;

успостављању стандарда квалитета и здравствене безбедности; подизању нивоа знања; развоју нових производа и ширењу тржишта ка ЕУ и РФ.

**Табела 34:** Најважније снаге и слабости производње меса

Снаге	Слабости
Огромне предиспозиције/ресурси, као и постојање традиције	Недостатак сировине
Сектор са активним развојним потенцијалом – велики број кланица, значајни пословни приходи итд.	Лош квалитет стоке у откупу
Диверзификован подсектор – постојање занатских и индустријских кланица	Слаба опремљеност малих, занатских, кланица и месара – мали асортиман јефтинијих производа намењених локалном тржишту
Постојање значајног броја традиционалних производа – потенцијални премиум производи	Неразвијен стручни кадар код малих, занатских, кланица
	Непостојање и непримењивање стандарда и техничких прописа – ограничен тржишни наступ

#### 4.3.8.5. Премиум производи

У свакој од привредних грана постоје специфични производи који могу пронаћи тржишне нише и специфична тржишта у ЕУ, САД и сл. У ову категорију спадају врхунска вина, багремов мед, специфична јестива уља, замрзнути пекарски производи, храна за кућне љубимце, поједини аутохтони производи препознати код туриста или српских иселјеника итд.

Ови производи се карактеришу специфичним саставом, укусом, нутритивним или здравственим својствима, традиционалним начином припреме, еколошким карактером производње... Сви ови производи да би се пласирали на захтевно тржиште по премијум ценама захтевају изузетно висок и уједначен квалитет и тржишно атрактивна паковања. Најчешће ове производе прате и одређени сертификати попут сертификата за органску производњу, заштиту географског порекла или знак неког од приватних стандарда.

Ови производи су намењени платежно способним купцима код којих храна не задовољава само нутритивне потребе већ који желе проверен и јединствен квалитет и специфичност производа. Куповином хране они желе да подрже одређене социјалне или еколошке промене и за то су спремни да плате премијум цену. Ови купци представљају малобројну категорију у земљама Цефте где се преко 50% месечних примања користи за исхрану. Примарна циљна група у овој категорији производа су купци из ЕУ и САД код којих удео потрошен на исхрану представља око 20% и који су упознати са одређеним шемама квалитета.

Најпознатији стандард у овом делу свакако представља знак органске производње. Ово тржиште је у константном порасту у последњих неколико година. У ЕУ су највећа тржишта за органске производе Немачка са 10,5 милијарди УСД/годишње, а потом следе Француска, Уједињено Краљевство и Италија. Ове земље представљају око 70% тржишта органских производа. Овим земљама треба додати земље са високим животним стандардом, развијеном свешћу о предности органских производа и навиком куповања органских производа (преко 100 ЕУР по становнику годишње за органске производе) као што су Швајцарска, Луксембург, Данска, Шведска итд. Ова категорија производа има релативно мали број сталних купаца (13,8%), али је значајан удео повремених купаца (45,3%) и купаца који ове производе купују само у изузетним приликама (26,6%)<sup>32</sup>. Ово указује на изузетно мало и пробирљиво тржиште.

**Табела 35:** Најважније снаге и слабости производње премиум производа

Снаге	Слабости
Производи са највећом створеном додатном вредношћу – остварују премијум цене	Мали прерадни капацитети
Висок квалитет	Недостатак финансијских средстава за даљи развој или сертификацију
Специфична својства производа	Ограничени људски ресурси у развоју
Постојање стандарда и сертификата	Слаби пословни контакти
Значајна тражња у извозу	Слаба промоција производа
	Самодовољност постигнутим резултатима

## **Закључак**

Ланаци вредности у прехранбеној индустрији Републике Србије нису довољно развијени. У свим деловима ланца вредности постоје мањи или већи проблеми и значајне могућности за побољшањем, а што потврђује и Извештај о глобалној конкурентности Светског економског форума. Република Србија заузима 128. место према ширини ланца вредности, односно степену финализације производа, док према софистицираности производног процеса заузима 133. место од 144 земље.

