

Извештај о стању воћарства
у Златиборском округу

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development and Cooperation SDC

psd PRIVATE SECTOR DEVELOPMENT PROGRAMME

РЕГИОНАЛНА РАЗВОЈНА АГЕНЦИЈА „ЗЛАТИБОР" УЖИЦЕ



Садржај

Предговор 3

1. Контекст 5
1.1. Пројекат развоја приватног сектора 5
1.2. Зашто је SDC изабрао Златиборски округ 5
1.3. Приступ развоју тржишта 8
1.4. Зашто је одабран сектор воћарства 10

2. Воћарство Златиборског округа 11
2.1. Површине под воћем 11
2.2. Воћарске културе 11
2. 3. Малина 12
2.3.1. Површине, производња и приноси малине у циљаним општинама Златиборског округа 12
2.3.2. Хладњаче и радна снага 14
2.3.3. Тржиште и конкуренција 15
2.3.4. Изазови у производњи и пласману малине 18
2. 3. Јабука 19
2.4.1. Производња јабуке и приноси у циљаним општинама Златиборског округа 19
2.4.2. Тржиште и конкуренција 21
2.4.3. Изазови у производњи и пласману јабука 24
2.5. Шљива 25
2.5.1. Производња шљиве и приноси у циљаним општинама Златиборског округа 25
2.5.2. Тржиште и конкуренција 27
2.5.3. Изазови у производњи и пласману шљиве 29
2.6. Ко има функцију подршке у сектору воћарства? 30

3. Како да воћарство буде још конкуретније? 35
3.1. Продуктивност и квалитет производа 35
3.2. Прерада и додавање вредности воћу кроз задруге 36

3.3. Иновације: повећање конкурентности сектора воћарства путем пласмана производа са додатом вредношћу 37
4. Стратегије интервенције 39
4.1. Визија и логика интервенције 39
4.2. Успостављање функционалног модела пружања саветодавних услуга пољопривредним произвођачима са циљем интензивнијег бављења воћарском производњом 40
4.3. Подизање капацитета задруга 41
4.4. Успостављење функције истраживања тржишта као предуслова за иновације 41
Шта даље? 42

Анекс I: Преглед осталих препрека у сектору воћарства 43

Анекс II: Извоз малине, јабуке и шљиве из Србије 47

Предговор

Програм разоја приватног сектора у југозападној Србији (PSD) је трогодишњи програм који финансира Влада Швајцарске, преко Швајцарске агенције за развој и сарадњу (SDC), а имплементира Регионална развојна агенција „Златибор“ (РРА).
Општи циљ програма је допринос креирању дохотка и запослености, подршком развоју тржишта у секторима који поседују потенцијал за раст, а то су: туризам, воће, месо и млеко.

Сектор воћарства је одабран за развојну интервенцију из следећих разлога:

- **Релевантност:** Производњом воћа се на интензиван или екстензиван начин бави око 70% сеоских домаћинстава, 14% домаћинстава доминантан извор прихода остварује бављењем воћарством, 30% од укупне производње малине у Србији остварује се у Златиборском округу, а имиџ појединих општина је у потпуности ослоњен на специфичну врсту воћа („кад кажем малина мислим Ариље“) што све указује да овај сектор показује динамичан раст и чини значајан допринос регионалној економији.

- **Потенцијал за креирање дохотка и запослености:** Извозно оријентисана воћарска производња – преко 90% малине се извезе, 76 хладњача у којима је запослено око 1.500 радника, ангажовање преко 5.000 берача у сезони, традиционална прерада воћа у ракије, пекмез, слатко представља одличну платформу за развој, не само ланца вредности у сектору воћарства, већ и у пратећим делатностима: транспорт, амбалажа, маркетинг, итд. што креира могућности за нова радна места. Интензивирање производње у производњу базирану на знању и доброј произвођачкој пракси омогућиће примарним произвођачима веће приносе и квалитет воћа, самим тим и повећање прихода. Проширивањем асортимана производа односно стварањем виших степена прераде воћа, доћи ће до отварања нових производних процеса, што ће омогућити ангажовање ниско и високо квалификоване радне снаге у сегменту прераде воћа.

- **Потенцијал за интервенцију:** PSD програм пружа подршку у секторима који имају могућност за раст и развој, с једне стране, и препознаје тзв. „актере промене“ који имају капацитета и снаге да привуку и „повуку“ остале, с друге. Конкурентна позиција у Србији, али и на међународном тржишту отвара простор за различите интервенције које доприносе системским променама: преношење знања и информација, ширење добре произвођачке праксе, промовисање удруживања, интензивније коришћење развоја и истраживања, промоција регионалних производа итд...

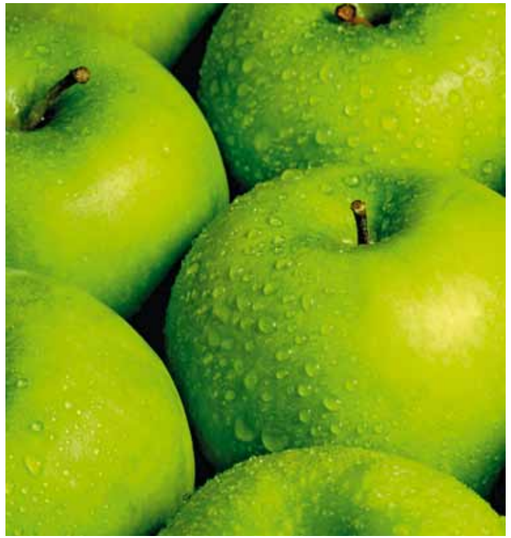
PSD пројекат користи M4P („Making market work for the poor“) приступ развоју тржишта, који је широко прихваћен од стране развојних агенција широм света. Подршком постојећем тржишту, PSD пројекат настоји да оствари дугорочну, системску промену која ће омогућити раст и развој овог сектора. Кроз интервенције у наведеним областима, пројекат намерава да оствари ефекат на повећање прихода у сектору воћарства, а самим тим и могућности запошљавања:

- **Успостављање функционалног модела пружања саветодавних услуга пољопривредним произвођачима са циљем интензивнијег бављења воћарством:** Пројекат жели да допринесе подизању степена знања као и примени добре произвођачке праксе међу произвођачима, са циљем унапређења воћарске производње. Како би се то остварило потребно је унапредити модел узајамне сарадње између примарних произвођача с једне стране, али и свих актера који на било који начин пружају информације и услуге у вези са воћарском производњом, с друге. PSD програм ће са Пољопривредном стручном службом Ужице, Иновационим центром за пољопривреду из Ариља, Институтом за воћарство Чачак, прерађивачима и произвођачима радити на повећању доступности постојећих и креирању нових саветодавних услуга како би допринели интензивној производњи.

- **Подизање капацитета задруга:** Један од начина за повећање конкурентности тзв. малих произвођача јесу функционалне задруге, које омогућавају својим члановима да удружени имају бољу позицију на тржишту и/или обезбеде додату вредност кроз заједничко припремање традиционалних производа од воћа. PSD програм ће кроз партнерство са Министарством пољопривреде, шумарства и водопривреде - канцеларијама за рурални развој, општинским службама за пољопривреду и осталим заинтересованим странама радити на унапређењу постојећих програма намењених јачању задруга.

- **Унапређење функције истраживања тржишта као предуслова за иновације:** Добро позиционирање, задржавање постојећег али и излазак на нова тржишта подразумева перманентно праћење трендова у тражњи, као једне од основа за развој и иновирање производа. PSD програм ће у сарадњи са Регионалом привредном комором Ужице, Агенцијом за страна улагања и промоцију извоза(SIEPA), истраживачким агенцијама и велетрговцима иницирати процес унапређења истраживања о кретањима на тржишту као основе за развој постојећих и увођење нових производа.

Након представљања Извештаја, Програм ће наставити да тражи партнере са којима ће моћи да на најефикаснији начин спроведе поменуте интервенције.



1. Контекст

Наредно поглавље даје кратак преглед о пројекту „Развој приватног сектора" (у даљем тексту PSD) и регији коју он покрива, уз осврт на специфичност приступа који се користи у анализи тржишта, као и на критеријуме за избор сектора воћарства.

1.1. Пројекат развоја приватног сектора (PSD)-Осврт

Регионална развојна агенција „Златибор" имплементира трогодишњи PSD пројекат (мај 2009-април 2012.) у 5 општина Златиборског округа: Ариље, Нова Варош, Прибој, Пријепоље, Чајетина и граду Ужицу, а Влада Швајцарске преко Швајцарске агенција за развој и сарадњу га финансира у износу од 1.65 милиона CHF.
Општи циљ пројекта је смањење сиромаштва и унапређење економског положаја свих актера у ланцу вредности МСП-а, стварањем могућности за отварање нових радних места/очување постојећих, системом вишефазних интервенција подршке развоју и расту сектора МСП-а. Одабрана су три сектора: туризам, прерада меса и млека и прерада воћа јер сва три имају значајну улогу као генератори прихода и запослености у региону.
Улога РРА „Златибор" је фацилитаторска - пружање подршке кључним актерима у ланцу вредности са циљем успостављања системских промена како би се обезбедила одрживост започетог процеса.

1.2. Зашто је SDC изабрао Златиборски округ

Златиборски округ се налази на подручју југозападне Србије, на тромеђи Републике Србије, Републике Црне Горе и Босне и Херцеговине. По површини највећи округ у Србији (6.141 km2) обухвата подручје 10 општина: Ариље, Бајина Башта, Чајетина, Сјеница, Косјерић, Нова Варош, Пожега, Прибој, Пријепоље и Ужице и у њему живи 313.396 становника у 380 насељених ме-

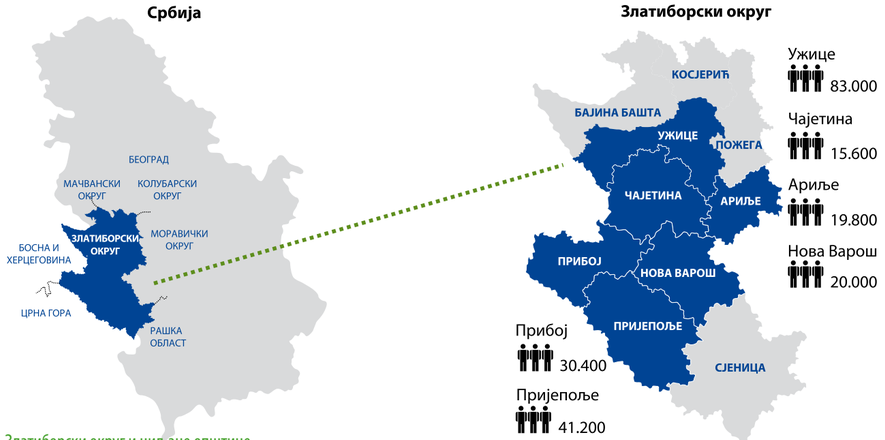
Преглед 1 - Регионална развојна агенција „Златибор"

РРА „Златибор" је основана као друштво са ограниченом одговорношћу 2008. године, трансформацијом Регионалног центра за развој малих и средњих предузећа и предузетништва (основаног 2002.).
Оснивање РРА је резултат јавно-приватног партнерства и оба сектора чине Скупштину оснивача Агенције.
Регионална развојна агенција „Златибор" као организација заснована на знању је катализатор процеса социо-економског развоја Златиборског округа.
Мисија Агенције „Златибор" је да да допринос одрживом социо-економском развоју и стабилности Златиборског округа, подстицањем конкурентних заједница погодних за живот, рад и пословање, применом стратешког планирања, промоцијом погодног пословног окружења, маркетингом територије и реализацијом развојних иницијатива заједнице.
Регионална развојна агенција „Златибор" промовише адекватан институционални оквир и јача територијалну кохезију, иницира и омогућава одржива Регионална партнерства актера одговорних за социо-економски развој Златиборског округа. РРА учествује у дефинисању приоритета и имплементацији мера регионалног развоја, фацилитира анализе и дискусије и пружа саветодавну подршку заинтересованим странама.
Пројекат развоја приватног сектора подржава РРА „Златибор" у јачању њене стратешке и фацилитаторске улоге у процесу ЕУ интеграција.

Више информација на: www.zlatibor.co.rs

ста. По својим природним карактеристикама и конфигурацији тла, Златиборски округ припада брдско-планинском подручју, у којем шуме и шумско земљиште чине 42%, а пољопривредно 51% укупне површине.

У периоду пре економског реструктуирања РС, током 90-тих, главне индустријске активности одвијале су се у производњи текстила, металургији, рударству и грађевинским материјалима. У 2009. години Златиборски округ је са извозом у вредности од $310 милиона учествовао са 5,96% у спољно трговинској размени Србије, највише захваљујући извозу обојених метала (бакра и алуминијума), воћа и текстила. Индустрију је карактерисао низак степен додате вредности и гашење једног броја предузећа у овим индустријама, као и приватизација великих система, који су резултирали значајним повећањем броја незапослених у Округу. Округ поседује значајне природне ресурсе и доминантне секторе у прерађивачкој индустрији (у структури прерађивачке индустрије доминира металска (28,1%), индустрија минерала (18,8%) и производња текстилних производа (11,9%)). Златиборски округ има и високо учешће у укупној производњи Србије за поједине производе: малина (30%), кромпир (10%) и шљива (5%). У агроиндустрији најразвијеније



Преглед 2 - Златиборски округ и циљане општине

су следеће активности: кланична индустрија, прерада меса и производња сувомеснатих производа (пршута, кобасица, сланина и др.), прерада млека и производња млечних производа (сир и кајмак), производња природних ракија са географски заштићеним пореклом, сакупљање лековитог биља и шумских плодова (печурке, шумске јагоде, боровнице, клека и др.), а постоје и капацитети за производњу сокова, воћних сирупа, џемова, мармеладе, компота, слатка и прерађевина од поврћа.

Златиборски округ пољопривредном производњом, туризмом и прерађивачком индустријом обезбеђује креирање додате вредности за поменуте секторе.

