

ТРЖИШТЕ И АСОРТИМАН ПРОИЗВОДА ОД МАЛИНЕ У СВЕТУ И РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

С. Стевановић¹, М. Милановић², М. Јанковић¹, Снежана Стевановић¹

Абстракт: Последњих десетак година у свету је забележен динамичан раст производње малине. У укупном светском промету малине, свежа малина учествује са око 8,5%. У структури извоза малине из Републике Србије доминира смрзнута малина са преко 90%. Поред ње у извозу се још појављује свежа малина и концентрисани сок од малине.

На светском тржишту је шири асортиман производа од малине. У високоразвијеним земљама, великим конзументима овог производа, у понуди се јавља у различитим облицима: смрзнута, концентрована, сушена, желирана или сокови од малине. Поред тога, велике количине малине у свету се на традиционалан начин користе за производњу џемова, компота, слатка, алкохолних пића и других специјалитета са националним обележјима.

У раду је анализирано светско тржиште и асортиман производа од малине и њихова извозна/увозна цена у периоду 1995-2004. година. Посебно су обрађене регионалне дестинације извоза малине и прерађевина од малине из Републике Србије.

Имајући у виду наведено, у раду се разматрају значај добијања и промет производа од малине виших фаза прераде, као што су сокови, концентрати, сирупи, желирани производи и др. Понудом ових производа на домаћем тржишту, а нарочито извозом, могу се постићи знатно виши економски ефекти (цене и преко 60 еура/кг). Зато укупна понуда ових производа, у борби за одговарајуће место на домаћем и у све оштријој

¹ Др Симо Стевановић, доцент, др Миодраг Јанковић, ред. проф., мр Снежана Стевановић, асистент, Пољопривредни факултет, Београд.

² Др Милан Р. Милановић, ред. проф. Мегатренд-Факултет за менаџмент, Ваљево

конкуренцији обима и квалитета на светском тржишту, треба да потиче из производње/објеката који испуњавају стандарде НАССР, да буде препознатљиве робне марке и оригиналног паковања, као симбола порекла и квалитета.

Кључне речи: малина, тржиште, асортиман производа, цена малине.

Увод

Малина, као континентално јагодасто воће, гаји се у преко 40 земаља света. Код неких земаља малина представља значајан извозни производ. У последњих двадесетак година повећано је интересовање за гајење ове воћне врсте. То је посебно изражено на Новом Зеланду, Аустралији, Шпанији и Чилеу.

Због свог специфичног укуса, ароме и лековитог дејства (регулације крвне слике, варења, повећања имунитета организма, као и смањења ризика од карцинома), малина се све више конзумира. Посебно је то изражено иницирањем нових трендова у исхрани људи, као што су макробактеријска, органска и функционална исхрана. Новија истраживања, домаћих и страних здравствених институција, показују да малина има веома снажне антиканцерогене карактеристике.

Република Србија је по својим агроеколошким условима веома погодна за гајење малине. Незагађено земљиште, погодна клима, довољно сунца, чине да малина са ових простора има боље карактеристике, интензивнију арому, боју и укус, у односу на малине из других земаља.

Циљ рада је да прикаже анализу тржишта и асортимана производа од малине и укаже на значај добијања производа више фазе прераде. Извозом ових производа могу се постићи знатно више продајне цене у односу на цене које се постижу продајом свеже или смрзнуте малине.

Подаци о наведеним показатељима прикупљени су са web адресе FAO (www.fao.org), Статистике спољне трговине Савезног завода за статистику, као и друге литературе која се бави проблемима производње и промета малине и прерађевина од малине. Треба напоменути да се подаци, како FAO статистике, тако и Статистике спољне трговине, односе на Србију и Црну Гору, а познато је да нема евидентиране тржишне производње малине на подручју Републике Црне Горе. Зато је анализа тржишта и асортимана производа од малине у раду вршена само за подручје Републике Србије.

1. Малина у спољнотрговинској размени

Успешно укључивање једне земље у робну размену условљено је квалитетом, ценом, асортиманом, конкурентношћу, административним мерама државних органа, квантитативним и квалитативним ограничењима извоза и увоза, девизним режимом и др.

