

PODSTICANJE IZVOZA POLJOPRIVREDNIH PROIZVODA VIŠIH FAZA PRERADE

Strahinja Bogdanović¹

Miroljub Hadžić²

Sažetak: *Brojna istraživanja i ekonomski pokazatelji poslednjih decenija ukazuju na to da poljoprivredna proizvodnja, kao i izvoz poljoprivrednih proizvoda mogu biti predvodnici ekonomskog rasta zemalja u razvoju. Republika Srbija je pretežno zemlja uvoza, ali sa velikim izvoznim potencijalom, pogotovo kada su poljoprivredni proizvodi u pitanju. Još u fazi proizvodnje, Srbija ima ogroman potencijal za rast. Ispitivanje izvoznog potencijala poljoprivrednih proizvoda Republike Srbije je ujedno i predmet istraživanja ovog rada. Metodama sekundarne i panel analize tragal se za podacima koji će ukazati na to da se profitabilnost izvoznika povećava izvozom poljoprivrednih proizvoda viših stepena obrade. Transfer poljoprivrednog proizvoda u višu fazu obrade ne donosi samo veći prinos na kapital i aktivu izvozniku već utiče na otvaranje dodatnih radnih mesta u proizvodnji, i unapređuje trgovinski bilans države. U skladu sa tim, rad je imao za cilj da dode do modela za stvaranje povoljne atmosfere u Republici Srbiji za poljoprivredne proizvođače, da svoje proizvode u što većoj meri transferuju u više faze obrade, i da ih tako izvoze na inostrano tržište.*

Ključne reči: *Srbija / uvoz / izvoz / poljoprivreda / proizvod / više faze prerade / model / ROA/ROE analiza*

UVOD

Već duži niz godina Republika Srbija se nalazi u procesima intenzivne tranzicije koja nije zaobišla ni poljoprivredni sektor, prouzrokujući time velike promene i novine u svojinskoj strukturi i internacionalizaciji trgovinskih aktivnosti. Prateći

1 Student doktorskih studija, Univerzitet Singidunum, Beograd, Danijelova 32,
e-mail: strahinja.bogdanovic.15@singimail.rs

2 Redovni profesor, Univerzitet Singidunum, Beograd, Danijelova 32,
e-mail: mhadzic@singidunum.ac.rs

tokove koji su karakteristični za zemlje regiona koje su već članice Evropske unije (Hrvatska, Slovenija), došlo je do izmena podsticajnih mera i na poljoprivrednu proizvodnju u Srbiji. Razvoj domaćeg tržišta poljoprivrednih proizvoda koji su namenjeni izvozu naišao je na brojne probleme koji su usporili njegov razvoj i ekspanziju, kao i korišćenje svih domaćih proizvodnih resursa i potencijala.

Od početka globalne finansijske krize, u periodu od kraja 2007. godine, spoljnotrgovinska razmena poljoprivrednih proizvoda odigrala je pozitivnu ulogu u jačanju globalnog ekonomskog oporavka zemalja pogođenih novonastalom finansijskom krizom. Poslednjih godina u Republici Srbiji sve veći značaj pridaje se poljoprivrednoj proizvodnji, kao ključnom privrednom sektoru, prilikom pronalaženja načina, odnosno politike za rešavanje nastalih poremećaja na tržištu koji su uslovljeni svetskom finansijskom krizom.

Cene prehrambenih proizvoda su naglo porasle u periodu od 2006. do 2011. godine. Pitanje ishrane svetskog stanovništva našlo se u centru razvojne agende, a zbog sve veće uloge koju će trgovina imati, i na čelu agende međunarodne trgovine. Naime, do 2050. godine svetsko stanovništvo će dostići brojku od 9,1 milijardi, što je 34 % više nego danas. Gotovo kompletno ovo povećanje populacije će se desiti u zemljama u razvoju. Urbanizacija će se značajno ubrzati, te se očekuje da će oko 70 % svetske populacije biti urbana, u poređenju sa 49 %, koliko iznosi danas. Da bi se nahranila ovako velika, urbanija i potencijalno bogatija populacija, proizvodnja hrane će morati da se poveća za 60 % više od one iz perioda 2005–2007., sve do 2050. Procenjuje se da će godišnji prosek neto investicija u poljoprivredu u zemljama u razvoju iznositi 83 milijarde američkih dolara, kako bi se postiglo neophodno povećanje poljoprivredne proizvodnje (Alexandratos i Bruinsma, 2012). Povećanje tražnje za prehrambenim proizvodima na globalnom nivou može biti neophodni podsticaj Republici Srbiji da uloži dodatne napore i ulaganja u poljoprivredni sektor.

Shodno prethodnom, jedno od glavnih pitanja nije samo da li će poljoprivreda i izvoz poljoprivrednih proizvoda biti predvodnici ekonomskog rasta nekih zemalja u razvoju, među kojima je i Srbija, već se nameće i pitanje na koji način se dodatno može pospešiti i ubrzati taj rast. Dodavanje vrednosti poljoprivrednim proizvodima namenjenih izvozu je upravo jedan od načina. Naime, viši nivo poljoprivredne proizvodnje, može se povećati primenom novih tehnologija i praćenjem trendova, pa tako direktno može uticati i na rast domaćeg bruto proizvoda, agregatne tražnje, kao i na ukupan izvoz poljoprivrednih proizvoda. Istorijski su bila podeljena mišljenja po pitanju uloge poljoprivrede u ekonomskom rastu zemalja u razvoju. Istraživanja u poslednje vreme, kao i osnovni ekonomski pokazatelji, ukazuju na to

poljoprivredna proizvodnja i izvoz poljoprivrednih proizvoda igra ključnu ulogu u ekonomskom i privrednom rastu zemalja u razvoju (Gollin, Parente i Rogerson, 2002).