Укупан број становника Златиборског округа (према Попису становништва из 2002.) је 313.396, што је за 5,7% мање од броја становника евидентираних претходним пописом из 1991. и чини 4,3% укупне популације Србије (7.5 милиона становника). Поједине делове Округа карактерише изразито сиромаштво, а

Табела 1 - Становништво и неки од параметара сиромаштва

Општина		Становништво		Незапосленост		Приход		Индекс хуманог развоја (HDI) 2002 - 2007
	Укупно (1991.)	Укупно (2002.)	Укупно (2008.)	Стопа незапослености		Просечни месечни приход 2009 (EUR)	Просечни месечни приход 2009 (РСД)	
				2002.	2009.			
Ужице	82.723	83.022	83.601	16,34	20,45	421	42.137	
Ариље	20.335	19.784	20.567	18,88	16,54	321	32.090	
Пријепоље	46.525	41.188	43.148	23,24	50,41	313	31.291	
Чајетина	15.996	15.628	16.132	15,36	13,67	325	32.535	
Нова Варош	21.812	19.982	21.606	17,73	43,05	372	37.222	
Прибој	35.951	30.377	32.753	33,76	47,79	280	27.955	
Златиборски округ	302.228	313.396	325.997	19,82	31,3	369	36.893	0,792-0,810
Србија	7.381.579	7.498.001	7.334.935	25,32	26,6	436	43.597	0,772-0,826

Републички завод за статистику и Национална служба за запошљавање[1]

[1]Подаци из НСЗ су незванични

просечна стопа незапослености у Округу је 31,3% (2009.). Млади људи у недостатку адекватних могућности за креирање дохотка и запошљавање одлазе тражећи шансу у урбаним центрима (Београд, Нови Сад). Миграције представљају велику претњу социо-економском прогресу Округа а постојећа предузећа остају ускраћена за квалификовану радну снагу. Просечан лични доходак у Округу (369 EUR) је испод просека Републике (види Табелу 1). Диспаритети у сиромаштву руралног и урбаног становништва су изузетно велики. Војводина и Западна Србија (којој Златиборски округ припада) бележе највеће разлике[2].
Постоји велика разлика између степена развијености општина Округа. Мерено висином HDI (Индекс хуманог развоја), по степену развијености општина (према категоризацији која чини основ државне политике регионалног развоја):

- **Косјерић, Ужице и Ариље** спадају у групу **најразвијенијих** општина у Србији.
- **Пожега и Чајетина** су у групи **развијених**.
- **Бајина Башта и Нова Варош** припадају групи просечно неразвијених.
- **Прибој** је **неразвијен.**
- **Пријепоље и Сјеница** су у петој групи (**„најнеразвијенији",** односно **„недовољно развијени"**).

Висока стопа миграција-посебно младих људи, висока стопа незапослености у Округу, ниска примања - посебно у руралном подручју и велики диспаритети у развијености општина доводе до закључка да је неопходна развојна интервенција, која креира одрживе изворе дохотка и запослености у Златиборском округу, посебно за младе. Ово су разлози због којих SDC подржава PSD програм који имплементира РРА „Златибор".

[2] Републички завод за статистику (2007.): Мерење стандарда живота-Србија 2002-2007., за Светску банку и DFID, Београд

[3] «Омогућимо сиромашнима приступ тржишту» - прим.прев.

1.3. Приступ развоју тржишта

PSD пројекат користи M4P („Making market work for poor"[3]) приступ развоју тржишта, који је широко прихваћен од стране развојних агенција широм света. PSD пројекат је један од све учесталијих пројеката који су оријентисани ка доношењу дугорочне, системске промене на тржишту која ће омогућити извор прихода и запосленост за већи број људи. PSD је пионирски пројекат у Србији који промовише овај приступ заснован на следећа четири елемента:

- **Разумевање тржишног система:** Заснива се на интензивном истраживању и анализи како би се развило есенцијално разумевање циљаног тржишта и идентификовале препреке у окружењу, захваљујући чему се уочава разлика између симптома и узрока. Овакав приступ омогућава пројекту да свим заинтересованим странама (тржишним актерима, представницима општина итд.) пружи јасне и на информацијама засноване стратешке савете.
- **Тежи системској промени:** Фокус на узроке проблема, радије него на симптоме, омогућава разумевање неповољног и/или недовољно доброг функционисања тржишта, позиције и капацитете различитих актера како на самом тржишту, тако и у окружењу, што омогућава системску промену. Оваквим фокусом PSD програм се разликује од конвенционалних развојних програма који теже да пруже директна решења предузећима што их ограничава у опсегу деловања и одрживости.
- **Фокус на одрживост:** Усмеравање интервенција ка системским решењима чини одрживост централном тачком овог приступа. Пројекат посматра одрживост у ширем смислу, као могућност тржишта да се различите робе и услуге нуде и користе од стране циљне групе и након периода интервенције. Стога су смернице у раду два питања:

1) ко ће бити одговоран за спровођење кључних тржишних функција у будућности и
2) како ће то финансијски бити одрживо.

- **Интервенција кроз фацилитацију:** Путем PSD програма РРА „Златибор" наставља своју стратешку реоријентацију са директног пружаоца услуга МСП-у на фацилитатора регионалног социо-економског развоја. То подразумева израженију стратешку улогу, као катализатора развојних процеса у округу, засновану на истраживању и анализи тржишта како би се заинтересованим странама пружиле стратешке смернице и како би се мотивисале за преузимање одговорности у спровођењу одређених функција. Суштински, фацилитација представља стимулисање других на акције базиране на њиховим мотивима и капацитетима. На овај начин програм подржава РРА „Златибор" у јачању њене стратешке и фацилитаторске улоге у процесу EU интеграција.

Читав процес интервенције илустрован је у Прегледу 3. У складу са њим, PSD пројекат је започео рад на Анализи контекста у посматраним општинама у мају 2009., који је имао за циљ боље разумевање циљне групе (младих, незапослених, жена, сиромашних) и њиховог социо-економског контекста. Као резултат ове фазе, пројекат је одабрао три сектора за даљу интервенцију: туризам, воће, месо и млеко.



Ниво 1:
Разумевање профила циљне групе и њихов шири контекст укључујући све економске могућности и кључне носиоце промена

Ниво 2:
Анализа специфичног тржишног система, његова динамика и позиција циљних група - посебно како им тржиште тренутно (не) служи

Ниво 3:
Идентификовање специфичних системских препрека - узрока нефункционалности и сметњи за достизање системски одрживе промене

Преглед 3 - M4P-процес који тежи да разликује узроке од симптома

The operational guide for the M4P approach

Контекст

Користећи фазни приступ који подразумева да ће интервенције ићи градацијски, наслањајући се једна на другу, пројекат је спровео дубинску анализу тржишта у сектору воћарства (ниво 2 у дијаграму, чији резултати су сумирани овим извештајем), како би разумео структуру и динамику сектора воћарства, као и потешкоће које онемогућавају интензиван и инклузиван раст. Као резултат, пројекат је дефинисао три кључне области интервенције (види поглавље 4.), које ће представљати главни фокус пројекта у наредних годину и по дана.

1.4. Зашто је одабран сектор воћарства

- **Релевантност за локалну економију**

Воћарством се бави скоро 70% пољопривредних газдинстава, а 14% домаћинстава доминантан извор прихода остварује бављењем воћарском производњом. Премда је само 3,5% пољопривредног земљишта под воћем, 20% од укупне производње малине у Србији се произведе на територији циљаних општина, а 3% шљиве.

- **Потенцијал за креирање дохотка и запослености**

Извозно оријентисана воћарска производња – преко 90% малине се извезе, 76 хладњача у којима је запослено око 1.500 радника, ангажовање преко 5.000 берача у сезони, традиционална прерада воћа у ракије, пекмез, слатко представља одличну платформу за развој, не само ланца вредности у сектору воћарства, већ и у пратећим делатностима: транспорт, амбалажа, маркетинг, итд. што креира могућности за нова радна места. Проширивањем асортимана производа, односно стварање виших степена прераде воћа, доћи ће до отварања нових производних процеса што ће омогућити ангажовање ниско и високо квалификоване радне снаге у сегменту прераде воћа. Поред тога, сектор воћарства је веома уско повезан са другим секторима (производња амбалаже, ђубрива, средстава за заштиту, транспорт, саветодавне услуге), тако да може остварити велики утицај на повећање прихода и креирање запослености у Златиборском округу.

- **Потенцијал за интервенцију:**

PSD програм пружа подршку у секторима који имају могућност за раст и развој, с једне стране и препознаје тзв. „актере промене“ који имају капацитета и снаге да привуку и „повуку“ остале, с друге. Конкурентна позиција у Србији, али и на међународном тржишту, велики број различитих актера и њихова спремност да сарађују, отвара простор за различите интервенције које доприносе системским променама: преношење знања и информација, ширење добре произвођачке праксе, промовисање удруживања, интензивније коришћење развоја и истраживања, промоција регионалних производа итд.



2. Воћарство Златиборског округа

Наредно поглавље се бави анализом тржишта воћарства, посматра основне компоненте регионалне понуде воћарских производа и описује трендове у воћарској производњи у последњих пар година, што даје основу за разумевање динамике тржишта и кључних изазова са којима се воћарство у циљаним општинама Златиборског округа суочава.

2.1. Површине под воћем

Изненађује податак да је само 3,5% од укупних пољопривредних површина под воћем, а оно представља, после сточарства, најзначајнију пољопривредну делатност и у целом Округу и на циљаној територији. Воћњаци заузимају значајне земљишне површине у граду Ужицу (10,14% од укупних пољопривредних површина), и општини Ариље (16,91%). У осталим општинама површине под воћем су знатно мање, а најмање воћњака има у општини Нова Варош (2,26%).

2.2. Воћарске културе

У округу се узгајају: шљива, јабука, трешња, вишња и крушка (последње три се не гаје интензивно, већ се налази по пар стабала на окућници), од јагодичастог воћа: малина, јагода и купина (засада купине је било знатно више у протеклом периоду, међутим нижа профитабилност у односу на малину је допринела да се производња купине напушта), а последњих година се појављују и засади под боровницом – као алтернатива за малину (у случају лоше сезоне малине, по речима произвођача). Малина, јабука и шљива тако постају доминантне воћарске културе.

На први поглед (График 1), с обзиром на количину производње, стиче се утисак да је доминантна култура шљива, за њом јабука, али на то утиче број стабала и површина под засадима, а не принос, јер кад то посматрамо, види се да су приноси шљиве (7,9 кг) и јабуке (13,02 кг) по родном стаблу испод републичког просека (14,5 и 15,5 кг респективно) што указује на екстензивну производњу. Малина, пак, која се узгаја на мањој површини, остварује просечни приноси од 7,1 т/ха који је већи од републичког (5 т/ха).

График 1 - Тренд производње малине, јабуке и шљиве (Т) у циљаним општинама



Републички завод за статистику

2. 3. Малина

Малина представља комерцијално најисплативију воћну врсту која се узгаја на подручју Златиборског округа, који је уједно и највећи произвођач малина у Србији. На територији Златиборског округа 2009. године произведено је 25.810 т малина што представља 29,7% укупне производње малине у Србији и на чијој територији се налази 20,97% од укупних површина под овим воћем у Србији.

2.3.1. Површине, производња и приноси малине у циљаним општинама Златиборског округа

Сумарно посматрано, Златиборски округ јесте највећи произвођач малине у Србији. Међутим, ако се погледа структура производње, приноса и површина у 2009. год. уочљив је велики раскорак између циљаних општина (Преглед 4).

«Преко 5.000 малих фабрика под ведрим небом производи годишње око 20 милиона кг малине доносећи општини значајна девизна средства. Овде је највећа концентрација засада на свету, највећа хладњача за замрзавање воћа у Европи («Земљорадничка задруга Ариље»), овде је постигнут појединачни рекорд у производњи малине (44.763 kg по хектару), овде пракса мења теорију... Малина је препородила ариљски крај и зато су јој Ариљци подигли споменик.» - Програм развоја општине Ариље

Преглед 4 - Производња, површине и просечан принос малине по општинама

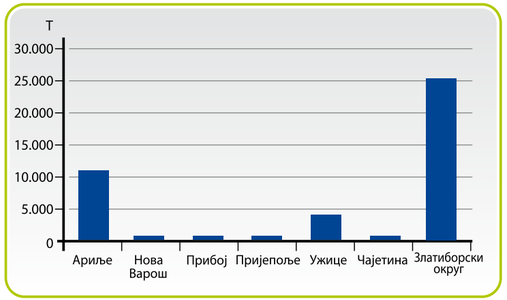


График 1 - Производња малине (т)

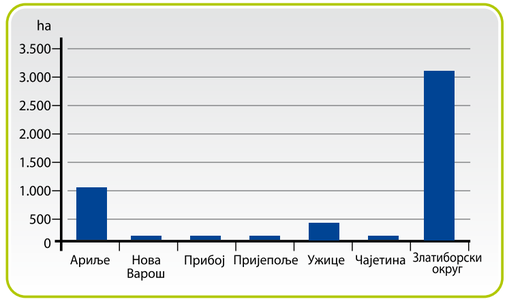


График 2 - Површине под малином (ха)

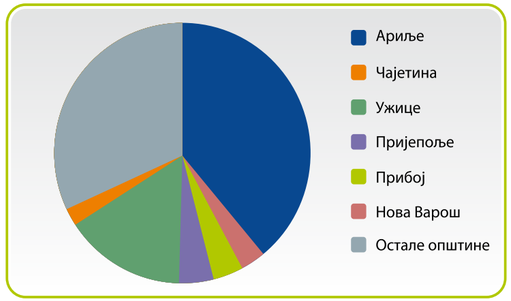


График 3 - Учешће производње у Округу(%)

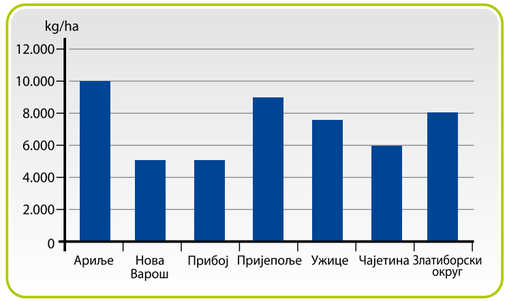


График 4 - Просечни приноси малине (кг/ха)

Републички завод за статистику Србије (2009. год.)

Ариље представља центар производње малине, тако да у сваком селу општине постоји производња малине која је намењена за комерцијалне сврхе и где, према процени, просечно газдинство има 0,25 ха под малином.

Поред Ариља значајније површине под малином налазе се у Ужицу, где се производња обавља на засадима површине од 0,1 – 1 ха. У Новој Вароши, Прибоју, Пријепољу и Чајетини постоје ограничене могућности за развој малинарске производње због микроклиме и конфигурације земљишта, тако да је просечан засад малине у овим општинама од 0,10-0,15 ха. По висини просечног приноса, са изузетком општине Пријепоље чији је просечни принос нешто виши, јасно је да се ради о екстензивној производњи[4]. Имајући у виду конфигурацију терена у скоро свим циљаним општинама, не могу се очекивати знатно веће површине за засаде, тако да је правилна примена свих агротехничких мера кључ за остваривање већег обима производње. Значајан раст у производњи малине се региструје у општинама Ариље и Пријепоље, док у осталим општинама њена производња стагнира или благо опада (График 2). Ако томе додамо и велике разлике у просечним приносима који се остварују, може се закључити да не постоји пренос знања и добре производњачке праксе, односно да Ариље не представља „окидач" за раст и унапређење производње малине у осталим општинама.