Привредници наглашавају да се основни проблеми у постојећим ланцима вредности налазе у примарној пољопривредној производњи, слабој повезаности пољопривредне производње и прехранбене индустрије и неразвијеним каналима дистрибуције и пласмана.

Примарна пољопривредна производња зависи од атмосферских прилика што доводи до непредвидљивости количина које ће испоручити прерађивачима, али такође утиче и на квалитет производа.

32. Вехапи, С. (2014). Маркетинг стратегија произвођача органске хране (докторска дисертација). Економски факултет, Универзитет у Нишу.

Поред тога, недовољна предвидивост у пословању малих и средњих предузећа прехранбене индустрије условљена је непостојањем дугорочних уговорних односа измеђа прехранбене индустрије и примарних пољопривредних произвођача. Уговорени однос је присутан само код производње индустријског биља (сунцокрет, соја, шећерна репа...), и у овим пољопривредним гранама се обезбеђује откуп највећег дела примарне производње. Малина и купина су такође производи који се у највећој количини откупљују. У свим осталим гранама пољопривреде је удео откупљених производа знатно мањи. Низак удео откупа је посебно карактеристичан за производне гране и производе који би требало да остварују високе пословне приходе и стварају додатну вредност попут производње млека и меса. Додатни проблем у откупу представља лош квалитет сировине и/или неодговарајући сортимент/раса чиме се лимитира палета потенцијалних производа, али и квалитет добијених финалних производа.

На другој страни ланца, у делу дистрибуције, се јавља проблем ограничене тражње на домаћем тржишту која је изазвана ниском куповном моћи становништва, малог броја продајних канала, касних наплата, присуства монопола итд.

Постојећи проблеми су довели до тога да је део средњих и великих предузећа успоставио вертикални ланац производње. Ови ланци су најизраженији у преради и конзервасању меса и производа од меса. С друге стране, правна лица у делу прераде воћа и поврћа успостављају сопствену примарну производњу у циљу обезбеђења довољне количине квалитетне сировине.

У самој прехранбеној индустрији се такође налази низ слабости које се огледају у ниској продуктивности, технолошкој застарелости производног процеса, лошој организацији, слабом и тржишно неатрактивном асортиману производа, лошем квалитету производа, застарелим и јефтиним решењима у паковању, непостојању пословних планова и маркетиншких стратегија, slabим или непостојећим комерцијалним службама, као и службама откупа, развоја и сл.

По оцени привредника постојећи ланци вредности имају слабу подршку државе. Највеће примедбе привредника се односе на немогућност обезбеђења повољних финансијских средстава, непостојање саветодавних и информативних услуга, квалитетне и обучене радне снаге, подршке у истраживању и развоју. Законодавни и институционални оквир је уређен, али се примедбе привреде односе на непримењивање прописа у пракси, слаб рад инспекцијских органа, спор рад институција, административне и друге проблеме.

Међутим, за повећање искоришћавања постојећих потенцијала и подизање вредности извоза у наредном периоду је потребно:

- регулисање односа дуж ланца вредности уз истовремено ширење ланца вредности;
- промене у свести и начину пословања са пословним стратегијама фокусираним на извоз;
- укључивање у глобалне трендове пословања;
- СДИ које би помогле укључивање малих произвођача на глобална тржишта;
- приступ повољним финансијским средствима за развој и иновативност;
- јасно дефинисана и подржана политика развоја прехранбене индустрије.