Dakle, povećanje izvoza poljoprivrednih proizvoda može u velikoj meri uticati na privredni rast, smanjenje deficita trgovinskog bilansa agrarnih proizvoda, kao i na sveukupan rast spoljnotrgovinskog bilansa Republike Srbije. Ipak, iako je izvoz poljoprivrednih proizvoda jedna od ključnih stavki u izvoznoj karti Republike Srbije, postoji puno prostora za poboljšanje i unapređenje, ne samo ove važne privredne grane u zemlji, već i načina na koji se njeni proizvodi izvoze.

Osnovna pretpostavka od koje se krenulo u istraživanje jeste da bi povećanje izvoza poljoprivrednih proizvoda viših faza prerade poboljšalo trgovinski bilans Republike Srbije. Istraživanje je iz tog razloga usmereno na traženje odgovora na pitanje da li proizvođači poljoprivrednih proizvoda viših faza prerade, odnosno, prerađivači, imaju veće prinose na aktivu i na kapital od proizvođača osnovnih poljoprivrednih proizvoda. Cilj rada je, shodno tome, postao utvrđivanje mogućnosti za privredni rast Republike Srbije podsticanjem upravo izvoza poljoprivrednih proizvoda sa višim stepenom prerade. Sekundarna i panel analiza korišćene su kao glavne istraživačke metode za dobijanje rezultata.

POZADINA ISTRAŽIVANJA

Prema podacima Opservatorije za ekonomsku kompleksnost (The Observatory of Economic Complexity, 2017, Decembar 17) Republika Srbija se nalazi na 56. mestu po učešću u svetskom izvozu. U 2016. godini Srbija je ostvarila izvoz od 14.9 milijardi dolara, a uvezla 19.2 milijarde dolara, što je za rezultat imalo negativan trgovinski bilans od 4.31 milijarde dolara. Takođe, 2016. godine, društveni bruto proizvod Srbije iznosio je 37.7 milijardi dolara, dok je BDP per capita iznosio 4.5 hiljada dolara. Srbija najviše izvozi automobile (1.23 milijarde), izolovane žice (664 miliona), automobilske gume (432 miliona), električne motore (387 miliona), ali i kukuruz (371 miliona) kao vodeći izvozni poljoprivredni proizvod, u skladu sa HS (Harmonized System) klasifikacijom iz 1992. Vodeći uvozni proizvodi su automobilski delovi (871 miliona), sirova nafta (686 miliona), automobili (537 miliona) i lekovi (518 miliona). U poslednjih pet godina, izvoz Srbije se povećavao godišnjim rastom od 11%, od 12 milijardi dolara u 2011. godini, do 14.9 milijardi dolara u 2016. Najskoriji rast izvoza predvođen je izvozom automobila koji učestvuje sa 8.29% u ukupnom izvozu Srbije. Glavne izvozne destinacije Srbije su Italija (2.17 milijarde), Nemačka (1.94 milijarde), Bosna i Hercegovina (1.23 milijarde), Rumunija (846 miliona) i Rusija (794 miliona). Uvoz Srbije najviše potiče

iz Nemačke (2.59 milijarde), Italije (1.77 milijarde), Mađarske (1.48 milijarde), Turske (842 miliona) i Poljske (837 miliona).

Robna struktura spoljnotrgovinskih tokova analizira se korišćenjem različitih međunarodno prihvaćenih klasifikacija robe, koje imaju različite nivoe detaljnosti i baziraju se na različitim kriterijumima klasifikovanja. Da bi se zadovoljile carinske, statističke i analitičke svrhe, mora se koristiti prilično detaljna klasifikacija proizvoda. Harmonizovani sistem šifarskih oznaka i naziva proizvoda (HS) ili proširene verzije bazirane na HS, kao što je Kombinovana nomenklatura koja se koristi u zemljama članicama EU (CN), obezbeđuju takve detalje. Harmonizovani sistem je prihvaćen od Saveta za carinsku saradnju u junu 1983. godine i Međunarodnom konvencijom o harmonizovanom sistemu stupio je na snagu 1. januara 1988. godine. Statistička komisija UN, na svom 27. zasjedanju, održanom 1993. godine, preporučila je da zemlje prihvate HS za prikupljanje i diseminaciju svojih podataka o međunarodnoj trgovini. U svetlu promena u tehnologiji ili modelima međunarodne trgovine, HS se redovno preispituje i revidira. Kao opšte pravilo, roba se grupiše prema stepenu proizvodnje: sirovine, neobrađeni proizvodi, poluobrađeni proizvodi i obrađeni proizvodi.

Takođe, prema podacima Opservatorije za ekonomsku kompleksnost (The Observatory of Economic Complexity, 2017, Decembar 17), kada se govori o izvozu poljoprivrednih proizvoda Srbije, treba napomenuti da oni učestvuju sa gotovo 10% (\$1.48 milijardi) u ukupnom izvozu zemlje. Ako posmatramo strukturu izvoza poljoprivrednih proizvoda, na prvom mestu je, kao što je spomenuto, kukuruz sa 25% udela u izvozu poljoprivrednih proizvoda Srbije. Zatim, tu je i zamrznuto voće sa 24% udela, jabuke i kruške sa 9.3%, pšenica sa 9.1%, zamrznuto povrće sa 3.2% itd. Ukupan uvoz poljoprivrednih proizvoda u Srbiju, u 2016. godini, iznosio je 422 miliona dolara. Što se strukture uvoza poljoprivrednih proizvoda tiče, u Srbiju se najviše uvozi kafa 16%, zatim citrusi 13%, banane 9.7%, jabuke i kruške 6.2%, zamrznuto voće 5.2%, ali i kukuruz sa 4.4% i paradajz sa 3.8% udela u uvozu. U nastavku se nalazi tabela kretanja nivoa uvoza i izvoza prehrambenih proizvoda iskazanih u tonama. Na osnovu statističkih podataka možemo zaključiti da je Republika Srbija uvozno orijentisana zemlja, koja najveći deo gotovih prehrambenih proizvoda uvozi. Kao problem se otkriva to što Srbija izvozi poluproizvode (osnovne proizvode), a uvozi proizvode sa višim stepenom prerade.