Сорта малине која се највише узгаја јесте Виламет и она се, према проценама налази на 95% површина под малином, док остатак чине сорте Микер и Тјуламин. Виламет се највише користи за пласман у замрзнутом стању док су Микер и Тјуламин по-

[4] Интензивна производња воћа подразумева адекватну примену расположивих агротехничких мера и знања у циљу добијања што бољих приноса како по питању квалитета тако и квантитета. Екстензивна производња воћа је супротна од интензивне производње и односи се на одуство или делимичну примену знања и адекватних агротехничких мера у производњи воћа.

Воћарство Златиборског округа

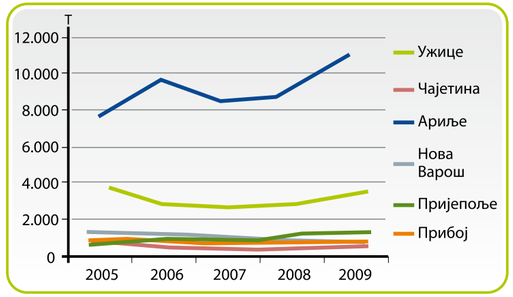


График 2 - Тренд производње малине (т)
Републички завод за статистику (2009. год.)

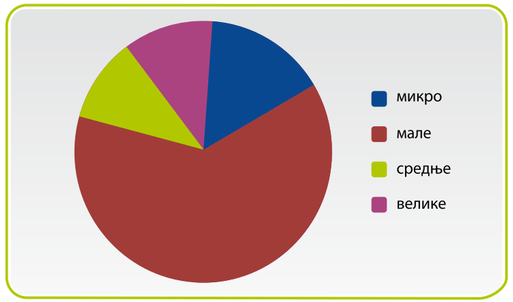
годне сорте за продају у свежем стању. Уколико се жели ићи у правцу пласмана свеже малине и додате вредности неопходно је радити на промени сортимента као и на унапређењу производњачке праксе.

2.3.2. Хладњаче и радна снага

Малина је култура која захтева велику ангажованост радне снаге. У већим хладњачама (број и капацитет хладњача приказан је у Табели 2 и Прегледу 5) има 30-40 стално запослених радника током целе године. У мањим хладњачама има до 15 стално запослених, а број се значајно повећава у току сезоне брања, када број ангажованих у великим хладњачама иде и преко 100 радника (прихват, класирање и сл.). Процена је да се у периоду бербе само у Ариљу запошљава око 5.500 људи (берба, откуп и транспорт), који нису из Ариља, с обзиром да је локално становништво потпуно ангажовано на овим пословима. Сезонска радна снага долази углавном из неразвијенијих општи-

Капацитет халдњаче	Број хладњача	Удео, %
микро < 10 Т	12	15,79
мале 0-500 Т	48	63,16
средње 500-1500 Т	7	9,21
велике > 1500 Т	9	11,84
Укупно	76	100

Табела 2 - Хладњаче у циљаним општинама

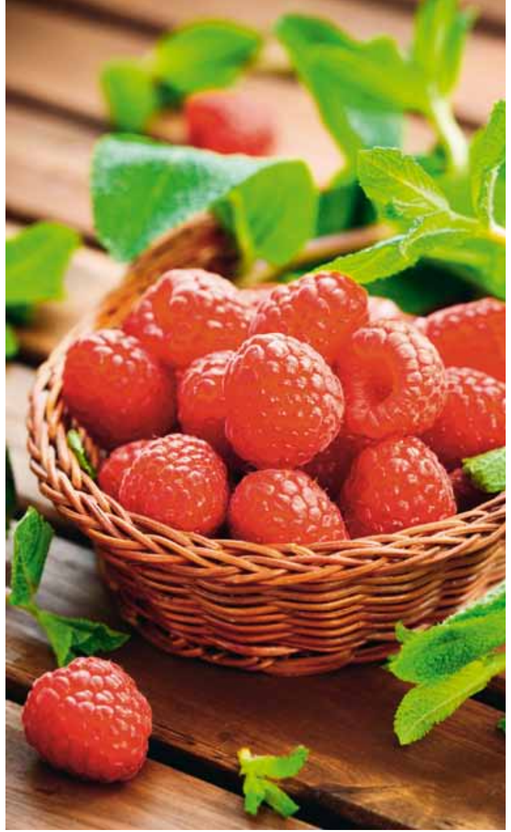


Преглед 5 - Заступљеност хладњача по величини

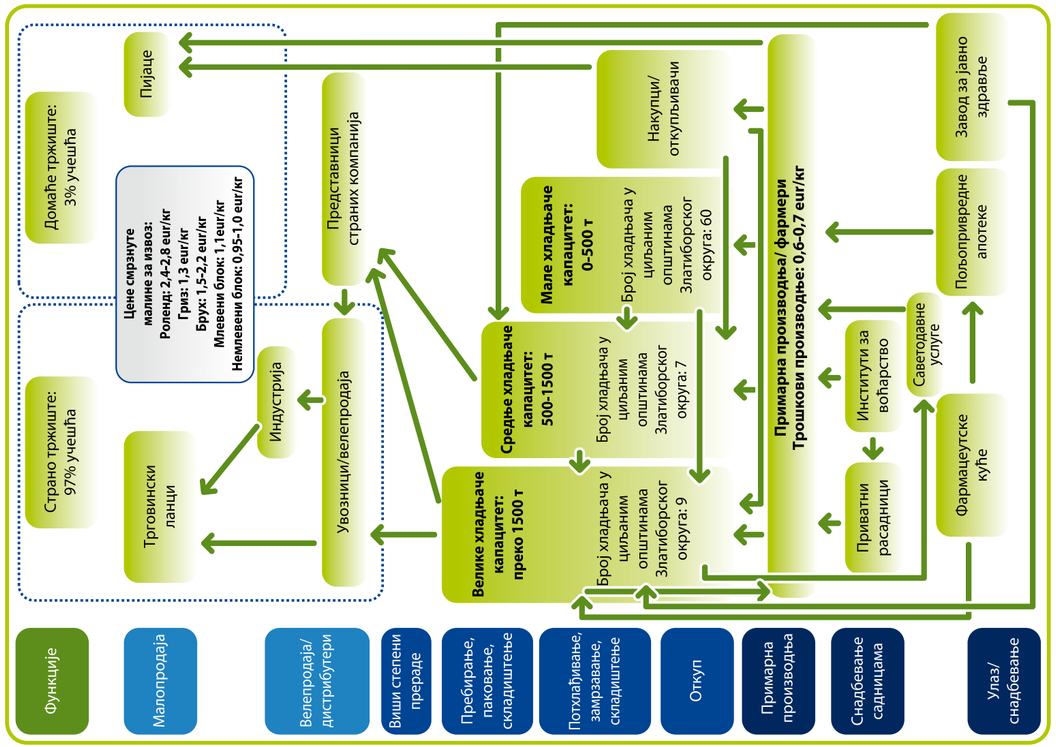
на Златиборског округа попут Прибоја и Пријепоља, али и Источне Србије и Румуније. Тренд ангажовања радне снаге расте са растом производње. У осталим општинама радну снагу представљају сами чланови домаћинства.

2.3.3. Тржиште и конкуренција

Откуп малине од произвођача организују хладњаче које по процени, откупе 97% рода малине док остатак заврши на локалном тржишту. Малина коју хладњаче откупе током бербе пласира се на иностранo тржиште у замрзнутом стању. Најзначајнија тржишта за пласман малине су Немачка и Француска на која малина стиже преко најмање једног посредника, односно великих трговинских фирми (велепродајних фирми) који затим смрзнуту малину пласирају у велике трговинске ланце. Разлог за то, с једне стране је већ унапред подељено тржиште између великих трговаца који дуго послују на европском тржишту, док с друге, ниједна хладњача код нас не поседује довољне количине смрзнуте малине како би задовољила потребе великих трговинских ланаца (ланац вредности – Преглед 6).
Један део смрзнуте малине се пакује код нас у амбалажу крајњег купца, док се један део извози и пакује у иностранству, а величину паковања одређује крајњи купац. Паковања се крећу од малих, тежине 0,200кг па до картонских кутија тежине 10-15кг. У оба случаја на паковању се види само да малина води порекло из Србије, али без робне марке наших произвођача.
Виши степени прераде малине који би додали вредност производу или пак пласман свеже малине који би у одређеном обиму заменили смрзнуту малину готово да не постоје. Један од основних разлога за то јесте недостатак истраживања и развоја, односно информација о иностраном тржишту: понуди и тражњи када су у питању нови производи, трендови, нове технологије, који би хладњачарима пружили одговарајућу основу за инвестиције у више степене прераде малине.



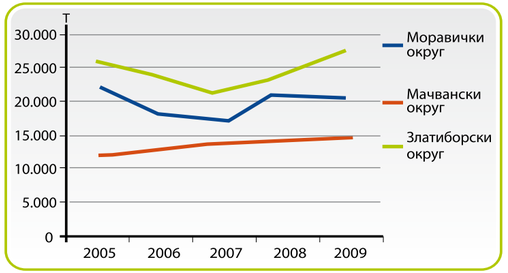
Воћарство Златиборског округа



Преглед 6. Ланац вредности: Малина

У Србији, главни конкуренти Златиборском округу су Моравички и Мачвански округ (График 3). Моравички округ и по производњи и по засађеним површинама бележи незнатан пад, док се у Мачванском округу у последњих пет година бележи незнатан, али константан раст како производње малине, тако и површина под овим воћем, с тим што су остварени просечни приноси нижи од просечних приноса у остала два округа (у 2009. год. просечан принос у Златиборском округу је износио 8.099 кг/ха, у Моравичком 7.576 кг/ха, док је у Мачванском 5.092 кг/ха).

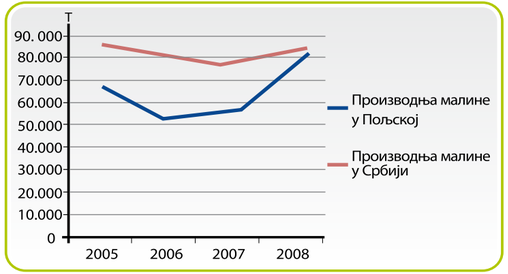
График 3 - Тренд производње малине (т) у конкурентним окрузима



Републички завод за статистику

Главни европски конкурент Србије је Пољска, која из године у годину бележи пораст производње малине. У периоду 2005-2008. год. производња малине у овој земљи је порасла за 24,58%. Међутим, ако се посматра период између 2007 и 2008. године може се видети да је п**роизводња малине у Пољској порасла за 44,68%**, док је у **Србији тај раст износио 9,5%** што указује на то да ће са тим трендом раста Пољска убрзо стићи Србију по производњи малине. Повећање производње малине у Пољској значи и њену већу понуду на европском тржишту што представља озбиљну претњу производњи и пласману малине из Србије (График 4). Србија, ни Златиборски округ се не могу такмичити са Пољском по питању повећања површина, због природних ограничења, али се зато може радити на повећању приноса и увођења нових сорти (продужетак сезоне свеже малине) на постојећим површинама кроз **већу примену знања и унапређење производњачке праксе.**

График 4 - Тренд производње малине (Т) у Пољској и Србији



Републички завод за статистику (Пољска, Србија)

Извоз малине из Ужичког региона[5] (Табела 3) у 2009. год. је чинио 32,12% од укупног извоза малине из Србије, а у 2008. год. 30,22% [6]. Највећи светски конкурент Србије када се ради

[5] Извор података је Регионална привредна комора Ужице, у којој се не воде подаци за Златиборски округ, већ за Ужички регион, који уместо Сјенице обухвата Ивањицу која припада Моравичком округу.

[6] Србија је у 2009. год. била водећи извозник малине у свету са пласманом од 63.300 т и укупним приходом од 200 милиона долара (3.154 $/т). У 2008.год. српски извоз малине је износио 54.900 т и имао приход од 203.600.000 $ (3.710 $/т).

Воћарство Златиборског округа

Година	Извоз малине из Ужичког региона		Извоз малине из Србије		Извоз малине из Чилеа	
	T	$/т	T	$/т	T	$/т
2008	16.590	3.924	54.900	3.710	39.709	3.142
2009	20.336	3.452	63.300	3.154	34.669	3.547

Табела 3 - Извоз малине из Ужичког региона, Србије и Чилеа

Регионална привредна комора Ужице

о производњи и извозу малине је Чиле, уз напомену да Чиле највећим делом извози свежу малину на западноевропско и америчко тржиште, ван сезоне на северној хемисфери, чиме се може тумачити разлика у цени.

Неопходно је истаћи да до увоза замрзнуте малине из Републике Српске у Златиборски округ долази због ниже набавне цене, с тим да се и та малина накнадно препакује и поново иде у извоз на иностране тржишта.

2.3.4. Изазови у производњи и пласману малине

Малина из Златиборског округа јесте конкурентан производ на европском тржишту, што не значи да није потрбно непрестано радити на очувању и унапређењу њене конкурентности. То се може остварити једино унапређењем целог сектора. Производња малине у Пољској расте, а самим тим и њена понуда на европском тржишту расте што представља директну претњу пласману наше малине. Могућа решења су:

- Повећање продуктивности и квалитета малине на постојећим површинама уз примену знања и добре произвођачке праксе, подразумева ширење и доступност саветодавних услуга свим пољопривредним произвођачима, који су кључ за подизање продуктивности и квалитета производње малине. Постоје произвођачи који остварују приносе далеко веће од осталих и који представљају добар пример за остале произвођаче.

Пример добре произвођачке праксе:

Миломир Стојић из Ариља, светски рекордер у производњи малине, на свом поседу површине 5 ха остварује приносе од преко 30 т/ха малине врхунског квалитета где је заступљеност прве класе малина „роленда“ око 90%. Такви резултати се не постижу случајно. Поред потпуног ангажовања целокупне породице током целе године, у току сезоне бербе ангажује се 100 радника за које је обезбеђен смештај а дневно 3 кувара припремају 300 оброка.

- Додата вредност малине било да се ради о пласману свеже малине или било ком другом производу, би повећала приходе прерађивача и њихову конкурентност на тржишту. Недостатак виших степена прераде указује на низак ниво иновација услед недостатака информација о кретању понуде и тражње за новим производима, новим технологијама и будућим трендовима у преради воћа.

2.4. Јабука

У Златиборском округу се налази 6,3% од укупног броја стабала јабуке у Републици (просечан број родних стабала у Србији, у периоду од 2004-2008 године износи око 15 милиона са тенденцијом благог раста по просечној стопи од 1% годишње),а 7,67% од укупне производње јабука је остварено у Златиборском округу у 2008. год.

