

UNIVERZITET PRIVREDNA AKADEMIJA U NOVOM SADU
FAKULTET ZA EKONOMIJU I INŽENJERSKI MENADŽMENT

UTICAJ SPOLJNOTRGOVINSKE RAZMENE
AGROINDUSTRIJSKOG SEKTORA SRBIJE SA EVROPSKOM
UNIJOM KAO INDIKATOR RAZVOJA

- DOKTORSKA DISERTACIJA -

KANDIDAT:

mr MILAN STEGIĆ, dipl.oec.

MENTOR:

Prof. dr MARKO CARIĆ

Novi Sad, 2016.

*Najiskrenije se zahvaljujem svima onima
koji su mi pomogli u izradi disertacije!*

*Posebno se zahvaljujem svojoj porodici i
roditeljima koji su mi bili neizmerna podrška
i inspiracija, a najviše svojoj supruzi Branki,
sinu Nikoli i ćerki Kalini!!!*

UNIVERZITET PRIVREDNA AKADEMIJA U NOVOM SADU
FAKULTET ZA EKONOMIJU I INŽENJERSKI MENADŽMENT U
NOVOM SADU

KLJUČNI PODACI O ZAVRŠNOM RADU

Vrsta rada:	DOKTORSKA DISERTACIJA
Ime i prezime autora:	mr Milan Stegić
Mentor (titula, ime, prezime, zvanje, institucija)	Prof.dr Marko Carić, redovni profesor, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu
Naslov rada:	UTICAJ SPOLJNOTRGOVINSKE RAZMENE AGROINDUSTRIJSKOG SEKTORA SRBIJE SA EVROPSKOM UNIJOM KAO INDIKATOR RAZVOJA
Jezik publikacije (pismo):	Srpski (latinica)
Fizički opis rada:	Stranica 263 Poglavlja 4 Referenci 87 Tabela 7 Slika 21 Grafikona 85 Priloga 18
Naučna oblast:	Ekonomске науке
Predmetna odrednica, ključne reči:	EU, Srbija, SSP, agroindustrijski proizvodi, međunarodna trgovina, komparativna prednost

<p>Izvod (apstrakt ili rezime) na jeziku završnog rada:</p>	<p>Put Srbije ka članstvu u Evropsku uniju, između ostalog, zahteva usaglašavanje spoljnotrgovinske politike koje će obezbediti integraciju tržišta Srbije. Najznačajniji instrument na tom putu jeste realizacija Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju Evropskoj uniji (SSP) koji je Srbija potpisala 2009., kojim se, u prelaznom periodu od šest godina, teži postepenoj do potpunoj liberalizaciji međusobnih trgovinskih odnosa. Iako se i nakon primene SSP-a ne može govoriti o potpunoj liberalizaciji, imajući u vidu da su i Srbija i Evropska unija zadržali ograničenja u trgovini određenih proizvoda, nesporno je došlo do značajnog usaglašavanja trgovinskih odnosa.</p> <p>Imajući u vidu značajan udeo agroindustrijskog sektora Srbije u bruto društvenom proizvodu i u spoljnotrgovinskoj razmeni, kao i osetljivost agroindustrijskog sektora kako u Srbiji tako i u Evropskoj uniji, u disertaciji je analizirana međusobna trgovinska razmena u periodu pre i tokom procesa liberalizacije definisane Sporazumom o stabilizaciji i pridruživanju. Osnovni cilj je identifikovati promene u komparativnoj prednosti u trgovini agroindustrijskih proizvoda kako bi se utvrdilo da li je SSP doprineo poboljšanju ili pogoršanju komparativnih trgovinskih prednost Srbije u trgovini sa Evropskom unijom. Navedeno je posebno značajno, imajući u vidu da je primena SSP-a prevashodno podrazumevala liberalizaciju trgovinske razmene na strani uvoza u Srbiju, dok je Evropska unija preferencijalni status dodelila Srbiji mnogo ranije.</p>
<p>Datum odbrane:</p> <p>(Popunjava naknadno odgovarajuća služba)</p>	
<p>Članovi komisije:</p> <p>(titula, ime, prezime, zvanje, institucija)</p>	<p>Predsednik: Prof. dr Branislav Veselinović, redovni profesor, uža naučna oblast Agroekonomija, tehnologija i inženjerski menadžment, datum izbora u zvanje 28.05.2008.god., uža naučna oblast Finansije i bankarstvo, datum izbora u zvanje 15.12.2009., Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment</p> <p>Član (mentor): Prof. dr Marko Carić, redovni profesor, uža naučna oblast Multidisciplinarna ekonomska, datum izbora u zvanje 20.04.2011., Pravni fakultet za privredu i pravosuđe u</p>

	<p>Novom Sadu</p> <p>Član (ko-mentor): dr Boris Kuzman, docent, uža naučna oblast Agroekonomija-Tržište i marketing poljoprivredno prehrambenih proizvoda, datum izbora u zvanje 07.06.2012., Institut za ekonomiku poljoprivrede Beograd</p>
Napomena:	<p>Autor doktorske disertacije potpisao je sledeće Izjave:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Izjava o autorstvu, 2. Izjava o istovetnosti štampane i elektronske verzije doktorskog rada i 3. Izjava o korišćenju. <p>Ove Izjave se čuvaju na fakultetu u štampanom i elektronskom obliku.</p>
UDK	338.22 (4-672EU); 339.923:061.1EU; 338.43 (497.11:4-672EU)

UNIVERSITY BUSINESS ACADEMY IN NOVI SAD

FACULTY OF ECONOMICS AND ENGINEERING

MANAGEMENT IN NOVI SAD

KEY WORD DOCUMENTATION

Document type:	DOCTORAL DISSERTATION
Author:	Milan Stegić, Msc
Menthor (title, first name, last name, position, institution)	Prof.dr Marko Carić, full professor, Faculty of economics and engineering management in Novi Sad, University of business academy in Novi Sad
Title:	IMPACT OF AGRO-FOOD FOREIGN TRADE BETWEEN SERBIA AND EUROPEAN UNION AS A DEVELOPMENT INDICATOR
Language of text (script):	Serbian language (latin script)
Physical description:	Pages 263 Chapters 4 References 87 Tables 7 Illustrations 21 Graphs 85 Appendices 18
Scientific field:	Economic science
Subject, Key words:	EU, Serbia, SAA, agro-food products, international trade, comparative advantage
Abstract (or resume) in the language of the	Serbia's path towards European Union membership, among other things, requires harmonization of foreign policy that will ensure the integration of Serbia. The most important instrument on that way is the implementation of the Stabilization and

text:	<p>Association Agreement with the European Union (SAA) that Serbia signed in 2009, which, for a transitional period of six years, tends gradually to full liberalization of mutual trade relations. Even though that full liberalization is not achieved after the SAA implementation, bearing in mind that both Serbia and the European Union maintain restrictions on trade in certain products, there is no doubt that significant harmonization of trade relations was achieved.</p> <p>With a significant share of the agro-food sector in Serbia in gross domestic product and foreign trade, as well as the sensitivity of the agro-food sector in both Serbia and the European Union, the dissertation analyzes the mutual trade exchange in the period before and during the process of liberalization as defined by the Stabilization and Association Agreement. The main objective is to identify changes in comparative trade advantage of agro-food products in order to determine whether the SAA contributed to the improvement or deterioration of comparative trade advantage of Serbia's trade with the European Union. The aforementioned is especially significant, given that the implementation of the SAA primarily relates to the liberalization of imports into Serbia, since European Union assigned preferential status to Serbia much earlier.</p>
Defended: (The faculty service fills later.)	
Thesis Defend Board: (title, first name, last name, position, institution)	<p>President: Prof. dr Branislav Veselinović, full professor, scientific area in Agroecology, technology and industrial management, elected 28.May2008., field of academic expertise in Finances and banking, elected 15.December 2009., Faculty of economy and industrial management</p> <p>Member (menthor): Prof. dr Marko Carić, full professor, scientific area Multidisciplinary economics, elected 20.April 2011., Law Faculty of Economics and Justice in Novi Sad</p> <p>Member: dr Boris Kuzman, docent, član, scientific area in Agroecology –Market and marketing of agro-food products, elected 07.June 2012., Institute of economics of agriculture, Belgrade</p>

Note:	The author of doctoral dissertation has signed the following Statements: 1. Statement on the authority, 2. Statement that the printed and e-version of doctoral dissertation are identical and 3. Statement on copyright licenses. The paper and e-versions of Statements are held at the faculty.
UDC	338.22 (4-672EU); 339.923:061.1EU; 338.43 (497.11:4-672EU)

SADRŽAJ

SKRAĆENICE	XII
LISTA TABELA, DIJAGRAMA I SLIKA	XV
LISTA TABELA	XV
LISTA GRAFIKONA	XVI
LISTA SLIKA	XXI
UVOD	1
1. ZNAČAJ PROBLEMA ISTRAŽIVANJA	4
1.1. CILJ ISTRAŽIVANJA	4
1.2. PEOVLAĐUJUĆI STAVOVI I SHVATANJA U LITERaturi	5
1.3. RADNA HIPOTEZA	9
1.4. IZVORI PODATAKA	10
1.5. METODOLOGIJA RADA	13
2. GENEZA NASTANKA EVROPSKE UNIJE - OD NACIONALNOG KA SUPRANACIONALNOM	20
2.1. MOTIVI I POTREBE ZA INTEGRACIJOM EVROPSKIH DRŽAVA	20
2.2. INTEGRACIJA EVROPSKIH DRŽAVA - MEĐUVLADINA SARADNJA VERSUS NADNACIONALNA ORGANIZACIJA	23
2.3. ZAJEDNIČKA AGRARNA POLITIKA EVROPSKE UNIJE - IMPULS RAZVOJA AGRARNE PROIZVODNJE	29
2.4. ZAJEDNIČKA TRGOVINSKA POLITIKA EVROPSKE UNIJE - OSNOVA RAZVOJA TRGOVINSKIH ODNOSA	34
3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	39
3.1. SPOLJNOTRGOVINSKA RAZMENA AGROINDUSTRIJSKIH PROIZVODA REPUBLIKE SRBIJE - MULTILATERALNI I BILATERALNI SPORAZUMI	39
3.1.1. SPORAZUM O STABILIZACIJI I PRIDRUŽIVANJU SA EU - KORAK U PRAVCU POTPUNE INTEGRACIJE TRŽIŠTA	42
3.2. SPOLJNOTRGOVINSKA RAZMENA AGROINDUSTRIJSKIH PROIZVODA REPUBLIKE SRBIJE I EVROPSKE UNIJE	46
3.2.1. ANALIZA SPOLJNOTRGOVINSKE RAZMENE AGROINDUSTRIJSKIH PROIZVODA REPUBLIKE SRBIJE I EVROPSKE UNIJE	46

3.2.1.1. Obim trgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda između Republike Srbije i Evropske unije	46
3.2.1.2. Izvoz agroindustrijskih proizvoda Republike Srbije na tržište Evropske unije	51
3.2.1.3. Uvoz agroindustrijskih proizvoda Republike Srbije sa tržišta Evropske unije	55
3.3. ANALIZA TRGOVINSKE RAZMENE AGROINDUSTRIJSKIH PROIZVODA SRBIJE I EVROPSKE UNIJE PRIMENOM MORTA KONCEPTA	60
3.3.1. OSNOVE MORTA KONCEPTA	60
3.3.2. TRŽIŠNO ORIJENTISANA UOČENA KOMPARATIVNA PREDNOST U TRGOVINI AGROINDUSTRIJSKIM PROIZVODIMA IZMEĐU REPUBLIKE SRBIJE I EVROPSKE UNIJE	67
3.3.3. ANALIZA TRGOVINE NAJZNAČAJNIJIM AGROINDUSTRIJSKIM PROIZVODIMA IZMEĐU SRBIJE I EVROPSKE UNIJE	75
3.3.3.1. Analiza trgovine kukuruzom SMTK 04490	76
3.3.3.2. Analiza trgovine malinama i sličnim bobičastim voćem SMTK 05832	80
3.3.3.3. Analiza trgovine šećerom SMTK 06129	85
3.3.3.4. Analiza trgovine ostalim proizvodima za ishranu SMTK 09899	89
3.3.3.5. Analiza trgovine ostalim smrznutim voćem (kvanim ili ne) SMTK 05839	94
3.3.3.6. Analiza trgovine ostala pšenica (i krupnik) i napolica u zrnu SMTK 04120	98
3.3.3.7. Analiza trgovine cigaretama koje sadrže duvan SMTK 12220	101
3.3.3.8. Analiza trgovine duvanom (delimično ili potpuno iziljenim) SMTK 12120	105
3.3.3.9. Analiza trgovine ostalim prehrambenim proizvodima od kakaa SMTK 07330	108
3.3.3.10. Analiza trgovine semenskim kukuruzom SMTK 04410	112
3.3.3.11. Analiza trgovine narandžama (svežim ili sušenim) SMTK 05711	115
3.3.3.12. Analiza trgovine ostalo smrznuto povrće i mešavine od povrća SMTK 05469	118
3.3.3.13. Analiza trgovine sokovima od ostalog voća ili povrća SMTK 05995	122
3.3.3.14. Analiza trgovine proizvodima za ishranu životinja SMTK 08199	126
3.3.3.15. Analiza trgovine rezancima od šećerne repe i otpacima od proizvodnje šećera SMTK 08152	130
3.3.3.16. Analiza trgovine slatkim biskvitima, vaflima, galetama i sl. SMTK 04842	134
3.3.3.17. Analiza trgovine vodom (sa dodatkom šećera i ostala bezalkoholna pića) SMTK 11102	138
3.3.4. RELATIVNA KOMPARATIVNA PREDNOST SRBIJE U TRGOVINI SA EU NA NIVOU SVIH AGROINDUSTRIJSKIH PROIZVODA	141
3.3.5. PRIMENA MCTR MODELA	142
3.3.5.1. Analiza spoljnotrgovinske razmene primenom MCTR modela - statička interpretacija rezultata	142
3.3.5.2. Analiza spoljnotrgovinske razmene primenom MCTR modela - dinamička interpretacija rezultata	154

<u>4. ZAKLJUČAK</u>	<u>162</u>
<u>LITERATURA</u>	<u>164</u>
<u>PRILOG I - DETALJAN PRIKAZ VREDNOSTI MORTA INDEKSA ZA SVE AGROINDUSTRIJSKE ODSEKE, GRUPE I PROIZVODE U TRGOVINI SRBIJE I EU (2004-2014)</u>	<u>173</u>
<u>PRILOG II - RELATIVNA KOMPARATIVNA PREDNOST SRBIJE U ODNOSU NA NAJZNAČAJNIJE TRGOVINSKE PARTNERE NA TRŽIŠTU EU U SLUČAJU SMTK 04490</u>	<u>182</u>
<u>PRILOG III - RELATIVNA KOMPARATIVNA PREDNOST SRBIJE U ODNOSU NA NAJZNAČAJNIJE TRGOVINSKE PARTNERE NA TRŽIŠTU EU U SLUČAJU SMTK 05832</u>	<u>186</u>
<u>PRILOG IV - RELATIVNA KOMPARATIVNA PREDNOST SRBIJE U ODNOSU NA NAJZNAČAJNIJE TRGOVINSKE PARTNERE NA TRŽIŠTU EU U SLUČAJU SMTK 06129</u>	<u>192</u>
<u>PRILOG V - RELATIVNA KOMPARATIVNA PREDNOST SRBIJE U ODNOSU NA NAJZNAČAJNIJE TRGOVINSKE PARTNERE NA TRŽIŠTU EU U SLUČAJU SMTK 09899</u>	<u>198</u>
<u>PRILOG VI - RELATIVNA KOMPARATIVNA PREDNOST SRBIJE U ODNOSU NA NAJZNAČAJNIJE TRGOVINSKE PARTNERE NA TRŽIŠTU EU U SLUČAJU SMTK 05839</u>	<u>203</u>
<u>PRILOG VII - RELATIVNA KOMPARATIVNA PREDNOST SRBIJE U ODNOSU NA NAJZNAČAJNIJE TRGOVINSKE PARTNERE NA TRŽIŠTU EU U SLUČAJU SMTK 04120</u>	<u>208</u>
<u>PRILOG VIII - RELATIVNA KOMPARATIVNA PREDNOST SRBIJE U ODNOSU NA NAJZNAČAJNIJE TRGOVINSKE PARTNERE NA TRŽIŠTU EU U SLUČAJU SMTK 12220</u>	<u>210</u>
<u>PRILOG IX - RELATIVNA KOMPARATIVNA PREDNOST SRBIJE U ODNOSU NA NAJZNAČAJNIJE TRGOVINSKE PARTNERE NA TRŽIŠTU EU U SLUČAJU SMTK 12120</u>	<u>215</u>
<u>PRILOG X - RELATIVNA KOMPARATIVNA PREDNOST SRBIJE U ODNOSU NA NAJZNAČAJNIJE TRGOVINSKE PARTNERE NA TRŽIŠTU EU U SLUČAJU SMTK 07330</u>	<u>220</u>

<u>PRILOG XI - RELATIVNA KOMPARATIVNA PREDNOST SRBIJE U ODNOSU NA NAJZNAČAJNIJE TRGOVINSKE PARTNERE NA TRŽIŠTU EU U SLUČAJU SMTK 04410</u>	<u>224</u>
<u>PRILOG XII - RELATIVNA KOMPARATIVNA PREDNOST SRBIJE U ODNOSU NA NAJZNAČAJNIJE TRGOVINSKE PARTNERE NA TRŽIŠTU EU U SLUČAJU SMTK 05711</u>	<u>231</u>
<u>PRILOG XIII - RELATIVNA KOMPARATIVNA PREDNOST SRBIJE U ODNOSU NA NAJZNAČAJNIJE TRGOVINSKE PARTNERE NA TRŽIŠTU EU U SLUČAJU SMTK 05469</u>	<u>233</u>
<u>PRILOG XIV - RELATIVNA KOMPARATIVNA PREDNOST SRBIJE U ODNOSU NA NAJZNAČAJNIJE TRGOVINSKE PARTNERE NA TRŽIŠTU EU U SLUČAJU SMTK 05995</u>	<u>239</u>
<u>PRILOG XV - RELATIVNA KOMPARATIVNA PREDNOST SRBIJE U ODNOSU NA NAJZNAČAJNIJE TRGOVINSKE PARTNERE NA TRŽIŠTU EU U SLUČAJU SMTK 08199</u>	<u>243</u>
<u>PRILOG XVI - RELATIVNA KOMPARATIVNA PREDNOST SRBIJE U ODNOSU NA NAJZNAČAJNIJE TRGOVINSKE PARTNERE NA TRŽIŠTU EU U SLUČAJU SMTK 08152</u>	<u>247</u>
<u>PRILOG XVII - RELATIVNA KOMPARATIVNA PREDNOST SRBIJE U ODNOSU NA NAJZNAČAJNIJE TRGOVINSKE PARTNERE NA TRŽIŠTU EU U SLUČAJU SMTK 04842</u>	<u>249</u>
<u>PRILOG XVIII - RELATIVNA KOMPARATIVNA PREDNOST SRBIJE U ODNOSU NA NAJZNAČAJNIJE TRGOVINSKE PARTNERE NA TRŽIŠTU EU U SLUČAJU SMTK 11102</u>	<u>254</u>
<u>BIOGRAFIJA AUTORA</u>	<u>258</u>
<u>IZJAVA O AUTORSTVU</u>	<u>260</u>
<u>IZJAVA O ISTOVETNOSTI ŠTAMPANE I ELEKTRONSKE VERZIJE DOKTORSKOG RADA</u>	<u>261</u>
<u>IZJAVA O KORIŠĆENJU</u>	<u>262</u>

SKRAĆENICE

BIH – Bosna i Hercegovina

CEFTA (Central European Free Trade Agreement) – Sporazum o slobodnoj trgovini centralne Evrope

EEZ – Evropska ekonomska zajednica

EFTA (European Free Trade Agreement) – Evropska zona slobodne trgovine

EU (European Union) – Evropska unija

EU 28 – Belgija, Francuska, Italija, Luksemburg, Holandija, Nemačka, Danska, Irska, Velika Britanija, Grčka, Portugal, Španija, Austrija, Finska, Švedska, Kipar, Češka, Estonija, Litvanija, Letonija, Mađarska, Malta, Poljska, Slovačka, Slovenija, Bugarska, Rumunija, Hrvatska

EU Intra (Trade) – Trgovina koja se odvija unutar granica EU

EU Extra (Trade) – Trgovina koja se odvija van granica EU

EUR – evro

Eurostat – Generalni direktorat Evropske unije za statistiku

EZUČ – Evropska zajednica za uglj i čelik

GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) – Opšti sporazum o carinama i trgovini

GSP – Generalni sistem preferencija

HS 2007 (Harmonized System) – Harmonizovani sistem carinskih tarifa

IBRD (International Bank for Reconstruction and Development) – međunarodna banka za obnovu i razvoj

IMF (International Monetary Fund) – Međunarodni monetarni fond (MMF)

MCIR (Market Comparative Import Relation) – Tržišno orijentisan stepen penetracije

MCTR (Market Comparative Trade Relation) – Tržišno orijentisani komparativni trgovinski odnosi

MCXR (Market Comparative Export Relation) – Tržišno orijentisane komparativne prednosti u izvozu

MFN (Most Favoured Nation) - Princip „najpovlašćenije nacije“ u međunarodnoj trgovini

MORTA (Market Oriented Revealed Trade Advantage) - Indeks tržišno orijentisane komparativne trgovinske prednosti

MSXA (Market Oriented Symmetric Revealed Comparative Advantage) - Indeks tržišno orijentisane simetrične uočene komparativne prednosti u izvozu

MSIA (Market Oriented Symmetric Import Penetration Advantage) - Indeks tržišno orijentisanog simetričnog stepena penetracije u uvozu

OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) - Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj

PTS - Prelazni trgovinski sporazum

RMA (Revealed Import Specialization Advantage) - Indeks relativne uvozne specijalizacije

RCA (Revealed Comparative Advantage) - Indeks uočene komparativne prednosti

RSCA (Revealed Symmetric Comparative Advantage) - Indeks uočene simetrične komparativne prednosti

RTA (Revealed Trade Advantage) - Indeks relativne trgovinske prednosti

RXA (Revealed Export Advantage) - Indeks relativne izvozne specijalizacije

RZS - Republički zavod za statistiku Republike Srbije

SAD - Sjedinjene Američke Države

SFRJ - Socijalistička Federativna Republika Jugoslavija

SMTK (SITC - Standard International Trade Classification) - Standardna međunarodna trgovinska klasifikacija

SSP - Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju EU

UN COMTRADE - Baza podataka Ujedinjenih nacija o međunarodnoj trgovini

UNIDO (United Nations Industrial Development Organization) - Organizacija Ujedinjenih nacija za industrijski razvoj

USD (US Dollar) - Američki dolar

WTO (World Trade Organization) - Svetska trgovinska organizacija (STO)

WCO (World Customs Organization) – Svetska carinska organizacija
ZAP – Zajednička agrarna politika EU

LISTA TABELA, DIJAGRAMA I SLIKA

Lista tabela

Tabela 1. Nivo komparativne prednosti/stepena penetracije u trgovini sa posmatranim tržištem u odnosu na referentno tržište	19
Tabela 2. Prikaz strukture spoljnotrgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda Srbije sa svetom u 2014.	41
Tabela 3. Prikaz <i>MSXA</i> indeksa u izvozu agroindustrijskih proizvoda Srbije na tržište EU na nivou SMTK odseka u periodu 2004-2014	68
Tabela 4. Prikaz <i>MSIA</i> indeksa u uvozu Srbije iz EU na nivou SMTK odseka u periodu 2004-2014	70
Tabela 5. Prikaz <i>MORTA</i> indeksa u trgovini agroindustrijskih proizvoda Srbije EU u periodu 2004-2014	73
Tabela 6. Najznačajniji agroindustrijski proizvod u trgovini između Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u EUR u stalnim cenama	75
Tabela 7. Prikaz vrednosti <i>MORTA</i> indeksa na nivou agroindustrijskih SMTK odseka, grupa i proizvoda u trgovini Srbije i EU u periodu 2004-2014	173