Tabela 1 - Kretanja nivoa uvoza i izvoza prehrambenih proizvoda

KRETANJE NIVOA UVOZA PREHRAMBENIH PROIZVODA ISKAZANO U TONAMA				
PROIZVODI U TONAMA	GODINA			
	2013	2012	2011	2010
Jabuke	25,753	47,471	32,311	29,346
Banane	48,261	36,968	52,435	41,874
Ječam	19,461	16,467	31,008	8
Negazirani sokovi	15,573	14,116	10,608	9,261
Sojina pogača	53,174	23,871	17,964	9,061
Zelena kafa	31,613	33,257	32,401	30,92
Limun	16,372	15,692	15,971	13,971
Palmino ulje	23,792	19,294	14,275	17,838
Narandže	44,425	38,433	48,156	39,288
Hrana za životinje	15,15	13,675	11,951	8,724
Krompir	28,088	14,403	10,907	6,402
Mandarine	21,257	24,413	22,953	27,315
Paradajz	22,194	19,715	24,698	21,546
KRETANJE NIVOA IZVOZA PREHRAMBENIH PROIZVODA ISKAZANO U TONAMA				
PROIZVODI U TONAMA	GODINA			
	2013	2012	2011	2010
Jabuke	115,938	61,642	130,182	107,007
Pivo od ječma	114,468	117,01	114,794	105,168
Repa	119,46	120,149	156,309	151,648
Negazirani sokovi	161,824	161,449	153,812	146,599
Kukuruzno brašno	26,413	12,063	24,391	25,34
Pšenično brašno	148,21	28,489	32,631	32,193
Kukuruz	810,248	2.155.401	1.630.891	1.662.151
Melasa	84,161	75,186	59,659	120,407
Suncukretovo ulje	124,618	88,154	80,004	88,222
Šljive	33,031	23,916	23,135	22,248
Uljana repica	22,245	16,196	14,438	2,392
Soja	25,286	14,052	40,529	48,605
Šećer – rafinisan	195,182	173,018	191,827	282,057
Zamrznuto povrće	35,282	27,051	29,468	30,298
Pšenica	1.106.405	316,92	323,419	427,179

Izvor: Izračunao autor na osnovu dostupnih podataka sa sajta *Food and agriculture organization of the United Nations*

PREGLED LITERATURE

Sa specijalizacijom međunarodne trgovine, u poređenju sa razvijenim zemljama sa višim stepenom industrijalizacije, većina zemalja u razvoju ima bolje rezultate u radno-intenzivnim industrijama. Kao radno-intenzivna industrija, poljoprivredni izvoz pruža komparativnu prednost tržištima u razvoju u globalnoj konkurenciji (Escaith, 2010). Iz tog razloga je i istraživanje izvozne konkurentnosti poljoprivredne industrije zemalja u razvoju veoma važno za razumevanje privrednog rasta tih ekonomija, ali je takođe i korisno za globalno upravljanje međunarodnom trgovinom.

Globalizacija svetske ekonomije povećala je konkurenciju poljoprivrednih proizvoda na tržištima u razvoju. Zemlje tržišta u razvoju su prisiljene da se nadmeću tj. probijaju na inostranim tržištima i povećavaju svoj tržišni udeo kod inostranih kupaca (Esterhuizen i Rooien, 2006). Rast poljoprivrednog izvoza tržišta u razvoju, kao što je npr. Srbija, veoma zavisi od povećanja njene konkurentnosti, koja za uzvrat rezultira i većim udelom regionalnog ili globalnog tržišta (Finicelli, Sbracia, Zaghini, 2011). Neke države otpočinju i saradnju sa inostranim partnerima u cilju poboljšanja svoje konkurentnosti kada su poljoprivredni proizvodi u pitanju, a sve u cilju poboljšanja položaja u izvozno orijentiranoj ekonomiji (Kaynak, Demirbag, Tatoglu, 2007). Faktori kao što su troškovi rada, izvozna cena i zemljišni resursi su važne determinante za izvoznu konkurentnost poljoprivredne industrije zemalja sa tržišta u razvoju. Pored toga, izvoz poljoprivrede sa tržišta u razvoju, potražnja potrošača za poljoprivrednim proizvodima i kurs privrede u razvoju su takođe važni faktori koji utiču na izvoznu konkurentnost poljoprivrednih proizvoda Srbije.

Utvrđeno je da tržišta u razvoju, kao što je npr. Kina, imaju veće komparativne prednosti u radno-intenzivnim poljoprivrednim proizvodima, kao što je povrće, a učinak radno-intenzivnih proizvoda pozitivno je povezan sa porastom njihovog učešća u svetskoj trgovini (Liu i Revell, 2009). Većina zemalja u razvoju postigla je visoku stopu privrednog rasta i ekonomskog razvoja koristeći strategije usmerene na izvoz. Niske zarade takođe predstavljaju važnu konkurentsku prednost u izvozu, i na taj način većina novih tržišta privlači i veliki broj stranih investicija u radno-intenzivne industrije, kao što je upravo i poljoprivredna industrija (Wysockinska, 1998).