2.4.1. Производња јабуке и приноси у циљаним општинама Златиборског округа

Центар производње јабуке у Златиборском округу је општина Ариље у којој се налази 60,63% укупног броја стабала на нивоу Округа (Преглед 7). Ту се остварује три четвртине од укупне производње и постижу највећи просечни приноси по родном стаблу, који је међу највећима у Србији, што указује на интензивну, комерцијалну производњу. У овој општини највећи број комерцијалних засада је површине 2-3 ха, мада је регистрован и један број произвођача чији засади јабуке прелазе 10 ха површине.

Процена је да се у Ужицу око 300 ха налази под засадима јабуке. Принос по стаблу је на нивоу Златиборског округа, али је већи од просечне производње по стаблу у Републици Србији. Производњу јабуке у Ужицу карактеришу мали засади, који су засновани на окућници.

У Новој Вароши, Прибоју, Пријепољу и Чајетини се одгаја релативно мали број родних стабала јабуке. Нешто већи број стабала јабуке у Пријепољу је резултат постојања два велика „државна“ воћњака, површине 18 ха, у власништву 33 „Пољопродукт“. У ове четири општине се остварује свега 6,64% приноса јабуке у Златиборском округу, а и вредности просечан принос по род-

Преглед 7 - Производња, број стабала и просечни приноси јабуке по општинама

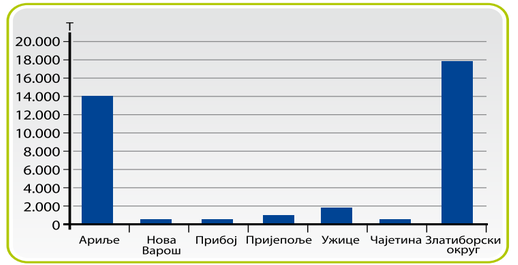


График 1 - Производња јабуке(т)

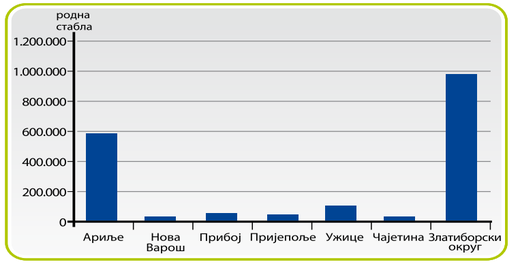


График 2 - Број родних стабала јабуке

График 3 - Учешће у производњи Округа(%)

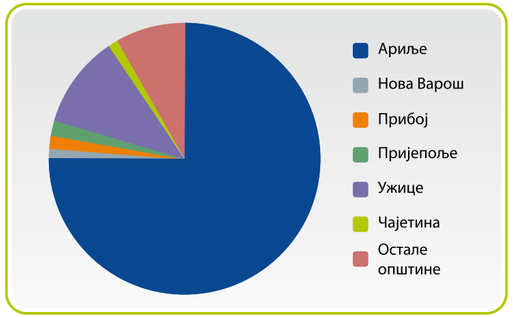
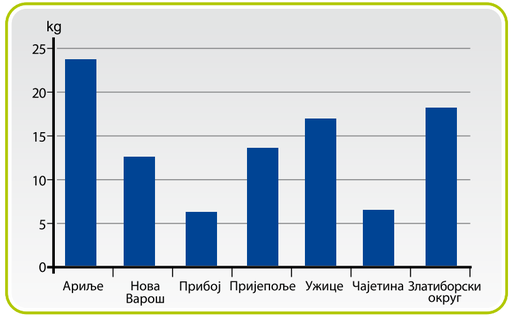


График 4 - Просечни приноси јабуке (кг/стаблу)



Републички завод за статистику Србије (2008.год.)

ном стаблу су испод републичког просека. Основне карактеристике производње јабука у овим општинама су: стари засади, мале површине и непотпуна примена агротехничких мера[7].

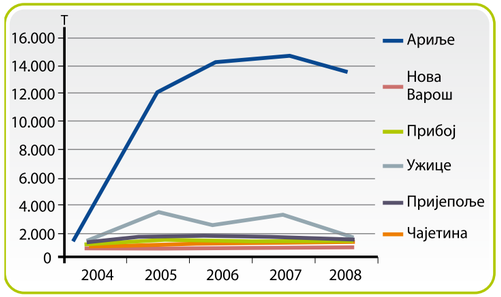
Најзаступљенија сорта јабуке у Округу је ајдаред, традиционална врста у овом крају тако да су засади углавном старији, мада се полако подижу и нови. Нове сорте које су траженије на тржишту су грени смит, златни и црвени делишес, гала, муце итд. и оне се полако појављују у новим засадима, и то углавном у Ариљу. Препреку за заснивање засада под новим сортама представља недостатак складишног простора[8], чиме би се очувао њихов квалитет, за разлику од сорте ајдаред код које је и/или заступљен откуп одмах након бербе, а која показује добре карактеристике за чување у приручним условима. Додатни изазов за произвођаче су и финансијска средства потребна за заснивање нових засада, као и период од 5 година, који је неопходан да би се постигла пуна родност и да би се уложена инвестиција исплатила.

Сумарно посматрано број родних стабала у Округу се из године у годину повећава, без обзира на чињеницу да поједине општине: имају тенденцију опадања (Чајетина за 5,35%, Пријепоље за чак 17,49%), до кога је дошло услед крчења засада због старо-

[7] Највећи допринос подизању интензивних засада јабуке у овим општинама има УСАИД пројекат који је у свакој општини поделио саднице јабука за по 0,5 ха. Велики број ових породица је напустио производњу јабука након извесног времена, услед недостатка финансијских средстава за комерцијалну производњу. Са интензивном производњом јабука је остало око 50 породица (25 ха). Током пројекта су подељене сорте јабука које имају тражњу на тржишту, али немају добре услове за одгој у Златиборском округу, специфично Пријепољу – нпр. грени смита, делишес, гала .

[8] У Округу постоји једна хладњача специјализована за јабуку значајног капацитета (1.600 т). Две године је успешно радила, међутим услед финансијске неликвидности претходне године је стала са радом. Већим степеном прераде јабуке у Округу, бави се само једно предузеће, које прави лисната теста од воћа. У општинама Нова Варош, Пријепоље и Прибој не постоји хладњача специјализована за јабуку која би продужила сезону продаје.

График 5 - Тренд производње јабуке (т) у циљаним општинама



Републички завод за статистику

сти. Посматрајући производњу јабука у Златиборском округу, карактерише је тренд раста (период 2004-2007.) са изузетком 2007-2008. када долази до благог пада - сушна година, што говори у прилог тези да се недовољан број произвођача интензивно бави производњом овог воћа (График 5). Највећи раст производње забележен је у Ужицу, скоро 10 пута, и Ариљу, нешто више од 6 пута. У општинама Прибој, Пријепоље, Нова Варош и Чајетина повећање производње се креће од 2,5 (Прибој) до 5,5 пута (Нова Варош).

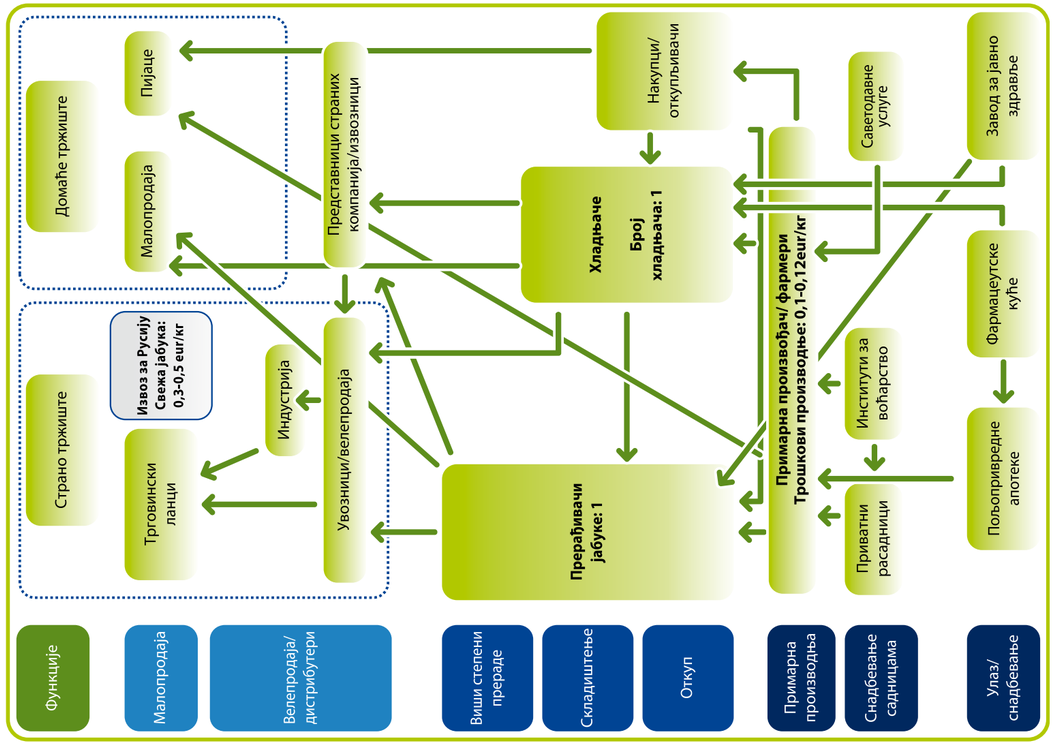
2.4.2. Тржиште и конкуренција

Код јабуке нема организованог откупа, нити унапред дефинисаног или јединственог тржишта. Сваки произвођач има своје тржиште (ланац вредности у Прегледу 8) као нпр. пијаце, кванташке пијаце, мега маркети Јабука се продаје и накупци-

ма који је извозе за Русију и у 2008. год. се продавала по цени од 0,30-0,50 еура/кг за прву класу. Разлог за релативно ниску цену јабуке лежи у чињеници да произвођачи немају мини хладњаче које продужују њене сезонске карактеристике и подижу јој цену у продаји, тако да се јабука не чува до маја и јуна, већ се одмах након бербе и складиштења ради њен откуп.



Воћарство Златиборског округа



Преглед 8. Ланац вредности: Јабука

Година	Свежа јабука	
	Т	$/т
2008	584.853	264,97
2009	1.561,504	277,16

Табела 4 - Извоз јабуке из Ужичког региона

Регионална привредна комора Ужице

Извоз јабуке из Ужичког региона приказан је у Табели 4. Јабуке произведене у циљаним општинама Златиборског округа се у највећој мери извозе у Русију, која је светски највећи увозник јабуке (у 2008. год. увезено 1,1 милион тона јабуке).

Недостатак складишних капацитета/хладњача је један од разлога због којег се на домаћем тржишту појављује увозна јабука, у највећој мери пореклом из Македоније, Словеније, Италије и Грчке. Најзаступљеније увозне сорте су ајдаред, грени смит, јонаголд, црвени и златни делишес, глостер. Тренд увоза варира из године у годину[9].

Највећи европски произвођачи јабуке јесу Пољска, Италија, Холандија и Француска, који не само да остварују завидну производњу, већ и просечне приносе који се крећу и до 50т/ха, и којима Србија и Златиборски округ не могу да парирају. Посматрајући извозна тржишта[10] главни конкуренти Србије су Пољска (највећи произвођач јабуке у Европи, са 2,8 милиона тона у 2008. год.) и Француска. Пољска бележи значајан раст у производњи јабука у периоду 2005/2008., и то за 36,43%, с тим да до наглог пада у производњи долази у 2007.год. услед неповољних климатских услова (сушна година). На другој страни посматрајући Француску, производња јабуке након пада од 7,95% у периоду 2005/2006. год. се налази у стагнацији, док површине под јабуком опадају из године у годину, и то за 14,29% у периоду 2003-2008. год.



График 6 - Тренд производње јабуке (хиљ.т) у Пољској, Француској и Србији

Републички завод за статистику (Пољска, Француска, Србија)

На руском тржишту велику понуду јабука у прошлој години је имала Молдавија, због приноса који су били 30% виши од уобичајених. Осим тога, географска близина значајно смањује трошкове транспорта тако да ће Молдавија и у будућности представљати значајног понуђача јабука на руском тржишту. На тржишту се појављује и јабука из Кине, и то по нижим ценама од других. У 2008. год. производња јабуке у Кини је била за око 15% већа него у 2007. год., тако да ће повећање производње јабука у Кини из године у годину стварати све већу конкуренцију европским произвођачима на тржишту Русије, пре свега због транспортних трошкова.

[9] Србија је у 2004. год. увезла 9.611.197,24 кг, а у 2009. год. 13.443.664,43 кг јабуке.
[10] Највеће количине произведене јабуке Србија извози у Русију. У 2008. год. је извоз јабуке у ову земљу чинио 88,07% од укупног српског извоза јабуке (извоз из Србије у 2008. год. износио 35.200 т, а Русија из наше земље увезла 31.000 т). Пољска у Русију у 2008. год. извезла 150.000 т, а Француска 59.000 т.

2.4.3. Изазови у производњи и пласману јабука

Током истраживања препознати су бројни проблеми са којима се производња јабука суочава, који су довели до недовољне конкурентности овог сектора у погледу продуктивности и квалитета воћа. Унапређењем знања и производњачке праксе, увођењем иновација са циљем стварања нових производа и усвајања нових процеса производње, кроз повећање продуктивности и побољшање квалитета, могуће је унапредити производњу ка следећим правцима:

- **Свеже јабуке на домаћем тржишту у вансезонском периоду**
  Поред тога што потрошња јабука код нас последњих година бележи раст, мада су те вредности далеко испод европске потрошње, на тржишту су у вансезонском периоду углавном заступљене увозне јабуке. Разлог томе јесте недовољно складишних капацитета у којима би се јабука очувала до маја и јуна, као и то да се код јабуке ради откуп одмах након бербе, јер произвођачи не показују интерес за чувањем и остваривањем боље цене, пошто им услед непознавања тржишта и краткорочних уговора са купцима то представља ризик за остваривање прихода и исплаћивање уложених инвестиција. Потрошња домаћих јабука у вансезонском периоду може да се повећа побољшањем квалитета произведеног воћа, правилним руковањем у току бербе, чувањем у одговарајућим складишним објектима и условима.
- **Свеже јабуке за иностранo тржиште**
  Последњих година увоз свежих јабука у Русију се повећава, тако да је то један од разлога због којих је у Златиборском округу забележен раст извоза свежих јабука, које у највећој мери завршавају на том тржишту. Међутим, да би се свеже воће из наших крајева одржало на руском тржишту и да би се заузело ново, неопходно је повећање продуктивности и квалитета, осавремењавање производње, као и производња у складу са стандардима квалитета, јер за извоз на руско тржиште потребно је испунити фитосанитарне захтеве, које је поставила руска страна и дефинисани су Меморандумом о безбедности биљних производа пореклом из Србије. Уз сваку партију прехрамбених производа биљног порекла, па самим тим и воћа морају бити приложени подаци о пестицидима који су коришћени за време њихове производње и складиштења, уз навођење последњег датума третирања.