У структури међународног промета континенталног воћа малина учествује са 1% и дели осмо место, заједно са вишњом, дуњом и орахом. (Томић, Влаховић, 2003)

Просечан **извоз**¹ свеже малине у периоду 1995-2004. године износио је 33,5 хиљ. тона или око 8,5% укупне светске производње. Вредност извоза малине је око 69,3 мил. \$ и повећавала се по просечној годишњој стопи од 4,3%, при чему је остварена просечна извозна цена од 2,1\$/кг.

Пољска² је до 2000. године просечно извозила око 20 хиљ. тона, са учешћем у светском извозу свеже малине од око 34%. Девизни прилив Пољске остварен извозом свеже малине кретао се око 10,3 мил. \$. Треба истаћи да је извозна цена свеже малине из Пољске износила само 0,9\$/кг и најнижа је у односу на остале земље извознице чланице ЕУ.

За разлику од Пољске, Чиле је са скоро троструко мањим извозом (4,3 мил. тона) остварио већи девизни прилив, при чему је извозна цена износила 2,8\$/кг. За Чиле је карактеристично да има значајну експанзију извоза од 6,0%. Највећи део извоза свеже малине из Чилеа усмерен је у САД (87%), а свега 7% ка европским земљама и 4% према Канади. Чиле представља озбиљног конкурента Републици Србији у извозу свеже малине на светском тржишту. (Томић, Влаховић, 2003) Од ваневропских земаља значајан извозник свеже малине је и Канада са 3,8 хиљ. тона, што представља 11,3% светског извоза. Међутим, Канада бележи пад стопе извоза свеже малине од чак -8,4% годишње.

¹ После 2000. године постоје велике разлике у евидентираном увозу и извозу свеже малине на светском нивоу.

² После 2000. године у FAO Trade Yearbook не постоје подаци о извозу свеже малине из Пољске.

Др Симо Стевановић и сарадници

Табела 1. Светски промет и цена свеже малине у периоду 1995-2004. година (годишњи просек)

	Количина				Вредност				Цена (\$/кг)	Cv (%)
	тона	Cv (%)	(%)	Стопа раста	(000) \$	Cv (%)	(%)	Стопа раста		
Извоз										
Пољска ¹	11406,3	82,2	34,0	2,3	10343,5	90,5	14,9	-10,5	0,9	62,0
Чиле	4322,9	21,4	12,9	6,0	11929,0	46,8	17,2	11,5	2,8	41,8
Канада	3787,8	31,3	11,3	-8,4	6069,5	43,6	8,8	-6,3	1,6	24,0
Србија и Црна Гора ²	3583,5	115,7	10,7	5,8	3031,9	117,4	4,4	11,0	0,8	35,6
Шпанија	2677,4	74,6	8,0	36,0	18519,4	91,1	26,7	32,8	6,9	30,3
Мађарска	2198,0	67,7	6,6	-2,8	2355,8	42,7	3,4	10,4	1,1	84,4
Немачка	2043,5	57,5	6,1	-10,9	2855,9	80,0	4,1	-14,4	1,4	36,8
Румунија ³	634,9	118,1	1,9	-18,7	760,2	113,7	1,1	-12,0	1,2	71,7
Француска	532,6	45,8	1,6	13,7	3740,2	39,6	5,4	9,4	7,0	15,2
Холандија	442,3	64,7	1,3	11,3	2773,6	60,8	4,0	14,8	6,3	21,5
Увоз										
Немачка	10847,8	28,4	23,4	0,6	14397,8	38,6	14,9	-4,4	1,3	20,7
Аустрија	8021,3	45,0	17,3	17,6	7876,9	42,3	8,2	6,9	1,0	35,2
САД	6588,1	18,0	14,2	1,2	19414,4	45,0	20,1	9,1	2,9	27,5
Холандија	6295,2	27,9	13,6	3,6	6901,0	37,8	7,1	-5,0	1,1	30,7
Канада ⁴	3073,1	106,5	6,6	-	7565,3	121,8	7,8	-	2,5	48,5
Француска	2531,4	36,4	5,5	4,2	11498,4	41,1	11,9	8,7	4,5	14,9
Велика Британија	2502,0	68,2	5,4	19,5	14170,2	80,0	14,7	25,6	5,7	24,9
Белгија-Луксембург ⁵	2339,9	77,2	5,0	14,1	4573,4	60,0	4,7	7,6	2,0	42,1
Швајцарска	971,8	50,9	2,1	-10,4	3258,9	28,8	3,4	-3,1	3,4	45,6
Италија	732,3	93,0	1,6	36,2	2494,8	58,7	2,6	18,1	3,4	124,3