Sa trendom globalizacije svetske ekonomije, rast izvoza na tržištima u razvoju postepeno je dostigao nivo kao kod razvijenih zemalja (Abboushi, 2008). Prema teoriji životnog ciklusa proizvoda u međunarodnom biznisu, razvijene zemlje će postepeno seliti poljoprivrednu proizvodnju u zemlje u razvoju, upravo zbog nižih

troškova proizvodnje (Vernon, 1979). Dunning (1993) je takođe naglasio da će strane direktne investicije (Foreign Direct Investments) preferirati tržišta sa prednostima lokacije kao veoma važne konkurentne snage.

Kada je Srbija u pitanju, poljoprivredni i prehrambeni sektor može značajno doprineti smanjenju trgovinskog deficita i povećati izvozne aktivnosti nacionalne ekonomije (Đurić, Ristić, Đurić, 2016). Međutim, potencijali ovog sektora još uvek nisu u potpunosti iskorišćeni. Iako izvoz u poljoprivrednom i prehrambenom sektoru ima dominantan položaj u strukturi domaćeg izvoza, njegova konkurentnost je i dalje na niskom nivou, a kao povećanje konkurentnosti, kao i stepena obrade poljoprivrednih proizvoda ističu se kao ključni izazovi u budućnosti.

METODOLOGIJA

Tehnološki napredak doveo je do nastanka ogromnih količina prikupljenih podataka, sastavljenih i arhiviranih, a što je sada lako dostupno za istraživanje. Kao rezultat, korišćenje postojećih podataka za istraživanje postaje sve prisutnije, a time i analiza sekundarnih podataka. Dakle, osnovni metod na koji se oslanja ovo istraživanje je analiza sekundarnih podataka. Sekundarna analiza je fleksibilna i može se koristiti na više načina, kao što je empirijska vežba i sistematična metoda sa proceduralnim i procenjiivačkim koracima, baš kao u prikupljanju i evaluaciji primarnih podataka. Dobijeni rezultati su naknadno analizirani u cilju dolaženja do saznanja bitnih za ovo istraživanje. Upoređivanjem tih rezultata, metodom panel analize, došlo se i do ključnih saznanja vezanih za pitanje profitabilnosti proizvođača poljoprivrednih proizvoda. Analiza panela je statistička metoda koja se široko koristi u društvenim naukama, epidemiologiji i ekonometriji za analizu dvodimenzionalnih (tipično poprečnih i longitudinalnih) podataka panela. Podaci se obično prikupljaju tokom vremena i preko istih subjekata, a zatim se vrši regresija u odnosu na ove dve dimenzije.

Za potrebe uporedne analize proizvodnje i spoljnotrgovinske razmene pšenice i mleka, kompanije koje se bave otkupom i preradom pšenice i mleka su podeljene u dve grupe: prva grupa se sastoji od preduzeća koja se bave proizvodnjom pšenice i proizvodnjom mleka, a druga grupa se sastoji od mlinova koji prerađuju pšenicu i mlekara koje prerađuju mleko. Studija je zasnovana na uzorku od 40 preduzeća, koji su podeljeni u dve nezavisne grupe uzoraka (10 vodećih kompanije iz oblasti proizvođača pšenice, i 10 vodećih kompanija za proizvodnju mleka, a na drugoj strani, 10 vodećih mlinova u Republici Srbiji i 10 vodećih mlekara).

Tabela 2. Pokazatelji profitabilnosti i referentne vrednosti

Pokazatelji profitabilnosti i referentne vrednosti			
Profitabilnost	Metod izračunavanja	Jedinica	Referentna vrednost
Prinos na aktivu (ROA)	NI / TA	Odnos	≥ 0.1
Prinos na kapital (ROE)	NI / SE	Odnos	≥ 0.15

NI - neto prihod; TA - ukupna aktiva; SE - sopstveni kapital

Analiza profitabilnosti je sprovedena u periodu 2010–2013. godine i 2013–2016. godine, a za potrebe istraživanja korišćeni su podaci iz finansijskih izveštaja kompanija preuzetih sa sajta Agencije za privredne registre Republike Srbije. Istraživanje je sprovedeno na uzorku od 20 kompanija iz oblasti mlekarstva (10 kompanija za preradu i 10 kompanija za proizvodnju mleka) i 20 kompanija iz oblasti ratarstva – uzgoja pšenice (10 kompanija za proizvodnju pšenice i 10 mlinova).

REZULTATI

Slede prikazani rezultati za indikatore profitabilnosti ROA (Return on Asset – Prihod na imovinu) i ROE (Return on Equity – Prihod na kapital) za proizvođače mleka i mlekare, kao i za proizvođače pšenice i mlinove. Rezultati istraživanja su prikazani u sledećim tabelama.