- **Додата вредност јабуке**
  Недостатак финансијских средстава, непознавање домаћег и иностраног тржишта (што ствара ризик за улагање у прераду), гашење задруга у периоду транзиције (преко којих је могуће остварити већу комерцијализацију воћних прерађевина), довели су до тога да се на домаћем тржишту јавља недостатак прерађевина од јабука (џемови, слатка, компоти, каше, воћни концентрати, сокови). У Округу је заступљен извоз свежих јабука намењених индустријској преради и увоз воћних прерађевина произведених од воћа из наших крајева, ка чијем смањењу је потребно тежити.



2.5. Шљива

Шљива је по броју стабала и површини под засадима најзаступљенија воћарска култура у Златиборском округу, са 7,89% од укупног броја родних стабала у којем се остварује 4,52% од укупне производње у Републици, с тим да су просечни приноси доста нижи од републичког просека (14,5 кг). Производњу у Округу карактеришу мали воћњаци и екстензивно узгајање, мада има и мањи број произвођача који се на интензиван начин баве производњом шљиве и остварују приносе и до 40 т/ха.

2.5.1. Производња шљиве и приноси у циљаним општинама Златиборског округа

Највећи број стабала шљиве у Златиборском округу се одгаја у општини Ариље (Преглед 9), која остварује скоро половину од укупне производње у Округу. Просечан принос шљиве по родном стаблу у Ариљу је међу највећима у Србији што указује на интензивну, комерцијалну, производњу шљиве, мада се процењује да постоји и око 800 ха под екстензивним засадима шљиве. Просечна површина под шљивом у поменутој општини је 0,5-1 ха/газдинству, док је највећи засад шљиве на око 5 ха.

Поред великог броја стабала и завидне површине под шљивом (530 ха, од чега је свега око 100 ха под новим засадима), у Ужицу се остварује знатно нижа производња у односу на друге општи-

Преглед 9 - Производња, број стабала и просечни приноси шљиве по општинама

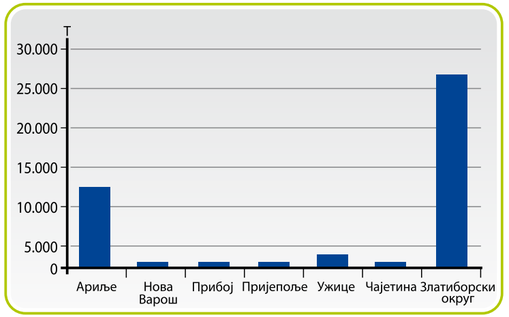


График 1 - Производња шљиве (т)

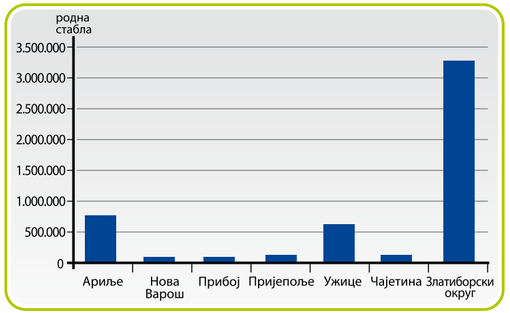


График 2 - Број родних стабала шљиве

Воћарство Златиборског округа

График 3 - Удео у производњи Округа (%)

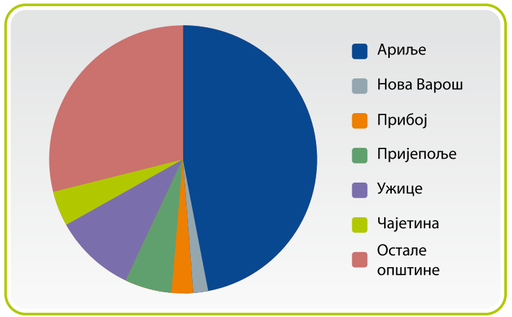
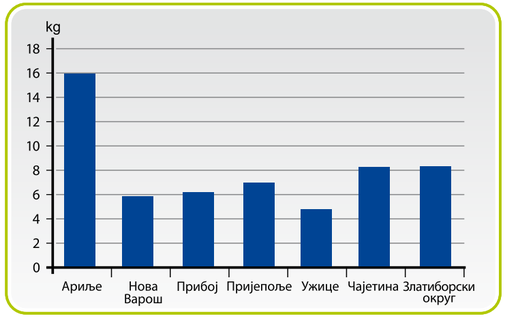


График 4 - Просечни приноси (кг/стаблу)

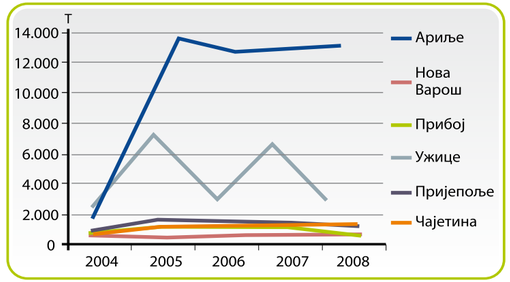


Републички завод за статистику Србије (2008.год.)

не Златиборског округа и просек Републике Србије. Узрок су стари и/или оболели засади и непримењивање агротехничких мера. У Новој Вароши, Прибоју, Пријепољу и Чајетини се произведе свега 12% укупног рода шљиве у Златиборском округу. Процена је да се површине под шљивом крећу од 200 ха (општина Нова Варош и Прибој) до 380 ха (Пријепоље), с тим да су шљивици углавном величине од 0,2-0,3 ха. Производња у овим општинама је екстензивна - најчешће се примењују један до два хемијска третмана годишње, уз примену основних агротехничких мера (резање, орање, ђубрење и сл.). Најзаступљеније су старе сорте шљиве, пожегача и ранка. Нови комерцијални засади шљиве под сортама стенлеј, чачанска родна, и чачанска лепотица се подижу једино у Ариљу.

Највећи раст производње шљиве у периоду 2004/2008. год. забележен је у Ариљу (График 7), око 7 пута, и то је једина општина у Округу која не бележи пад у производњи у 2007. год. (суша), што иде у прилог чињеници да се ради о интензивној производњи. У осталим општинама поред неадекватне производњачке праксе и старости засада, додатну тешкоћу представљају висока финансијска улагања у оснивање нових засада али и дугачак период до пуне родности (7 година) што доводи до тога да производња шљиве у циљаним општинама опада/стагнира.

График 7 - Тренд производње шљиве (т) у циљаним општинама



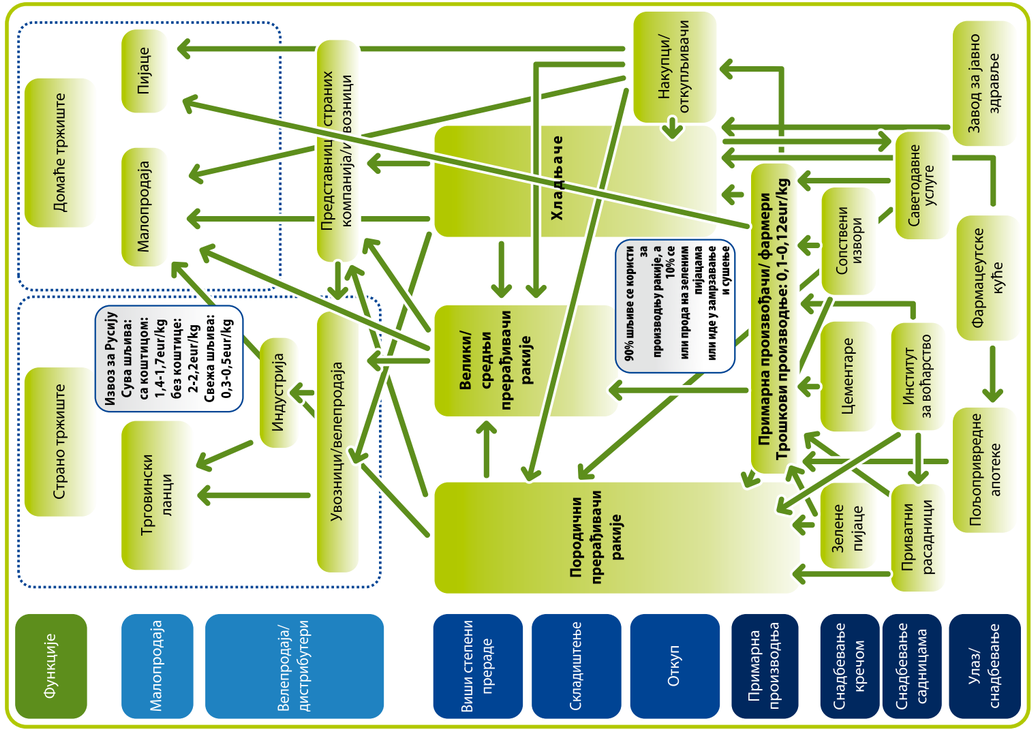
Републички завод за статистику

2.5.2. Тржиште и конкуренција

Откуп шљиве у Округу није организован, мада хладњаче које врше откуп малине повремено у одређеним количинама раде и откуп шљиве (ланац вредности дат у Прегледу 10), тако да проблеми са пласманом нису изражени. Разлоге можемо посматрати на различите начине, у сваком случају најчешћи су да се шљива традиционално узгаја за кућну употребу: прављење слатког, џема, компота, ракије по процењама чак 90% шљиве се користи за справљање овог напитка, чиме домаћинства обезбеђују и додатни приход, без обзира што капацитети за печење ракије углавном нису регистровани. Неколико домаћинстава и привредних субјеката има регистроване дестилерије које поред откупа шљиве, купују и ракију коју стандардизују поновним печењем, флаширају је и продају на тржишту. Преосталих 10% (по проценама из Ариља)или оде на локалне зелене пијаце (свежа шљива) или оде на сушење[11].



[11] Најзначајнија хладњача и сушара у округу у се налази у Ариљу (4.000 кг свеже шљиве по турнусу), и у 2009. год. у Русију је извезла 600 т суве шљиве.У Ариљу је присутан мањи број кућних сушара капацитета 500-1.000 кг. У Прибоју се тренутно формира мини сушара капацитета 2.000 кг, а такође и неке од постојећих хладњача планирају почетак рада на сушењу шљиве у 2010. год.



Преглед 10. Ланац вредности: Шљива

Година	Свеже шљиве		Суве шљиве		Укупно	
	Т	$/т	Т	$/т	Т	$/т
2008	386.928	472.85	674.577	1.532,61	1.061,505	1.146,32
2009	876.710	370.23	707.863	2.242,45	1.584,573	1.206,59

Табела 5 - Извоз шљиве из Ужичког региона по врсти производа

Регионална привредна комора Ужице

Извоз шљиве из Ужичког региона приказан је у Табели 5., и у 2008.год. је чинио 4,67% од укупног извоза шљиве из Србије[12].

Поред извоза, на домаћем тржишту се појављује и увозна шљива, како свежа тако и сушена, углавном из Италије, Аргентине, Чилеа, Републике Српске. У периоду од 2004. год. до 2009. год. увоз шљиве у Србију се знатно повећао, скоро 13 пута количински посматрано[13]. Разлог за увоз је недостатак домаће шљиве ван сезоне, услед недовољно капацитета за складиштење, као и због поменутих видова прераде (ракија, слатка, компоти, џемови...).

График 8 - Тренд производње шљиве (Т) у Пољској, Мађарској и Србији



Републички завод за статистику (Пољска, Мађарска и Србија)

Конкуренти Србије у погледу извоза су Пољска и Мађарска[14] .Са изузетком 2007. год. Србија бележи највећи скок у производњи шљиве у периоду 2005/2008. и то чак за 99,67%, док је у Пољској забележен раст од 24,29% (График 8). У Мађарској у истом периоду производња порасла за 55,67%.

2.5.3. Изазови у производњи и пласману шљиве

Посматрајући производњу шљиве у циљаним општинама, јасно је да се ради о недовољно конкурентном сектору пре свега у погледу квалитета воћа и продуктивности, до чега су довели: стари воћњаци и неадекватан сортимент, уситњени поседи, низак ниво знања и неадекватна производјачка пракса, посебно у погледу примене савремених технологија, висока финансијска улагања потребна за оснивање воћњака и улагање у прераду, недовољно познавање тржишта. Превазилажење проблема и препрека у производњи шљиве води ка следећим изазовима:

[12] Извоз из Србије у приоду од 2004-2008. год. је растао годишње 85% у т, а 116% у $. Највиша извозна јединична вредност је била за Белорусију 0.97 $/кг, Немачку 0.78 $/кг и Русију 0.48 $/кг. С тим што су највеће количине шљиве извезене у Русију, БиХ, Бугарску, Немачку. На руском тржишту Србија заузима прво место по количини извезене шљиве, а друго по вредности извоза (6,9 милиона $).

[13] У 2004. год. увезено је у Србију 55.056,70 кг шљиве, док је у 2009. год. увезено 690.216,19 кг

[14] У 2008.год. је извоз шљиве из Србије у Русију чинио 53,97% од укупног извоза шљиве (извоз из Србије у 2008. год. износио 22.700 т, а Русија из наше земље увезла 12.250 т). Пољска у Русију у 2008. год. извезла 7.140 т шљиве, а Мађарска 6.120 т.

Воћарство Златиборског округа

- **Сува шљива за европско тржиште**
  Највећи потрошач сувих шљива произведених у Златиборском округу је Руска федерација, која ту потрошњу из године у годину повећава. Да би се задржало постојеће и заузело ново тржиште, потребно је радити на унапређењу квалитета и продуктивности производње, кроз примену знања и адекватну произвођачку праксу, као и на производњи базираној на тржишним информацијама.
- **Додата вредност шљиве**
  Традиционално шљива се користи за више степене прераде, али ти производи не завршавају на тржишту, изузев ракије, већ су намењени сопственој потрошњи услед недостатка финансијских средстава, недостатка информација са домаћег и иностраног тржишта (што ствара ризик за улагање), услед гашења задруга (чијим подизањем капацитета је на лакши начин могуће радити прераду и пласман прерађевина од воћа).

ЗДРАВА ХРАНА, ЗДРАВА ПОРОДИЦА
Жене из сеоских домаћинстава су покренуле Задругу „Здравчицу" која се бавила производњом слатког од вишања, шумских јагода, шљива, купина, трешања, боровница, дуња, кајсија, малина; џемова без шећера од шљива и џенарика, џемова са шећером од немлевених шљива, кајсија, брескви, шипурка, дрењака, компота и зимнице. Задруга тренутно не функционише услед недостатка средстава за куповину репроматеријала.