Lista grafikona

Grafikon 1. Istorijski razvoj Zajedničke agrarne politike EU	30
Grafikon 2. Struktura izdvajanja finansijskih sredstava u okviru ZAP 1980-2020 izraženo u milijardama EUR u tekućim cenama uključujući	33
Grafikon 3. Piramida trgovinskih preferencija u EU	38
Grafikon 4. Najznačajniji spoljnotrgovinski partneri Srbije u trgovini agroindustrijskim proizvodima sa svetom u 2014., iskazano u procentima	40
Grafikon 5. Spoljnotrgovinska razmena agroindustrijskih proizvoda Srbije i EU u periodu od 2004-2014 izraženo u EUR u stalnim cenama (bazna 2013.)	47
Grafikon 6. Relativni značaj SMTK odseka u okviru trgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda Srbije i EU u periodu 2004-2014	47
Grafikon 7. Izvoz agroindustrijskih proizvoda Srbije na tržište EU u periodu od 2004-2014 izraženo u EUR u stalnim cenama (bazna 2013.)	52
Grafikon 8. Relativni značaj SMTK odseka u izvozu agroindustrijskih proizvoda Srbije na tržište EU u periodu 2004-2014	52
Grafikon 9. Uvoz agroindustrijskih proizvoda Srbije sa tržišta EU u periodu od 2004-2014 izraženo u EUR u stalnim cenama (bazna 2013.)	56
Grafikon 10. Relativni značaj SMTK odseka u uvozu agroindustrijskih proizvoda u Srbiju iz EU u periodu 2004-2014	57
Grafikon 11. Obim trgovine SMTK 04490 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	79
Grafikon 12. Obim trgovine SMTK 05832 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	84
Grafikon 13. Obim trgovine SMTK 06129 Srbije i EU u periodu 2004-2013 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	89
Grafikon 14. Obim trgovine SMTK 09899 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	93
Grafikon 15. Obim trgovine SMTK 05839 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	97
Grafikon 16. Obim trgovine SMTK 04120 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	101
Grafikon 17. Obim trgovine SMTK 12220 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	104
Grafikon 18. Obim trgovine SMTK 12120 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	107

Grafikon 19. Obim trgovine SMTK 07330 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	111
Grafikon 20. Obim trgovine SMTK 04410 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	114
Grafikon 21. Obim trgovine SMTK 05711 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	118
Grafikon 22. Obim trgovine SMTK 05469 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	122
Grafikon 23. Obim trgovine SMTK 05995 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	126
Grafikon 24. Obim trgovine SMTK 08199 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	130
Grafikon 25. Obim trgovine SMTK 08152 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	133
Grafikon 26. Obim trgovine SMTK 08152 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	137
Grafikon 27. Obim trgovine SMTK 11102 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	140
Grafikon 28. Obim trgovine agroindustrijskih proizvoda Srbije i EU izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti (2004-2014)	142
Grafikon 29. Prikaz <i>MCTR</i> indeksa za 2007. (levo) i 2014. (desno) u trgovini agroindustrijskim odsecima (odnos <i>MORTA</i> i <i>RSTA</i>)	145
Grafikon 30. Prikaz <i>MCTR</i> indeksa za 2007. (levo) i 2014. (desno) u trgovini najznačajnijim agroindustrijskim proizvodima (odnos <i>MORTA</i> i <i>RSTA</i>)	146
Grafikon 31. Prikaz <i>MCXR</i> indeksa za 2007. (levo) i 2014. (desno) u izvozu agroindustrijskih odseka (odnos <i>MSXA</i> i <i>RSCA</i>)	148
Grafikon 32. Prikaz <i>MCXR</i> indeksa za 2007. (levo) i 2014. (desno) u izvozu najznačajnijih agroindustrijskih (odnos <i>MSXA</i> i <i>RSCA</i>)	149
Grafikon 33. Prikaz <i>MCIR</i> indeksa za 2007. (levo) i 2014. (desno) u uvozu agroindustrijskih odseka (odnos <i>MSIA</i> i <i>RSIA</i>)	151
Grafikon 34. Prikaz <i>MCIR</i> indeksa za 2007. (levo) i 2014. (desno) u uvozu najznačajnijih agroindustrijskih proizvoda (odnos <i>MSIA</i> i <i>RSIA</i>)	152
Grafikon 35. Prikaz <i>MCTR</i> indeksa za 2007. (levo) i 2014. (desno) za trgovinu svim agroindustrijskim proizvodima zbirno (odnos <i>MORTA</i> i <i>RSTA</i>)	153
Grafikon 36. Prikaz promena <i>MCTR</i> indeksa agroindustrijskih odseka Srbije u trgovini sa EU u periodu 2007-2014	155

Grafikon 37. Prikaz promena <i>MCTR</i> indeksa za najznačajnije agroindustrijske proizvode Srbije u trgovini sa EU u periodu 2007-2014	157
Grafikon 38. Prikaz promena <i>MCXR</i> indeksa agroindustrijskih odseka Srbije u trgovini sa EU u periodu 2007-2014	157
Grafikon 39. Prikaz promena <i>MCXR</i> indeksa za najznačajnije agroindustrijske proizvode Srbije u trgovini sa EU u periodu 2007-2014	159
Grafikon 40. Prikaz promena <i>MCIR</i> indeksa agroindustrijskih odseka Srbije u trgovini sa EU u periodu 2007-2014	159
Grafikon 41. Prikaz promena <i>MCIR</i> indeksa za najznačajnije agroindustrijske proizvoda Srbije u trgovini sa EU u periodu 2007-2014	161
Grafikon 42. Prikaz proemna <i>MCTR</i> indeksa u trgovini svim agroindustrijskim proizvodima Srbije sa EU u periodu 2007-2014	161
Grafikon 43. Obim trgovine SMTK 04490 Srbije i Rumunije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	183
Grafikon 44. Obim trgovine SMTK 04490 Srbije i Italije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	185
Grafikon 45. Obim trgovine SMTK 05832 Srbije i Nemačke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	187
Grafikon 46. Obim trgovine SMTK 05832 Srbije i Francuske izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti (2004-2014)	189
Grafikon 47. Obim trgovine SMTK 05832 Srbije i Belgije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	191
Grafikon 48. Obim trgovine SMTK 06129 Srbije i Grčke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	193
Grafikon 49. Obim trgovine SMTK 06129 Srbije i Italije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	195
Grafikon 50. Obim trgovine SMTK 06129 Srbije i Mađarske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	197
Grafikon 51. Obim trgovine SMTK 09899 Srbije i Nemačke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	199
Grafikon 52. Obim trgovine SMTK 09899 Srbije i Poljske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	200
Grafikon 53. Obim trgovine SMTK 09899 Srbije i Hrvatske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	202
Grafikon 54. Obim trgovine SMTK 05839 Srbije i Nemačke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	204

Grafikon 55. Obim trgovine SMTK 05839 Srbije i Austrije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	206
Grafikon 56. Obim trgovine SMTK 05839 Srbije i Francuske izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti (2004-2014)	207
Grafikon 57. Obim trgovine SMTK 04120 Srbije i Rumunije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	209
Grafikon 58. Obim trgovine SMTK 12220 Srbije i Nemačke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	211
Grafikon 59. Obim trgovine SMTK 12220 Srbije i Hrvatske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	213
Grafikon 60. Obim trgovine SMTK 12220 Srbije i Grčke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	214
Grafikon 61. Obim trgovine SMTK 12120 Srbije i Belgije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	216
Grafikon 62. Obim trgovine SMTK 12120 Srbije i Nemačke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	217
Grafikon 63. Obim trgovine SMTK 12120 Srbije i Italije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	219
Grafikon 64. Obim trgovine SMTK 07330 Srbije i Hrvatske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	221
Grafikon 65. Obim trgovine SMTK 07330 Srbije i Nemačke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	222
Grafikon 66. Obim trgovine SMTK 07330 Srbije i Austrije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	223
Grafikon 67. Obim trgovine SMTK 04410 Srbije i Mađarske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	225
Grafikon 68. Obim trgovine SMTK 04410 Srbije i Francuske izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti (2004-2014)	227
Grafikon 69. Obim trgovine SMTK 04410 Srbije i Rumunije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	229
Grafikon 70. Obim trgovine SMTK 05711 Srbije i Grčke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	231
Grafikon 71. Obim trgovine SMTK 05469 Srbije i Italije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	234
Grafikon 72. Obim trgovine SMTK 05469 Srbije i Mađarske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	236

Grafikon 73. Obim trgovine SMTK 05469 Srbije i Belgije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	238
Grafikon 74. Obim trgovine SMTK 05995 Srbije i Austrije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	240
Grafikon 75. Obim trgovine SMTK 05995 Srbije i Nemačke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	242
Grafikon 76. Obim trgovine SMTK 08199 Srbije i Nemačke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	244
Grafikon 77. Obim trgovine SMTK 08199 Srbije i Austrije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	244
Grafikon 78. Obim trgovine SMTK 08199 Srbije i Hrvatske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	246
Grafikon 79. Obim trgovine SMTK 08152 Srbije i Italije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	248
Grafikon 80. Obim trgovine SMTK 04842 Srbije i Hrvatske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	250
Grafikon 81. Obim trgovine SMTK 04842 Srbije i Poljske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	251
Grafikon 82. Obim trgovine SMTK 04842 Srbije i Slovenije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	253
Grafikon 83. Obim trgovine SMTK 11102 Srbije i Austrije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	255
Grafikon 84. Obim trgovine SMTK 11102 Srbije i Hrvatske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	256
Grafikon 85. Obim trgovine SMTK 11102 Srbije i Bugarske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti	257

Lista slika

Slika 1. Značaj pojedinačnih država EU u obimu razmene agroindustrijskih proizvoda sa Srbijom izraženo u EUR u stalnim cenama u periodu 2004-2014	48
Slika 2. Bilans spoljnotrgovinske razmene Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u EUR u stalnim cenama	51
Slika 3. Značaj pojedinačnih država EU u izvozu agroindustrijskih proizvoda Srbije u periodu 2004-2014 izraženo u EUR u stalnim cenama	54
Slika 4. Značaj pojedinačnih država EU u uvozu agroindustrijskih proizvoda u Srbiju u periodu 2004-2014 izraženo u EUR u stalnim cenama	59
Slika 5. Prikaz trgovinske razmene SMTK 04490 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR	78
Slika 6. Prikaz trgovinske razmene SMTK 05832 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR	82
Slika 7. Prikaz trgovinske razmene SMTK 06129 Srbije i država članica EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR	87
Slika 8. Prikaz trgovinske razmene SMTK 09899 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR	91
Slika 9. Prikaz trgovinske razmene SMTK 05839 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR	95
Slika 10. Prikaz trgovinske razmene SMTK 04120 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR	99
Slika 11. Prikaz trgovinske razmene SMTK 12220 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR	102
Slika 12. Prikaz trgovinske razmene SMTK 12120 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR	106
Slika 13. Trgovinska razmene SMTK 07330 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR	109
Slika 14. Prikaz trgovinske razmene SMTK 04410 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR	113
Slika 15. Prikaz trgovinske razmene SMTK 05711 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR	116
Slika 16. Prikaz trgovinske razmene SMTK 05469 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR	120
Slika 17. Prikaz trgovinske razmene SMTK 05995 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR	124

Slika 18. Prikaz trgovinske razmene SMTK 08199 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR	128
Slika 19. Prikaz trgovinske razmene SMTK 08152 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR	132
Slika 20. Prikaz trgovinske razmene SMTK 04842 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR	135
Slika 21. Prikaz trgovinske razmene SMTK 11102 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR	139

UVOD

Srbija teži unapređenju trgovinskih odnosa sa svetom, ali pre svega sa regionom čiji je sastavni deo, ali je njeno strateško opredeljenje članstvo u Evropskoj uniji, koje vremenom postaje i najznačajniji spoljnotrgovinski partner Srbije. Značaj tržišta Evropske unije još je veći ukoliko se ima u vidu i da države članice CEFTA regiona, drugog najznačajnijeg trgovinskog partnera Srbije u spoljnotrgovinskoj razmeni, pretenduju na punopravno članstvo što će vremenom dovesti do integracije regionalnog tržišta u okvir zajedničkog tržišta Evropske unije.

Nesporan značaj Evropske unije za Srbiju u trgovinskom smislu, svoje uporište nalazi i u činjenici da je Evropska unija, ujedno, i jedan od najznačajnijih trgovinskih partnera u svetu. Međutim, unutrašnja trgovina koja se odvija između država članica, posebno je značajna za analizu imajući u vidu da se 2/3 trgovine Evropske unije odvija upravo unutar svojih granica.

Put Srbije ka članstvu u Evropsku uniju, između ostalog, zahteva usaglašavanje spoljnotrgovinske politike koje će obezbediti integraciju tržišta Srbije. Najznačajniji instrument na tom putu jeste realizacija Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju Evropskoj uniji koji je Srbija potpisala 2009., kojim se, u prelaznom periodu od šest godina, teži postepenoj do potpunoj liberalizaciji međusobnih trgovinskih odnosa. Iako se i nakon primene Sporazuma ne može govoriti o potpunoj liberalizaciji, imajući u vidu da su i Srbija i Evropska unija zadržali ograničenja u trgovini određenih proizvoda, nesporno je došlo do značajnog usaglašavanja trgovinskih odnosa.

Imajući u vidu značajan udeo agroindustrijskog sektora Srbije u bruto društvenom proizvodu i u spoljnotrgovinskoj razmeni, kao i osetljivost agroindustrijskog sektora kako u Srbiji tako i u Evropskoj uniji, u disertaciji je analizirana međusobna trgovinska razmena u periodu pre i tokom procesa liberalizacije definisane Sporazumom o stabilizaciji i pridruživanju. Osnovni cilj je identifikovati promene u komparativnoj prednosti u trgovini

agroindustrijskih proizvoda kako bi se utvrdilo da li je Sporazum doprineo poboljšanju ili pogoršanju komparativnih trgovinskih prednost Srbije u trgovini sa Evropskom unijom. Navedeno je posebno značajno, imajući u vidu da je primena Sporazuma prevashodno podrazumevala liberalizaciju trgovinske razmene na strani uvoza u Srbiju, dok je Evropska unija preferencijalni status dodelila Srbiji mnogo ranije.

Na osnovu iznetih konstatacija, disertaciju čine sledeće celine:

U prvom delu obrazložen je značaj istraživanja koji prikazuje ciljeve istraživanja i postavljanu hipotezu, te ukazuje na korišćene podatke i primenjenu metodologiju istraživanja. Poseban značaj disertacije ogleda se u razvoju modela kojim se analiziraju promene u stepenu komparativne prednosti.

U drugom delu, ukratko se prikazuje sva kompleksnost Evropske unije, sa posebnim osvrtom na nadnacionalnost u sprovođenju, pre svega, trgovinske politike, te se ukratko prikazuju i osnove Zajedničke agrarne politike i Zajedničke trgovinske politike koje u značajnoj meri determinišu spoljnotrgovinsku razmenu agroindustrijskih proizvoda sa svetom.

Treći deo disertacije prikazuje rezultate istraživanja, analizirajući razmenu agroindustrijskih proizvoda između Srbije i Evropske unije u periodu od 2004.-2014. Analiziraju se promene u komparativnoj prednosti u trgovini, ali i u izvozu i u uvozu posebno, primenom koncepta *Tržišno orijentisane komparativne trgovinske prednosti (MORTA)* koji je konstruisan za potrebe istraživanja koja su sprovedena u ovoj disertaciji. Iako je analiza sprovedena na nivou agroindustrijskih odseka, u disertaciji je realizovana detaljna analiza 17 najznačajnijih agroindustrijskih proizvoda u trgovini Srbije i Evropske unije. Sva navedena izračunavanja, činila su osnov modela *Tržišno orijentisanih komparativnih trgovinskih odnosa (MCTR)* razvijenog u disertaciji, kojim se želelo ukazati na promene u trgovini Srbije sa Evropskom unijom u odnosu na svetsku trgovinu kao referentno tržište, tačnije u odnosu na ukupan volumen agroindustrijskog sektora Srbije.

Četvrti deo sumira zaključke do kojih se došlo u disertaciji koji potvrđuju postavljenu hipotezu zasnovanu na primeni razvijenog modela.

Iako je osnovni cilj disertacije usmeren na analizu trgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda između Srbije i Evropske unije, ne uključivanje unutrašnje trgovine Evropske unije dalo bi iskrivljene podatke, a ne bi se mogla analizirati ni trgovina sa pojedinačnim državama članicama Evropske unije. U tom smislu, za svaki od pojedinačno analiziranih agroindustrijskih proizvoda, analizirane su i promene komparativne trgovinske prednosti, ali su zbog obimnosti dobijenih rezultata, ta istraživanja prikazana kroz PRILOGE, koji su sastavni deo disertacije.

1. ZNAČAJ PROBLEMA ISTRAŽIVANJA

1.1. Cilj istraživanja

Cilj istraživanja je analiza komparativne prednosti spoljnotrgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda Republike Srbije i država članica Evropske unije (EU) za vremenski period od 2004.-2014. Na taj način, obezbediće se sagledavanje komparativne prednosti spoljnotrgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda srpske poljoprivrede, kao i njene slabosti čije sagledavanje je značajno za dalje unapređenje spoljnotrgovinske razmene. Realizovanim istraživanjem, stvoriće se preduslovi da se državnim institucijama Republike Srbije daju smernice u kojem pravcu je neophodno preduzimati buduće mere kako bi se unapredila pozicija agroindustrijskog sektora Srbije posebno u spoljnotrgovinskoj razmeni, što je od značaja i u predstojećem pregovaračkom procesu o članstvu u Evropskoj uniji.

Značaj istraživanja nalazi se i u činjenici da obuhvaćeni period istraživanja pokriva period pre primene Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju sa EU (SSP) i period postepenog procesa liberalizacije međusobne trgovine koji se okončao 2014. Takođe, naredna faza u procesu pridruživanja EU podrazumeva otvaranje pregovaračkih poglavlja, te je raspolaganje relevantnim informacijama i pokazateljima od ključne važnosti u samom pregovaračkom procesu. S druge strane, rezultati istraživanja omogućiće kreatorima agrarne politike Srbije definisanje novih i/ili korekcije postojećim mera kako bi se identifikovani nedostaci uklonili, odnosno kako bi se identifikovane komparativne prednosti podstakle.

Identifikovanje komparativne prednosti agroindustrijskih proizvoda u trgovinskoj razmeni sa EU realizovaće se primenom modela koji je razvijen i prikazan u ovoj disertaciji, a koji je baziran na opšte prihvaćenim modelima koji se primenjuju u svetu.

1.2. Preovlađujući stavovi i shvatanja u literaturi

Bogdanov (2007) Potencijal koji ima poljoprivreda Srbije, zahteva brži razvoj, restrukturiranje i modernizaciju u cilju porasta konkurentnosti na domaćem i međunarodnom tržištu. Ukupna vrednost poljoprivredne proizvodnje i robni tokovi poljoprivredno-prehrambenog sektora, sagledani prema ostvarenoj strukturi i dinamici tokom tranzicionog perioda, i pored evidentno dobrih rezultata još uvek nisu dovoljno stabilni.

Peterson John (2007) Trgovinska politika EU izgleda prvenstveno i najčešće koristi da podrži evropske ekonomske interese, koji mogu biti usmereni i po prirodi kratkoročni.

Gajić i sar. (2007) Opus reformi u okviru poljoprivrednog sektora u zemljama tranzicije, a koje su odabrale put ka punopravnom članstvu u Evropskoj Uniji, u suštini se odnosi na sledeće:

- Makroekonomska dimenzija poljoprivrednog sektora, drugim rečima cene i liberalizacija tržišta, kao i razvoj mehanizama koji bi osigurali njegovo funkcionisanje;
- Reforma poljoprivrednog zemljišta koja uključuje rekonstrukciju poljoprivrednih gazdinstava, ali istovremeno i privatizaciju poljoprivrednog zemljišta i transformaciju same strukture poljoprivrednog sektora;
- Povećanje konkurentnosti tržišta poljoprivrednih proizvoda kao i inputa u poljoprivredu. Rasterećivanje postojećih monopola u okviru agroindustrijskog sektora, poljoprivredno-prerađivačke industrije i konačno industrije poljoprivrednih inputa.
- Finansijski sistem ruralnih područja koji treba da podrži tržišno orijentisanu poljoprivredu uključujući takođe i aspekte vezane za ruralnu ekonomiju;
- Razvoj institucionalnog okvira, odnosno razvoj institucija i administrativnog sistema koji je sposoban da adekvatno funkcionišu u

slučaju privatnih poljoprivrednih gazdinstava koja posluju u tržišnim ekonomskim uslovima.

Woolcock (2007) Evropska sigurnost je takođe jedan od značajnijih motivacionih faktora koji stoje u pozadini Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju koji se pregovara sa državama Zapadnog Balkana.

Marković (2007) Reforme trgovinske politike zemalja Centralne i Istočne Evrope u periodu tranzicije dovele su do promena u strukturi spoljne trgovine agrarnim proizvodima. Uprkos činjenici da proizvodnja većine poljoprivrednih proizvoda u početnim fazama ekonomske tranzicije ima trend opadanja, učešće ovog regiona u strukturi svetske trgovine ne beleži tako rapidan pad. Šta više, usled ograničenja domaćeg tržišta i redukcije domaće potrošnje, kod pojedinih proizvoda ostvaruje se povećanje učešća u međunarodnoj razmeri u odnosu na pred-tranzicioni period.

Prekajac (2008) Kada zemlja vodi politiku plafoniranja cena iznad nivoa ravnoteže cene za neki proizvod, ponuda tog proizvoda na domaćem tržištu premašuje tražnju. Sistem podrške cena koji vodi vlada te zemlje sprečava pad cene tog proizvoda na domaćem tržištu putem kupovine viška ponude. Ti viškovi se ne mogu prodati na domaćem tržištu jer će se time sniziti cene što se neće desiti ukoliko se viškovi izvezu. Međutim, cene na svetskom tržištu su daleko niže od cena koje dobijaju domaći farmeri kroz sistem podrške cena tako da razlika između više cene poljoprivrednih proizvoda koja se plaća domaćim farmerima i niže cene tog proizvoda na svetskom tržištu predstavljaju visinu subvencije.

Kostadinović (2009) Prateći međunarodne tokove prometa, perspektiva ukazuje da će do 2015. znatan porast učešća u prometu imati: voće i povrće, animalna i vegetabilna ulja, proizvodi od uljarica i vino, a manji porast druge grupe agroindustrijskih proizvoda (žitarice, meso, mleko i stoka za klanje). Evropski kontinent i dalje će biti najznačajniji u međunarodnom prometu agroindustrijskih proizvoda, a slediće je Severna Amerika i Azija.

Bogdanov i Božić (2010) Grupa proizvoda koja je najviše zastupljena u izvozu poljoprivredno-prehrambenih proizvoda jesu voće i orasi. Najznačajniji proizvod na tržištu EU u okviru ovog pod-sektora je bobičasto voće, zbog svog visokog kvaliteta i konkurentne cene. Većina bobičastog voća se izvozi u rinfuzi, što ukazuje na potencijal stvaranja dodate vrednosti na robe već visoke vrednosti. Ostali vodeći srpski proizvodi uključuju žitarice i preparate, šećer i proizvodi od šećera, jestivo ulje i sl. Iako nije u potpunosti konkurentna sa najvećim brojem centralno-evropskih zemalja kao što je slučaj sa Mađarskom, srpske žitarice su ipak konkurentne u odnosu na susedne zemlje.