Tabela 3. - Deskriptivna statistička analiza na nivou grupe kompanija – ROA

	ROA				ROA			
	PROIZVOĐAČI MLEKA				PROIZVOĐAČI PŠENICE			
	2010	2011	2012	2013	2013	2014	2015	2016
Značenje	-0,106	-0,012	-0,013	-0,013	-0,101	-0,014	-0,015	-0,013
Minimum	-0,146	-0,13	-0,557	-0,185	-0,132	-0,121	-0,532	-0,179
Maksimum	0,177	0,192	0,176	0,107	0,165	0,186	0,172	0,104
Standardna devijacija	0,098	0,087	0,199	0,081	0,093	0,081	0,188	0,074
Varijansa	0,01	0,008	0,004	0,007	0,009	0,006	0,005	0,006
	MLEKARE				MLINOVI			
	2010	2011	2012	2013	2013	2014	2015	2016
Značenje	0,055	0,082	0,08	0,098	0,053	0,079	0,077	0,088
Minimum	0,007	-0,116	-0,032	0,002	0,007	-0,116	-0,029	0,002
Maksimum	0,386	0,217	0,205	0,346	0,386	0,217	0,205	0,346
Standardna devijacija	0,114	0,091	0,066	0,101	0,105	0,088	0,054	0,099
Varijansa	0,013	0,008	0,004	0,01	0,011	0,006	0,007	0,009

Tabela 4. - Deskriptivna statistička analiza na nivou grupe kompanija – ROE

	ROE				ROE			
	PROIZVOĐAČI MLEKA				PROIZVOĐAČI PŠENICE			
	2010	2011	2012	2013	2013	2014	2015	2016
Značenje	-0,232	-0,04	-0,046	-0,047	-0,321	-0,047	-0,046	-0,045
Minimum	-0,142	-0,797	-1,789	-0,419	-0,139	-0,776	-1,754	-0,408
Maksimum	0,387	0,378	0,454	0,387	0,371	0,37	0,453	0,38
Standardna devijacija	0,417	0,335	0,642	0,213	0,402	0,314	0,631	0,202
Varijansa	0,174	0,112	0,413	0,045	0,17	0,115	0,41	0,039
	MLEKARE				MLINOVI			
Značenje	0,15	0,238	0,302	0,416	0,143	0,209	0,339	0,403
Minimum	0,013	-0,564	-0,118	0,021	0,011	-0,538	-0,109	0,021
Maksimum	0,773	0,926	1,709	0,649	0,773	0,926	1,709	0,649
Standardna devijacija	0,223	0,389	0,511	0,225	0,204	0,378	0,498	0,213
Varijansa	0,05	0,152	0,261	0,051	0,048	0,148	0,258	0,047

Razlika u stepenu profitabilnosti učesnika u lancu proizvodnje pšenice i mleka ispitana je korišćenjem statističkog metoda ANOVA. Za kompanije kao što su proizvođači pšenice i mlinovi, odnosno proizvođači mleka i mlekar, profitabilnost se meri na osnovu indikatora ROA i ROE za period od četiri uzastopne godine. Rezultati statističkog testa pokazuju da li postoji statistički značajna razlika u nivou profitabilnosti između dve grupe učesnika, proizvođača pšenice i mlinova u periodu od 2013–2016. godine, i proizvođača mleka i mlekar u periodu 2010–2013. godine. Rezultati ROA merenja ukazuju na to da preduzeća iz grupe mlinova i mlekar imaju viši nivo prosečne profitabilnosti u odnosu na preduzeća koja se ubrajaju u grupu proizvođača pšenice i mleka. U skladu sa utvrđenim programom istraživanja, statistički značajna razlika u nivou ROA između proizvođača pšenice i mlinova testira se pomoću statističkih metoda ponovnim merenjem uz pomoć testa ANOVA.

Tabela 5. – Statistički značajna razlika u nivou ROA

STATISTIČKI ZNAČAJNA RAZLIKA U NIVOU ROA IZMEĐU PROIZVOĐAČA MLEKA I MLEKARA					
Izvor	Tip III zbir kvadrata	DF	Kvadrat	F	Sig.
Presretanje	0,037	I	0,037	2,238	0,152
Industrija mleka	0,18	I	0,18	10,903	0,004
Greška	0,297	18	0,016		
STATISTIČKI ZNAČAJNA RAZLIKA U NIVOU ROA IZMEĐU PROIZVOĐAČA PŠENICE I MLINOVA					
Izvor	Tip III zbir kvadrata	DF	Kvadrat	F	Sig.
Presretanje	0,035	I	0,035	2,221	0,147
Mlinarska industrija	0,175	I	0,175	10,901	0,003
Greška	0,292	16	0,014		

Istraživanje je pokazalo da postoji značajna razlika kada je reč o prinosu na imovinu (ROA), kako između proizvođača mleka i mlekarar tako i između proizvođača pšenice i mlinova. Ovo je jasan pokazatelj da je profitabilnost veća na strani mlekarar i mlinova. Prema tome, neophodan je zaokret u politici razvoja poljoprivrede. S obzirom na trenutnu strukturu izvoza poljoprivrednih proizvoda Republike Srbije, podsticanje poljoprivrednog sektora da izvozi proizvode više faze prerade, postaje ključna determinanta uspeha. Profitabilnost izvoznika bi tada bila znatno veća, dok bi, u isto vreme, trgovinski bilans države bio pomećen na stranu izvoza, što predstavlja odličnu osnovu za privredni i ekonomski rast jedne zemlje.

DISKUSIJA

U poslednjih nekoliko decenija izvoz poljoprivrednih proizvoda se sve više se udaljava od izvoza osnovnih useva, i sve se više fokusira na obrađene prehrambene proizvode. Ovakva dešavanja i promene u strukturi svetskih poljoprivrednih tržišta stvorila je mnoge nove mogućnosti za izvoznike, ali i za nova radna mesta. Na taj način, ovaj koncept postaje daleko interesantniji za državu, koja može aktivnim merama podsticati poljoprivrednu proizvodnju, preradu, i izvoz poljoprivrednih proizvoda sa višim stepenom obrade. Rezultati će na taj način biti vidljivi ne samo na trgovinskom bilansu zemlje već će doprineti i smanjenju nezaposlenosti – zapošljavanjem radnika u prerađivačkoj industriji.