2.6. Ко има функцију подршке у сектору воћарства?

- **Пољопривредна стручна служба Ужице (ПСС)** је део мреже за стручну подршку Министарства пољопривреде, водопривреде и шумарства Републике Србије за територију општина: Ужице, Чајетина, Косјерић, Бајина Башта, Прибој, Пријепоље и Нова Варош. Основни задатак ПСС је унапређење пољопривредне производње, биљне и сточарске, увођење нових сорти пољопривредног биља и раса домаћих животиња, као и увођење савремених технологија у пољопривредну производњу. Финансирање се делимично врши из аграрног буџета Министарства пољопривреде, шумарства и водопривреде, а делимично од прихода са тржишта, пружањем комерцијалних стручних услуга производним организацијама. У оквиру ПСС Ужице налазе се службе за: заштиту биља, ратарство, воћарство и сточарство. Ако се узме у обзир територија коју они покривају, број регистрованих газдинстава, као и то да делатност њиховог рада обухвата све сегменте пољопривреде, а не само воћарство, може се закључити да значајан проблем представља ограничен број стручњака (укупно имају 6 запослених инжењера пољопривреде) који не могу да буду присутни на терену у мери у којој је то потребно. Подршку у раду им пружају одабрана газдинства која треба да служе као примери преноса добре праксе у непосредном окружењу. С обзиром да ПСС из оправданих разлога није у могућности да покрије све захтеве за саветодавним услугама, поједине општине Округа су саме основале различите форме за пружање овог вида услуга (Иновациони центар Ариље, Агрономски центар Прибој, саветодавне службе у оквиру локалних самоуправа).

- **Иновациони центар за пољопривреду Ариље (ИЦП)** је основан донаторским средствима Европске агенције за реконструкцију и пружа саветодавне услуге у области пољопривреде. ИЦП Ариље пружа услуге: агрохемијске анализе земљишта - основ за препоруке за гајење одређене културе, матичење приплодних грла стоке која се уводе у евиденцију како би корисници могли остварити субвенције које даје Министарство пољопривреде, водопривреде и шумарства, а у свом саставу поседује и 10 метеоролошких станица за аутоматско мерење и очитавање података о температури, осветљености и падавинама који пружају могућности за прогнозу биљних болести. ИЦП Ариље прати и ради на усвајању нових технологија које се односе на производњу јагодичастог воћа у полузатвореним просторима. Иновациони центар има значајно искуство и знање у сектору воћарства, међутим његов рад је највише оријентисан на подручје општине Ариље у којој и произвођачи показују велико интересовање за поменуте услуге. У осталим општинама не постоји институција такве врсте, па ИЦП Ариље може имати велику улогу у дистрибуцији знања и добре произвођачке праксе у друге циљане општине, уколико се повећа број запослених стручних лица, јер их је тренутно ангажовано само четворо.

- **Агрономски центар Прибој (АЦП)** је основан 2003. године као удружење стручњака из области пољопривреде, економије и туризма, који својим активностима доприносе унапређењу знања из области пољопривреде, са циљем производње здравствено безбедне хране уз очување здраве животне средине. Агрономски центар показује веома успешан рад на реализацији пројеката у области пољопривреде (што му представља основни извор прихода), као и на пружању стручних савета путем ТВ и радио емисија, и разних предавања по селима Прибоја, Нове Вароши и Рудог. На поменутој територији не постоји саветодавна служба за развој пољопривреде и села, тако да је пољопривредницима ускраћена стручна помоћ која им је неопходна у току саме производње јер поменуто удружење, поред свег труда и напора које улаже нема довољно ни финансијских средстава, ни капацитета (два запослена) да током целе сезоне радова буде ангажована за пружање стручне помоћи на терену.

- **Регионална привредна комора** представља интересну, самосталну и пословно-стручну организацију предузећа, предузетника и других организација, које обављају привредну делатност на подручју Ужичког региона и које повезују заједнички интереси. Делатност Коморе се огледа у пружању и организовању стручне помоћи својим члановима ради побољшања и унапређења њиховог пословања, у праћењу привреде Региона и проучавању питања која се односе на привредне гране, унапређењу и успостављању економске сарадње са иностранством, у организовању привредне и туристичке информативне пропаганде, сајмова, привредних изложби и других промотивних активности за потребе својих чланова, представљању привреде Региона у земљи и иностранству са циљем већег и лакшег приступа светском тржишту, у пружању правовремених и квалитетних информација својим члановима и другим заинтересованим лицима, ради проналажења потенцијалних партнера и ради њиховог међусобног повезивања, у организовању семинара, специјализованих курсева ради усавршавања и обуке кадрова у привреди. У оквиру ове институције послује стручна служба за пољопривреду, која запошљава лица из пољопривредне струке. Сарадњи коморе са произвођачима и прерађивачима воћа се огледа у редовном пружању информација у вези са сајмовима, семинарима, јавним презентацијама и другим промотивним активностима у области пољопривреде. До ефикасније улоге коморе може доћи након ступања на снагу новог Закона о коморском удруживању, који искључује досадашње обавезне

Воћарство Златиборског округа

чланарине у коморски систем, чиме се може очекивати веће и ефикасније ангажовање стручних сарадника запослених у комори, са представницима МСП сектора, предузетницима...

- **Канцеларије за подршку руралном развоју:** значајну улогу подршке развоју сектора воћарства пружа Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде које кроз уредбе и конкурсе даје одговарајуће субвенције и подстицајна средства за развој пољопривреде. Сваке године Влада доноси Уредбу о коришћењу подстицајних средстава за подизање производних засада воћки, винове лозе и хмеља. Подстицајна средства се користе за надокнаду трошкова куповине садница воћака и за надокнаду трошкова набавке наслона (коље, анкери, стубови, жице). Право на коришћење подстицајних средстава имају физичка лица - носиоци комерцијалних породичних пољопривредних газдинстава, предузетници, привредна друштва, земљорадничке задруге и друга правна лица. Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде је формирало Мрежу за подршку руралном развоју, коју чине петнаест регионалних центара на подручју Републике. Подручје Златиборског округа покривају три РРЦ: РРЦ Краљево (покрива Ариље, Ужице, Чајетину, Нову Варош, Прибој, Пријепоље и Сјеницу), РРЦ Лозница (покрива Бајину Башту) и РРЦ Љиг (покрива Косјерић и Пожегу). У оквиру сваког центра у свим општинама су формиране Подручне канцеларије у којима је запослено по једно лице. Кључне активности ових канцеларија су: пружање информација о субвенцијама и другим подстицајним мерама које даје Министарство, припремање захтева за добијање средстава, обучавање у области планирања и припреме пројеката за развој села, остваривање боље комуникације са локалним властима и Министарством. Проблеми који се појављују када су у питању субвенције су двострани: нерегистрована пољопривредна газдинства не могу да конкуришу, а они који могу или немају благовремену информацију (да ли су незаинтересовани или се информације не прослеђују на прави начин, остаје питање којим ће се PSD пројекат бавити током интервенција) или не могу сами да одговоре захтевима, а не знају коме да се обрате за помоћ.

- **Локалне самоуправе:** у оквиру одељења општинских управа постоје службе за пољопривреду које спроводе уредбе владе, подржавају организовање предавања, семинара, али и пружају саветодавне услуге у области пољопривреде. Улога ових канцеларија би могла да буде и давање општинског пољопривредног земљишта у закуп. Једина општина која даје у закуп земљиште за обављање воћарске производње на територији Златиборског округа јесте општина Ариље. Остале општине издвајају одређена средства на годишњем нивоу за куповину садница малина, шљива и јабука, које се по принципу субвенција додељују пољопривредним произвођачима.

- **Завод за јавно здравље Ужице (ЗЗЈЗ)** је самостална здравствена установа која обавља специјализовану превентивно здравствену делатност на подручју Златиборског округа. Завод поседује акредитацију за лабораторијска испитивања од Акредитационог тела Србије (акредитовано преко 200 метода), а такође има уведен и сертификован систем менаџмента квалитета ISO 9001:2001. Завод ради испитивања хигијенске исправности воде за пиће, испитивање квалитета и здравствене исправности намирница биљног и животињског порекла, анализе пестицида, хемијске анализе и готово комплетне микробиолошке анализе малине (акредитована је метода листерије), анализе исправности предмета опште употребе (амбалаже и паковања намирница). Половину финансијских средстава (55%) обезбеђују од Министарства финансија, а преостали део зарађују на тржишту, тако да запослени у овој институцији показују велико ангажовање и спремност за рад и то не само на територији Округа, већ и ван граница Републике (раде и анализе на подручју Црне Горе). Такође ЗЗЈЗ показује и спремност за улагање у нову опрему, уколико би за тим новим анализама постојала константна тражња на тржишту што би гарантовало исплативост уложених инвестиција. Испитивања квалитета и здравствене исправности хладњаче раде уколико их на то обавезују инострани купци, чиме остварују пролаз на њихово тржиште. Мало је интересовање за поменутим услугама од стране произвођача, јер им те услуге представљају додатни и скуп трошак у производњи на који их купци не обавезују.

- **Институти:** у Златиборском округу не постоји ниједна институција која се бави научно-истраживачким радом у области воћарства. Најближа институција ове врсте јесте Институт за воћарство у Чачку, чија је основна делатност научно истраживачки рад у области воћарства на проучавању сорти и подлога континенталних воћних врста, стварању нових сорти, примени нових технологија у размножавању, проучавању метода заштите од болести и штеточина, проучавању система гајења воћака и испитивање техолошке вредности плодова. Допунска делатност Института је расадничка производња. У ту сврху расадник располаже сопственим матичњаком калем пупољака и вегетативних подлога за сопствене потребе, као и за продају. Производи саднице скоро свих дрвенастих и јагодастих континенталних воћних врста. Значајна делатност Института је пружање саветодавних услуга у области воћарства. Међутим, коришћење тих услуга је на релативно ниском нивоу јер њихово ангажовање захтева значајна новчана средства која пољопривредни произвођачи самостално не могу да издвоје. Једино у општини Ариље произвођачи показују интерес за коришћењем поменутих услуга јер производњом базираном на стеченом знању и правилној производњој пракси долазе и до профитабилне воћарске производње.

- **Месне канцеларије** су присутне у већини села и представљају места на којима мештани могу остварити права и изнети своје проблеме. Међутим период транзиције, који се негативно одразио на сеоска подручја, довео је до гашења месних канцеларија у појединим селима. Месне канцеларије могу имати посебно важну улогу подршке у ширењу свих врста информација које се односе на производњу воћа, било да се ради о субвенцијама владе, активностима локалних самоуправа које се односе на воћарство, организовању едукација за произвођаче у циљу ширења знања и добре произвођачке праксе.

- **Удружења:** на подручју посматраних општина постоји девет регистрованих удружења која окупљају произвођаче воћа. Један број удружења је настао као резултат претходних пројеката који су реализовани на подручју појединих општина (Пријепоље, Нова Варош), док су друга настала као резултат недостатка институционалне подршке локалних самоуправа. Међутим функционалност већине удружења је на ниском нивоу и активности се остварују углавном кроз иницијативе појединца. Основни проблем непостојања квалитетних удружења јесте недовољна свест становништва о значају удруживања. Удруживањем произвођачи могу имати велику и значајну корист, кроз набавку механизације, опреме, садног материјала. Поред удружења произвођача постоје и удружења предузетника, као што је Удружење предузетника у Ариљу у оквиру кога постоји секција хладњачара која окупља скоро све најважније хладњаче у Ариљу. Иако ова секција обухвата око 40-45 хладњачара не постоји заједнички, удружени наступ на тржишту, већ већина наступа самостално.

Воћарство Златиборског округа



3. Како да воћарство буде још конкурентније?

Кроз претходно поглавље описано је тржиште воћарства, динамика кретања и трендови у последњих пет година, што је показало да постоји разлика у конкурентности по врстама воћа: „Ариљска малина“ се издваја по конкурентности како на домаћем тако и иностраном тржишту, захваљујући како количинама, тако и квалитетом и укусом, док шљива и јабука заостају. Воћарство се суочава са разним изазовима који утичу на позиционирање на тржишту и подизање конкурентских потенцијала. Без обзира на разлике у производњи малине, шљиве и јабуке, постоје неки заједнички узроци који спречавају, за једне, повећање конкурентности, а за друге освајање тржишта. У овом поглављу разматраће се узроци који утичу на продуктивност, (не)функционисање задруга и иновативност.

Остале препреке и узроци који утичу на конкурентност сектора воћарства уочени током истраживања укратко су представљени у Анексу I овог извештаја.

3.1. Продуктивност и квалитет производа

КВАЛИТЕТАН ПРОИЗВОД + ОПТИМАЛНА КОЛИЧИНА = ДОБРА ЗАРАДА

Када посматрамо малину, лако је поставити питање: Како је продуктивност проблем када смо највећи извозници у Србији, јасно је за шљиву и јабуку, али малина?

Тачно, малина има приносе који су изнад републичког просека, али треба имати у виду да се ради о просечним вредностима и да водећи произвођачи остварују приносе који су значајно већи од просечних. Поред водећих произвођача, постоје и они други чији су приносу или у просеку или мањи, уз чињеницу да сви имају тржиште јер хладњачари имају капацитете и потребу да откупе готово сву произведену малину, што указује на то да постоји простор за унапређење продуктивности и пласмана малине, а самим тим и повећање прихода на пољопривредним газдинствима.

Основни узрок за недовољну продуктивност јесте недостатак знања и примене правилне произвођачке праксе, што представља један од предуслова за успешно бављење воћарском производњом. Знање и произвођачка пракса које поседује већина произвођача је на релативно ниском нивоу и углавном се заснива на искуству, односно породичној традицији која се није у довољној мери мењала у складу са напредовањем нових технологија и знања које се данас примењују у воћарству. Проблем квалитета произведеног воћа као и висина остварених приноса у директној је зависности са недовољним знањем које произвођачи поседују у вези са правилним техникама бављења воћарством. Лоша произвођачка пракса се огледа у изостанку или неадекватном спровођењу свих доступних агротехничких мера почев од избора локације и земљишта за постављање воћњака, избора одговарајуће врсте и сорте воћа, преко наводњавања, сузбијања корова, резидбе, исхране биљака, борбе против болести и штеточина, па до руковања воћем током бербе и складиштења.

Наведени проблеми су посебно изражени у општинама Прибој, Пријепоље и Нова Варош, у којима се становништво воћарством бави на спорадичан, екстензиван и неадекватан начин, у циљу добијања додатних прихода или пак задовољавања сопствених потреба за воћем, јер им воћарство не представља примарну делатност рада.