Zekić i sar. (2010) Značaj poljoprivredno-prehrambenih proizvoda u spoljno-trgovinskoj razmeni Srbije proizilazi iz njihovog udela u ukupnom izvozu i uvozu, što se naročito odnosi na izvoz, koji se kreće od jedne petine do jedne četvrtine ukupnog izvoza. Pored toga, u poslednjim godinama izvoz značajno premašuje uvoz, tako da Srbija od 2005. ostvaruje kontinuirani pozitivan spoljno-trgovinski bilans s poljoprivredno-prehrambenim proizvodima. U izvozu hrane dominiraju voće i povrće, kao i žitarice u okviru kojih su kukuruz i maline najzastupljeniji proizvodi, respektivno, dok je udeo šećera u padu. Na stani uvoza, najzastupljeniji su proizvodi koji se nedovoljno ili uopšte ne proizvode u Srbiji.

Tomić i sar (2010) Proces globalizacije privrede i liberalizacije trgovine su sve intenzivniji u svetskoj i evropskoj ekonomiji. Tim procesima je zahvaćena i (agro) privreda. Srbija je bila izopštena iz ovih procesa nekoliko godina. Međutim, formiranjem CEFTA grupacije, a posebno obostranom primenom Prelaznog trgovinskog sporazuma nacionalna agroprivreda postepeno se uključuje u procese integracije.

Nikolić (2010) Zasnivanje izvoza na proizvodima nižeg stepena obrade, koji u međunarodnim okvirima imaju sve manji značaj, svakako, nije dugoročno rešenje, ali imajući u vidu vrlo nizak nivo izvoza zemlje i visok spoljnotrgovinski debalans čini da Srbija i nema drugu alternativu.

Moon (2011) Poljoprivreda je veoma specifična da bi se tretirala kao ostali proizvodni sektori u okviru multilateralnih trgovinskih pregovora... Trenutno važeći globalni stavovi koji dominantno zastupaju ideologiju o slobodnoj trgovini poljoprivrednim proizvodima su kratkovidni u pogledu efektivnog rešavanja raznorodnih problema u poljoprivredi koji imaju dugoročne posledice za svaku zemlju pojedinačno i čovečanstvo u celini.

Antevski i sar. (2012) Tržište Evropske unije pruža velike izvozne šanse za srpsku poljoprivredu, status zemlje kandidata brojne pogodnosti i podršku, ali će rezultati zavisiti od uspeha u poboljšanju dve ključne odrednice konkurentnosti: produktivnosti i kvaliteta.

Vujičić i sar. (2012) Iako na različitim nivoima razvoja, države Zapadnog Balkana suočavaju se sa sličnim izazovima koji se odnose na diverzifikaciju i modernizaciju njihove ruralne ekonomije. Krajnji cilj svih promena odnosi se na jačanje konkurentnosti ruralne ekonomije. Prirodni i ljudski resursi, povoljni klimatski uslovi i blizina EU tržišta, daju puno razloga koji nagoveštavaju da države Zapadnog Balkana raspolažu adekvatnim preduslovima za uspešnu implementaciju koncepta integralnog ruralnog razvoja.

Erjavec i Salputra (2012) Podsticanje poljoprivrede može uticati na konkurentnost u više pravaca, a efekat će zavisiti od uslova konkurentnosti na tržištu. U slučajevima kada je podsticaj na nižem nivou, proizvođači bi trebali biti motivisani da obezbede efikasniju tehnologiju. Međutim, nedostatak podsticaja može biti i prepreka na tom putu, te podrška može biti usmerene na nabavku novih tehnologija koje će pomoći u rešavanju tog problema. Problematican je i različiti nivo podrške učesnicima na zajedničkom tržištu. U tom slučaju, na tržištu na kojem ne postoji fer konkurencija, više podsticani proizvođači su i konkurentniji.

Gajdobranski (2012) Konkurentnost u spoljnoj trgovini je sposobnost prodavca (izvoznika) da osvaja spoljna tržišta, da se sa povoljnim uslovima nametne zahtevima stranih kupaca (potrošača-korisnika) i da ih pridobije za kupovinu svojih, umesto proizvoda drugih ponuđača-konkurenata.

Babović i sar (2013) proces integracije Srbije u Zajednički poljoprivrednu politiku Evropske unije podrazumeva harmonizaciju zakonodavstva, izgradnju i jačanje institucija i reformu ekonomske politike. Poljoprivreda Srbije nalazi se pred odgovornim izazovom koji nameće pristupanje Evropskoj uniji. Ovaj proces donosi brojne promene, kao što su promene u strukturi proizvodnje i prerade, organizovanju gazdinstava, upravljanje resursima, sistemu kontrole proizvodnje, pristupu tržišta, odnosu prema očuvanju životne sredine, ruralnom razvoju i usvajanju evropskih standarda. (predgovor)

Klomp (2014) Poljoprivreda u Centralno-Istočno Evropskim zemljama je mnogo značajnija komponenta u njihovim ekonomijama nego u industrijalizovanim ekonomijama. Tradicionalno zauzima 15-20% BDP-a i ukupne zaposlenosti u poređenju sa učešćem od svega 2-3% u Evropskoj uniji.

Kuzman (2014) Spoljnotrgovinska liberalizacija je realnost i samo privreda koja se pravovremeno prilagodi može iskoristiti šanse i izbeći potencijalne opasnosti.... Osnovni pravac budućeg razvoja poljoprivrede i prehrambene industrije je optimalno korišćenje i očuvanje raspoloživih kapaciteta, povećanje obima poljoprivredne proizvodnje roba koje kontinuirano uvozimo, izmena proizvodne strukture u korist intenzivnih proizvodnji namenjenih izvozu, proizvodnja visoko-finalnih proizvoda (proizvoda višeg stepena završne obrade). Neophodno je povećanje izvoza prerađenih poljoprivredno prehrambenih proizvoda u odnosu na primarne poljoprivredne proizvode.

1.3. Radna hipoteza

Istraživanje sprovedeno u disertaciji obezbeđuje teorijski i praktični doprinos kreatorima agrarne i trgovinske politike, naučnoistraživačkim i obrazovnim institucijama, ali i široj javnosti sa ciljem unapređenja spoljnotrgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda između Srbije i EU. Sa druge strane, model razvijen i prikazan u disertaciji, obezbeđuje osnovu za

dalja istraživanja u međunarodnoj trgovini, primenljiv na različite trgovinske partnere i različite proizvode koji su predmet međusobne razmene.

U radu se pošlo od sledeće hipoteze:

- Primena Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju sa EU dovela je do nepovoljnijeg odnosa spoljnotrgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda sa EU

1.4. Izvori podataka

U cilju sveobuhvatne analize spoljnotrgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda između Republike Srbije i EU, razmatran je vremenski period od 2004-2014. što čini vremensku seriju dugu 11 godina koja će biti dovoljna za utvrđivanje zakonomernosti u međusobnoj trgovini. Iako bi bilo značajnije da se, po mogućnosti, koristi i duži vremenski interval, raspoloživost podataka Republičkog zavoda za statistiku Republike Srbije (RZS) dostupni su od 2004., ali ne i za period pre 2004.

S obzirom na činjenicu da je u posmatranom vremenskom periodu došlo do proširenja EU u tri navrata (2004., 2007. i 2013.), u smislu ovog istraživanja, pod EU, podrazumeva se skup 28 aktuelnih država članica. Iako je do proširenja EU dolazilo postepeno, analiziraju se podaci o međunarodnoj trgovini Srbije i EU u celokupnom posmatranom periodu kako bi se izbeglo dobijanje iskrivljenih rezultata koji bi prikazivali rast obima trgovine koja nije rezultat unapređenja trgovinskih odnosa, već proširivanja EU.

Podaci koji su korišćeni za potrebe istraživanja su zvanični podaci Republičkog zavoda za statistiku Republike Srbije (Republički zavod za statistiku, 2015, 2016), zvanični podaci Generalnog direktorata Evropske unije Eurostat kao zvaničnog statističkog organa EU (Eurostat, 2015) i zvanični statistički podaci Ujedinjenih nacija (UN COMTRADE) (UNSTAT, 2015, 2016), a koji se odnose na vrednost spoljnotrgovinske razmene. Imajući u vidu da RZS primenjuje opšte prihvaćene međunarodne standarde u utvrđivanju vrednosti robe u međunarodnoj trgovini, postoji potpuna metodološka

komplementarnost podataka sa Eurostat podacima (Eurostat, 2014). „Vrednost robe na osnovu WTO sporazuma se iskazuje u izvozu prema FOB tipu vrednosti (free on board), a vrednost uvezene robe iskazuje se prema CIF tipu vrednosti (cost, insurance, freight)“ (RZS, 2015).

Analiza podataka o izvozu i uvozu sprovedena je bazi Standardne međunarodne trgovinske klasifikacije (SMTK) rev. 4¹ (UNSTAT, 2006). Pod agroindustrijskim proizvodima, analizirani su svi proizvodi prikazanih u okviru SMTK sektora 0-Hrana i žive životinje i sektora 1-Piće i duvan i to na nivou SMTK proizvoda (nivo 5 cifara). U cilju detaljnijeg obrazloženja, gde se za to ukazala potreba, korišćena je odgovarajuća HS nomenklatura 2007 (HS2007) koja je bila aktuelna u vreme potpisivanja SSP-a (WCO, 2007).

Iako je nesporna činjenica da od postavke i logike svakog modela zavisi kvalitet rezultata istraživanja, posebna pažnja je posvećena podacima koji se upotrebljavaju u disertaciji. Polazeći od nedostataka koji su identifikovani u uputstvima Eurostat-a, a koji se odnose na odstupanje Eurostat i nacionalnih podataka (Eurostat, 2014), sprovedena je analiza podataka Eurostat-a o trgovinskoj razmeni između Srbije i EU, te je uočeno da za određeni broj proizvoda ne postoje podaci o trgovinskoj razmeni, iako je razmena uočena uvidom u bazu podataka RZS. Istovremeno, uočen je nesklad između podataka RZS i Eurostat-a u trgovini pojedinim posmatranim proizvodima. U cilju dobijanja pouzdanih podataka, a imajući u vidu metodološku usklađenost dve baze podataka (Eurostat-a i RZS), svi podaci koji se odnose na Srbiju u razmeni sa EU iz Eurostat-a su izuzeti, te su podaci iz baze podataka RZS o

¹ Iako je SMTK klasifikacija šezdesetih godina XX veka korišćena kao osnova za izveštavanje u međunarodnoj trgovini, pojedine države su SMTK klasifikaciju koristile kao svoju carinsku nomenklaturu. Tokom vremena, SMTK klasifikacija doživela je četiri revizije, a danas se široko koristi kao analitičko sredstvo međunarodne trgovine prihvaćeno i od strane Evropske komisije, te je to osnovni razlog upotrebe SMTK klasifikacije u okviru istraživanja. Imajući u vidu da je u posmatranom vremenskom periodu došlo do nove, četvrte, revizije SMTK, za potrebe istraživanja realizovana trgovina u čitavom vremenskom periodu biće svedena na trenutno aktuelnu, četvrtu revidiranu SMTK listu.

spoljnotrgovinskoj razmeni agroindustrijskih proizvoda sa EU uzeti kao referentni. U analizi uvoza agroindustrijskih proizvoda u Srbiju, korišćeni su podaci RZS zbog potrebe da se pokrije uvoz većeg broj država koji prevazilazi trgovinu sa EU. Imajući u vidu da su metodologije prikazivanja vrednosti uvoza i izvoza između Eurostat-a i RZS usaglašene, kombinacija dva izvora podataka je opravdana.

U slučaju podataka vezanih za EU, korišćen je zbir podataka eksterne trgovine EU sa državama van EU (EU Extra) i interne trgovine EU sa državama članicama EU (EU Intra)². Značaj uključivanja interne trgovine EU proizilazi iz činjenice da obim trgovine među državama članicama EU iznosi u proseku 2/3 ukupne trgovine EU. Sa druge strane, imajući u vidu da disertacija analizira trgovinu Srbije i EU, ali i trgovinu Srbije i pojedinačnih država EU, isključivanjem interne trgovine dobili bi se neupotrebljivi rezultati istraživanja. Konačno, podaci za trgovinu Srbije sa svetom, prikupljeni su upotrebom baze podataka Ujedinjenih nacija (UN COMTRADE) (UNSTAT, 2015, 2016).

Kako su svi raspoloživi podaci o vrednosti u međunarodnoj trgovini statistički podaci, vrednosti se iskazuju u tekućim cenama. Imajući u vidu da istraživanje pokriva vremenski period od 11 godina, prikazivanje rezultata istraživanja u tekućim cenama neće dati realnu sliku kretanja međusobne trgovinske razmene. U tom smislu, sve vrednosti koje se koriste u istraživanju, preračunate su u tzv. *stalne cene* kako bi se dobili realni rezultati istraživanja koje je moguće pratiti u vremenu³. Za preračunavanje tekućih u stalne cene, u disertaciji je primenjen Indeks jedinične vrednosti (Unit Value Index) (IMF, 2009) koji se izračunava:

² Podaci Eurostat-a koji se odnose na trgovinu poverljivih proizvoda (confidentiality products) nisu uključeni zbog nemogućnosti identifikacije trgovine na nivou SMTK proizvoda

³ Značaj izračunavanja stalnih cena ogleda se u prezentaciji trendova prikazanih u disertaciji. Izračunavanje indeksa komparativne prednosti u disertaciji, sprovodila su se na tekućim cenama iako se vrednosti ne menjaju bez obzira da li se izračunavanje vrši na stalne ili tekuće cene. Eventualno odstupanje od jednoobraznosti, dovelo bi do dobijanja iskrivljenih rezultata.

$$Pu = \left(\frac{\sum_{m=1}^M p_m^t q_m^t}{\sum_{m=1}^M q_m^t} \right) / \left(\frac{\sum_{n=1}^N p_n^0 q_n^0}{\sum_{n=1}^N q_n^0} \right) \quad (1)$$

gde je Pu vrednost indeksa, p_m^t vrednost izvoza/uvoza posmatrane grupe proizvoda m u posmatranom periodu t , q_m^t obim izvoza/uvoza posmatrane grupe proizvoda m u posmatranom periodu t , p_n^0 vrednost izvoza/uvoza posmatrane grupe proizvoda n u posmatranom periodu 0 , q_n^0 obim izvoza/uvoza posmatrane grupe proizvoda n u posmatranom periodu 0 .

Na osnovu indeksa jedinične vrednosti, izračunavanje stalnih cena se dobija primenom sledeće formule:

$$Pcons^t = \frac{Pcur^t}{Pu^0} \quad (2)$$

gde je $Pcons^t$ vrednost izvoza/uvoza u vremenu t izraženo u stalnim cenama, $Pcur^t$ vrednost izvoza/uvoza u vremenu t izraženo u tekućim, Pu^0 indeks jedinične vrednosti u baznoj godini 0 .

Za potrebe preračunavanja u stalne cene, u disertaciji je 2013. korišćena kao bazna godina.

1.5. Metodologija rada

Polazeći od ciljeva disertacije, istraživanje je sprovedeno kroz primenu različitih metodoloških nivoa istraživanja sa ciljem obezbeđivanja sveobuhvatne analize.

Osnovne analize podrazumevale su obradu podataka osnovnim statističkim metodama koji su u radu korišćene kao dopunski istraživački alati. Statističke metode koje su korišćene su: linearni i eksponencijalni trend, stopa

promena, koeficijent varijacije, modus, medijana, standardna devijacija i aritmetika sredina⁴.

Drugi nivo istraživanja baziran je na razvoju novog pristupa postojećeg modela „uočene simetrične komparativne prednosti“ (*Revealed Symetric Comparative Advantage - RSCA*) (Laursen, 2015) nazvanog model tržišno orijentisane uočene komparativne trgovinske prednosti (*MORTA - Market Oriented Revealed Trade Advantage*) koji je korišćen u cilju identifikovanja promena relativne komparativne prednosti u trgovini Srbije i EU. Izračunavanje *MORTA* indeksa predstavlja razliku indeksa *tržišno orijentisane simetrične uočene komparativne prednosti u izvozu* (*MSXA - Market Oriented Symmetric Revealed Comparative Advantage*) i indeksa *tržišno orijentisanog simetričnog stepena penetracije u uvozu* (*MSIA - Market Oriented Symmetric Import Penetration Advantage*):

$$MORTA = MSXA_a^{i,m} - MSIA_a^{i,m} \quad (3)$$

$$MSXA_a^{i,m} = \left(\frac{MXA_a^{i,m} - 1}{MXA_a^{i,m} + 1} \right) = \frac{\left(\left(\frac{X_a^{i,m}}{X_n^{i,m}} \right) - 1 \right)}{\left(\left(\frac{M_a^{w,m}}{M_n^{w,m}} \right) + 1 \right)} \quad (4)$$

$$MSIA_a^{i,m} = \left(\frac{MIA_a^{i,m} - 1}{MIA_a^{i,m} + 1} \right) = \frac{\left(\left(\frac{M_a^{i,m}}{M_n^{i,m}} \right) - 1 \right)}{\left(\left(\frac{X_a^{m,w}}{X_n^{m,w}} \right) + 1 \right)} \quad (5)$$

gde X predstavlja izvoz, M predstavlja uvoz, i predstavlja državu, m predstavlja posmatrano tržište, w predstavlja grupu država koje ostvaruju spoljnotrgovinsku razmenu, a predstavlja posmatrani proizvod, n predstavlja sve proizvode.

Izračunavanje tržišno orijentisane simetrične komparativne prednosti u izvozu dobija se kao odnos udela izvoza posmatranog proizvoda a države i

⁴ Za više informacija o načinu izračunavanja, konsultovati *Papić, 2012*

na posmatrano tržište m u odnosu na ukupan izvoz svih proizvoda n države i na posmatrano tržište m , i udela uvoza posmatranog proizvoda a na posmatranom tržištu m iz svojih trgovinskih partnera w u odnosu na ukupan uvoz svih proizvoda n tržišta m iz posmatrane grupe država w . Imajući u vidu da su dobijeni rezultati asimetrični, primenom koncepta „uočene simetrične komparativne prednosti“ izračunava se indeks tržišno orijentisane simetrične uočene komparativne prednosti u izvozu (4). Vrednosti indeksa kreću se u rasponu od -1 do +1. U slučaju kada je $MSXA > 0$, zaključuje se da uočena relativna komparativna prednost u izvozu države i na posmatranom tržištu m , dok u slučaju kada je $MSXA < 0$, relativna komparativna prednost u izvozu države i , na tržištu m nije uočena.

Sa druge strane, izračunavanje tržišno orijentisanog simetričnog stepena penetracije u uvozu dobija kao odnos udela uvoza proizvoda a iz posmatranog tržišta m u državu i u odnosu na ukupan uvoz svih proizvoda n iz posmatranog tržišta m u državu i , i udela izvoza posmatranog proizvoda a u državu i iz svojih trgovinskih partnera w u odnosu na ukupan izvoz svih proizvoda n u državu i iz svojih trgovinskih partnera w . Imajući u vidu da su dobijeni rezultati asimetrični, primenom koncepta „uočene simetrične komparativne prednosti“ izračunava se indeks tržišno orijentisanog simetričnog stepena penetracije u uvozu (05). Vrednosti indeksa kreću se u rasponu od -1 do +1. U slučaju kada je $MSIA > 0$, relativni stepen penetracije u uvozu proizvoda a sa posmatranog tržišta m u državu i je visok, dok je u slučaju kada je $MSIA < 0$ relativni stepen penetracije u uvozu proizvoda a sa posmatranog tržišta m u državu i je nizak.

Tržišno orijentisana uočena komparativna trgovinska prednost $MORTA$, kao razlika indeksa tržišno orijentisane simetrične uočene komparativne prednosti u izvozu $MSXA$ i indeksa tržišno orijentisanog simetričnog stepena penetracije u uvozu $MSIA$, daje vrednosti koje se kreću u rasponu od -2 do +2 (3). U slučaju kada je $MORTA > 0$, kod posmatrane države i uočena je komparativna trgovinska prednost u razmeni proizvodom a sa tržištem m . U

slučaju kada je $MORTA < 0$, zaključuje se da kod države i nije uočena komparativna trgovinska prednost u razmeni posmatranog proizvoda a sa tržištem m .

Konačno, treći nivo istraživanja zasnovan je na modelu razvijenom u disertaciji pod nazivom model *Tržišno orijentisanih komparativnih trgovinskih odnosa (Market Comparative Trade Relation-MCTR)*, koji koristi rezultate *MORTA* koncepta. Naime, *MCTR* modelom se prate promene u odnosima relativnog stepena komparativne prednosti u trgovini jedne države sa dva različita tržišta, i to sa posmatranim tržištem u odnosu na referentno tržište. Primena modela obezbeđena je kroz analizu trgovine agroindustrijskih proizvoda između Srbije i EU, kao posmatranog tržišta, u odnosu na analizu trgovine Srbije sa svetom, kao referentnog tržišta koji predstavlja praktični realan trgovinski domet Srbije. Posmatranjem dobijenih rezultata, obezbeđuju se kvalitetne informacije za analizu promena u trgovinskim odnosima. Raspoloživost dve vrste podataka, podstakla je razvoj modela komparacije tih promena tokom vremena kako bi se uočila pomeranja u trgovinskim odnosima. Uporednom analizom relativne komparativne prednosti moguće je uočiti potencijale i mogućnosti daljeg razvoja konkretno posmatranog tržišta, ali i odsustvo komparativne prednosti u odnosu na trgovinu sa svetom, kao referentnim tržištem. Dobijeni pokazatelji posebno su značajni u slučajevima kada dolazi do promena u stepenu liberalizacije trgovinskih odnosa ili uspostavljanju određenih ograničenja u trgovini usled npr. uvođenja sankcija kako bi se uočile eventualne promene nivoa relativne komparativne prednosti između različitih tržišta. Način prikazivanja rezultata u disertaciji se vrši primenom grafikona razvijenih kroz istraživanje.

MCTR model izračunava se na sledeći način, obezbeđujući dvosmernost kroz analizu i izvoza i uvoza:

$$MCTR = MORTA_{norm} - RSTA_{norm} \quad (6)$$

$$MORTA_{norm} = \frac{1}{2} (MSXA_a^{i,m} - MSIA_a^{i,m}) \quad (7)$$

$$RSTA_{norm} = \frac{1}{2} (RSCA_a^i - RSIA_a^i) \quad (8)$$

koji predstavlja razliku između normalizovanih vrednosti relativne komparativne prednosti u trgovini sa posmatranim tržištem u odnosu na trgovinu sa svetom kao referentnim tržištem. Dobijene vrednosti indeksa kreću se u rasponu od -2 do +2 i predstavljaju granične vrednosti od apsolutne pozicije jedne države na posmatranom tržištu, do apsolutne pozicije države na referentnom tržištu. U slučaju $MCTR = 0$, ne postoje razlike u nivou relativne komparativne prednosti u trgovini sa oba posmatrana tržišta. U slučajevima kada je $MCTR < 0$, relativna komparativna prednost u trgovini proizvoda sa posmatranim tržištem je relativno manja u odnosu na relativnu komparativnu prednost u trgovini proizvoda sa svetom. U slučajevima kada je $MCTR > 0$, komparativna prednost u trgovini proizvoda sa posmatranim tržištem je relativno veća u odnosu na komparativnu prednost u trgovini proizvoda sa svetom.