## 5. SWOT АНАЛИЗА

Снаге	Слабости
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Прехрамбена индустрија учествује са 4,1% у стварању БДП-а</li> <li>• Сектор обезбеђује значајну запосленост</li> <li>• Велики број правних лица послује у прехрамбеној индустрији</li> <li>• Разноврсна прехрамбена индустрија – развијене су скоро све гране прехрамбене индустрије</li> <li>• Сировина се највећим делом обезбеђује из домаће пољопривредне производње</li> <li>• Позитивни резултати у спољнотрговинској размени</li> <li>• Преко 3 милијарде ЕУР инвестиција у сектору</li> <li>• По 14 привредних друштава се налази међу 100 највећих у РС по промету и нето добитку</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Лоше уређен ланац откупа/снабдевања – резултира недостатком и/или лошим квалитетом сировине</li> <li>• Ниска конкурентност посебно МСПП - слаба опремљеност и застарела технолошка решења</li> <li>• Тржишна стратегија највећег броја субјеката се заснива на стратегији најнижих цена – мала палета производа слабијег квалитета</li> <li>• Извоз је заснован на продаји сировина</li> <li>• Споро прилагођавање савременим захтевима – стандарди квалитета, здравствена безбедност, информатички развој и сл.</li> <li>• Слаби људски ресурси - Недостатак потребних знања и вештина</li> <li>• Слаби финансијски потенцијали код највећег броја правних лица ограничавају развој</li> </ul>
Шансе	Претње
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Присуство нових страних директних инвестиција</li> <li>• Квалитетно и ефикасно подржавање иновативних процеса, производа и пројеката</li> <li>• Уређен законодавни и институционални оквир</li> <li>• Уређено заједничко тржиште за пољопривредне и прехрамбене производе</li> <li>• Чланство у СТО</li> <li>• Координиран рад различитих министарстава на развоју прехрамбене индустрије</li> <li>• Формирање посебних мера подршке којима се подстиче развој прехрамбеног сектора</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Висока пореска оптерећења</li> <li>• Нема повољних финансијских средстава на финансијском тржишту</li> <li>• Високе субвенције у ЕУ смањују конкурентност домаћих произвођача</li> <li>• Стандарди и нецаринске баријере онемогућавају/отежавају извоз производа</li> <li>• Смањен удео издвајања за храну у просечној породици</li> <li>• Ефекти климатских промена директно утичу на не/доступност сировина</li> <li>• Захтев да се уведу трговинске санкције РФ</li> </ul>

Прехрамбена индустрија константно подиже своје производне и извозне потенцијале, међутим глобалне промене захтевају интензивнији и бржи развој и укључење у глобалне ланце вредности. У овом процесу су неопходни јаки социјални, амбијентални, законодавни и институционални оквири и политике како би се максимизирао развојни потенцијал прехрамбене индустрије. Првенствено је потребна снажна подршка у подстицању иновативности, истраживања и развоја



како би се предузећима која се укључују у заједничко тржиште олакшао приступ технологијама, инвестицијама и различитим вештинама.

Развој финансијског сектора би требао да ублажи развојне препреке, олакша извозне програме и обезбеди укључење у глобалне ланце вредности. Добрим функционисањем финансијских система може се повећати број потенцијалних трговинских партнера и обим трговине.

Сектор услуга мора да пружа квалитетну подршку активностима МСПП, посебно у делу извоза. Неразвијени систем услуга представља значајан проблем за пословање МСПП, али и лимитирајући фактор у привлачењу инвестиција.

Основ пословања су постали стандарди. Квалитет, управљање, здравствена безбедност, брига о животној средини су предуслови за наступ на иностраним тржиштима. Уређење постојећих ланаца вредности, њихово ширење и укључивање малих произвођача у ланце снабдевања великих добављача су свакако пут ка бржем развоју.

Системи подршке морају бити пажљиво одабрани како би се обезбедила ефикасност али и одрживост на дужи рок.

Развој носе људи. За убрзан развој је потребно обезбедити подршку и инвестиције у радну снагу, едукације, вештине, тренинге, знања, пословне контакте... Само едукована радна снага може обезбедити иновативни и економски ефикасан убрзани развој прехранбене индустрије.