Извор: www.fao.org

¹ Нема извоза после 2001. године; ² Без података за 1995. годину; ³ Без података о извозу 1996, 1998 и 1999. године;

⁴ Увоз се евидентира од 1998. године; ⁵ Увоз евидентиран одвојено до 1999. године.

Четири земље (Пољска, Чиле, Канада и Република Србија), учествују са преко 65% у светском извозу свеже малине.

Република Србија, са просечним извозом свеже малине од 3,6 хиљ. тона, остварује девизни прилив од 3,0 мил. \$ годишње, при чему је извозна цена свега 0,8\$/кг. То је најнижа цена по којој се извози свежа малина од десет земаља највећих извозница малине. Треба напоменути да је то само 38% нивоа просечне светске извозне цене свеже малине.

Мађарска (-2,8%), Немачка (-10,9%) и Румунија (-18,7%) бележе смањење извоза свеже малине, док Француска (13,7%) и Холандија (11,3%) имају најдинамичнији раст извоза. Поред Шпаније и Чилеа, Република Србија има високу годишњу стопу раста извоза од 5,8%. Шпанија (6,9\$/кг), Француска (7,0\$/кг) и Холандија (6,3\$/кг) остварују највеће извозне цене свеже малине и ако се вероватно ради о извозу унутар ЕУ.

Од десет земаља највећих **увозника** свеже малине осам је из Европе, а две из Америке (САД и Канада). Као и код извоза, Европа је највећи регионални увозник свеже малине, са учешћем од око 75%. Ако се европским земљама прикључе САД и Канада онда је анализом обухваћено око 95% светског увоза малине.

Немачка је, и поред значајног извозника, највећи увозник свеже малине са око 10,8 хиљ. тона, што је око четвртине светског увоза и скромном стопом раста од 0,6%. Аустрија (17,6%), Велика Британија (19,5%) и Италија (36,2%) бележе најдинамичније стопе раста увоза свеже малине. Од анализираних земља, једино је негативна стопа раста увоза од -10,4% забележена код Швајцарске.

Најнижа увозна цена свеже малине је код Аустрије (1,0\$/кг), Немачке (1,3\$/кг) и Холандије (1,1\$/кг), а највиша у Великој Британији (5,7\$/кг) и Француској (4,5\$/кг).

Из наведених података о највишим увозним ценама малине, наша оријентација у извозу треба да буде управо на ова тржишта.

2. Асортиман производа од малине у свету

Специфичан хемијски састав и органолептичке особине малине разлог су због којих се развијају нови производи већег степена прераде и нови поступци конзервасања.

Поред свеже и смрзнуте малине у свету се у понуди налазе и други производи од малине: Лиофилизована малина (Freeze-dry raspberry), малина сушена у бубњу (drum drying), ушећерена малина (sugar infusing) малина сушена ваздухом (air drying) и малина сушена на сунцу (sun dried) (www.vandrunen-farms.co.yu).

Поред наведених прерађевина од малине у понуди су и вина, ракије и сирће од малине (www.botanical.com).

Цене ових прерађевина знатно су веће од цена свеже и смрзнуте малине. На пример:

сируп од малине 12oz (0,350 кг) продаје се по 4,95\$;

конзервисана малина без семенки 12 oz продаје се по 4,95 \$

слатко од малина без семенки 8,5 oz (0,250 кг) продаје се по 4,95 \$

Цем од малине 12 oz (0,350 кг) продаје се по 4,95 \$.
(www.yournw.com)

Наведене цене производа од малине вишеструко су веће од цена свеже или смрзнуте малине остварене у промету на светском тржишту.

У САД:

Лиофилизована малина 1,8 lbs, у комадима, продаје се по 25,75 \$, а цела малина 31,52 \$ (www.beprepared.com)

Лиофилизована малина у праху 8 oz (0,226 кг) продаје се по 19,95\$.
(www.nutri-fruit.com)

Цем од малине са семенкама без додатка шећера 9 oz (0,250 кг) продаје се по 27,0 \$.