Detaljnija analiza odnosa prati se kroz izvoz i uvoz. U izvozu, model *tržišno orijentisane komparativne prednosti u izvozu (Market Comparative Export Relation – MCXR)* se izračunava na sledeći način:

$$MCXR = MSXA_a^{i,m} - RSCA_a^i \quad (9)$$

⁵ Trgovina sa referentnim tržištem izračunata je na bazi *RSCA* modela koji je izrađen za potrebe izvoza (Laursen, 2015), ali je ista analogija u disertaciji primenjena i na trgovinu (*RSTA*)

⁶ Trgovina sa referentnim tržištem izračunata je na bazi *RSCA* modela koji je izrađen za potrebe izvoza (Laursen, 2015)

koji predstavlja razliku između relativnog stepena komparativne prednosti u izvozu na posmatranom tržištu u odnosu referentno tržište. Dobijene vrednosti indeksa kreću se u rasponu od -2 do +2, a u slučaju $MCXR=0$, ne postoje razlike u relativnom stepenu komparativne prednosti u izvozu u trgovini sa posmatranim tržištima. U slučaju $MCXR < 0$ relativni stepen komparativne prednosti u izvozu proizvoda sa posmatranim tržištem je relativno manja u odnosu na izvoz u svet. U slučaju $MCXR > 0$, relativni stepen komparativne prednosti u izvozu proizvoda sa posmatranim tržištem je relativno veći u odnosu na relativni stepen komparativne prednosti u izvozu proizvoda sa svetom.

Analogno izvozu, analiza uvoza prati se kroz model *tržišno orijentisanog stepena penetracije* (*Market Comparative Import Relation – MCIR*) koji se izračunava na sledeći način:

$$MCIR = MSIA_a^{i,m} - RSIA_a^i \quad (10)$$

koji predstavlja razliku između relativnog stepena penetracije u uvozu u trgovini sa posmatranim tržištem u odnosu na relativni stepen penetracije u uvozu u trgovini sa svetom. Dobijene vrednosti indeksa kreću se u rasponu od -2 do +2. U slučaju kada je $MCIR = 0$, ne postoji razlika u relativnom stepenu penetracije u uvozu sa posmatranim tržištima. U slučaju $MCIR < 0$, relativni stepen penetracije u uvozu proizvoda sa posmatranog tržišta je relativno manji u odnosu na relativni stepen penetracije u uvozu proizvoda sa svetom. U slučaju $MCIR > 0$, relativni stepen penetracije u uvozu proizvoda sa posmatranog tržišta je relativno veći u odnosu na relativni stepen penetracije u uvozu proizvoda sa svetom.

Slučajevi u kojima su dobijene vrednosti sva tri navedena indeksa različite od 0, prikazani su u tabeli 1.

⁷ Trgovina sa referentnim tržištem izračunata je na bazi *RSCA* modela koji je izrađen za potrebe izvoza (Laursen, 2015), ali je ista analogija u disertaciji primenjena i na uvoz (*RSIA*)

Tabela 1. Nivo komparativne prednosti/stepena penetracije u trgovini sa posmatranim tržištem u odnosu na referentno tržište

<i>MCXR</i> (raspon)	<i>MCIR</i> (raspon)	<i>MCTR</i> (raspon)	Komparativna prednost/ stepen penetracije
-2 < -1	-2 < -1	-2 < -1	Značajno niska/nizak
-1 < -0,5	-1 < -0,5	-1 < -0,5	Niska/nizak
-0,5 < 0	-0,5 < 0	-0,5 < 0	Umereno niska/nizak
0	0	0	Nema razlike
0 > 0,5	0 > 0,5	0 > 0,5	Umereno visok(a)
0,5 > 1	0,5 > 1	0,5 > 1	Visok(a)
1 > 2	1 > 2	1 > 2	Značajno visok(a)

Izvor: Interpretacija autora

Prikazivanje dobijenih rezultata prezentovani su u vidu slika, grafikona i tabela.

2. GENEZA NASTANKA EVROPSKE UNIJE - OD NACIONALNOG KA SUPRANACIONALNOM

2.1. Motivi i potrebe za integracijom evropskih država

Nakon Drugog svetskog rata, koji je nastao na krilima nacionalizma i rezultirao potpunom destrukcijom evropske ekonomije, otpočeo je Hladni rat⁸ koji je trajao sve do 1991. Evropa se podelila između Zapada i Istoka. Zapadni deo Evrope stavio se pod „zaštitu“ Sjedinjenih Američkih Država (SAD), dok je Istočni deo Evrope bio pod kontrolom Sovjetskog saveza. Nemačka kao poražena država u Drugom svetskom ratu, bila je mesto na kojem su se preplitali interesi Zapada i Istoka i koja je postala „geopolitički stožer XX veka“ (Dinan, 2010).

Mnoge države Centralne i Istočne Evrope bile su opustošene snažnim borbama koje su vodile na svojim teritorijama. Sa druge strane, države Zapadne Evrope nisu u toj meri bile izložene ratnim sukobima. SAD su iz Drugog svetskog rata izašle neoštećene i mnogo moćnije od drugih učesnica što je bio preduslov za stvaranje posleratnih ambicija prema Evropi. Cilj SAD-a bio je stvaranje međunarodnog ekonomskog sistema koji će biti zasnovan na stvaranju slobodnog tržišta. Kao instrumenti ovakve politike, a pod velikim uticajem SAD-a i Velike Britanije, nastali su Svetska banka, Međunarodni monetarni fond (MMF) i Svetska trgovinska organizacija (STO).

Komunističke partije su došle na vlast u gotovo čitavoj Istočnoj Evropi stvarajući diktatorske režime koji su otimali privatnu svojinu i uspostavljali plansku privredu. Sa druge strane, SAD su smatrale da je državama Zapadne Evrope neophodan ekonomski oporavak, politička stabilnost i vojna bezbednost

⁸ Istorijski posmatrano, postoje i mišljenja u kojima je Hladni rat počeo nakon Prvog svetskog rata, ali se može reći da je eskalacija ekonomskih, političkih i propagandnih sukoba svakako nastala nakon Drugog svetskog rata

kako bi se iskorenila mogućnost ponovnog konflikta na tlu Evrope, posebno imajući u vidu veoma kratko razdoblje između dva svetska rata.

Neposredno nakon Drugog Svetskog rata, počele su da sazrevaju ideje o ujedinjavanju evropskih država. Već 1946., Vinston Čerčil (Winston Churchill 1874-1965) je ukazao na potrebu uspostavljanja nekog oblika „Sjedinjenih evropskih država“ da bi godinu dana kasnije na osnovu ove inicijative bio osnovan „Pokret za ujedinjenu Evropu“ koji se zalagao za podsticanje saradnje među državama, ali se ujedno i protivio formiranju nadnacionalnih tela jer je u to vreme svakako bio prioritet obnavljanje nacionalnih ekonomija pre nego integracija Evrope. Iako se Čerčil pozitivno odnosio prema ideji snažnijeg povezivanja evropskih država, zvanični stav vlade Velike Britanije nije ni malo bio naklonjen ideji ujedinjavanja Evrope.

Ekonomski razorena Evropa, nakon Drugog svetskog rata suočava se sa nedostatkom hrane i goriva. SAD su razorenoj Evropi nastavile su da pomažu kroz instrument Ujedinjenih nacija za pomoć i oporavak. Tokom 1947., raspoloživi ekonomski pokazatelji nisu ukazivali na oporavak ekonomije u Evropi⁹, a izuzetno jaka zima 1947-48. , dodatno je otežala situaciju. Kao rezultat niske industrijske i poljoprivredne proizvodnje, kao i zbog malih potreba SAD-a za uvozom proizvoda, države Zapadne Evrope jednostavno nisu imali načina da „zarade“ dolare kako bi kupovali proizvode iz SAD-a. Činjenica je bila da je do tadašnja pomoć SAD-a koja je iznosila 9 milijardi američkih dolara (USD), nije pokazala željene rezultate (Cini, 2001).

Iako nisu imale politički podršku za nastavak finansijske pomoći Evropi, motivi SAD-a bili su veoma snažni¹⁰. Pre svega, ekonomski pokazatelji privrednog oporavka iz 1947. ukazivali su na potrebu za promenom kursa pomoći. Iako je dotadašnja finansijska pomoć SAD-a bila značajna, moralo se pristupiti sistematičnom pristupu podrške ekonomijama Zapadne Evrope. Sa druge strane, smatralo se da će Nemačka biti ključ oporavka ekonomije

⁹ Za drugačija viđenja, pogledati Milward, 1984

¹⁰ Za drugačija viđenja, pogledati Leontjev, 1948

Zapadne Evrope, dok je sama evropska integracija bila ključ za Francusku brigu za bezbednost usled oporavka i jačanja Nemačke. Smatralo se da će se upravo integracijom Evropskih država, a pre svega Nemačke i Francuske, otkloniti sve one greške nastale između dva svetska rata. Krajnji cilj je bio upravo da se Zapadna Evropa izvuče iz političke i ekonomske krize kako se prva polovina 90-tih godina XX veka ne bi ponovila. Treći, veoma značajan motiv, krio se u činjenici da su SAD uvidele da Zapadna Evropa može biti izuzetno značajna za njihov izvoz. U tom smislu, bilo je neophodno da se uspostavi takvo tržište koje će biti slično tržištu SAD-a: veliko, integrisano i efikasno. Na taj način, plasman proizvoda bi se u značajnoj meri olakšao, dok bi sa druge strane takvo tržište bilo veliki podsticaj privrednom rastu SAD-a. I na kraju, humanitarni motiv nije mogao biti izuzet. Iako je ovaj motiv veoma teško dokazati, nesporno je da se stabilizacijom političkih i ekonomskih prilika u Zapadnoj Evropi, otklone posledice humanitarnog razaranja, ali i eliminišu uzroci destrukcije u budućnosti (Cini, 2001). Džordž Maršal (George Marshall 1880-1959), koji je u to vreme bio generalni sekretar SAD-a, 1947. dobio je mandat da sačini skicu ekonomskog oporavka Evrope. Iako su u literaturi uvek govori o Maršalovom planu kao ekonomskom programu, „Maršalov plan pre svega je bio osmišljen da ostvari političke ciljeve“ (Milward, 1984).

Tokom četvorogodišnje primene Maršalovog plana (1948-1951), SAD su donirale 12,6 milijardi USD¹¹ u 16 evropskih država¹² što je ekvivalent današnjoj vrednosti od oko 130 milijardi USD.

Iako se u literaturi mogu naći različita mišljenja oko nivoa uspešnosti Maršalovog plana, može se zaključiti da je Maršalov plan značajno doprineo ekonomskom oporavku Zapadne Evrope, ali i stvorio veoma dobre temelje za

¹¹ Pored sredstava obezbeđenih Maršalovim planom, SAD su u posleratnom period do 1947. godine obezbedile još 14 milijardi američkih dolara kroz direktna davanja ili zajmove koje su prevashodno bile usmerene na obnovu infrastrukture i pomoć izbeglim licima

¹² Austrija, Belgija i Luksemburg, Danska, Francuska, Zapadna Nemačka, Grčka, Island, Irska, Italija, Holandija, Norveška, Portugal, Švedska, Švajcarska, Turska i Velika Britanija

buduću snažniju integraciju evropskih država. Iako je sam Maršalov plan imao za cilj da podstakne saradnju između zapadno evropskih država, institucionalizacija te saradnje nije postojala. Maršalov plan nije bio toliko ambiciozan u ovom pogledu, ali je svakako ukazivao na potrebu međusobne saradnje. Veoma brzo, pokazalo se da je međusobna saradnja Zapadno evropskih država nužna iz političkih, društvenih i ekonomskih razloga, ali pitanje koje će se iznova postavljati jeste na kom nivou ta saradnja može da se ostvari (Wexler, 2001)?!

2.2. Integracija evropskih država - međuvladina saradnja versus nadnacionalna organizacija

Ideja o neophodnosti integracije zapadno evropskih država, posle Drugog svetskog rata, bila je veoma aktuelizovana, iako su postojala potpuno oprečna mišljenja o tome koji je najadekvatniji mehanizam integracija. Motivi koji su stanovnike Evrope naveli da se ujedine, bili su raznoliki od uspostavljanja demokratije, preko želje za slobodom i mobilnošću, do stvaranja zajedničkog tržišta kao instrumenta stvaranja ekonomskog blagostanja (Vajdenfeld, 2010).

Prva konkretna aktivnost u pogledu integracije evropskih država ostvarena je 1948. kada je nastala Zajednička carinska unija pod nazivom Beneluks koju su činile tri države članice: Holandija, Belgija i Luksemburg. Osnovni cilj Beneluksa bio je potpuna ekonomska integracija koja je podrazumevala slobodu kretanja poljoprivrednih i gotovih proizvoda, kretanje radne snage i kapitala. Iako Beneluks kao zajednička carinska unija nije u potpunosti bila efektivna do 1958., i koja nije imala značajniju ulogu u stvaranju nadnacionalnih institucija u budućnosti, vreme je pokazalo da je upravo ovaj sporazum bio prvi sporazum koji je nedvosmisleno ukazivao na potrebu za čvršćom saradnjom među evropskim državama.

Na predlog francuskog komesara za planiranje Žana Monea (Jean Monnet 1888-1979), francuski ministar inostranih poslova Robert Šuman

(Robert Schuman 1886-1963) 9.maja 1950. predstavlja plan o integraciji evropske proizvodnje uglja i čelika, dva izuzetno značajna resursa tokom Drugog svetskog rata¹³. Kao rezultat pregovora, aprila 1951., Francuska, Nemačka, Italija, Belgija, Holandija i Luksemburg potpisuju Pariski ugovor o osnivanju Evropske zajednice za uglj i čelik (EZUČ) koji stupa na snagu 23.jula 1952. O vizionarskom pristupu političke elite tog doba, govori i činjenica da je ugovor potpisan na period od 50 godina. Iako je poziv za ulazak u EZUČ bio otvoren prema svima, Velika Britanija nije uzela učešće u ovom telu pre svega ne želeći da umanjí svoj suverenitet uspostavljanjem bilo kakve nadnacionalne organizacije. Formiranjem EZUČ, uspostavljena je nadnacionalna organizacija u jednoj od najznačajnijih oblasti tog vremena, čime je napravljen prvi korak na putu ka stvaranju EU. Kao konkretan rezultat rada EZUČ, već naredne godine ukidaju se carine i količinska ograničenja u prometu čime se stvara zajedničko tržište uglja i gvožđa.

Jedan od najznačajnijih događaja u nastanku Evropske unije jeste potpisivanje Rimskog sporazuma o osnivanju Evropske zajednice za atomsku energiju (Evroatom) i Evropske ekonomske zajednice (EEZ) od strane država članica EZUČ koja je bila i osnovana sa ciljem da obuhvati sve ekonomske integracije onih oblasti koje nisu pokrivené delokrugom rada EZUČ i Evroatoma. Sporazum je predviđao smanjivanje carinskih stopa i uvođenju zajedničke carinske politike, slobodno kretanje ljudi, robe, usluga i kapitala. U domenu institucionalizacije EEZ, ustanovljena je potreba za zajedničkom

¹³ Istorijski posmatrano, Francuska proizvodnja čelika bila je uslovljena nedostatkom rude gvožđa koje je pak sa druge strane bilo veoma mnogo u Nemačkoj. Značaj ove inicijative oslikava neophodnost otklanjanja starog neprijateljstva između Francuske i Nemačke. Vreme će kasnije pokazati da je svaki napredak u formiranju EU bio rezultat dogovora koji je postignut upravo između Francuske i Nemačke. Ovakvim sporazumom, Francuska je dobila mogućnost da delimično upravlja Nemačkim rezervama uglja, dok je Nemačka dobila mogućnost da učestvuje u međunarodnim pregovorima.

saradnjom tri institucije: Savet, Komisija i Evropski parlament (Treaty establishing the European Economic Community, 1957).

Kao konkretan rezultat Rimskog sporazuma, šest država članica EEZ 1968. ulaze u Carinsku uniju u kojoj su eliminisane obaveze između država članica, sa jedne strane, i uspostavljena je jedinstvena carinska politika prema ostalim državama u pogledu kretanja roba, sa druge strane. Upravo ovaj događaj može se smatrati začetkom Zajedničke trgovinske politike EU.

Velika Britanija, kao značajna politička figura tog vremena, protivila se ulasku u EEZ pre svega zbog protivljenja ideji stvaranja nadnacionalnih institucija koje će zadirati u suverenitet država članica, ali i zbog ekonomskih i političkih veza sa britanskim kolonijama (države Komonvelta). Nakon što su pregovori sa Velikom Britanijom o ulasku u EEZ propali, Velika Britanija zajedno sa Austrijom, Danskom, Norveškom, Portugalom, Švedskom i Švajcarskom 1960. u Štokholmu osniva Evropsku zonu slobodne trgovine (EFTA)¹⁴.

Pored suštinske razlike u ciljevima i motivima uspostavljanja EEZ i EFTA, postojala je i značajna razlika u domenu definisanja same spoljnotrgovinske politike. Naime, države EFTA nisu imale zajedničku carinsku politiku što je dovelo do toga da su članice EFTA bile slobodne da samostalno definišu carinske stope prema državama ne-članicama EFTA-e, odnosno imale su mogućnost da samostalno potpisuju sporazume o slobodnoj trgovini sa državama koje ne pripadaju EFTA regionu.

Nakon što je EEZ počela da ostvaruje izuzetno visok ekonomski rast u poređenju čak i sa SAD-om u to doba, Velika Britanija je shvatila da je odbijanjem da uđe u EEZ napravila veliku grešku. Svega četiri godine nakon osnivanja EEZ, Velika Britanija podnosi zahtev za ulazak u EEZ. Međutim, proširivanje EEZ bio je veoma težak proces pre svega zbog veoma tvrde politike

¹⁴ Uspostavljanje EFTA-e nije imalo za cilj nikakvu političku integraciju, već samo uspostavljanje slobodne trgovinske zone koja je obezbedila progresivno ukidanje carinskih dažbina na industrijske proizvode, bez uključivanja poljoprivrednih proizvoda.

Francuske šezdesetih godina XX veka. Naime, Francuska je imala viziju da EEZ treba da postane treće supersila u odnosu na Sovjetski Savez i SAD, a bliske veze Velike Britanije i SAD-a bile su osnovni razlog za odbijanje ulaska Velike Britanije u EEZ u dva navrata šezdesetih godina XX veka.

Tek promenom vlasti u Francuskoj, dolazi do određenih pomaka u pogledu proširenja EEZ, da bi na Konferenciji održanoj u Hagu decembra 1969., bila doneta odluka o proširenju na države severa. U članstvo su pozvane Velika Britanija, Irska, Norveška i Danska od kojih jedino Norvežani na referendumu odbijaju da postanu deo EEZ. Od 1973., EEZ čini ukupno devet država članica.

Iako proširena EEZ, nesigurnost oko pitanja daljeg unapređenja ekonomskih i političkih integracija država članica i dalje je postojala. U to vreme, nakon dugog niza ekonomski prosperitetnih godina, Evropa se suočava sa ekonomskom krizom koja se manifestuje kroz porast inflacije i nezaposlenosti, te verovanje u neophodnost snažno integrisane Evrope opada, a prvi put se pojavljuje i termin „evroskepticizam“. Iako se činilo da poverenje u ideju snažne integracije evropskih država opada, period koji je usledio bio je izuzetno značajan za nastanak EU.

Tokom osamdesetih godina, EEZ postaje veoma značajan ekonomski i politički gigant koji postaje sve privlačniji za ostale evropske države. Krajem osamdesetih i početkom devedesetih godina XX veka, dolazi i do značajnih političkih promena u Evropi. Godine 1989. dolazi do „pada“ berlinskog zida i ujedinjenja Zapadne i Istočne Nemačke koja simbolizuje kraj višedecenijskog rasepa Zapada i Istoka. U istom periodu, u državama Centralne i Istočne Evrope dolazi do pada komunističkih režima koje su svoju šansu napretka videle upravo u integraciji sa državama EEZ.

Politički odnosi krajem osamdesetih i početkom devedesetih godina XX veka, doveli su do najznačajnijih reformi što je 1992. dovelo do potpisivanja Ugovora o osnivanju Evropske unije (tzv. Ugovor iz Mاستrihta).

Ugovor o EU predstavlja najznačajniji dokument u budućoj snažnoj integraciji evropskih država pre svega zbog definisanih ciljeva Unije koji predstavljaju

najveću integraciju evropski država u istoriji. Ugovor definiše postojanje tzv. tri stuba: Evropska zajednica, Zajednička spoljna i bezbednosna politika i Pravosuđe i unutrašnji poslovi. Prvi stub pod nazivom Evropska zajednica veoma je značajan jer se nadnacionalnim institucijama (Evropska Komisija, Evropski Parlament i Evropski sud pravde) daje više moći i uticaja, dok preostala dva stuba imaju više prirodu saradnje na međuvladinom nivou¹⁵.

Dokaz da je EEZ, sada već EU, politički i ekonomski značajan, i u velikoj meri uspešan projekat, govori i činjenica da je naredni period obeležen nizom proširenja na nove države članice, kojih u 2016. ima ukupno 28.

Iako se od prve inicijative ujedinjavanja evropskih država nakon Drugog svetskog rata mnogo radilo na uspostavljanju nadnacionalnih institucija, možemo reći da je danas u EU još uvek u značajnoj meri zastupljen princip međuvladine saradnje po mnogim pitanjima, odnosno izvršna i zakonodavna vlast podeljena je između dve međudržavne institucije: Evropski Savet i Savet Evrope i dve nadnacionalne institucije: Parlament i Komisija. „U svakom slučaju, bilo je naivno očekivati radikalno redizajniranje institucionalnog poretka koji rukovodi Unijom jer su nacionalni lideri bili motivisani sa dva, donekle kontradiktorna impulsa, prilikom osmišljavanja Ugovora iz Lisabona: hteli su da učine EU demokratičnijom uz izbegavanje bilo kog procesa izgradnje države“ (Pech, 2011).

Nesporno je da je u proteklih šest decenija Evropa pretrpela značajne promene. Veliki pomaci su napravljeni u realizaciji Čerčilove ideje o stvaranju „Sjedinjenih evropskih država“. Za očekivati je da će evropski lideri nastaviti da ingerencije EU u sve većoj meri prenose na nadnacionalne institucije, ali je

¹⁵ Davanje prioriteta međuvladinoj saradnji u odnosu na nadnacionalne institucije u oblastima spoljne i bezbednosne politike i pravosuđa i unutrašnjih poslova rezultat su kompromisnog rešenja na primedbe Velike Britanije da bi uspostavljanjem nadnacionalnih institucija u ovim sferama došlo do značajnog narušavanja nacionalnih interesa. Upravo u sferama spoljne i bezbednosne politike i politike pravosuđa i policije uloga Komisije, Parlamenta i Suda pravde je značajno ograničena

činjenica da taj put neće ni malo biti lak. Proširivanjem EU na Istok, proces donošenja odluka se u velikoj meri komplikuje, neravnomernost društvenog blagostanja u Evropi se i dalje značajno razlikuje, a evroskepticizam u pojedinim državama članicama je sve izraženiji.