Недостатак примене знања и исправне производњачке праксе уско је повезан са недовољно развијеним моделом узајамне сарадње и размене знања, информација и искуства, како између произвођача, тако између произвођача и хладњачара, као и у недовољном коришћењу саветодавних услуга.

Саветодавне и стручне услуге у области воћарства пружају Пољопривредна стручна служба Ужице и Иновациони центар Ариље. Поред њих функцију подршке у сектору воћарства имају и службе за пољопривреду у оквиру општина и невладина организација Агрономски центар из Прибоја. Све набројане службе у одређеној мери раде на пружању знања и информација примарним произвођачима. Међутим на другој страни, они не поседују довољно капацитета, односно стручних људи који би у довољној мери били присутни на терену како би практичним примерима пренели знање произвођачима, а тиме и стекли њихово поверење. Тако да се услуге које они пружају углавном огледају у давању информација путем штампања летака, брошура, флајера...што није довољно за усвајање знања која се могу практично применити на терену. Међутим, примарни произвођачи недовољно користе поменуте услуге јер не поседују свест о значају њиховог коришћења, али такође имају и став неповерења према њиховим пружаоцима, као и то да примена нових знања и технологија у воћарској производњи изискује и одређена финансијска улагања што отежава њихову дистрибуцију и примену. На другој страни оно са чим су произвођачи задовољни јесте сарадња са прерађивачима, који их снабдевају са ђубривом, хемијским средствима заштите и који им исто тако пружају корисне информације у вези са правилним начинима бављења производњом воћа. Већи прерађивачи воћа у свом саставу имају стручна лица која по потреби излазе на терен, обилазе своје добављаче воћа и пружају саветодавне услуге. Међутим, због великог броја кооперанта и недовољног броја поменутих пружалаца саветодавних услуга, дистрибуција знања и добре производњачке праксе је ограничена.

3.2. Прерада и додавање вредност воћу кроз задруге

На сеоским домаћинствима готово увек постоје вишкови јабука, шљива или других врста воћа која се не продају на тржишту, већ се користе за даљу прераду. Виши степен прераде воћа не мора увек захтевати висока финансијска улагања у процесе и постројења, већ се производи попут компота, слатка, џемова, пекмеза могу производити у сеоским домаћинствима. То су квалитетни производи који се праве по традиционалним рецептурама и углавном се продају на неорганизован начин, стихијски, без обележавања и у зони сиве економије. Некада су се такви производи пласирали кроз задруге које поседују дугу традицију на овим просторима и представљају места на којима чланови могу доћи до свих неопходних средстава за рад која су потребна за прераду воћа, као и до набавке јефтинијих сировина, уколико се набавка обавља одједном за све чланове задруге. Такве задруге данас слабо послују или уопште не функционишу услед недостатка финансијских средстава. Током транзиције дошло је до њиховог пропадања, услед недефинисаних имовинских односа и непрецизно дефинисаних циљева рада. Један од начина опоравка задруга које још функционишу јесте прибављање финансијских средстава преко Министарства пољопривреде, шумарства и водопривреде, које пружа одређену финансијску помоћ кроз конкурсе за коришћење подстицајних средстава за рурални развој, кроз подршку активностима које су усмерене за стварање производа са додатом вредношћу, а на које могу конкурисати и задруге и на тај начин прибавити одређена финансијска средства, као и средства других фондова који стимулишу њихов развој. Нажалост, та средства се у недовољној мери користе јер, с једне стране, информације не долазе до потенцијалних чланова задруге, а с друге, и када их добију не знају где, односно којој установи да се обрате (канцеларије за рурални развој, пољопривредне општинске службе, месне заједнице), за помоћ при конкурисању. Задруге су посебно значајне за сеоска подручја у оквиру којих су заступљени мали поседи и мања обими производње којим се не остварују значајнији приходи, тако да прерадом тог воћа у домаће производе могу да остваре веће приходе за своја домаћинства.

3.3. Иновације: повећање конкурентности сектора воћарства путем пласмана производа са додатом вредношћу

Током истраживања које је спроведено у циљаним општинама Златиборског округа уочен је недостатак виших степена прераде воћа, који би донели додату вредност производу и на тај начин унапредили конкурентност сектора. Један од начина за постизање боље цене јесте и пласман свежег воћа (нпр. малина се на иностраном тржишту углавном продаје у дубоко замрзнутом стању, док је пласман свеже малине слабо заступљен). Дубоко замрзнута малина, која се дуги низ година пласира на иностранo тржиште, представља основни извор прихода за све хладњачаре. Они су дуго присутни на тржишту замрзнуте малине и на њему заузимају значајну позицију, тако да не виде потребу или пак немају довољно информација за улагање у нове процесе и нове производе којима би се проширио асортиман производа и на тај начин повећала њихова конкурентност на иностраном тржишту. Унапређења које се остварују у хладњачама у смислу иновација, углавном се односе на унапређење ефикасности постојећих производних процеса увођењем машина попут COPTEX-а, које служе за одвајање квалитета или пакерица за замрзнуту малину док су улагања у нове процесе и производе ретка. Један од видова додате вредности производу, који би у одређеном обиму могао заменити смрзнуту малину, јесте пласман свеже малине на иностранo тржиште, о чему све више хладњачара размишља. Један од разлога зашто се свежа малина још не продаје на иностраном тржишту јесте ризик финансијских улагања у поменути вид производње, услед непознавања потенцијалних тржишта на која ће извозити производ. Малина као воћна врста је врло осетљива и као таква се мора доставити купцу најкасније у року од три дана, како би сачувала своју свежину и квалитет. Међутим, појавом нових технологија на бази озона, свежина малине се може одржати и до 10 дана, чиме се транспорт малине олакшава у великој мери. Поред тога, за извоз свеже малине потребна је добра сарадња између хладњачара и произвођача, јер је потребна додатна обука за произвођаче – правилан узгој, промена сорте да би се продужила сезона, али и додатна организација за хладњачаре. Све потребне активности за пласман свеже малине могле би се доста брзо обавити само ако постоји права информација о њеној тражњи на тржишту.

Према томе, један од основних разлога за недостатак иновација које би довеле до стварања производа са вишим степена прераде или до пласмана свеже малине као производа са додатом вредношћу јесте недостатак информација које се односе на тржиште. Информације које хладњаче имају резултат су комуникације са велетрговцима, купцима, затим информације се сајмова или путем интернета, али оне не представљају критичну масу информација на основу којих би се одлучили на инвестиције у нове процесе и производе. Поставља се питање: Зашто не постоји довољно информација? Хладњаче су једне стране представљају мала и средња предузећа које немају издвојене буџете за истраживање и развој, нити довољно људских ресурса који би могли обављати те послове. С друге стране, на територији Округа не постоје институције које пружају информације засноване на темељној анализи домаћих и страних тржишта које се односе на понуду и потражњу за новим производима од воћа, динамику и трендове кретања тржишта воћа, будуће пројекције о стању на тржишту..., које ће помоћи не само у осигурању постојећих позиција на тржишту, већ и омогућити улагања у више степене прераде воћа и на тај начин унапредити њихову конкурентност кроз пласман нових производа.

Конкурентније воћарство



4. Стратегије интервенције

Претходно поглавље се бавило неким од кључних узрока који ометају и успоравају развој воћарског сектора у општинама обухваћеним пројектом. Унапређење развоја воћарске производње би створио могућност за већим приходима и креирањем запослености широм Златиборског округа. У наредном поглављу биће представљена визија и логика развојних интервенција у сектору воћарства.

4.1. Визија и логика интервенције

Циљ PSD пројекта је стварање трајне системске промене на тржиштима на којима ће се радити интервенција, за разлику од других развојних иницијатива које преко симптома пружају директна решења. Фокусирањем на узроке који успоравају развој воћарства, дефинисане су области интервенције, преко којих

Преглед 11 - Општи модел логике интервенције

Област интервенције	Системска промена	Промена у сектору воћарства	Доходак и запосленост
Интервенција 1: Успостављање фукционалног модела пружања саветодавних услуга пољопривредним произвођачима	Бољи приступ и већа примена информација, знања и саветодавних услуга	Већи степен заступљености интензивне воћарске производње	Повећана могућност стварања прихода и запошљавања младих људи и незапослених
Интервенција 2: Подизање капацитета задруга	Бољи приступ информацијама у вези са финансијским средствима подршке и њихово ефикасније коришћење од стране задруга	Већа комерцијализација традиционалних производа од воћа по домаћој рецептури	
Интервенција 3: Успостављање функције истраживања тржишта у циљу иновирања производње	Бољи приступ тржишним информацијама	Пораст пословних могућности прерађивача и произвођача	

пројекат тежи остварењу системске промене, са значајним и трајним ефектом.
Утицајем на функционисање постојећег тржишта, PSD пројекат настоји остварити дугорочну, системску промену која ће омогућити другачији приступ у примарној производњи воћа, пословању малих и средњих предузећа и удружења у сегменту прераде, односно сектору воћарства као целине, кроз повећање приноса и квалитета воћа као резултата веће доступности и примене саветодавних услуга у циљу дистрибуције и примене знања и информација о правилним техникама и начинима бављења воћарством, као и кроз повећање доступности и примене тржишних информација у циљу иновирања процеса производње. Реализацијом интервенција тежи се остварењу широког ефекта на креирање запослености и повећање прихода у сектору воћарства.
Подаци у Прегледу 11 - илуструју општи модел логике интервенције PSD пројекта.

4.2. Успостављање функционалног модела пружања саветодавних услуга пољопривредним произвођачима са циљем интензивнијег бављења воћарском производњом

Како је уочено током истраживања за решавање проблема ниске продуктивности, подизања квалитета производње, избор адекватног сортимента и праћење економских аспеката производње воћа, неопходна је примена знања и добре производњачке праксе која недостаје међу произвођачима воћа. Производња базирана на знању и примени добре призвођачке праксе је основ за развој интензивне воћарске производње којом се остварују високи приноси и висок квалитет плодова који задовољавају захтеве купаца. Пројектом се жели остварити подизање степена и преноса знања и примена добре произвођачке праксе међу изабраним општинама са циљем унапређења воћарске производње.
Како би се то остварило потребно је унапредити и учврстити модел узајамне сарадње између примарних произвођача и свих актера који на било који начин пружају информације и услуге у вези са воћарском производњом.
У интервенцију ће бити укључене стручне саветодавне службе, пољопривредне службе у оквиру локалних самоуправа, представници приватног сектора који се баве прерадом воћа, институти који се баве истраживањем у сектору воћарства, као и представници примарне производње који се воћарством баве на интензиван начин. Организовањем округлих столова на којима ће учествовати све поменуте заинтересоване стране, разменом идеја и предлога потребно је дефинисати функционални модел пружања саветодавних услуга, базиран на стварним потребама, могућностима и улогама које потенцијални партнери могу имати. Након усвојеног модела потребно је радити на његовој практичној примени, кроз интервенције на терену које су складу са дефинисаним потребама, а у циљу остваривања конкретних резултата кроз унапређење производњачке праксе, односно повећања приноса и квалитета воћа.
Подизање знања и производњачке праксе довешће до унапређења воћарске производње, повећања прихода, а тиме и до већег улагања у воћарску производњу од стране пољопривредних произвођача. Унапређењем квалитета и квантитета производње створило би се поверење према стручним лицима из пољопривреде и истовремено препознала потреба за њиховим ангажовањем и на тај начин дошло до повећања тражње људи из пољопривредне струке, чиме се ствара простор за запошљавање.

4.3. Подизање капацитета задруга

Производња и пласман воћарских производа са додатом вредношћу захтева велика финансијска улагања, што је један од уочених проблема у сектору воћарства у циљаним општинама. Међутим, постоји други начин организовања мањег обима производње воћарских производа са додатом вредношћу, а то су задруге које имају дугу традицију на овим просторима, представљајући место где су пољопривредници на најједноставнији начин могли да прераде и/или продају своје производе. Пример једне такве задруге је „Здравчица“ коју су формирале жене из сеоских домаћинстава, која се бавила производњом слатког, џемова са и без шећера, компота и зимнице, али тренутно због проблема финансијске природе не послује на прави начин. Унапређењем рада поменуте задруге и добрим примером њеног функционисња по јасно дефинисаним правилима, могло би престављати добар пример и окидач осталима да покрену нове и оживе старе задруге у руралним подручјима. Подизањем капацитета задруга створиле би се могућности за већу комерцијализацију воћарских производа и омогућило повећања прихода и запошљавање жена из сеоских домаћинстава, која по својој образовној структури и статусу представљају тешко запошљиву категорију становништва.
У прилог чињеници да задруге нису заборављене иде и то да је Министарство пољопривреде, водопривреде и шумарства расписало конкурс за коришћење подстицајних средстава за рурални развој кроз подршку активностима усмерених за стварање производа са већом вредношћу, где задруге имају право на коришћење средстава као и сва остала правна лица. Активности треба усмерити у циљу боље и веће доступности ових и свих других информација које се односе на задруге, чиме би се повећала могућност задругара да конкуришу и добију финансијску средства подршку која ће омогућити подизање и учвршћивања капацитета задруга. Да би се остварило повећање доступности информација које су потребне за подизање капацитета задруга, неопходна је интензивнија сарадња са канцеларијама за рурални развој, месним заједницама, општинским службама и невладиним организацијама, односно местима на којима заинтересовани корисници могу добити све потребне информације.
Производња и пласман домаћих производа од воћа може се у перспективи повезати и са другим сектором којим се овај пројекат бави, а то је сектор туризма. Повезивањем задруга са домаћинствима која се баве руралним туризмом и хотелима једне стране, омогућило би се део пласмана производа, а с друге, употпунила услуга са производима из нашег краја.

4.4. Успостављење функције истраживања тржишта као предуслова за иновације

Један од предуслова успешног пословања јесте истраживање тржишта у целини, уз посебан осврт на понуду и тражњу, што представља основ за развој без којег се не може очекивати унапређење воћарства, а тиме и повећање конкурентности овог сектора. Свака промена која се идентификује на тржишту представља сигнал да су неопходне промене у сектору воћарства, кроз креирање нових производа и усвајање нових процеса производње. Један од праваца развоја у сектору воћарства, којим се жели остварити додавање вредности производу, а који представља један вид иновације, јесте пласман свеже малине, што ће бити један од праваца у оквиру ове интервенције. Успостављање функције истраживања и развоја једино је могуће уколико се јасно дефинишу и артикулишу потребе приватног сектора. Након презентације извештаја, потребно је остварити комуникацију са произвођачима и прерађивачима воћа због дефинисања потребних информација, неопходних за иновирање и унапређење њиховог развоја. На основу ис-

Стратегије интервенције

казаних потреба радиће се на повезивању и успостављању модела сарадње са одговарајућим институцијама, истраживачким агенцијама, велетрговцима воћем који могу пружити информације у складу са дефинисаним потребама.