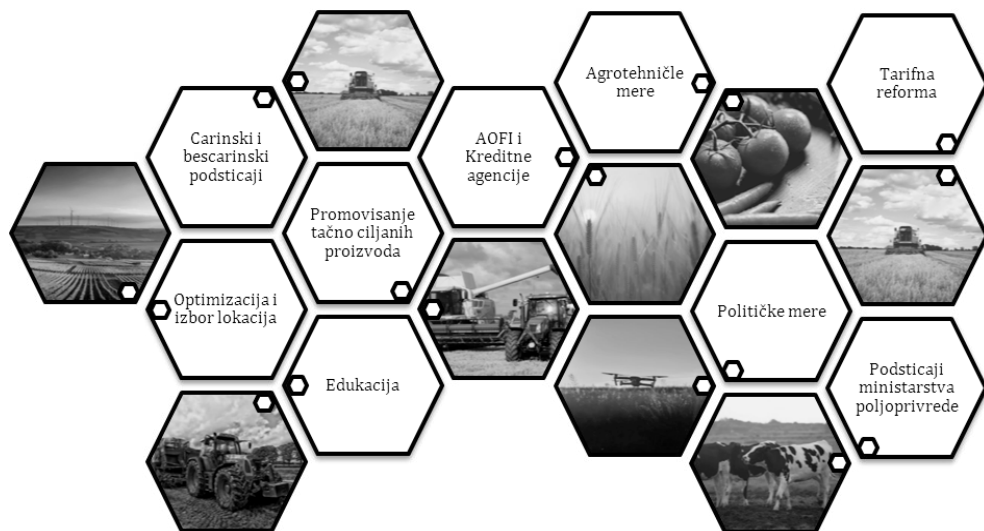
Na osnovu dobijenih rezultata utvrdili smo da kompanije koje se bave prodajom poljoprivrednih proizvoda višeg stepena obrade imaju veće prinose na aktivu i kapital. Shodno tome, logično bi bilo izvoziti takve proizvode. Ipak, mnoga istraži-

vanja ukazuju na to da ulazni troškovi materijala koji se koriste u preradi poljoprivrednih proizvoda mogu biti suštinski problem za poljoprivrednike i kompanije koje žele da izvoze svoje proizvode na unosnija tržišta. Naime, visoke carinske tarife na srednje obrađenim poljoprivrednim proizvodima mogu značajno smanjiti dobit kompanije uprkos njenom angažovanju u prerađivačkoj delatnosti, čime se umanjuje i volja i težnja ovih kompanija za ulaganje u takvu delatnost. Država bi mogla učiniti mnoge značajne korake u cilju rešavanja ovog problema. Dakle, nije u pitanju samo tarifna reforma ili davanje izuzeća od carina na uvoz materijala koji se koriste u proizvodnji proizvoda višeg stepena obrade. Država bi trebalo da kreira jedan holistički model, koji bi pored pomenute dve mere, sadržao još i sledeće: optimizaciju izvoza, podršku prilikom izbora lokacija za izvoz, promovisanje izvoza proizvoda za kojima vlada velika tražnja na ključnim tržištima, edukaciju poljoprivrednika i poljoprivrednih kompanija, uključivanje kreditnih agencija u šeme izvoza, primenu agrotehničkih mera, političke mere.

Edukacija ruralnog stanovništva jedan je od bitnijih činilaca ekonomskog razvoja. Obrazovanje i edukacija ruralnog stanovništva treba da budu usmereni u ekonomskom, kulturnom i ekološkom smislu. Stimulacija investiranja u ruralna područja, oslobađanje od obaveze plaćanja doprinosa za zapošljavanje u ruralnim područjima, povoljnija kreditna i poreska politika za ruralna područja i druge mere koje bi privukle investitore.

Smanjenje broja farmi, povećanje njihove prosečne veličine predstavlja činilac povećanja produktivnosti i konkurentnosti. Ipak, za posede iz Centralne Srbije, i dalje glavni problem i prepreku za podizanje profitabilnosti predstavlja veličina poseda. Za dalji razvoj malog agrobiznisa i preduzetništva veliki problem predstavljaju tehnološki problemi, savetodavne institucije, finansijski fondovi uz bržu implementaciju standarda u proizvodnji hrane (GAP, ISO, Halal i dr.), kako bi se zaštitilo zdravlje potrošača (Birovljev, 2009).

Dalje, u Srbiji, slaba infrastruktura, kao što su loši putevi, može voditi povećanju troškova transporta i dužeg vremenskog perioda tranzita. Ove prepreke mogu biti naročito ozbiljne za proizvodnju i promet kvarljive robe kao što su voće i povrće. Ulaganje u infrastrukturu može biti važan kanal kroz koji država može smanjiti troškove i podstaknuti proizvodnju poljoprivrednih proizvoda višeg stepena obrade. Prema tome, bilo bi poželjno da se pomenute mere ne sprovode ad-hoc, već sve zajedno, holistički i sistematski.

Slika 1. Model aktivnog podsticanja izvoza poljoprivrednih proizvoda

Često postoje veoma atraktivni proizvodi za koje su zainteresovani kupci u inostranstvu, ali nedostaju finansijska sredstva za proizvodnju proizvoda za kojima postoji povećana tražnja u inostranstvu. Uglavnom su to izvozni proizvodi velike vrednosti i u takvim slučajevima stranim kupcima mora se obezbediti kreditiranje. Međutim, banke zbog velikih rizika često izbegavaju finansiranje ovakvih projekata, i u tom slučaju, država u cilju povećanja izvoza preuzima finansiranje ovakvih izvoznih poduhvata.