U EU se danas sve manje govori o novim proširenjima na preostale države evropskog kontinenta pre svega iz razloga opterećenosti EU svojim internim problemima. Svetska ekonomska kriza, koja je doprinela poremećajem ekonomskog blagostanja u EU, ali i kriza na Bliskom Istoku praćena velikim brojem izbeglica koje svoj bolji život traže unutar EU, u velikoj meri opterećuju države članice, čime i aktuelnost pitanja daljeg proširenja na Istok gubi na značaju. U tom kontekstu, Srbija, koja se nada da će postati 29. država članica EU, ima dug put i nimalo lak zadatak pred sobom. Da li će Srbija postati članica EU, zavisi od ispunjavanja dva važna preduslova. Prvi preduslov je politički, koji podrazumeva da postoji nedvosmislena volja država članica EU za proširenjem. Ispunjavanje ovog preduslova, u uskoj je vezi sa usaglašavanjem domaćih politika sa politikama i standardima EU kao drugog, u najmanju ruku, podjednako značajnog preduslova. Naime, nesporna je tesna povezanost dva navedena preduslova, ali je činjenica da Srbija intenzivnim usaglašavanjem nacionalnog zakonodavstva zasnovanim na vrednostima koje neguje EU i usaglašavanje spoljne politike sa politikom EU, u velikoj meri stvara preduslove za donošenje političke odluke o prijemu novih država članica EU. Danas, EU je suočena sa mnogim problemima koje pokušava da reši te nije voljna da „uvozi“ nove „probleme“. U tom kontekstu, Srbija mora da pokaže da vođenjem odgovorne politike, sa pravom može da bude 29. član EU. Prvi praktičan korak na putu integracija sa EU, jeste u oblasti trgovinske politike u stvaranja carinske unije sa EU.

2.3. Zajednička agrarna politika Evropske unije – impuls razvoja agrarne proizvodnje

Kao što je ranije rečeno, Drugi svetski rat, osiromašio je Evropu, ekonomski je razorio i politički destabilizovao. U sveukupnoj društvenoj i ekonomskoj distorziji, poljoprivredna proizvodnja se značajno smanjila što je dovelo do nedostatka hrane u posleratnom periodu. Ukoliko se kao bazni period uzme 1935-38. godina, nivo poljoprivredne proizvodnje u periodu 1945/46. i 1946/47. u odnosu na predratni period iznosio je: u Belgiji 58% i 72% (respektivno), u Austriji 56% i 63%, u Francuskoj 50% i 73%, u tri zapadne zone Nemačke 68% i 65%, u Grčkoj 41% i 77%, u Italiji 79% i 77%, u Holandiji 56% i 79%, u Portugalu 80% i 95% i u Švajcarskoj 90% i 87% (Leontjev, 1948). Na osnovu navedenih podataka, jasno je da nisu sve države imale podjednako značajan pad poljoprivredne proizvodnje. U Nemačkoj i Francuskoj, kao dvema najvećim evropskim državama, značajno je opala poljoprivredna proizvodnja što je bila slična situacija i u državama kao što su Grčka, Austrija, ali i Belgija i Holandija koje su tradicionalno bile jedni od većih proizvođača hrane. Sa druge strane, u pojedinim državama, kao što su Italija, Portugal i Švajcarska, iako je došlo do pada obima poljoprivredne proizvodnje, on nije bio toliko alarmantan kao u drugim državama.

Kao posledica neophodnosti za ujedinjavanjem evropskih država u posleratnoj Evropi, ukazala se potreba i za stvaranjem zajedničkog tržišta i zajedničkih politika što je i u sferi poljoprivrede dovelo do stvaranja Zajedničke agrarne politike (ZAP) koja vuče svoje korene u Rimskom sporazumu iz 1957.

Nastanak ZAP, pre svega je motivisan unapređenjem poljoprivredne proizvodnje kako bi se obezbedila prehrambena sigurnost evropskih država, da bi se tek nakon 30 godina primene akcenat stavio i na druge aspekte kao što su konkurentnost, održivost, kohezija i unapređenje efikasnosti agrarne politike (*Grafikon 1.*). Međutim, „ZAP u okviru EU podrazumeva sistem poljoprivrednog protekcionizma, sačinjenog od kombinacije mehanizama:

odbrambeni protekcionizam, koji se odnosi na zaštitu domaće proizvodnje i prihoda farmera, i ofanzivni protekcionizam koji je uspostavljen da ohrabri i obezbedi podršku izvozu i izvozno orijentisanim farmerima“ (Marković, Marković, 2014).

Vremenom je ZAP morala da prati tendenciju liberalizacije trgovine kao faktora privrednog razvoja, ali se zbog socijalne uloge poljoprivredne proizvodnje u društvu, liberalizacija u trgovini agroindustrijskim proizvodima odvijala teže i duže nego u slučaju industrijskih proizvoda što je bilo posebno izraženo u GATT (*Opšti sporazum o carinama i trgovini*) rundama pregovora. „Zajednička agrarna politika postaće tokom narednih decenija najveća, najsloženija i najskuplja politika koju EU sprovodi“ (Bogdanov, 2011).

Grafikon 1. Istorijski razvoj Zajedničke agrarne politike EU



Rane godine (60-te)	Krizne godine (70-te, 80-te)	Reforma 1992	Agenda 2000	Reforma 2003	Zdravstvena provera 2008	Post 2013 reforma
Cenovna podrška Unapređenje produktivnosti Stabilizacija tržišta	Prekomerna proizvodnja Rast troškova Međunarodna neslaganja Kontrola snabdevanja	Snizavanje cena i kompenzaciona plaćanja Smanjenje viškova Stabilizacija prihoda i budžeta	Produblivanje reformskog procesa Ruralni razvoj	Orijentacija ka tržištu Plaćanja po hektaru Briga o potrošačima Životna sredina Proširenje EU	Ojačavanje reforme 2003 Kvote za mlečne proizvode	Ozelenjavanje Ciljanje Redistribucija Kraj proizvodnim ograničenjima Lanac ishrane Istraživanje i inovacije

Izvor http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/index_en.htm

Veoma izražen protekcionizam prema poljoprivrednom sektoru u okviru tadašnje EEZ, doveo je do stvaranja većeg nivoa cena agroindustrijskih proizvoda u odnosu na svetsko tržište što je doprinelo značajnom povećanju nivoa poljoprivredne proizvodnje, pre svega kao rezultat uspostavljanja sistema zagarantovanih cena. Stvaranje tržišnih viškova, dovelo je do potrebe za

podsticanjem izvoza, koji je mogao da se unapredi samo kroz direktnu finansijsku podršku izvozu kako bi cene agroindustrijskih proizvoda iz Evrope bile konkurentne na tržištu.

S početka primene ZAP, nivo produktivnosti poljoprivrednih proizvođača bio je na niskom nivou. Mnogi farmeri su poslove u štalama i na njivama obavljali ručno, što je zahtevao finansijska ulaganja u renoviranje i nabavku nove opreme što je kroz ZAP i obezbeđeno. Povećani dohodak na farmi, omogućio je i veću kreditnu aktivnost proizvođača, te nabavku mineralnih đubriva i kvalitetnog semena što je takođe doprinelo povećanju produktivnosti.

Visok protekcionizam u evropskoj poljoprivredi, kosio se sa principima liberalizacije trgovine koja se nakon osnivanja GATT-a uspešno odvijala na polju industrijskih proizvoda. Izvoz agroindustrijskih proizvoda u EEZ bio je veoma skup što je izazivalo nezadovoljstvo evropskih trgovinskih i političkih partnera. Pod dejstvom pritiska evropskih partnera, ali i neodrživosti postojećeg sistema podsticanja razvoja agrarnog sektora, već nakon desetak godina primene ZAP, sprovodi se prva reforma. Naime, problem stvaranja značajnih tržišnih viškova, zahtevao je sprovođenje strukturnih reformi i smanjivanje zagarantovanih cena čime bi se doprinelo smanjenju već značajno naraslih troškova ZAP.

Tokom sedamdesetih i osamdesetih godina, problem tržišnih viškova u pojedinim sektorima, pre svega u proizvodnji mleka i šećera, bio je značajno izražen, a zbog visokih cena u odnosu na svetsko tržište, izvoz se odvijao uz pomoć izvoznih subvencija¹⁶. Za proizvode koje nije bilo moguće izvesti u datom momentu, obezbeđivalo se skladištenje unutar EEZ. Sve navedeno,

¹⁶ Rezultat stvaranja viškova agroindustrijskih proizvoda bio je višestruk: primena tehničkih inovacija, porast kapitalnih investicija u poljoprivredi, rast veličine farmi i uloga agrarne politike u minimiziranju rizika u poljoprivrednoj proizvodnji, kao i stagnacija tražnje za hranom (pre svega kada se govori o sirovinama) i malim rastom populacije. Kao rezultat navedenog, došlo je do rasta produktivnosti, odnosno rasta prinosa (Wilkinson, 1980).

doprinelo je povećanju izdataka ZAP, ali istovremeno i narušavanju trgovinskih odnosa na svetskom tržištu, što je vremenom naišlo na negodovanje poreskih obveznika, sa jedne strane i evropskih trgovinskih partnera, sa druge strane. U istom periodu, zbog povećane upotrebe mineralnih đubriva i pesticida, po prvi put se ukazuje na potrebu rešavanja pitanja ekoloških problema prouzrokovanih poljoprivrednom proizvodnjom.

Tokom osamdesetih godina XX veka, težnja agrarne politike bila je da se obezbedi usklađivanje ponude i tražnje na tržištu agroindustrijskih proizvoda. Kao odgovor na značajne tržišne viškove, 1984. uvode se kvote na proizvodnju mleka koje su već ranije uvedene u proizvodnji šećera, kao posledica rasta proizvodnje usled rasta produktivnosti (Gilbert, 1987). U ovom periodu se po prvi put uočava problem i u proizvodnji vina te se ukazuje na potrebu da se ograniči proizvodnja stonih vina, odnosno da se podstiče proizvodnja kvalitetnih i vrhunskih vina i to pre svega kroz ograničenje površina po vinogradima i kroz rejonizaciju vinogradarskih područja pogodnih za proizvodnju kvalitetnih i vrhunskih vina.

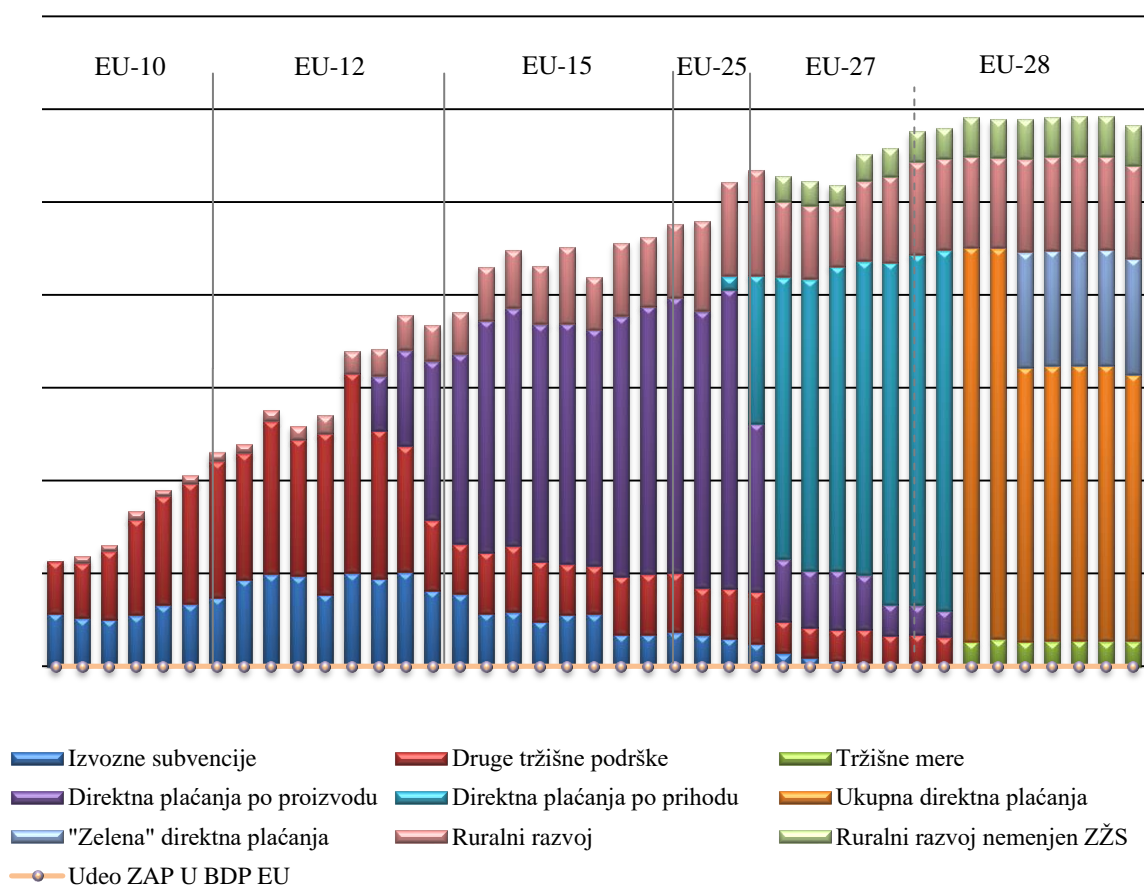
Reforma ZAP u narednim godinama doprinela je značajnoj promeni u strukturi finansijske podrške poljoprivrednim proizvođačima (*Grafikon 2.*), a sa ciljem stvaranja tržišno orijentisanog agrarnog sektora, sposobnog da se takmiči na međunarodnom tržištu.

ZAP je od momenta nastanka zauzimala značajno mesto u budžetu EU, a sve u pravcu ostvarivanja ciljeva ZAP u vremenu u kojem se politika realizovala. Ukoliko bismo posmatrali period od 1980., možemo zaključiti da su nominalna izdvajanja za ZAP rasla iz godine u godinu, dok je udeo u ukupnom budžetu EU iznosio preko 70% s početka osamdesetih godina XX veka. Jedan od razloga rasta izdvajanja, jeste neophodnost finansiranja definisanih mera ZAP, dok je sa druge strane rast prouzrokovan povećavanjem broja država članica EU. Udeo finansijskih izdvajanja u BDP EU varirao je u intervalu od 0,5% u do 0,66%. Najniže učešće ZAP u BDP EU ostvaren je 1981., dok je najveće učešće ostvareno 1993. Velika finansijska izdvajanja dovodila su do

poremećaja u proizvodnji agroindustrijskih proizvoda te samim tim i poremećaja u međunarodnoj trgovini o čemu je ranije pisano. Upravo ti poremećaji, zahtevali su promene u ZAP te je vremenom udeo finansijskih izdvajanja za ZAP u BDP EU počeo da opada. Tako je već 1995. udeo ZAP u BDP EU iznosio 0,56%, da bi tokom programskog perioda 2007-2013 udeo ZAP u BDP EU iznosio oko 0,44%.

Grafikon 2. Struktura izdvajanja finansijskih sredstava u okviru ZAP 1980-2020 izraženo u milijardama EUR u tekućim cenama uključujući

mlrd EUR



Izvor: Generalni direktorat za poljoprivredu i ruralni razvoj, Evropska Komisija, Brisel, 2015

U trenutno važećem programskom periodu, udeo ZAP u ukupnom budžetu EU sveden je na nivo od 38,9% što je smanjenje u odnosu na 43%

koliko je bio udeo ZAP u budžetu EU u prethodnom programskom periodu 2007-2013.

U procesu proširenja, EU je razvila niz programa podrške agroindustrijskom sektoru budućih država članica kojima se teži podsticanje usaglašavanja sa standardima EU, kako bi se u tranzicionom periodu obezbedio konkurentan nivou agrarnog sektora (Stegić, Filipović, 2014).

2.4. Zajednička trgovinska politika Evropske unije - osnova razvoja trgovinskih odnosa

Nakon Drugog svetskog rata, SAD i EU veoma snažno su podržavale uspostavljanje multilateralnih trgovinskih pravila, u cilju unapređenja međunarodne trgovinske saradnje liberalizacijom svetskog trgovinskog sistema. Već 1944., na Monetarnoj i finansijskoj konferenciji ujedinjenih naroda (poznatija kao Bretton Woods konferencija) prepoznala se potreba za institucionalizacijom međunarodne trgovine koja je rezultirala osnivanjem *Međunarodnog monetarnog fonda (MMF)* i *Međunarodne banke za obnovu i razvoj (IBRD)* koji su počeli sa radom već naredne, 1945. Pored institucionalizacije, konkretan rezultat unapređivanja međunarodne trgovine bilo je potpisivanje multilateralnog sporazuma pod nazivom *Opšti sporazum o carinama i trgovini (GATT)* 1947. u Ženevi od strane 23 države¹⁷. Sporazum je inicijalno bio zamišljen da bude privremeni instrument koji će biti na snazi do osnivanja Međunarodne trgovinske organizacije 1948. S obzirom da Senat SAD nije ratifikovao sporazum o osnivanju Međunarodne trgovinske organizacije, GATT je ostao jedini multilateralni trgovinski sporazum sve do 1995. kada je osnovana *Svetska trgovinska organizacija (STO)*.

Osnovni cilj GATT-a bio je da smanji trgovinske barijere, sa posebnim akcentom na carine kao osnovnim instrumentom spoljnotrgovinske zaštite.

¹⁷ Australija, Belgija, Brazil, Burma, Kanada, Ceylon (današnja Šri Lanka), Čile, Kina, Kuba, Čehoslovačka, Francuska, Indija, Liban, Luksemburg, Holandija, Novi Zeland, Norveška, Pakistan, Južna Rodezija (današnji Zimbabve), Sirija, Južna Afrika, Velika Britanija i SAD

Naime, odredbama GATT-a propisano je da su carine jedini dozvoljeni oblik zaštite u međunarodnoj trgovini te se sve ostale barijere moraju ukinuti, odnosno prevesti na formu zaštite putem carinskih stopa. Iako je osnovni zadatak bio smanjenje carinskih stopa u cilju podsticanja međunarodne trgovine dobara, vremenom su pregovori vođeni i o necarinskim barijerama. Od potpisivanja GATT-a održano je osam rundi pregovora¹⁸.

EU je danas svakako jedan od najznačajnijih spoljnotrgovinskih aktera na međunarodnoj sceni, i predstavlja "najznačajniji izvor dobara u svetu" (Curran, Zignago, 2009). Razloge za takvu poziciju treba tražiti u prvim naporima da se obezbedi integracija evropskog tržišta potpisivanjem Rimskog sporazuma i osnivanjem EEZ čime se težilo uspostavljanju jedinstvene politike međusobne trgovine i trgovine sa ne-članicama EEZ poznatije pod nazivom *Zajednička trgovinska politika* koja sa *Zajedničkom agrarnom politikom* i *Politikom zaštite konkurencije* predstavljaju jedine istinski centralizovane politike u EU.

Zajednička trgovinska politika EU bazira se pre svega na principu uniformnosti koji podrazumeva da se sva pitanja vezana za spoljno-trgovinsku politiku rešavaju na nivou EU, a ne na nivou država članica. To konkretno znači da su ingerencije u sferi spoljne trgovine prenete sa nacionalnih nivoa na nadnacionalne institucije. Pored uniformnosti, veoma je značajan i princip asimilacija uvezenih roba i usluga. Naime, asimilacija podrazumeva da svaka uvezena roba ili usluga uživa sve beneficije na zajedničkom tržištu bez ikakve diskriminacije. U odnosu prema trećim državama, Zajednička trgovinska politika EU promoviše i princip odsustva diskriminacije po ugledu na dobru praksu koja se primenjuje u STO.

Uspех u sprovođenju Zajedničke trgovinske politike ima svoje uporište u snažnim i dobro organizovanim nadnacionalnim institucijama EU. Evropska Komisija, kao operativni organ ima isključivu nadležnost u implementaciji Zajedničke trgovinske politike, ima mogućnost da predlaže nove inicijative

¹⁸ Deveta runda pregovora do momenta zaključivanja ovog rada nije okončana

Savetu Ministara i upravlja carinskim tarifama. U slučajevima kada EU pregovara sa trećim državama kao i u pregovorima u okviru STO, EU zastupa Evropska Komisija, a na osnovu mandata koji dobija od Saveta Ministara.

Zajednička trgovinska politika EU sprovodi se kroz niz instrumenata od kojih je najznačajniji instrument politika carinskih stopa koja je primenjena od osnivanja Carinske unije 1968. Stupanjem Carinske unije na snagu, ukinute su međusobne dažbine između država članica EEZ, i uspostavljena je *jedinstvena carinska politika* prema trećim državama. U 2013., prosečna carinska stopa za sve proizvode iznosila je 5,5%, dok je na nepoljoprivrednim proizvodima prosečna carinska stopa iznosila 4,2% što se svakako može smatrati niskom carinskom stopom. Iznad prosečne carinske stope u segmentu nepoljoprivrednih proizvoda pre svega se odnose na osetljive grupe proizvoda kao što su riba i proizvodi od ribe (11,8%), odeća (11,5%) i tekstil (6,5%). Iako EU ima nisku prosečnu stopu kod svih grupa proizvoda, kod poljoprivrednih proizvoda, prosečna carinska stopa značajno je veća i iznosi 13,5%. U strukturi poljoprivrednih proizvoda, najveće prosečne carinske stope odnose se na grupu mlečnih proizvoda (53,9%), šećera i konditora (23,2%), pića i duvana (21,2%) i životinjskih proizvoda (23,2%) (WTO, 2014).

EU snažno podržava multilateralizam i veoma je aktivna u pregovorima u okviru STO kako bi se obezbedio nesmetani protok roba i usluga. Osnovni princip u STO je princip najpovlašćenije nacije koji podrazumeva da se iste trgovinske preferencije moraju dati svim državama članicama STO kako bi se izbegla diskriminacija. Sa druge strane, EU je razvila najširu mrežu preferencijalnih trgovinskih sporazuma u odnosu na bilo koju državu članicu STO. Naime, propisi STO dozvoljavaju mogućnost uspostavljanja regionalnih sporazuma koji su u formi carinskih unija.

Trgovinske preferencije u EU, generalno se mogu prikazati kroz nekoliko nivoa (*Grafikon 3.*). Na vrhu piramide jeste *članstvo u EU* koje podrazumeva najviši mogući oblik integracije tržišta čime se obezbeđuje primena Zajedničke

trgovinske politike EU¹⁹. Niži oblik međusobne trgovinske saradnje sprovodi se na nivou *Sporazuma o pridruživanju* kojima se stvaraju carinske unije ili se potpisuju sporazumi o slobodnoj trgovini između EU i trgovinskog partnera. Takvi sporazumi, najčešće pored pitanja slobodnog kretanja robe, regulišu i druga pitanja kao što su pitanje standarda, kretanja ljudi i sl. Niži oblik međusobne trgovinske saradnje jesu *Slobodne trgovinske zone* koje EU uspostavlja na nivou bilateralnih sporazuma kako bi se unapredila međusobna trgovinska saradnja između EU i trgovinskih partnera. EU ima niz takvih sporazuma kao što su sporazumi sa Čileom (2003.), Južnom Korejom (2010.), Meksikom (2000.), Južnom Afrikom (2000.) i drugima. *Nerecipročne preferencije* koje EU odobrava državama u razvoju u okviru Generalnog sistema preferencija (GSP) kroz različite mere podsticaja, a pre svega kroz snižavanje ili ukidanje namena na uvoz proizvoda. Davanjem preferencijalnih trgovinskih uslova, EU ne zahteva reciprocitet od svojih trgovinskih partnera. GSP je ustanovljen 1971. i od tada je revidiran nekoliko puta.

Na dnu piramide, nalaze se države koje nemaju nikakve trgovinske sporazume, a koje izvoze u EU u okviru tretmana *najpovolšćenije nacije (MFN)*. Iako je veoma mali broj država sa kojima EU trguje po MFN principu, ipak treba imati u vidu da one obuhvataju oko 30% ukupnog uvoza roba, pre svega zbog činjenice dasu u ovoj grupi značajni trgovinski partneri EU kao što su SAD, Japan, Australija i druge države.

Iako je regionalizam kao način uspostavljanja trgovinske saradnje kroz mehanizme trgovinskih sporazuma i danas veoma zastupljen, može se reći da je uspostavljanje GATT trgovinskog sistema, koji je kasnije prerastao u STO, imao izuzetno značajan uticaj na međunarodnu trgovinu. Sam podatak da se preko 95% obima svetske trgovine obavlja preko država članica STO, te da je obim svetske trgovine rastao iz godine u godinu, jasan je pokazatelj da je liberalizacija svetske bazirane na multilateralizmu model koji će i u buduće

¹⁹ Uključujući i ZAP i Politiku zaštite konkurencije

dominirati u svetskoj trgovini bez značajnijih uticaja drugih, regionalnih oblika međutrgovinske razmene.