Цем од малине са семенкама, са шећером 9 oz продаје се по 24,5 \$.

Сируп од малине 12 oz (0,350 кг) продаје се по 26,0 \$.
(www.sturmsberryfarm.com)

У понуду нових производа од малине спада и *осушено самлевено семе* (извор Елагинске киселине). Америчка фирма Bloodroot производи капсуле од 500 mg у паковању од 120 капсула, а продаје се по 14,95\$. Цена овог производа достиже вредност од 250 \$/кг. (<http://bloodroot/ellagicacid.html>)

У високоразвијеним земљама још су веће разлике цена свеже и смрзнуте у односу на цене прерађевина од малине. Илустрације ради, литар сирупа од малине би коштао преко 70 \$, а цема од малине са семенкама без додатка шећера преко 100 \$ за килограм.

Имајући у виду извозне цене свеже и смрзнуте малине, управо наша орјентација треба да буде добијање производа од малине виших фаза прераде, као што су сокови, концентрати, сирупи, желирани производи и пасте од малине. Извозом ових производа на тржиште, пре свега

високоразвијених земаља Европе и Америке, може се постићи знатно већи девизни прилив од садашњих 100 мил. еура.

3. Тржиште и асортиман производа од малине у Републици Србији

Производња јагодастог воћа представља производњу са највећим степеном робности, будући да се на тржиште пласира преко 98% укупно оствареног обима производње. Због релативно високе цене у односу на расположиву платежно способну тражњу у нашој земљи, доминантан део, око 75% укупно остварене производње јагодастог воћа је извозно оријентисан. (Шеварлић at all, 1998)

Табела 2. Структура извоза и цена производа од малине Србије и Црне Горе у периоду 1995-2004. година

	Извоз		Структура		Цена \$/кг
	тона	000 \$	тона	000 \$	
просек 1995-1997					
Малине, свеже*	1079	796	2,3	1,4	0,7
Малине, смрзнуте**	46491	57175	97,4	98,5	1,2
Малине привремено конзервисане***	162	75	0,3	0,1	0,5
Укупно	47732	58046	100,0	100,0	1,2
просек 2002-2004					
Малине, свеже*	8371	7729	11,3	7,6	0,9
Малине, смрзнуте**	65544	94440	88,5	92,4	1,4
Малине привремено конзервисане***	105	57	0,1	0,1	0,5
Укупно	74020	102226	100,0	100,0	1,4
период 1995-2004****					
Малине, свеже*	4013	3484	6,5	4,6	0,9
Малине, смрзнуте**	57669	72729	93,2	95,3	1,3
Малине привремено конзервисане***	221	95	0,4	0,1	0,4
Укупно	61903	76308	100,0	100,0	1,2

Извор: Статистика спољне трговине, СЗС, Београд.

* Малине, купине, дудиње и логанске бобице, свеже;

** Малине и слично, куване или не, смрзнуте, са и без шећера;

*** Малине привремено конзервисане, а нису за непосредно конзумирање

**** Без података за 1998. и 1999. годину

Од просечно годишње произведених количина малине (67,6 хиљ. тона) у периоду 1995-2004. године (FAO), преко 90% је извезено на инострано тржиште (61,9 хиљ. тона). Вредност извоза је око 76,3 мил. \$, а последњих година и преко 100 мил. \$.

У структури извезених количина доминира смрзнута малина са преко 90%, а у појединим периодима и преко 98%, што је позитивна тенденција. Треба напоменути да је извозна цена смрзнуте малине у просеку за око 50% већа од цене свеже малине.

На основу података за 2004. годину, у структури извезене малине само је трећина (33,4%) класе "роленд", чија је извозна цена 2,3\$/кг. У високо развијеним земљама "роленд" у структури производње учествује са преко 60%. У истој години извезено је и 120 тона концентрисаних¹ и 195 тона осталих сокова од малине. Девизни прилив по основу извоза ових прерађевина износио је преко милион \$.