Шта даље?

Извештај о воћарству Златиборског округа није само анализа постојећег стања, проблема и узрока који утичу на његов развој, као и предлога за побољшање, већ представља основу за наставак активности на пројекту како би се у коначном исходу дошло до конкурентнијег сектора воћарства Златиборског округа. Извештај ће бити представљен произвођачима и прерађивачима воћа, представницима пољопривредних саветодавних служби, Регионалне привредне коморе, представницима пољопривредних служби у оквиру локаланих самоуправа, завода за јавно здравље, члановима пољопривредних удружења и земљорадничких задруга... Први састанци биће одржани са произвођачима и прерађивачима воћа, са представницима пољопривредних саветодавних служби, са потенцијалним будућим партнерима на пројекту, из којих ће проистећи унапређење и покретање интервенције, чије ће активности бити флексибилне и вођене ситуацијом на тржишту.



Анекс I: Преглед осталих препрека у сектору воћарства

Стари воћњаци

Карактерише их низак принос и лош квалитет плодова, али и даље стари засади доминирају у циљаним општинама. Просечни приноси јабуке и шљиве (максимално у интензивним засадима 30-40 т/ха, и то само у Ариљу) су далеко нижи од просечних приноса у конкурентним земљама ЕУ и земаља на северној хемисфери (у просеку 40-60 т/ха). Продуктивност се може побољшати подмлађивањем старих воћњака али ниска рентабилност воћарске производње је оно што обесхрабрује пољопривреднике.

Уситњени поседи

Мале величине површина под воћем су велика препрека за подизање конкурентности у односу на количину и квалитет производа. Оне ограничавају куповну/продајну моћ пољопривредника, спречавају могућност за смањење трошкова производње и повећање прихода од производње.

Застарео сортимент

Асортиман сорти у Златиборском округу не прати динамику глобалног тржишта која се односе и на стварање нових сорти јабука и шљива, којима ће се побољшати квалитет производа, отпорност воћа на болести и паразите, и продужити сезонске карактеристике воћа. Преовлађујуће сорте су старе и нису погодне за свежу потрошњу. Тренутно се домаћи произвођачи такмиче само у односу на цену, а не на квалитет и разноврсност производа.

Ограничена производња садног материјала

Призвођачи воћа саднице могу да набаве од Института за воћарство или на огледним добрима која се налазе у склопу пољопривредних школа и факултета. Међутим на територији Округа нема приватних расадника који би снабдевали произвођаче са квалитетним садним материјалом. Још увек је присутна и куповина садног материјала на локалним зеленим пијацама.

Осетљивост на временске услове

Касни мразеви, дуге суше и олује су све чешће због глобалних климатских промена. Као резултат тога, квантитет и квалитет воћарске производње варира из године у годину, што утиче на конкурентност српских производа. На пример, у 2008. год. касни мраз (-4 Ц° 20. марта) је у великој мери утицао на производњу воћа у нашим крајевима, па су произвођачи остварили 20-40 одсто ниже приносе.

Зависност од временских услова

Јако су ретки произвођачи који користе противградне мреже, док анти-мраз системе нико не поседује. Наводњавање је такође реткост. Бољу заштиту од непредвидивих временских услова може обезбедити успостављање противградне мреже изнад воћњака и инсталирање система за наводњавање кап по кап. Уз наводњавање, чак и веома стар засад јабука може повећати принос и до 40 тона по ха и дати 90 одсто најквалитетнијих јабука.

Низак ниво агротехничких знања, посебно у погледу примене савремених технологија

И даље постоји неадекватна заштите биља и недовољна свест о усвајању нових технологија у вези са воћарском производњом.

Стратегије интервенције

Произвођачи воћа се највише жале на недовољно стручних лица на терену. Стопа неписмености међу произвођачима је прилично висока, што доводи до тога да препоруке које добијају од стручних лица о правилној употреби заштитних хемијских средстава не представља довољну помоћ у раду.

Лоше познавање менаџмента од стране пољопривредника

Произвођачи воћа поседују низак ниво знања о вештинама управљања трошковима и финансијским изворима.

Висока финансијска улагања потребна за оснивање воћњака

Да би били конкурентни, произвођачи морају да користе квалитетан садни материјал чије цене су високе. Поред високих финансијских средстава које је потребно уложити за оснивање воћњака, оно што обесхрабрује произвођаче је релативно дуг период за повраћај уложене инвестиције, јер 5 - 7 година је време потребно да подигнути засад достигне пуну родност. Поред тога што је надокнаду трошкова куповине садница воћака могуће реализовати преко подстицајних средстава Министарства пољопривреде, шумарства и водопривреде, ограничавајући фактор за неиспуњавање услова конкурса представљају пољопривредници који немају регистрована газдинства, као и пољопривредници који не плаћају пензијско и инвалидско осигурање.

Недостатак међународних стандарда квалитета који задовољавају захтеве крајњих купаца

Увођење HACCP и GlobalGAP-а стандарда је неопходан предуслов за приступ тржиштима ЕУ али тај поступак иде јако споро, посебно за GlobalGAP стандард. Контрола квалитета воћарске производње, посебно након бербе када се ради складиштење и прерада, још увек је на ниском нивоу.

Систем квалитета:

Услуге увођења система квалитета пружају приватне консултантске фирме које нуде услуге увођења система менаџмента квалитетом ISO 9001:2001, управљање безбедношћу хране и система за заштиту животне средине ISO 14001. За увођење HACCP-а посебно су заинтересовани прерађивачи, односно хладњаче јер их на то обавезују захтеви купаца. Када је у питању примена Global Gap стандарда, који се односи на примарну пољопривредну производњу, не постоје произвођачи који имају уведен овај систем. С једне стране разлог за то су значајна улагања која су потребна како би се испунили предуслови за увођење овог стандарда, док са друге стране још увек нису у обавези да примењују поменути стандард.

Губици приликом бербе воћа

Произвођачи треба да поседују знање о оптималном времену за бербу, као и о правилном руковању приликом бербе воћа како би се избегле модрице и оштећења на плоду. Плод мора бити у одређеном степену развоја пре него што се изврши његово складиштење. Незрео плод никада не може постићи свој пуни потенцијал након бербе у погледу садржаја шећера и укуса. С друге стране, превише зрео плод наставља убрзано да зри, што може довести до пропадања плода током чувања.

Губици након бербе воћа

Губици воћа који се јављају након бербе су у великој мери изражени због неправилних техника руковања, као и услед недостатка складишних капацитета са модерном технологијом којима би се очувао сезонски карактер воћа.

Губици током складиштења воћа

Степен губитака високо квалитетног воћа током складиштења је релативно висок у поређењу са оним у развијеним земљама. Адекватна стручност у ULO/CA технологији складиштења би у великој мери смањила губитке, побољшала квалитет производа и продужила рок за складиштење. Људи мало знају о оптималним условима складиштења (одговарајућој температури, влажности ваздуха, концентрацији кисеоника и угљен диоксида). Тако на пример, Чиле је успоставио сопствени систем свеобухватне контроле за узгој, паковање, руковање и транспорт воћа. Ови стандарди су чак и строжији од светских стандарда, али су осигурали да Чиле успева да продаје свеже производе у преко 70 земаља широм света.

Недовољно складишних капацитета у општинама Прибој, Пријепоље и Нова Варош

На територији ових општина постоје свега две хладњаче које раде откуп свежег воћа и које су углавном оријентисане на откуп малине. Ове хладњаче повремено раде откуп и других воћних врста, пре свега шљиве, али у незнатним количинама. У поменутим општинама не постоји хладњача уско специјализована за јабуку, што у великој мери отежава пласман овог воћа, које се углавном продаје на локалним пијацама одмах након бербе, јер нема могућности за одложеном продајом и складиштењем воћа у циљу очувања његових сезонских карактеристика. Тако да су произвођачи углавном оријентисани на екстензиван начин воћарске производње.

Недостатак одговарајуће амбалаже за чување воћа

Воће се чува у дрвеним гајбама уз много губитака, што повећава трошкове производње. Трошкови улагања у увозне палете су превисоки за српског сељака али, с друге стране, оне су неопходан предуслов за спровођење GlobalGAP-а.

Кратка продајна сезона

Продужење продајне сезона је првенствено ограничено недостатком одговарајућих складишних капацитета за свеже воће. Складиштење свежег воћа (нарочито у ULO/CA) је важно не само за извоз, већ и за смањење увоза свежег воћа, који је нарочито изражен када се ради о јабуци и шљиви, од марта до августа (када су јабуке и шљиве из Округа распродате). Нажалост, високе цене изградње нових хладњача спречава даљу експанзију.

Неадекватно паковање и етикетирање

Паковање је веома важан корак у целом ланцу вредности за конкурентност готових производа. Тржиште ЕУ захтева квалитетна и сертификована паковања. Недовољно је домаћих произвођача амбалаже за воће који су сертификовани у складу ЕУ безбедносним стандардима. Такође је неопходно радити мала, комерцијална паковања воћа.

Органска производња

Постоји велики потенцијал за аутохтоне сорте јабука и шљива, да буду оверене и промовисане као органски производ. Произвођачи воћа не показују поверење у тржиште органских производа, јер сама производња, између осталог, захтева већу цену, за разлику од стандардног.

Недостатак промоције извоза и продаје воћа

Наши извозници су се фокусирали на међусобно такмичење, уместо да се оријентишу на конкуренте из Пољске, Грчке, Чилеа. У тим земљама постоји координационо тело за надгледање приватних и јавних напора за промовисање извоза. Извозници треба да обезбеде континуирано присуство у циљним иностраним тржиштима кроз консолидовану промоцију и продају. За сада нема ни рекламних кампања за унапређењем нашег воћа и његових производа на извозним тржиштима.

Слабо брендирање

Воће из наших крајева на иностраном тржишту наступа под робном марком крајњег купца, само се на полеђини амбалаже види да производ води порекло из Србије.

Слабе или непостојеће везе са купцима

Код нас је заступљена продаја преко посредника, док су дугорочне тржишне везе још увек на самом почетку. Директне везе са страним дистрибутерима не постоје или су јако ретке.

Фокус на мали број тржишта

Водеће извозно тржиште за наше воће, када се ради о јабуци и шљиви је Руска Федерација, а земље западне Европе када је реч о замрзнутој малини. Неопходна је диверзификација извозних тржишта, тј. извоз воћа и у земље Африке, Азије, Блиског истока. Производња воћа код нас се углавном ради на основу недовољног познавања тржишта, стога је неопходно прикупљање, обрада и пласирање свих корисних тржишних информација на локалном, националном и међународном нивоу.

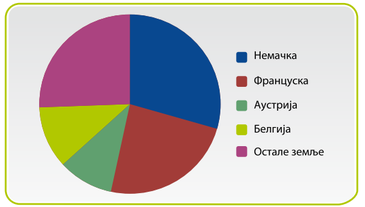
Квантитет, квалитет и континуитет производње

Највећи проблем наших произвођача је недоследност производње. Произвођачи тешко могу да обезбеде континуитет, квалитет и довољне количине воћа које им купац захтева. Побољшање организације производње стога постаје кључно питање за наше произвођаче.



Анекс II: Извоз малине, јабуке и шљиве из Србије

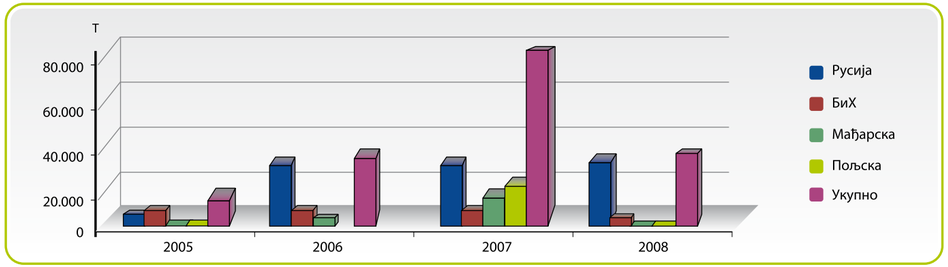
Извоз малине из Србије



Извоз смрзнуте малине из Србије у 2008. (Т)	
Немачка	18.530
Француска	14.217
Аустрија	6.841
Белгија	5.741
Остале земље	16.272

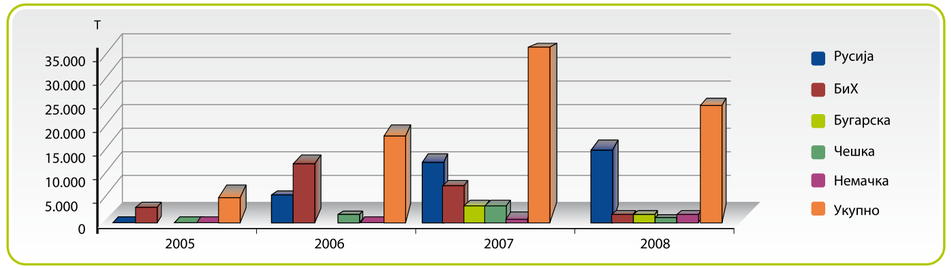
Републички завод за статистику

Извоз јабуке из Србије



- Извоз пао са 74.200 т у 2007. на 35.200 т у 2008.год.
- Русија иста количина, пад извоза у Пољску (за 19.600 т) и Мађарску (за 16.000 т)
- Просечна јединична вредност порасла са 0,32 $/кг ‘07 на 0,41 $/кг ‘08
- Највећа јединична вредност за Русију 0,43 $/кг
- Увоз у Србију 17.000 т у 2008. (90% из Македоније).

Извоз шљиве из Србије



- Извоз од 2004-2008. год. растао годишње 85% у т, а 116% у $
- У 2008. год. пад извоза са 30.500 т на 22.700 т, највише за Русију (за 4.000 т) и БиХ (1.200 т)
- Највиша извозна јединична вредност за Белорусију 0,97 $/кг, Немачку 0,78 $/кг и Русију 0,48 $/кг



Аутори:
Тодора Симовић, Дејан Нешевић, Ружица Дабић (тим ПСД програма, Регионална развојна агенција „Златибор“)
Наслов:
Извештај о стању воћарства у Златиборском округу
Година издања: 2010.
Главни и одговорни уредник:
Ружица Дабић
Ликовно-техничка обрада:
Агенција „Пулсар“, Ужице
ISBN 978-86-913449-1-7
Тираж издања: 100
Издавач:
Регионална развојна агенција „Златибор“, Димитрија Туцовића 98, Ужице
Штампа:
Digitall copy centar, Чачак

Ставови и мишљења изнети у овој Публикацији не рефлектују ставове Швајцарске агенције за развој и сарадњу

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development and Cooperation SDC

Подржано од Владе Швајцарске
преко Швајцарске агенције за развој