Grafikon 3. Piramida trgovinskih preferencija u EU



Izvor: Conconi, 2009

Srbija, kao država kandidat za članstvo u EU, svoje trgovinske odnose regulisala je potpisivanjem *Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju (SSP)* sa EU, o čemu će u nastavku biti više reči.

3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

3.1. Spoljnotrgovinska razmena agroindustrijskih proizvoda Republike Srbije – multilateralni i bilateralni sporazumi

Nakon 90-tih godina prošlog veka, Srbija je ponovo radila na izgradnji svojih pokidanih političkih i ekonomskih veza što je, u trgovinskom smislu, rezultiralo nizom bilateralnih i multilateralnih sporazuma. Na taj način, stvarani su preduslovi za unapređenjem trgovinskih odnosa, pre svega sa državama u okruženju, ali i van evropskog kontinenta. Republika Srbija potpisala je niz aktuelnih bilateralnih i multilateralnih sporazuma kojima se teži unapređenju međusobne spoljnotrgovinske razmene liberalizovanjem carinskih ograničenja. Sporazumi o liberalizaciji trgovine potpisani su sa Ruskom federacijom²⁰, Kazahstanom, Belorusijom, EFTA regionom²¹, CEFTA regionom²² i, konačno, sa EU.

Najznačajniji trgovinski partner Srbije u razmeni agroindustrijskih proizvoda je EU (*Grafikon 4.*). Naime, u 2014. Republika Srbija ostvarila je obim spoljnotrgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda sa svetom u iznosu od 3,2 milijarde EUR što čini 12,2% ukupnog obima spoljnotrgovinske razmene Srbije sa svetom. Najznačajniji trgovinski partner Republike Srbije u trgovini agroindustrijskim proizvodima je EU sa ukupnim udelom u trgovini od 52,9%, dok se na drugom mestu nalaze države CEFTA regiona sa ukupnim udelom od 26%.

Iza EU i CEFTA regiona, nalazi se Ruska federacija sa udelom od 8,4%, Brazil sa udelom od 1,9%, Turska sa udelom od 1,5% i SAD sa udelom od 1,2%. Sve ostale države učestvuju u obimu trgovine agroindustrijskim proizvodima sa udelom manjim od 1%. Posmatrajući najznačajnije države u razmeni

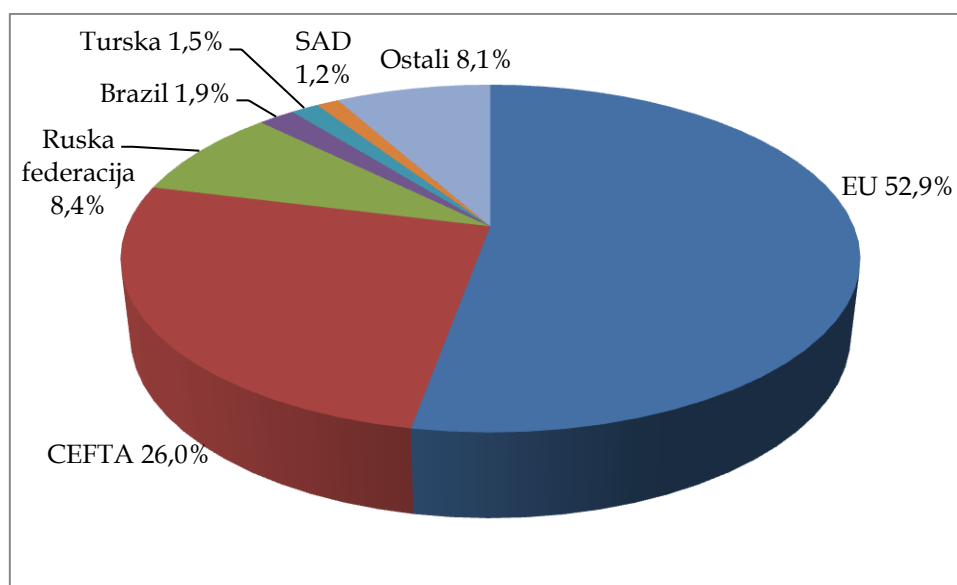
²⁰ O spoljnotrgovinskoj razmeni Srbije i Ruske federacije, pogledati *Kuzman, Stegić, Jeločnik, 2015*

²¹ O spoljnotrgovinskoj razmeni Srbije i EFTA, pogledati *Kuzman, Stegić, Puškarić, 2016*

²² O spoljnotrgovinskoj razmeni Srbije i EFTA, pogledati *Kuzman, 2014*

agroindustrijskih proizvoda, Srbija ostvaruje suficit u razmeni sa EU, CEFTA, Rusijom, EFTA, SAD, dok je deficit u trgovini zabeležen u razmeni sa Brazilom i Turskom.

Grafikon 4. Najznačajniji spoljnotrgovinski partneri Srbije u trgovini agroindustrijskim proizvodima sa svetom u 2014., iskazano u procentima



Izvor: Baza podataka RZS za 2014., obračun autora

U spoljnotrgovinskoj razmeni agroindustrijskih proizvoda, Srbija je u 2014. ostvarila suficit u trgovinskoj razmeni sa svetom od 932 miliona EUR. Posmatranjem strukture trgovinske razmene sa svetom, najznačajniji odsek u spoljnotrgovinskoj razmeni agroindustrijskih proizvoda je SMTK odsek 05 sa ostvarenim obimom trgovine od 810,4 miliona EUR uz udeo od 25% (Tabela 2.). Na drugom mestu, nalazi se Odsek 04 sa ostvarenim obimom trgovine od 680 miliona EUR i udelom od 21%, dok nekoliko odseka ima približno isti udeo u razmeni kao što su Odsek 11 (7,4%), Odsek 07 (7,3%), Odsek 09 (7,1%), Odsek 12 (6,9%), Odsek 01 (6,4%) itd.

Izvoz agroindustrijskih proizvoda Srbije u svet u 2014. iznosio je 2,1 milijarda EUR. U strukturi izvoza agroindustrijskih proizvoda, podjednak značaj imaju Odsek 04 sa ostvarenim obimom izvoza od 595,2 miliona EUR uz udeo od 28,5% i Odsek 05 sa ostvarenim obimom izvoza od 564 miliona EUR i

udelom od 27%. Pored navedenih odseka, značajnu ulogu u izvozu imaju i Odsek 11 sa udelom od 8%, Odsek 12 sa udelom od 6,4% itd.

Uvoz agroindustrijskih proizvoda Srbije iz sveta u 2014. iznosio je 1,2 milijarde EUR. U strukturi uvoza, najznačajniji je Odsek 05 sa ostvarenim obimom uvoza od 246,7 miliona EUR i udelom od 21,3%, zatim Odsek 07 sa ostvarenim obimom uvoza od 172,1 miliona EUR i udelom od 14,9% i Odsek 09 sa ostvarenim obimom uvoza od 118,9 miliona EUR i udelom 10,3%. Pored navedenih odseka, značajnu ulogu u uvozu imaju i Odsek 01 sa udelom u uvozu od 8,3%, Odsek 12 sa udelom u uvozu od 7,8%, Odsek 04 sa udelom u uvozu od 7,3% itd.

Tabela 2. Prikaz strukture spoljnotrgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda Srbije sa svetom u 2014.

SMTK Odsek	Izvoz	Udeo %	Uvoz	Udeo %	Obim	Udeo %
00	29.387.544	1,4%	56.891.433	4,9%	86.278.977	2,7%
01	56.891.433	5,3%	96.248.872	8,3%	207.436.179	6,4%
02	111.187.307	3,9%	43.609.565	3,8%	124.040.439	3,8%
03	96.248.872	0,3%	65.884.782	5,7%	71.335.771	2,2%
04	80.430.874	28,5%	84.780.154	7,3%	680.016.798	21,0%
05	43.609.565	27,0%	246.462.298	21,3%	810.439.670	25,0%
06	5.450.989	5,9%	34.312.448	3,0%	156.918.300	4,8%
07	65.884.782	3,2%	172.057.468	14,9%	238.061.009	7,3%
08	595.236.644	4,9%	74.893.677	6,5%	177.257.879	5,5%
09	84.780.154	5,3%	118.861.854	10,3%	229.271.033	7,1%
11	563.977.372	8,0%	71.583.045	6,2%	238.663.001	7,4%
12	246.462.298	6,4%	90.395.970	7,8%	224.247.977	6,9%
UKUPNO	2.087.985.465	100	1.155.981.567	100	3.243.967.032	100

Izvor: Baza podataka RZS za 2013., obračun autora

Imajući u vidu značaj trgovinske razmene Srbije i EU, kao i ciljeve ovog istraživanja, detaljna analiza sprovedena je u slučaju primene SSP-a, dok analiza primene trgovinskih sporazuma sa drugim državama i/ili regionima svakako može biti od interesa za dalja istraživanja.

3.1.1. Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju sa EU – korak u pravcu potpune integracije tržišta

Kao rezultat sukoba na prostoru bivše Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije-SFRJ i na prostoru Kosova i Metohije, EU je imala potrebu da državama Zapadnog Balkana pruži jasnu perspektivu pridruživanja EU. Tako je Evropska Komisija maja 1999. promovisala novi politički okvir saradnje država Zapadnog Balkana i EU pod nazivom *Proces stabilizacije i pridruživanja* kojim, ne samo da se teži stabilizaciji političkih odnosa na Balkanu, već se daje i jasna perspektiva članstvu u EU. Sam Proces stabilizacije i pridruživanja podrazumeva poštovanje politike EU, pre svega politike u oblasti uspostavljanja mira, demokratije, vladavine prava, poštovanje ljudskih i manjinskih prava i ekonomski prosperitet. U cilju implementacije samog Procesu stabilizacije i pridruživanja, EU je promovisala nekoliko instrumenata od kojih je najznačajniji *Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju (SSP)*. Složen proces potpisivanja i implementacije SSP-a podrazumeva „ne samo interno institucionalno prilagođavanje i eksternu harmonizaciju standarda i mera agrarne politike, nego i ozbiljno restrukturiranje poljoprivrede i agroindustrije, odnosno celokupne agrarne i ruralne ekonomije“ (Milanović, 2006).

Srbija je proces pregovora o SSP-u otpočela 2005., da bi 29.aprila 2008. potpisala Sporazum. Savet ministara EU je tek krajem 2009. doneo odluku o primeni Prelaznog trgovinskog sporazuma (PTS) sa Srbijom, koji je stupio na snagu 1.februara 2010., dok je Srbija donela odluku o jednostranoj primeni Prelaznog sporazuma od januara 2009. U sferi trgovine, PTS je u potpunosti usklađen sa pravilima STO. Nakon ratifikacije SSP-a od strane svih država članica, prestaje da važi PTS, a SSP je zvanično stupio na snagu 1.septembra 2013.²³.

²³ U disertaciji će se prevashodno koristiti termin “SSP” pod kojim se podrazumeva i period primene PTS-a

Stupanjem PTS-a na snagu, Srbija svojoj privredi obezbeđuje tržište od gotovo pola milijarde potrošača, budući da momentom stupanja na snagu Prelaznog sporazuma uz SSP, EU ukida carine i kvote za robu iz Srbije, sa manjim izuzecima. Sa druge strane, Srbija će fazno, a najkasnije u prelaznom periodu od šest godina, od dana stupanja na snagu PTS-a, uz SSP ukinuti carine na industrijsku robu i za oko 75% carina na poljoprivrednu robu poreklom iz EU, dok će preostalih 25% biti predmet pregovora Srbije tokom pregovaračkom procesa pridruživanja EU.

U oblasti razmene agroindustrijskih proizvoda, Srbija je pre potpisivanja SSP-a svoju spoljnotrgovinsku politiku prema EU kreirala primenom tri ključna spoljnotrgovinska instrumenta. Prvi i najznačajniji instrument jeste primena ad valorem carinskih stopa koja podrazumeva primenu određene carinske tarife koja se utvrđuje na osnovu vrednosti proizvoda koji se uvozi. Pored ad valorem carina, primenjivale su se i sezonske carine koje su se koristile prilikom uvoza voća i povrća, a koje su bile aktivne samo u određeno doba godine u kojem je proizvodna sezona određenog proizvoda koji se ovakvom merom štiti. Primena sezonskih carinskih stopa primenjivala se na 70 tarifnih linija. Treći ključni mehanizam u spoljnotrgovinskoj politici prema EU odnosio se na uvođenje prelevmana koji se utvrđuje u apsolutnoj vrednosti po jedinici mere koja opterećuje uvoz određenog proizvoda kako bi se uticalo na eventualne poremećaje na tržištu. Prelevmani su se upotrebljavali na 402 tarifne linije.

U oblasti agroindustrijskih proizvoda, SSP-om je obuhvaćeno 85% trgovine između Srbije i EU u oblasti agroindustrijskih proizvoda sistematizovanih kroz 2.450 tarifnih linija i podeljenih u tri grupe:

- primarni poljoprivredni proizvodi,
- prerađeni poljoprivrednih proizvodi, i
- ribarstvo i proizvodi od ribarstva (Živadinović i Milovanović 2011).

Kao i u slučaju industrijskih proizvoda, agroindustrijski proizvodi podeljeni su u grupe prema osetljivosti, odnosno prema značajnu za srpsku poljoprivredu. U grupu neosetljivih proizvoda u koje spadaju oni proizvodi ili

inputi koji se ne proizvode u Srbiji što čini ukupno 46% svih tarifnih linija u okviru agroindustrijskih proizvoda, za koje se sve carinske dažbine ukidaju danom stupanja na snagu PTS-a. U drugu grupu tzv. osetljivih proizvoda spadaju proizvodi kod kojih se postepeno smanjuju carine do njihovog potpunog ukidanja i to za proizvode kao što su žitarice, voće, povrće, mlečni proizvodi i dr. Osetljivi proizvodi čine 37% ukupnih tarifnih agroindustrijskih proizvoda. Veoma osetljivi proizvodi, kojih ima 15%, su proizvodi kod kojih se snižavaju carinske stope, ali kod kojih se i nakon šestogodišnje primene SSP-a zadržava određeni stepen carinske zaštite. I konačno, najosetljiviji proizvodi su proizvodi koji su izuzeti iz SSP-a i koji zadržavaju isti nivo zaštite koji je postojao i pre stupanja na snagu PTS-a.

U odnosu na industrijske proizvode kod kojih je ukidanje carinskih stopa EU prema Srbiji bilo bez zadržki, kod agroindustrijskih proizvoda EU je imala nešto drugačiji pristup. Naime, EU je Srbiji i pre potpisivanja SSP-a u oblasti agroindustrijskih proizvoda dodelila preferencijalni status koji je podrazumevao gotovo potpunu liberalizaciju uvoza agroindustrijskih proizvoda iz Srbije s izuzetkom na, za EU, značajne agroindustrijske proizvode. SSP-om su definisana količinska ograničenja na izvoz vina, proizvoda od junećeg mesa, šećera i tzv. ostalih šećera (Službeni glasnik, 2008, član 26). U svim navedenim slučajevima, definisana su količinska ograničenja na izvoz navedenih grupa proizvoda na tržište EU bez carine i to za izvoz vina u količini od ukupno 63.000 hektolitara litara penušavog i kvalitetnog vina, 180.000 tona šećera i 8.700 tona proizvoda od junećeg mesa na godišnjem nivou. U slučaju proizvoda od junećeg mesa, pored količinskih ograničenja, definisana su i ograničenja u smislu visine carinskih stopa koje su uspostavljene na nivou od 20% od ad valorem stope carine i 20% od specifične carine definisane u okviru Zajedničke carinske tarife Evropskih zajednica. U slučaju prekoračenja izvoznih kvota, primenjuju se važeće carinske stope koje primenjuje EU.

U slučaju ribe i ribljih proizvoda definisane su kvote u okviru kojih su u potpunosti ukinute carine, ali je istovremeno definisano kolika se carinska stopa

primenjuje u slučaju prekoračenje kvota. Za pastrmku i proizvode od pastrmke, utvrđena je godišnja kvota od 15 tona, dok je za šarana i proizvode od šarana utvrđena kvota od 60 tona. U slučajevima da se prekorači izvoz navedenih proizvoda preko definisanih kvota, primenjuju se carinske stope koje važe u EU, ali su se i one smanjivale. Naime, u prvoj godini primene PTS-a primenjivale su se carine na nivou 90% od carinske stope koja se u EU primenjuje po principu najpovlašćenije nacije, u drugoj godini 80% od carinske stope i u trećoj i svakoj narednoj godini 70% carinske stope.

Najzaštićeniji proizvodi nakon okončanja primene PTS-a jesu merkantilni kukuruz, trešnje i višnje, pšenično i kukuruzno brašno, suve šljive, paprika, živ šaran i drugi proizvodi. Pored navedenih, postoji i jedan broj proizvoda koji nisu bili predmet snižavanja carinskih zaštita kao što su sirovi i neprerađeni duvan, sirov i nerafinisan šećer i suncokretovo ulje za ljudsku upotrebu koji zadržavaju isti nivo carinske zaštite kao i pre stupanja na snagu Prelaznog trgovinskog sporazuma (Katić i dr. 2008).

Šestogodišnjom realizacijom PTS-a, Srbija i EU su uspostavile gotovo potpuno liberalizovan protok agroindustrijskih proizvoda. Ne možemo govoriti o potpunoj liberalizaciji spoljnotrgovinskih odnosa, zbog činjenice da je Srbija za određeni broj agroindustrijskih proizvoda zadržala carinske stope i nakon isteka primene PTS-a, dok je EU zadržala određena količinska ograničenja na uvoz, za nju, značajnih agroindustrijskih proizvoda. Srbija je u procesu liberalizacije spoljnotrgovinske razmene sa EU u šestogodišnjem periodu smanjila svoje carinske stope sa prosečnih 21,2%, na svega 3,2% prosečno (Živadinović i Milovanović, 2011).

3.2. Spoljnotrgovinska razmena agroindustrijskih proizvoda Republike Srbije i Evropske unije

3.2.1. Analiza spoljnotrgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda Republike Srbije i Evropske unije

3.2.1.1. *Obim trgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda između Republike Srbije i Evropske unije*

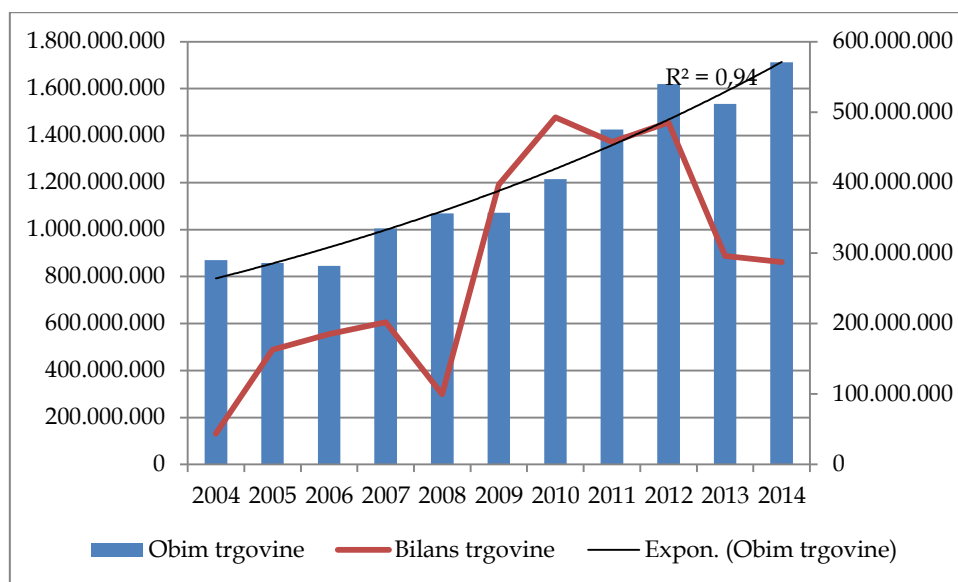
Srbija, kao država čiji je strateški cilj članstvo u EU, u proteklih 15 godina jačala je svoje političke i ekonomske odnose sa državama članicama EU. Posebno značajan korak u međusobnoj saradnji, ostvaren je kroz proces stabilizacije i pridruživanja, odnosno kroz primenu PTS-a koji je na snazi od 2009. Danas, EU je najznačajniji spoljnotrgovinski partner Republike Srbije uopšte, ali i u trgovini agroindustrijskim proizvodima (53% udeo u 2014.) (Stegić, 2016).

Obim spoljnotrgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda između Srbije i EU ostvaruje stalan eksponencijalni rast uz ukupno ostvarenu vrednost trgovine u posmatranom periodu od 13,2 milijarde EUR izraženo u stalnim cenama. Prosečna godišnja stopa rasta ostvaruje se po stopi od 8,3% uz relativno slabu varijabilnost od 25,4% uz stalno prisutan suficit u međusobnoj trgovinskoj razmeni (*Grafikon 5.*). Ukupan rezultat međusobne razmene u čitavom posmatranom periodu beleži suficit od 3,1 milijardu EUR izraženo u stalnim cenama.

Tokom posmatranog vremenskog perioda, relativni značaj pojedinih SMTK odseka u razmeni agroindustrijskih proizvoda se menjao (*Grafikon 6.*). Najznačajniji SMTK odsek tokom čitavog posmatranog perioda je odsek 05 čiji je prosečan udeo u posmatranom periodu iznosio 31,4%. Najveći relativni značaj u međusobnoj razmeni, odsek *Voće i povrće* beleži u 2007. sa udelom od 37,8%, dok je najmanji relativni značaj zabeležen u 2012. sa svega 23,3%. Odsek 04, tokom perioda postaje sve značajniji u međusobnoj razmeni uz ostvaren prosečan udeo od 19,2%. Najmanji relativni udeo u trgovini žitaricama i

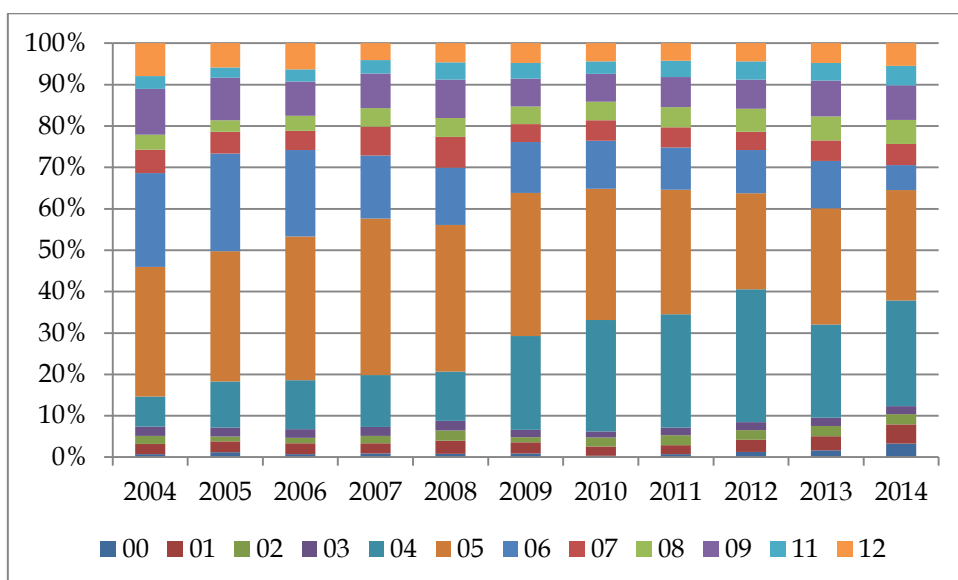
proizvodima od žitarica, zabeležen je u 2004. sa udelom od 7,3%, dok je najveći relativni udeo zabeležen u 2012. sa udelom od 32,1%.