Bilo bi neophodno da se Ministarstvo poljoprivrede i država bi trebalo usmere na stvaranje fiskalnog i regulatornog okruženja koje podstiče rast u širokom spektru izvoza. Rast izvoza igra ključnu ulogu u ukupnom privrednom razvoju, pogotovo pokretanjem ekonomskog rasta, stvaranjem novih radnih mesta i obezbeđivanjem priliva kapitala. Shodno tome, nesporan je i uticaj koji porast izvoza poljoprivrednih proizvoda višeg stepena obrade može imati na privredni rast Republike Srbije. Razumevanje ograničenja sa kojima se suočavaju srpski izvoznici je od vitalnog značaja. Ukoliko se ova ograničenja olakšaju, Republika Srbija može iskoristiti mogućnosti na tržištima koja imaju povećanu potražnju za prerađenim poljoprivrednim proizvodima.

Takođe, Republika Srbija bi trebalo da kreira i bolju finansijsku politiku za podsticanje izvoza. Inače, finansijski instrumenti promocije spoljne trgovine uključuju sve oblike finansijske podrške jedne zemlje njenim izvoznicima u cilju povećanja izvoza i veće prodaje u inostranstvu (Bjelić, 2011). Veoma značajno mesto zau-

zimaju i agencije za kreditiranje izvoza (ECAs – Export Credit Agencies) koje svoje poslovanje zasnivaju na finansijskoj podršci domaćim preduzećima za njihov nastup na inostranim tržištima. Agencije za kreditiranje izvoza predstavljaju finansijske institucije koje podstiču izvoz i olakšavaju investicije na inostrana tržišta koja se smatraju rizičnim (Ilić, 2008). Agencije za kreditiranje izvoza bave se i osiguranjem izvoznih poslova i investicija, a njihova uloga dolazi do punog izražaja na početku životnog ciklusa preduzeća, prilikom osvajanja novih tržišta i razvoja izvoznih potencijala na nedovoljno istraženim stranim tržištima. Ove agencije mogu biti organizovane u obliku banaka, osiguravajućih društava ili finansijskih korporacija. Najčešće posluju kao državna preduzeća sa ciljem da se pruži podrška nacionalnom izvozu i investicijama.

Osim agencija, za kreditiranje izvoza često i privredni klasteri (udruženja) obezbeđuju organizacioni i poslovni okvir za planiranje, koordinaciju i implementaciju integrisanog pristupa prilikom promocije izvoza. Suština postojanja određenih klastera ogleda se od trenutka njegovog osnivanja, od strane kompanija iz visokotehnološkog sektora, do momenta kada konkretno preduzeće treba da postane strateški partner na inostranom tržištu na kojem želi da razvije svoje dalje poslovanje. Prilikom promocije svog poslovanja na inostranim tržištima preduzeće je u mogućnosti da koristi programe za promociju svog sektora. Klasteri obezbeđuju veću prisutnost kompanija na međunarodnim tržištima putem zajedničkog marketinga i brendiranja obezbeđujući dostupnost relevantnih informacija o potencijalnim izvoznim tržištima.

U novije vreme, prateći savremene privredne trendove, sve su češće u upotrebi i internet portali privrednih udruženja koji mogu da značajno doprinesu promociji domaćeg izvoza na strana tržišta. Privredni klasteri, koji posluju na lokalnom nivou, svojim promotivnim aktivnostima i instrumentima treba da razviju poslovne kontakte sa sličnim organizacijama na svim značajnim tržištima u svrhu uspostavljanja strateških partnerstava za preduzeća (svoje članove), zajednički sprovodeći aktivnosti koje olakšavanju transfera znanja u cilju što boljeg sprovođenja svih izvoznih aktivnosti na strana tržišta.

Podsticanje izvoza može se osvariti i kroz rad Agencije za osiguranje i finansiranje izvoza Republike Srbije (AOFI). To je specijalizovana finansijska organizacija koja obavlja poslove finansiranja i osiguranja čiji su komintenti preduzeća koja se isključivo bave izvozom roba i/ili izvršenih usluga. AOFI je osnovana jula 2005. godine Zakonom o Agenciji za osiguranje i finansiranje izvoza Republike Srbije A. D., koji je usvojila Narodna skupština Republike Srbije. Svoju aktivnost koja se sastoji u pružanju podrške nacionalnom izvozu AOFI ostvaruje kroz različite mehanizme osiguranja i finansiranja, kao što su kratkoročno kreditiranje izvoznih

poslova, osiguranje kratkoročnih potraživanja u inostranstvu od komercijalnih i nekomercijalnih rizika, otkup izvoznih potraživanja (poslovi faktoringa), finansiranje stranog kupca, refinansiranje stranog kupca preko njegove banke i finansiranje iz drugih izvora koji ne predstavljaju kreditni kapital AOFI.

ZAKLJUČAK

U prometu poljoprivrednih proizvoda višeg stepena obrade, kao što su mleko, vina i slični, dominiraju visoko ekonomski razvijene zemlje OECD-a. Ipak, rast izvoza ovih proizvoda je u padu kod ovih zemalja, dok isti raste veoma brzo kod zemalja u razvoju, među kojima se nalazi i Republika Srbija. Zemlje sa niskim prihodima, međutim, predstavljaju mali udeo u takvoj trgovini. Ove zemlje uglavnom komparativnu prednost stiču za ostale poljoprivredne proizvode, uglavnom osnovne. Pri likom izvoza proizvoda sa višim stepenom obrade mora se obratiti pažnja na kvalitet proizvoda, jer on determiniše poziciju na inostranom tržištu. Zagarantovani kvalitet znači i dobro pozicioniranje na tržištu, kao i sprečavanje troškova vraćanja proizvoda zbog nezadovoljavanja definisanih standarda.