У структури **извоза свеже малине** из Републике Србије доминирају Аустрија и Немачка са преко 80%. Само је у 2004. години највећи партнер у извозу свеже малине била Италија са 36% учешћа. Остале земље, као што су Данска, Мађарска и Швајцарска симболично и спорадично учествују у извозу свеже малине из Републике Србије.

Немачка је стални и највећи **увозник смрзнуте малине** из Републике Србије са просечним учешћем у структури извоза са преко 40%, са изузетком 2004. године, када је учествовала са 26,3%. Поред Немачке, стални партнери у увозу смрзнуте малине из Републике Србије су Француска са 15-20%, Аустрија са 7-12% и Швајцарска са 2-4%. Поред ових земаља, спорадично се смрзнута малина извозила у Белгију и Холандију са просечно 5-7%, затим у Италију и Велику Британију са 2-5%, као и Шведску са око 3-4%. Из претходног се може закључити да је извоз смрзнуте малине из Републике Србије усмерен у високоразвијене земље чланице ЕУ.

Просечна извозна цена смрзнуте малине у земље ЕУ кретала се од 1\$/кг из 1997. до 1,8\$/кг у 2004. години. Највећу извозну цену смрзнуте малине Република Србија је остварила 2004. године и то са Аустријом од 2,1\$/кг и Великом Британијом од 2,0\$/кг.

¹ Извозна цена концентрисаног сока од малине (6,7\$/кг) је три пута већа од цене смрзнуте малине класе роленд (2,3\$/кг). Извозна цена сока од малине-осталог је 1,5\$/кг.

Табела 3. Структура извоза производа од малине Србије и Црне Горе, по земљама дестинације, 1996., 2000., 2002. и 2004. године

	1996		2000		2002		2004	
	т	000 \$	т	000 \$	т	000 \$	т	000 \$
свежа								
Аустрија	37,6	37,2	50,9	50,5	61,7	62,7	26,0	25,3
Данска	5,0	4,6	-	-	-	-	-	-
Немачка	10,0	9,6	37,2	35,9	25,0	25,3	7,5	12,8
Мађарска	6,4	5,9	-	-	-	-	3,9	3,4
Швајцарска	3,3	4,2	-	-	-	-	5,8	5,6
БиХ	-	-	-	-	8,2	6,5	19,4	17,2
Италија	-	-	-	-	-	-	36,7	34,7
Укупно	62,3	61,4	88,1	86,4	94,9	94,5	99,3	99,1
смрзнута								
Аустрија	7,3	6,7	10,1	9,5	12,5	11,5	11,2	13,1
Белгија	6,7	7,0	6,6	7,0			12,2	12,5
Француска	12,5	14,1	15,0	15,7	14,2	15,9	20,5	20,1
Холандија	7,3	6,1	4,4	4,1	-	-	7,7	7,3
Немачка	42,8	41,4	41,2	40,7	36,4	35,1	26,3	25,6
Швајцарска	4,5	5,0	2,4	2,5	1,7	1,7	2,1	2,0
Италија	2,0	2,3	-	-	2,2	2,2	2,6	2,2
В. Британија	-	-	4,2	3,8	3,5	3,9	5,5	6,1
Мађарска	-	-	4,0	4,0	-	-	1,0	0,8
Шведска	-	-	3,5	3,5	3,0	3,1	4,0	4,1
Укупно	83,1	82,6	91,4	90,8	73,5	73,4	93,2	93,9
привремено конзервисана								
Чешка Реп.	47,2	40,6	-	-	-	-	-	-
Словенија	25,5	25,5	-	-	28,2	21,3	-	-
Мађарска	-	-	39,5	42,9	-	-	-	-
БиХ	-	-	-	-	-	-	-	-
Италија			24,1	13,7	-	-	-	-
Хрватска	-	-	-	-	48,5	50,0	-	-
Укупно	72,7	66,1	63,6	56,6	76,7	71,3	0,0	0,0

Извор: Обрачун аутора на основу података Статистике спољне трговине, СЗС, Београд.

Према подацима из литературе у Републици Србији од малине се производе:

(1) *Сок Next NFC малина*¹. Производи се од природне воћне каше малине без додатка шећера, боје и арома. То је природан сок са 100% садржајем воћа. Извози се у више земаља, укључујући САД и Аустралију;

(2) *Нектар од малине*. Садржи пулпу, а производи се од свежих или смрзнутих малина. Извози се у значајан број земаља света;

(3) *Џем од малине, са и без коштица*. Производ је намењен домаћем и страном тржишту. У понуди је од више произвођача.