Grafikon 5. Spoljnotrgovinska razmena agroindustrijskih proizvoda Srbije i EU u periodu od 2004-2014 izraženo u EUR u stalnim cenama (bazna 2013.)



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

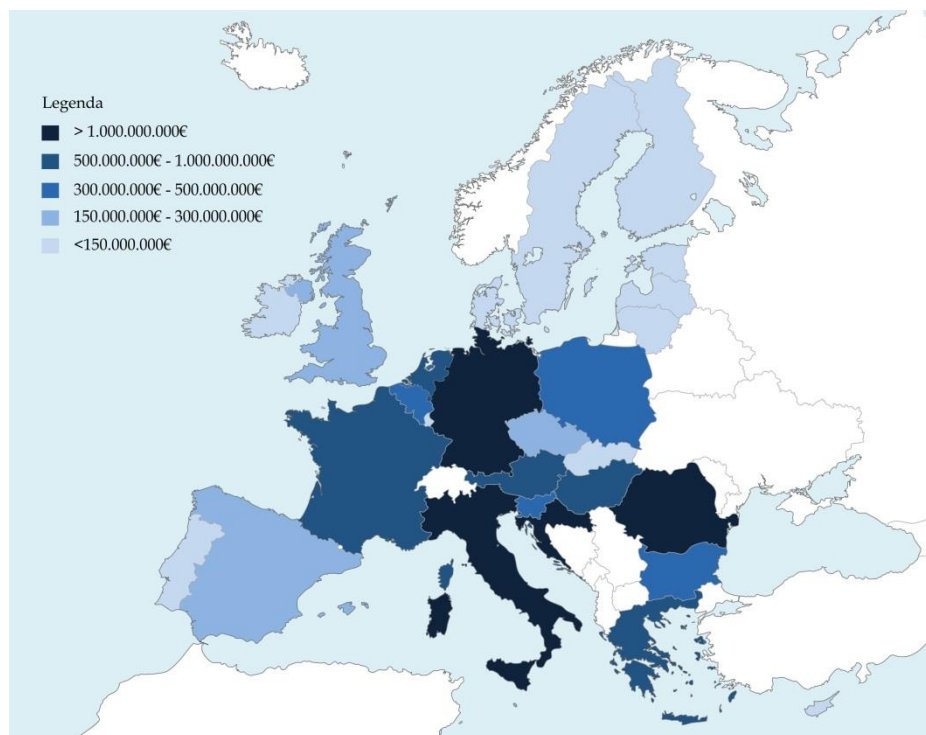
Grafikon 6. Relativni značaj SMTK odseka u okviru trgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda Srbije i EU u periodu 2004-2014



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

I konačno, treći najznačajniji SMTK odsek u međusobnoj razmeni agroindustrijskih proizvoda je odsek 06 sa prosečnim udelom od 14,4%. Najniži relativni udeo u međusobnoj trgovini zabeležen je u 2014. sa vrednošću od 6%, dok je najveći relativni udeo zabeležen u 2005. sa vrednošću od 23,6%.

Najznačajniji spoljnotrgovinski partner Srbije među državama članicama EU u posmatranom periodu je Nemačka sa udelom od 14,7% i ostvarenom vrednošću trgovine od 1,9 milijardi EUR (*Slika 1.*). U razmeni sa Nemačkom, Srbija ostvaruje suficit u međusobnoj trgovinskoj razmeni koji u posmatranom periodu iznosi 515 miliona EUR izraženo u stalnim cenama. Obim trgovine raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 5,3% uz relativno slabu varijabilnost od 18,1%.



Slika 1. Značaj pojedinačnih država EU u obimu razmene agroindustrijskih proizvoda sa Srbijom izraženo u EUR u stalnim cenama u periodu 2004-2014²⁴

Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

²⁴ Sve slike u disertaciji teže da predstavljaju granice država najpreciznije moguće. Svako eventualno odstupanje granica od realnog stanja ni u kom slučaju ne predstavlja izraz autora.

Pored Nemačke, najznačajniji trgovinski partneri Srbije među državama članicama EU su Rumunija i Italija. Obim trgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda Srbije i Rumunije je u posmatranom periodu dostigao nivo od 1,8 milijardi EUR izraženo u stalnim cenama što čini 13,5% ukupne trgovine agroindustrijskim proizvodima sa EU. U razmeni sa Rumunijom, Srbija ostvaruje suficit u međusobnoj trgovinskoj razmeni koji u posmatranom periodu iznosi 1,6 milijardi EUR što ukazuje na izuzetno veliku pokrivenost uvoza izvozom. Razmena sa Rumunijom beleži veoma dinamičan rast po prosečnoj godišnjoj stopi rasta od 48,2% uz jak varijabilitet od 84,9% kao posledica intenziviranja trgovinske razmene u drugoj polovini posmatranog perioda. Vrednost trgovinske razmene sa Italijom u posmatranom periodu dostigla je vrednost od 1,6 milijardi EUR izraženo u stalnim cenama uz udeo od 12,1% što je čini trećim najznačajnijim trgovinskim partnerom Srbije u EU. I u slučaju Italije, Srbija ostvaruje suficit u međusobnoj trgovinskoj razmeni koji u posmatranom periodu dostiže nivo od 579 miliona EUR izraženo u stalnim cenama. Za razliku od Nemačke i Rumunije, trgovinska razmena sa Italijom opada po prosečnoj godišnjoj stopi od 0,7% i relativno slab varijabilitet od 15,7%.

Pored najznačajnijih trgovinskih partnera Srbije u okviru EU, veoma značajni rezultati se ostvaruju i u trgovinskoj razmeni sa državama u regionu, i to sa Hrvatskom, Grčkom i Mađarskom koje zajedno čine 22,6% ukupne razmene agroindustrijskih proizvoda u posmatranom periodu. Značajni rezultati ostvaruju se u trgovinskoj razmeni sa Austrijom, kao državom članicom EU u kojoj Srbija ima veliku dijasporu i Francuskom i Holandijom koje zajedno sa Nemačkom predstavljaju najznačajnije agrarne države EU. Umereni rezultati u trgovini agroindustrijskim proizvodima ostvaruju se sa Belgijom, Poljskom, Slovenijom i Bugarskom, dok se slabiji rezultati u trgovini ostvaruju sa svim preostalim državama. U poslednje pomenutoj kategoriji, trgovina sa Španijom, velikom Britanijom i Češkom Republikom beleži udeo u razmeni veći od 1%, dok je udeo svih preostalih država manji od 1%. Najniža

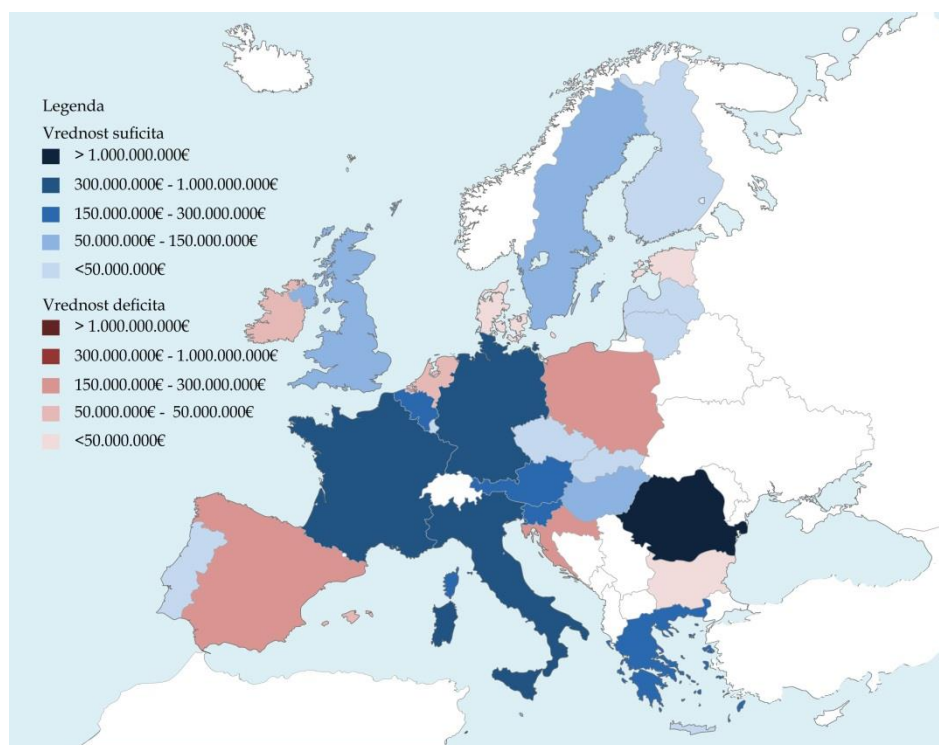
vrednost trgovinske razmene beleži se u trgovini sa Letonijom, Luksemburgom i Maltom.

U razmeni agroindustrijskih proizvoda, Srbija u posmatranom periodu beleži suficit od 3,1 milijardu EUR. Ukoliko posmatramo rezultate trgovine između Srbije i pojedinačnih država članica EU, uočavamo da postoje značajne razlike u ostvarenim rezultatima (*Slika 2.*). Sa 20 država članica EU, Srbija beleži suficit u međusobnoj razmeni agroindustrijskih proizvoda, dok sa preostalih osam država članica beleži negativan bilans. Najveću vrednost suficita od 1,6 milijardi EUR, Srbija ostvaruje u trgovinskim odnosima sa Rumunijom što čini 50,7% ukupno ostvarenog suficita. Jedino u prvoj posmatranoj godini, Srbija je zabeležila deficit u međusobnoj razmeni, da bi u svim narednim godinama, Srbija ostvarivala pozitivan bilans. Pored Rumunije, Srbija beleži izuzetne rezultate u trgovini sa Italijom, Nemačkom, Francuskom, Grčkom, Austrijom, Belgijom i Velikom Britanijom sa kojima je suficit zabeležen u svim posmatranim godinama sa izuzetkom Grčke kod koje je u 2009. i 2014., zabeležen deficit u međusobnoj razmeni. Značajniji rezultati beleže se i u trgovini sa Mađarskom sa kojom Srbija ostvaruje suficit u međusobnoj razmeni u posmatranom periodu, ali je evidentno da se suficit ne ostvaruje u svakoj posmatranoj godini uz konstataciju da je najveći deficit zabeležen u 2014.

Pored navedenih država članica EU sa kojima Srbija beleži značajnu vrednost suficita, pozitivan bilans u međusobnoj razmeni, Srbija ostvaruje i u trgovini sa Švedskom, Slovenijom, Kiprom, Slovačkom, češkom Republikom, Finskom, Portugalom, Litvanijom, Luksemburgom, Letonijom i Maltom.

Najveći deficit u međusobnoj razmeni u vrednosti od 270 miliona, Srbija beleži u trgovini sa Poljskom sa kojom u svim posmatranim godinama beleži negativan bilans. Iako trgovinska razmena sa Španijom nema značajniji udeo u ukupnoj trgovini sa EU, rezultati koje ostvarujemo u međusobnoj razmeni idu u korist Španije sa kojom Srbija beleži deficit od 167 miliona EUR. Jedino u 2005., Srbija je zabeležila suficit u međusobnoj razmeni, ali je tendencija rasta vrednosti deficita prisutna, a najveća vrednost je zabeležena u 2014. Veoma

slični rezultati, ostvaruju se u trgovinskoj saradnji sa Hrvatskom sa kojom Srbija beleži deficit u svim posmatranim godinama (osim 2011.) sa ukupnom vrednošću deficita od 155 miliona EUR izraženo u stalnim cenama. Pored navedenih država, deficit u međusobnoj razmeni Srbija ostvaruje i sa Holandijom, Irskom, Bugarskom, Danskom i Estonijom.



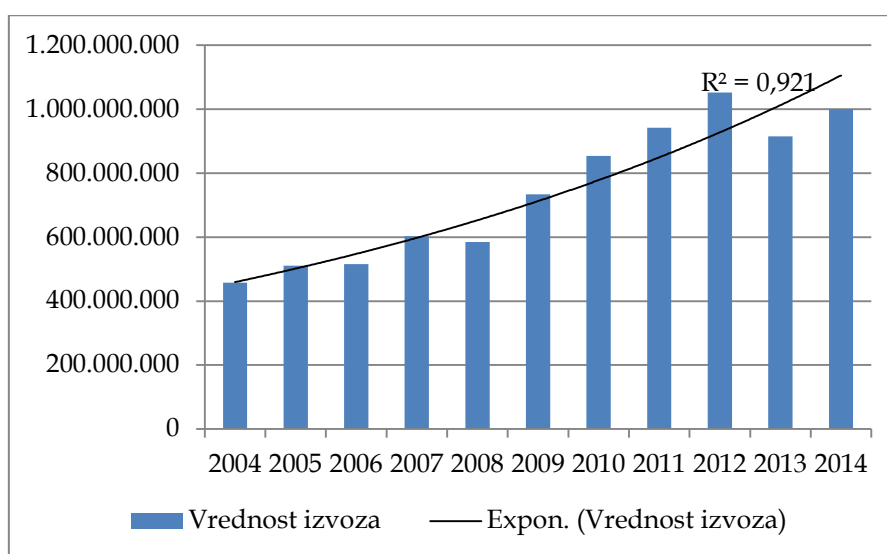
Slika 2. Bilans spoljnotrgovinske razmene Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u EUR u stalnim cenama

Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

3.2.1.2. Izvoz agroindustrijskih proizvoda Republike Srbije na tržište Evropske unije

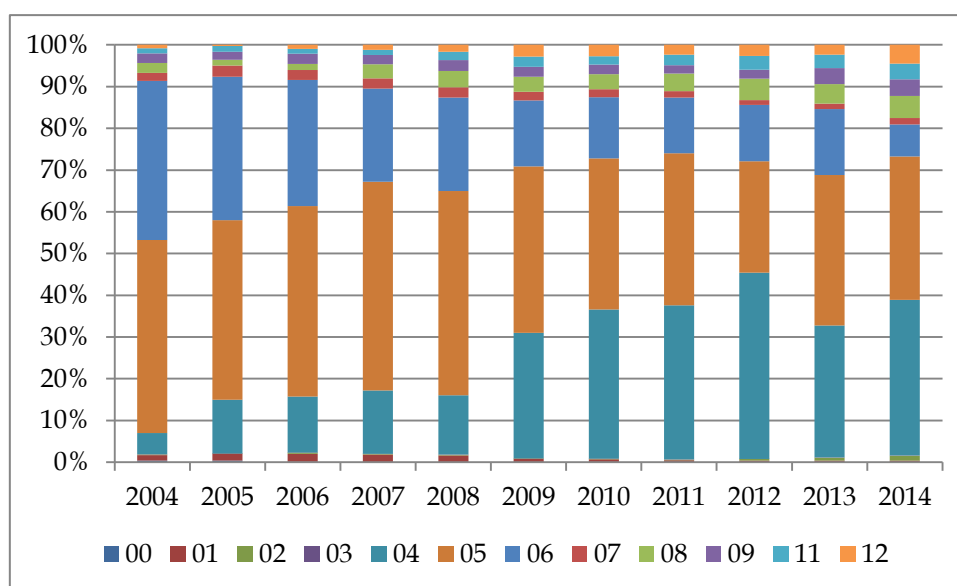
Izvoz agroindustrijskih proizvoda iz Srbije na tržište EU u posmatranom periodu iznosi 8,2 milijarde EUR izraženo u stalnim cenama. Srbija iz godine u godinu ostvaruje rast vrednosti izvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 9,2% i relativno slabu varijabilnost od 28%. U odnosu na prvu posmatranu godinu, tokom perioda je vrednost izvoza porasla više od dva puta sa 457 miliona EUR u 2004. na više od milijardu EUR u 2012. kada je i zabeležena najveća vrednost izvoza (*Grafikon 7.*).

Grafikon 7. Izvoz agroindustrijskih proizvoda Srbije na tržište EU u periodu od 2004-2014 izraženo u EUR u stalnim cenama (bazna 2013.)



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Grafikon 8. Relativni značaj SMTK odseka u izvozu agroindustrijskih proizvoda Srbije na tržište EU u periodu 2004-2014



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

U izvozu agroindustrijskih proizvoda na tržište EU, u posmatranom periodu primetne su fluktuacije između izvozno najznačajnijih odseka (Grafikon 8.). Izvoz proizvoda u okviru odseka 05, beleži ukupnu vrednost izvoza od 3,2

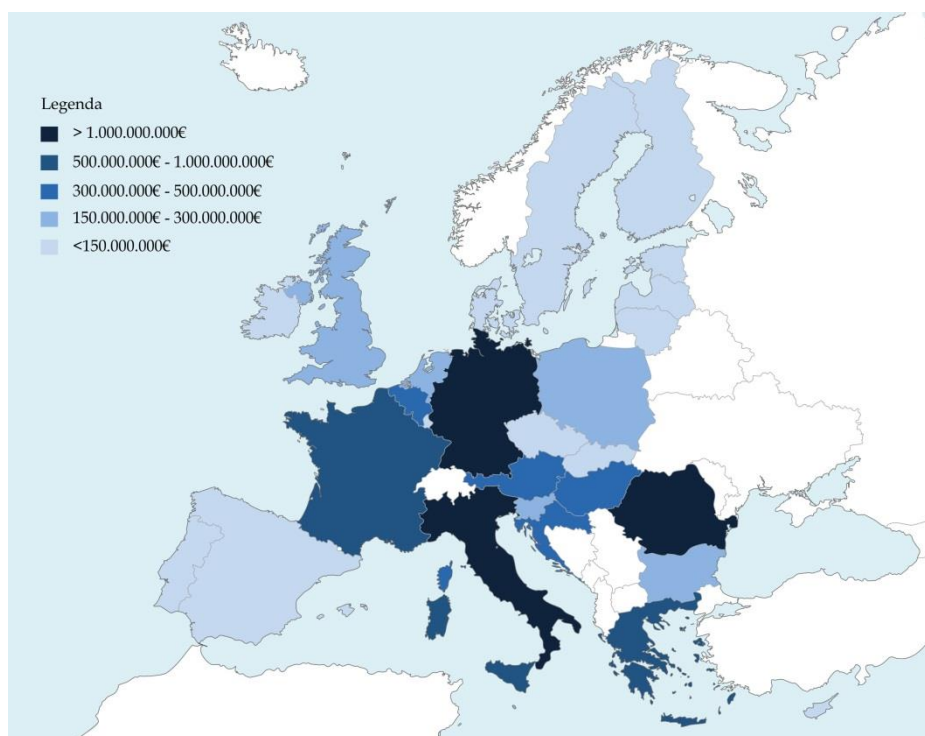
milijarde EUR izraženo u stalnim cenama uz prosečan udeo od 40,3%. Najveći relativni značaj zabeležen je u 2007. sa udelom od 50%, dok je relativni značaj nešto niži u drugoj polovini posmatranog perioda za najnižom zabeleženom vrednošću udela od 26,7% u 2012. Međutim, značajno veće fluktuacije primetne su kod naredna dva najznačajnija izvozna odseka u posmatranom periodu. Izvoz proizvoda odseka 06 koja beleži ukupnu vrednost izvoza od 1,5 milijardi EUR, najveći relativni udeo ostvaruje upravo u prvoj posmatranoj godini sa udelom u izvozu od 38,1%. Tokom narednih godina, relativni značaj u izvozu opada sa najnižom zabeleženom vrednošću udela od 7,6% u 2014.

Sa druge strane, kod izvoza proizvoda odseka 04, uočava se potpuno obrnuti trend. Naime, u prvoj posmatranoj godini, relativni značaj izvoza žitarica i proizvoda od žitarica, ostvaren je na nivou od svega 5%, da bi u narednim godinama dobijao na značaju. Najveći relativni značaj izvoza zabeležen je u 2012. sa udelom od 44,6%. Ukupna vrednost izvoza u posmatranom periodu beleži vrednost od 2,3 milijarde EUR.

Kao najznačajniji trgovinski partner Srbije u izvozu agroindustrijskih proizvoda na tržištu EU je Rumunija u koju je, u posmatranom periodu, izvezena roba vrednosti 1,7 milijardi EUR izraženo u stalnim cenama što čini 20,6% ukupnog izvoza na tržište EU (*Slika 3.*). Rast izvoza agroindustrijskih proizvoda na tržište Rumunije izuzetno je dinamičan nakon ulaska Rumunije u EU što je doprinelo ostvarivanju visoke prosečne stope rasta od 57,8% uz vrlo jak intenzitet varijacije od 88,1%. Izuzetno visok godišnji rast rezultat je povećanja vrednosti izvoza žitarica, pre svega, kukuruza. Posebno je interesantno da je u prvoj posmatranoj godini, izvoz Srbije u Rumuniju bio na nivou od svega 5 miliona EUR, da bi nakon ulaska Rumunije u EU, Srbija koristila privilegije liberalizacije trgovinskih odnosa koje ima sa EU. Značajniji rast vrednosti izvoza nastaje kontinuirano od 2008., da bi u 2012. vrednost izvoza dostigao maksimalnu zabeležen iznos u posmatranom periodu od 409 miliona EUR. Čak 97,4% vrednosti izvoza na tržište Rumunije ostvareno je u periodu od 2008. U izvozu agroindustrijskih proizvoda u Rumuniju u

potpunosti dominiraju proizvodi u okviru odseka 04 koji čine 90,9% ukupnog izvoza u Rumuniju.

Pored Rumunije, kao najznačajnijeg izvoznog trgovinskog partnera Srbije u EU, drugo najznačajnije izvozno tržište Srbije na tržištu EU jeste Nemačka u koju je izvezeno agroindustrijskih proizvoda vrednosti 1,2 milijarde EUR iskazano u stalnim cenama što čini 15,1% ukupnog izvoza Srbije na tržište EU. Za razliku od dinamičnog razvoja izvoza u Rumuniju, izvoz u Nemačku je stabilniji uz prosečnu godišnju stopu rasta od 7,1% i relativno slab varijabilitet od 24%. Najveća vrednost izvoza na tržište Nemačke zabeleženo je 2014. kada je izvezeno 163 miliona EUR agroindustrijskih proizvoda iskazano u stalnim cenama. U izvozu agroindustrijskih proizvoda u Nemačku u potpunosti dominiraju proizvodi u okviru odseka 05 koji čine 82,6% ukupnog izvoza.



Slika 3. Značaj pojedinačnih država EU u izvozu agroindustrijskih proizvoda Srbije u periodu 2004-2014 izraženo u EUR u stalnim cenama

Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Nešto manja vrednost izvoza u odnosu na tržište Nemačke, zabeležena je kod trećeg najznačajnijeg izvoznog partnera Srbije - Italije. Naime, ukupna

vrednost izvezenih agroindustrijskih proizvoda na tržište Italije iznosila je 1,1 milijarda EUR što čini 13,3% ukupnog izvoza agroindustrijskih proizvoda na tržište EU. Za razliku od izvoza Srbije na tržište Rumunije i Nemačke na kojima se ostvaruje rast vrednosti izvoza iz godine u godinu, izvoz na tržište Italije beleži pad po prosečnoj godišnjoj stopi od 3,5% uz relativno slabu varijabilnost od 24,1%. Izvoz Srbije na tržište Italije bio je najznačajniji upravo u prvim posmatranim godinama kada je dominirao izvoz proizvoda odseka 06. Od 2004. od kada je zabeležena najveća vrednost izvoza od 136 miliona EUR izraženo u stalnim cenama, vrednost izvoza u narednim godinama opada da bi 2009. zabeležila svoju najnižu vrednost od 61 miliona EUR. Međutim, od 2010., vrednost izvoza ponovo počinje da raste te 2014. završava sa 108 miliona EUR izvezenih agroindustrijskih proizvoda. Za razliku od izvoza u Rumuniju i Nemačku kod kojih dominira izvoz proizvoda iz jednog odseka, izvoz u Italiju je diverzifikovan po odsecima među kojima se ističe izvoz odseka 06 sa udelom od 35% u posmatranom periodu, zatim odsek 05 sa udelom od 23,7% i odsek 04 sa udelom od 17,3%. Svi navedeni odseci tokom posmatranog perioda beleže značajnije oscilacije u vrednosti izvoza s tim da jedino izvoz žitarica i proizvoda od žitarica beleži trend rasta u posmatranom periodu, dok pad vrednosti izvoza kod preostala dva odseka predstavljaju i osnovu ukupnog pada vrednosti izvoza u Italiju.