Za mnoge zemlje u razvoju, rešenje krize tradicionalnog poljoprivrednog izvoza bilo je upravo promovisanje izvoza novih kategorija proizvoda, uglavnom onih sa višim stepenom obrade, koji najčešće imaju veću elastičnost tražnje, i na kojima se može ostvariti veći trgovinski suficit. Ova strategija se već pokazala uspešnom na tri kontinenta – Aziji, Africi i Evropi, naročito u zemljama jugoistočne Azije, gde je ova strategija najpre i usvojena.

Ovo istraživanje dokazalo je da postoji značajna razlika u prinosu na imovinu (ROA) između proizvođača mleka i mlekara, i između proizvođača pšenice i mlinova. Shodno tome, mogao se izvući i zaključak da se na profitabilnost može uticati transferisanjem poljoprivrednih proizvoda u više faze prerade, a na taj način, indirektno, i na poboljšanje konkurentnosti izvoza. Republika Srbija, ipak ima veliki potencijal za promovisanje i podsticanje izvoza, upravo poljoprivrednih proizvoda viših faza prerade, koji će ne samo doneti veći stepen prinosa na aktivu i kapital za one kompanije koje takve proizvode izvoze, već tako uticati i na trgovinski bilans zemlje, ekonomski rast, smanjenje nezaposlenosti i dr. Na taj način, potvrđuje se i direktna veza između promocije izvoza proizvoda viših faza obrade sa jedne strane, i privrednog rasta zemlje sa druge strane. Način za ostvarivanje uspešnih rezultata leži upravo u holističkom modelu aktivnog promovisanja poljoprivrede i izvoza od strane državne politike.

ENHANCING THE EXPORT OF AGRICULTURAL PRODUCTS OF HIGHER PROCESSING

Strahinja Bogdanovic

Miroljub Hadzic

Abstract: Numerous research and basic economic data from recent decades indicate that agricultural production, as well as the export of agricultural products, can be the main pillars of economic growth in the developing countries. The Republic of Serbia is predominantly an importing country, but with great export potential, especially when we talk about agricultural products. From the perspective of production, Serbia has a huge potential for growth. The subject of this research is the analysis of export potential in agricultural products of the Republic of Serbia. Using the method of secondary and panel analysis, we searched for the data that would indicate that the profitability of exporters increases if they export agricultural products obtained by higher levels of processing. The transfer of agricultural products into a higher processing phase not only brings higher returns on capital and assets to the exporter, but also affects the opening of additional jobs in production, improves the trade balance of the state, etc. In accordance with this, the aim of this paper was to develop a model for creating a favorable atmosphere in the Republic of Serbia for agricultural producers to transfer their products to a higher processing stage (as much as this is possible) and then export them to foreign markets.

Keywords: Serbia, export, import, agriculture, products, higher processing, model, ROA/ROE analysis

LITERATURA

1. Alexandratos, N. and Bruinsma, J. (2012) *World agriculture towards 2030/2050: the 2012 revision*. ESA Working Paper No. 12-03. Rome, FAO.
2. Abboushi, S. (2008), *Trade protectionism revisited - background, outcomes, and analysis*, Competition Forum, 6 (2), 243-252.
3. Bjelić, P. (2011). *Marketinški instrumenti promocije spoljne trgovine*, Časopis za marketing teoriju i praksu *Marketing*, Beograd, god. 2011, 4 (2), 268-275.
4. Dunning, J.H. (1993). *Trade, location of economic activity and the MNE: a search for an eclectic approach*, in Ohlin, B., Hasselborn, P.O. and Wikman,

- P.M. (Eds), *The International Allocation of Economic Activity* Macmillan, London.
5. Đurić, D., Ristić, J., Đurić, D., (2016). *Foreign Direct Investments in the Role of Strengthening the Export Competitiveness of the Serbian Economy*, *Economics of Agriculture*, 63 (2) 357–740, Belgrade, 531–546.
 6. Escaith, H. (2010). *Global supply chains and the great trade collapse: guilty or casualty?* *Theoretical and Practical Research in Economic Fields*, 1 (1), 27–42.
 7. Esterhuizen, D., Rooyen, J.V. (2006). *Determinants of competitiveness of South African agricultural export firms*, *Competitiveness Review*, 16 (3), 223–233.
 8. Finicelli, A., Sbracia, M., i Zaghini, A. (2011). *A disaggregated analysis of the export performance of some industrial and emerging countries*, *International Economics and Economic Policy*, 8 (1), 93–113.
 9. Gollin, D., Parente S.L. i Rogerson, R. (2002). *The role of agriculture in development*. *American Economic Review* 92 (2), 160–64.
 10. Ilić, A. (2008). *Agencije za kreditiranje izvoza kao deo sistema podrške izvozu*, Beograd, Srpski ekonomski forum, 2008, str. 4.
 11. Kaynak, E., Demirbag, M. and Tatoglu, E. (2007). *Determinants of ownership-based entry mode choice of MNEs: evidence from Mongolia*, *Management International Review*, 47 (4), 505–531.
 12. Liu, X. i Revell, B.J. (2009). *Competitiveness changes in China's quality vegetable exports post-WTO*, *Journal of Chinese Economic and Foreign Trade Studies*, 2 (2), 86–101.
 13. The Observatory of Economic Complexity (2017, Decembar 17), Preuzeto sa: <https://atlas.media.mit.edu/en/profile/country/srb/>
 14. Vernon, R. (1979). *The product cycle hypothesis in a new international environment*, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 41 (4), 255–267.
 15. Wysokinska, Z. (1998). *Impact of foreign direct investment on export competitiveness*, *Russian & East European Finance and Trade*, 34 (4), 64–87.