(4) *Компот од малина*. Извози се у Русију.

(5) *Малиновача*. Јако алкохолно пиће добијено од малина по технологији проф. др Радосава Пауновића. За овим производом постоји велико интересовање у земљи и свету.

(6) *Екстра малиновача*. Јако алкохолно пиће добијено од свежих малина по специјалној ферментацији и дестилационој технологији доц. др Нинослава Никићевића. Извози се у неколико земаља света.

(7) *Специјално упакована свежа малина*. Специјално паковање омогућава да малина задржи свежину више дана. Захваљујући томе, може успешно да се извози у свежем стању. (Петровић, Милошевић, 2005)

Поред наведених производа, у Републици Србији у понуди је и *лиофилизована малина* Van Drunen Farms из Зрењанина. Производња је намењена извозу. (www.vandrunen-farms.co.yu)

Извоз малине из Републике Србије прате и стални проблеми. Овде треба споменути неизвесност откупне цене свеже малине, подстицаје за извоз, увозне баријере², као и примену НАССР¹ стандарда у извозу малине на тржиште ЕУ.

¹ Сок Next NFC малина, произвођача Frech & CO из Суботице је проглашен најбољим соком на свету у Амстердаму октобра 2004. године.

² САД су 29. јуна 2005. године одобриле трговинске повластице Србији и Црној Гори кроз програм под називом општи систем преференцијала (Generalised System of Preferences GSP). То је програм одобравања трговинских повластица које САД додељују својим трговинским партнерима у циљу подршке њиховом економском развоју. ГСП превазилази статус (Normal Trade Relations) или најповлашћеније нације (Most Favoured Nation) који су САД обновили СЦГ у децембру 2003. године. Просечна тарифа на извоз малине у САД ће бити смањена са 4,5% на нулу. Према подацима за 2004. годину СЦГ је извезла у САД смрзнуте малине у вредности 2 мил. \$. ГСП бесцарински третман ће резултирати уштедама извозним

На остварене извозне резултате утицали су унутрашњи фактори: обим и квалитет производње, недостатак финансијских средстава, недефинисани односи у репродукционом ланцу, проблеми везани за откуп и сл. Од спољашњих фактора треба споменути: мере аграрног протекционизма које подразумевају царинску тарифу, забране, контингенте, субвенције и др. којима се штити пољопривреда развијених земља.

Приликом конципирања стратегије извоза малине неопходно је поћи од истраживања потенцијалних тржишта. Основни циљ извоза треба да буде освајање нових тржишта и повећање учешћа, односно учвршћивање стечених позиција. Нарочито је значајно истражити ставове потрошача о квалитету малине из Републике Србије и преференцију појединих робних марки земаља конкурената. (Влаховић, Томић, 2003)

Закључак

Малина спада у малу групу производа који су у последњих десет година имали динамичан раст обима производње. Прилагођавање асортимана производње и динамике извоза малине, посебно прерађевина, представља битан фактор будућег развоја ове производње.

Највећи део промета свеже малине сконцентрисан је у десетак високоразвијених земаља од којих су неке истовремено велике, како извозници, тако и увозници овог производа.

Последњим проширењем ЕУ, наша земља је пред великим искушењима на овом тржишту када је у питању извоз свеже и смрзнуте малине. Да бисмо одржали постојеће позиције у извозу на светско и тржиште ЕУ, а тиме и сачували производњу овог воћа, морамо подстицати извоз малине кроз нове производе вишег степена прераде, односно

компанијама из СЦГ и потрошачима у САД, у вредности од 90,0 хиљ. \$. (Париводић, 2005)

¹ Строги критеријуми које диктира сертификат НАССР подразумевају контролу комплетног ланца производње, од надзора над садним материјалом до испоруке готовог производа. Увођењу сертификата НАССР претходи озбиљна и дуготрајна едукација пољопривредних произвођача, примена строгих хигијенско-санитарних мера, контрола примене вештачких ђубрива, пестицида, као и сам поступак бербе и обраде малине. Као куриозитет наводи се податак да свака гајбица малине која уђе у хладњачу има свој "педигре", тако да се зна из којег малињака потиче и од кога је купљена.

постићи већу квалитативну конкурентност овог воћа на светском тржишту.

Услед мање понуде свеже малине ван сезоне, неопходно је радити на стварању нових сорти, како би се имала продужена сезона бербе на неколико месеци. То би представљало велику шансу за успешан извоз свеже малине на инострано тржиште по знатно већим ценама.

Учвршћивање стечених извозних позиција и освајање нових тржишта за повећавање извоза малине и прерађевина из Републике Србије биће могуће уколико се осмисли и конституише целовит систем регулативе и подстицања производње и извоза ових производа. То подразумева да се дефинише политика, сагледа перспектива и утврде дугорочни програми производње малине и прерађевина у складу са захтевима и тражњом на европском и светском тржишту.

Примљено:
17.02.2006.

Одобрено:
20.03.2006.

Литература

1. Влаховић, Б., Томић, Д., (2003): Извоз малине из Србије и Црне Горе-изгледи за будућност, Економика пољопривреде, СПИТЈ, Београд, бр 3., стр. 255-266.
2. Милановић, Р.М. (2002): Прехрамбена индустрија СР Југославије, Институт за економику пољопривреде, Београд.
3. Париводић, М. (2005): Поново трговински партнер Америке, Корак, ПКС, Београд, стр. 12-13.
4. Петровић, С., Милошевић, Т. (2005): Raspberry from Serbia, Faculty of Agronomy, Сасак.
5. Станисављевић, М., Милутиновић, М., Мишић, П., Ранковић, М., Јовановић, М. (1998): Малина, III Југословенски симпозијум о јагодастом воћу, Пољопривредни факултет, Београд, 13-15 октобар 1998.
6. Стевановић, С., Стефановић, Р., Димитријевић, Б. (2003): Развој производње малине у Републици Србији у функцији извоза, Економика пољопривреде, СПИТЈ, Београд, бр 3., стр. 299-306.
7. Томић, Д, Влаховић, Б. (2003): Производња и промет малине у свету-Осврт на државну заједницу Србија и Црна Гора, Економика пољопривреде, СПИТЈ, Београд, бр 3., стр. 227-241.
8. Шеварлић, М., Јевтић, С., Петровић, С., Васиљевић, Зорица, Ђилас, Ј., Обрадовић, Ж. (1998): Економски аспекти производње јагодастог воћа у Србији, III Југословенски симпозијум о јагодастом воћу, Пољопривредни факултет, Београд, 13-15 октобар 1998.
9. Статистика спољне трговине, Савезни завод за статистику, Београд
10. www.beprepared.com
11. www.botanical.com
12. www.fao.org
13. www.nutri-fruit.com
14. www.sturmsberryfarm.com
15. www.vandrunen-farms.co.yu
16. www.yournw.com

**MARKET AND ASSORTMENT OF RASPBERRY PRODUCTS
IN THE REPUBLIC OF SERBIA AND IN THE WORLD**

Simo Stevanović¹, Ph.D., Milan R. Milanović², Ph.D.
Miodrag Janković¹, Ph.D., Snežana Stevanović¹, MSc.

¹ Faculty of Agriculture, Belgrade

² Megatrend-Faculty of Management -Valjevo

Abstract

This paper analyses raspberry market dynamics in the world; importance and possibilities for getting raspberry products, such as juices, concentrates, syrups, pastes and raspberry juice powder, in the higher processing stages. Considerably higher economic effects (market prices even higher than 60 EUR per kg) could be reached if these products are offered in the internal market, and especially if these products are exported. This is the reason why the overall supply of these products, aimed at winning the adequate place in the internal market as well as in the external market, despite the ever increasing competition with regard to the quantity and quality, should be derived from the production/objects which are working in accordance with HACCP standards, and it should have a recognizable trade mark and an original packaging, as a symbol of its origin and quality.

Key words: raspberry, market, assortment of products, prices of raspberry.

Author's address:

Dr Simo Stevanović
Poljoprivredni fakultet
Nemanjina 6
11080 Beograd
Srbija i crna Gora
e-mail: stev@agrifaculty.bg.ac.yu