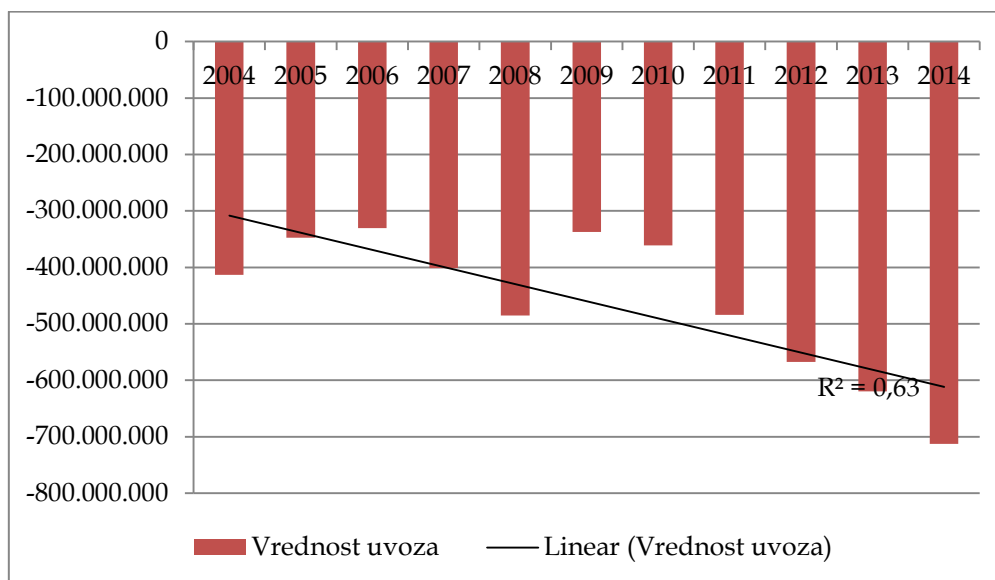
Pored tri pomenuta najznačajnija izvozna partnera Srbije koji ukupno čine 49% izvoza Srbije na tržište EU, značajni trgovinski partneri su i Grčka (7,4%), Francuska (6,2%), Hrvatska (5,9%), Mađarska (5,8%), Austrija (5,8%), kao i preostale članice EU koje, iako pojedinačno imaju manji udeo u izvozu, zajedno čine petinu srpskog izvoza u EU.

3.2.1.3. Uvoz agroindustrijskih proizvoda Republike Srbije sa tržišta Evropske unije

Uvoz agroindustrijskih proizvoda u Srbiju sa tržišta EU u posmatranom periodu iznosi 5,1 milijarda EUR izraženo u stalnim cenama. Uvoz

agroindustrijskih proizvoda iz EU, u proseku, raste sporije od rasta vrednosti izvoza i to po prosečnoj godišnjoj stopi od 6,6% uz relativno slabu varijabilnost od 26,4%. Najveći pad vrednosti uvoza zabeležen je u jeku svetske ekonomske krize (u 2009.) uz ostvarenu vrednost uvoza od 337 miliona EUR, da bi u narednim godinama bio nastavljen trend rasta uvoza. Najveća vrednost uvoza zabeležena je 2014. i iznosila je 713 miliona EUR izraženo u stalnim cenama (Grafikon 9.).

Grafikon 9. Uvoz agroindustrijskih proizvoda Srbije sa tržišta EU u periodu od 2004-2014 izraženo u EUR u stalnim cenama (bazna 2013.)

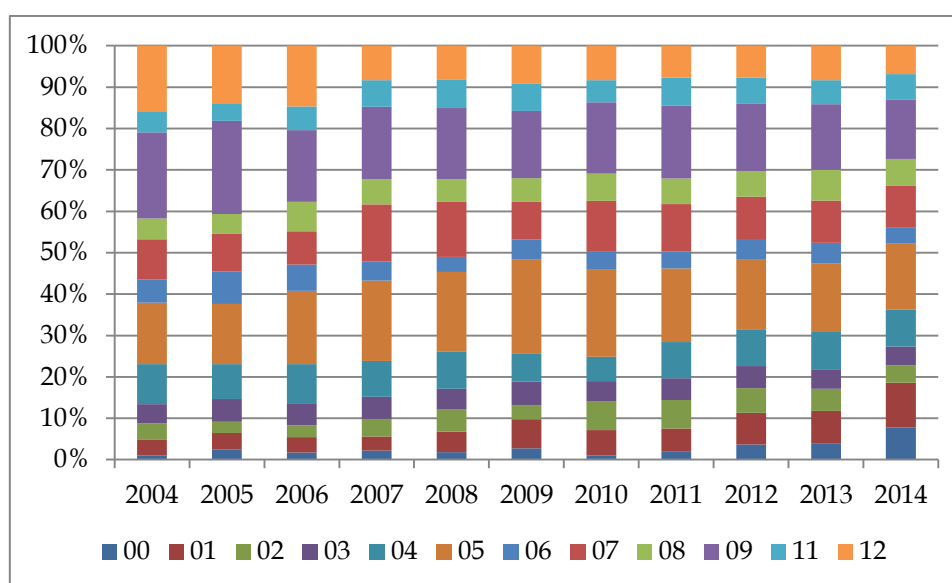


Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

U uvozu agroindustrijskih proizvoda sa tržišta EU, primetne su promene u relativnom značaju pojedinačnih odseka tokom vremena, ali većih promena u njihovom relativnom značaju u okviru posmatranih sektora, nije bilo. Kao i u slučaju izvoza, najznačajniji uvozni SMTK odsek je 05 sa ostvarenom vrednošću uvoza od 891 milion EUR izraženo u stalnim cenama i prosečnim udelom u uvozu od 17,6%. Najniži relativni značaj zabeležen je u prvoj posmatranoj godini sa udelom od 14,9%, da bi u narednim godinama udeo voća i povrća u uvozu bio u porastu sa maksimalnom zabeleženom vrednošću udela od 22,9% u 2009. U drugoj polovini posmatranog perioda, udeo voća i povrća u ukupnom

uvozu iz EU postepeno opada te u 2014. iznosi 16%. Gotovo podjednako značajan odsek u uvozu je odsek 09 sa ostvarenom vrednošću uvoza od 871 milion EUR i prosečnim udelom u posmatranom periodu od 17,5%. Najveći relativni značaj odseka je u prvim posmatranim godinama, tačnije u 2005. u kojoj je zabeležen udeo od 22,6%, nakon čega relativni značaj u uvozu lagano opada. Najniži udeo u uvozu zabeležen je 2014. i iznosi 14,4% (Grafikon 10.).

Grafikon 10. Relativni značaj SMTK odseka u uvozu agroindustrijskih proizvoda u Srbiju iz EU u periodu 2004-2014



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Pored navedenih najznačajnijih uvoznih agroindustrijskih odseka, značajno je istaći i odseke koje imaju relativno visok značaj u uvozu. Pre svega, reč je o: odseku 07 koji u posmatranom periodu beleže ukupnu vrednost uvoza od 545 miliona EUR i prosečan udeo u uvozu agroindustrijskih proizvoda od 10,7%, odseku 12 sa ukupnom vrednošću uvoza od 478 miliona EUR i udelom od 9,9% uz osetni pad relativnog značaja u tokom posmatranih godina i odseku 04 sa ukupnom vrednošću uvoza od 437 miliona EUR i udelom od 8,5% uz relativno stabilno učešće tokom posmatranog perioda.

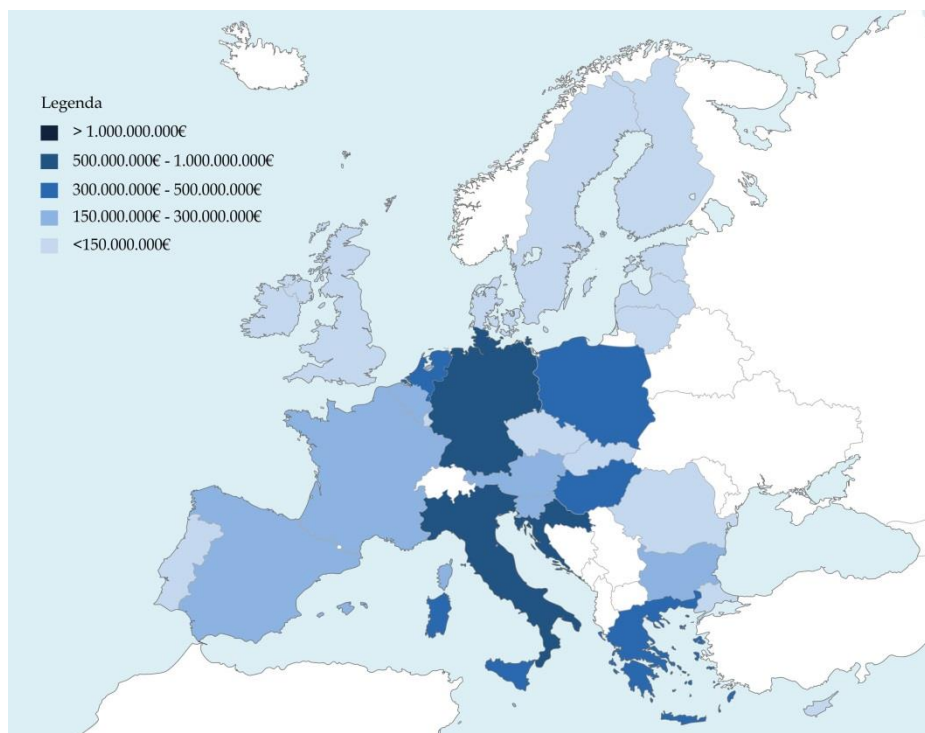
Na strani uvoza, najznačajniji trgovinski partneri Srbije na tržištu EU su Nemačka, Hrvatska i Italija (Slika 4.). Najznačajniji trgovinski partner Srbije je

Nemačka sa ukupnom vrednošću uvoza u posmatranom periodu od 715 miliona EUR iskazano u stalnim cenama što čini 14,1% ukupnog uvoza agroindustrijskih proizvoda iz EU. Uvoz iz Nemačke raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 3% uz relativnu slabu varijabilnost od 16,2% što ukazuje na dosta visoku stabilnost vrednosti rasta. Za razliku od izvoza Srbije na tržište Nemačke gde u potpunosti dominira izvoz voća i povrća, uvoz agroindustrijskih proizvoda je diverzifikovan te postoji čak šest odseka sa udelom u uvozu većim od 5%, kao i tri odseka sa udelom od 4% do 5%. Najznačajniji relativni značaj ima odsek 09 sa ostvarenom vrednošću uvoza od 187 miliona EUR i udelom od 26,1% uz stalnu tendenciju rasta vrednosti uvoza. Kao drugi najznačajniji odsek pojavljuje se odsek 12 sa udelom ostvarenom vrednošću uvoza od 141 milion EUR i udelom od 19,7% koji beleži oscilacije u vrednosti uvoza tokom posmatranog perioda, uz pad po prosečnoj godišnjoj stopi od 8%. Pored navedenih, značajni su i odseci 07 (10,5%), 05 (9%), 02 (8,5%) i dr.

Hrvatska kao članica EU od 2013., dugogodišnji je trgovinski partner Srbije u razmeni agroindustrijskih proizvoda. Iako Hrvatska ne zauzima posebno značajno mesto u izvozu agroindustrijskih proizvoda iz Srbije²⁵, u uvozu je njen značaj daleko veći sa ostvarenom vrednošću uvoza od 637 miliona EUR izraženo u stalnim cenama što čini 12,6% uvoza agroindustrijskih proizvoda iz EU. Značaj Hrvatske u uvozu u Srbiju, manifestuje se i kroz negativan rezultat u međusobnoj razmeni uz zabeleženu vrednost deficita od 155 miliona EUR. Uvoz iz Hrvatske realizuje se po prosečnoj godišnjoj stopi rasta od 9% i umeren varijabilitet od 31,2%. I u slučaju Hrvatske, uočava se diverzifikovanost odseka u uvozu. Ukupno sedam odseka beleži udeo veći od 5%, od kojih je najznačajniji odsek 09 sa ostvarenom vrednošću uvoza od 121 milion EUR i udelom od 19% uz stalno prisutnu tendenciju rasta. Pored navedenih, uvoz proizvoda odseka 12 uz ostvarenu vrednost uvoza od 98,8

²⁵ Hrvatska se nalazi na osmom mestu po ostvarenoj vrednosti izvoza Srbije u odnosu na sve države članice EU

miliona EUR, beleže udeo od 15,5% ukupnog uvoza agroindustrijskih proizvoda iz Hrvatske. Pored navedenih najznačajnijih uvoznih odseka, značajniji odseci u uvozu su odsek 03 (11,7%), odsek 07 (10,3%), odsek 05 (10,1%), odsek 04 (6,8%) i dr.



Slika 4. Značaj pojedinačnih država EU u uvozu agroindustrijskih proizvoda u Srbiju u periodu 2004-2014 izraženo u EUR u stalnim cenama

Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Sa Italijom, kao trećom najznačajnijom državom EU u uvozu agroindustrijskih proizvoda u Srbiju, u posmatranom periodu je zabeležena ukupna vrednost uvoza od 510 miliona EUR izraženo u stalnim cenama što čini 10% ukupnog uvoza u Srbiju. Uvoz iz Italije beleži rast po prosečnoj godišnjoj stopi od 5,5% uz relativno slab varijabilitet od 21,2%. Najznačajniji uvozni odsek je 05 koji čini gotovo četvrtinu uvoza (23,5%), iza kojeg slede odsek 09 sa udelom od 14,1%, odsek 07 sa udelom od 11,1% i odsek 04 sa udelom u uvozu od 11,2%. Kod svih navedenih odseka, uočava se stabilnost uvoza uz tendenciju rasta.

Pored tri pomenuta najznačajnija uvozna partnera Srbije u EU koji čine 36,8% ukupnog uvoza, značajni udeo u uvozu u Srbiju imaju i Mađarska (7,9%), Grčka (7,6%), Poljska (7,3%), Holandija (6%), Austrija (5,6%), dok je udeo uvoza preostalih država članica EU manji od 5% pojedinačno, odnosno manji od 30% ukupnog uvoza.

3.3. Analiza trgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda Srbije i Evropske unije primenom MORTA koncepta

3.3.1. Osnove MORTA koncepta

Analiza međunarodne trgovine bazirane na upotrebi istorijskih podataka (ex-post analiza), prvi put je sprovedena od strane Liesner-a 1958. koji je težio kvantifikovanju komparativnih izvoznih prednosti upoređujući izvoz posmatranih industrijskih proizvoda Velike Britanije u odnosu na svoje evropske konkurente (Liesner, 1958). Iako je Liesner bio prvi naučnik koji je kvantifikovao izvozne komparativne prednosti upoređujući odnose izvoza konkretno posmatranog proizvoda u odnosu na izvoz istog proizvoda posmatranog konkurenta, popularizacija ovog modela počinje 1965. kada je Balassa B. modifikovao Liesner-ov model. Balassa je prvi put upotrebio termin „otkrivena komparativna prednost“ (revealed comparative advantage) koji se u praksi često naziva i Balassa indeks.

Naime, Balassa indeks predstavlja unapređeni model kojim se identifikuju izvozne performanse posmatranih industrija u određenoj državi kroz „upoređivanje relativnog udela izvoza države u svetskom izvozu posmatranog proizvoda i ukazivanje na promene u relativnim udelima tokom vremena“ (Balassa, 1965). Reč o tzv. „normalizaciji“ Liesner-ovog modela kojim se teži dobijanju pouzdanih podataka upoređujući izvoz jednog proizvoda u odnosu na ukupan izvoz proizvoda. Balassa indeks izračunava se primenom formule:

$$\left(\frac{X_{ij}}{X_{it}}\right) \Big/ \left(\frac{X_{nj}}{X_{nt}}\right) \equiv \left(\frac{X_{ij}}{X_{nj}}\right) \Big/ \left(\frac{X_{it}}{X_{nt}}\right) \quad (11)$$

gde X predstavlja izvoz, i predstavlja državu, j predstavlja proizvod, t predstavlja grupu proizvoda i n predstavlja grupu država. Primenom formule (11), izračunava se odnos udela izvoza određenog proizvoda u ukupnom izvozu posmatrane države u odnosu na udeo performansi izvoza posmatrane grupe država za isti proizvod u odnosu na njihov ukupan izvoz. Istovremeno, Balassa indeks se izračunava i kao udeo izvoza proizvoda posmatrane države u odnosu na izvoz proizvoda grupe posmatranih država u odnosu na ukupan izvoz posmatrane države u odnosu na ukupan izvoz grupe posmatranih država. U slučaju da je dobijen rezultat veći od 1, zaključuje se da je otkrivena komparativna prednost, dok u slučaju kada je dobijeni rezultat manji od 1, zaključuje se da komparativna prednost nije otkrivena. Primena koncepta „otkrivene komparativne prednosti“ našla je svoju primenu u mnogim naučnim radovima, a u svojim izveštajima su ga primenjivale i značajne međunarodne institucije kao što su Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD), Organizacija Ujedinjenih nacija za industrijski razvoj (UNIDO), Svetska banka i drugi. Koncept uočene komparativne prednosti, Balassa je bazirao na analizi trgovine proizvodima (ne i uslugama) uključujući razvijene države (ne i srednje i nerazvijene države) (Vollrath, 1991).

Primena Balassa indeksa, široko je rasprostranjen model utvrđivanja specijalizovanosti industrije u međunarodnoj trgovini, postao je baza mnogih budućih modela. Kritičari koncepta „otkrivene komparativne prednosti“ ukazuju na slabosti modela u teorijskom i empirijskom smislu (Leromain, Orefice, 2013). U teorijskom smislu, ukazuje se na činjenicu da je Balassa indeks baziran na ex-post podacima o realizovanoj trgovini, ne uključujući ex-ante podatke o prirodnim bogatstvima kao značajnim preduslovom izvoznog potencijala. U empirijskom smislu, istraživanja su najčešće vođena u tri pravca: primena indeksa u međusektorskoj analizi, primena indeksa u analizi između

država i primena indeksa tokom vremena. Yeats je opisivao nedostatak Balassa indeksa u nemogućnosti stabilne distribucije tokom vremena koja nije morala nužno da obezbedi pouzdano upoređivanje sektora jednakih rangova u okviru države i između različitih država (Yeats, 1985). Međutim, neka kasnija istraživanja ukazuju i da je problem primene koncepta uočene komparativne prednosti između sektora i različitih država ipak preuveličan, barem kada se radi o razvijenim državama (Laurson, 2015).

Sam Balassa je u svom originalnom istraživanju bio svestan da koncept „uočene komparativne prednosti“ ne obuhvata niz faktora koji utiču na konkurentnost kao što su radna snaga, kapital i troškovi inputa (poluproizvodi), ali je istakao i da bi uključivanje velikog broja faktora bio gotovo nemoguć zadatak, te se u tom smislu odlučio sa kreiranje relativno jednostavnog koncepta (Balassa, 1965). Upravo ta jednostavnost koncepta doprinela je opstanku Balassa indeksa i pored niza različitih modela koji su se tokom vremena pojavili.

Pored navedenih nedostataka, razvoj ekonomskih odnosa u proizvodnji i trgovini doprineli su i identifikovanju i nekih drugih nedostataka. U tom smislu, stabilnost indeksa tokom vremena zavisi i od tehnološkog napretka kao značajnog faktora specijalizacije (Dalum et al, 1998), ali i od niza drugih faktora kao što su protekcionističke mere, državne subvencije, izvozne subvencije, što je posebno izraženo u sektoru agrara kao najzaštićenijeg sektora u međunarodnoj trgovini nakon Drugog svetskog rata. Različite agrarne politike u državama koje se porede, mogu dovesti do iskrivljene slike komparativne prednosti posmatranih država (Jambor, 2013).

Nesporno je da empirijska istraživanja zahtevaju uključivanje što većeg broja faktora koji mogu uticati na utvrđivanje komparativne prednosti u međunarodnoj trgovini, što su pojedini naučnici pokušavali uključivanjem i drugih makroekonomskih varijabli kao što su proizvodnja i potrošnja koju su predlagali Bowen 1983. i Lafay 1992.g (pogledati Sanidas, Shin, 2010). Međutim, kompleksnost međunarodne trgovine, zahteva uključivanje izuzetno širokog

spektra faktora koji imaju uticaj na međunarodnu trgovinu, što svakako ostavlja prostor za dalja istraživanja. Naime, u daljim istraživanjima mora se uzeti u obzir i stepen razvijenosti država koje su predmet posmatranja kao i relativni značaj pojedinih sektora u ukupnoj trgovini. U manje razvijenim državama, posebno značajno je obratiti pažnju na sektor agrara kao i stepen razvijenosti agrarnog sektora. Dominacija primarnih poljoprivrednih proizvoda u međunarodnoj trgovini za sobom povlači drugačije faktore konkurentnosti u međunarodnoj trgovini, nego što je to slučaj kod agroindustrijskih proizvoda iako je nesporna veza između primarnih i prerađenih agrarnih proizvoda.

Pored problema (ne)uključivanja varijabli u koncept uočene komparativne prednosti, naučnici su se tokom vremena bavili i problemima jednosmernosti i asimetričnosti modela. Praćenjem izvoza u međunarodnoj trgovini na kojem je baziran Balassa indeks, tokom vremena je zaokupirao pažnju naučnika koji su težili razvoju osnovnog modela uključivanjem i komponente uvoza kao podjednako značajnog faktora komparativne prednosti. Rešavanje pitanja jednosmernosti, tokom vremena se bavio niz naučnika kao što su Kanamori 1964., Vollrath 1991. (pogledati Vollrath, 1991), Dalum et al. 1998., Proudman and Redding 2000., Hoen and Osterhaven 2006., Yu et al. 2009. i drugi. I sam Balassa razmatrao jednostavan model kojim analizira istovremeno uvoz i izvoz, ali ga je i sam odbacio 1977. (Vollrath, 1991).

Posmatranje uvoza i izvoza zaokupiralo je pažnju naučnika te su tokom vremena razvijani različiti modeli: Michaely indeks različitosti poznatijeg kao Michaely index (Michaely, 1962/67), CEPII (*Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales*) „doprinos trgovinskom bilansu“ (Contribution to the Trade Balance - CTB) (CEPII, 1983), intra industrijska trgovina (Grubel, Lloyd, 1971), intra i inter industrijska trgovina (Ballance et al., 1987) i drugi²⁶.

Velika se pažnja posvećivala pitanju asimetričnosti indeksa. Kao što je ranije rečeno, Balassa indeks daje vrednosti od 0 do 1 u slučajevima kada nije

²⁶ Za rezultate primene različitih modela pogledati Laursen, 2015

uočena komparativna prednost, odnosno vrednosti od 1 do ∞ u slučajevima kada je uočena komparativna prednost čime se daje veći značaj sektorima kod kojih je zabeležena komparativna prednost. Davanje većeg značaja kod pojedinih proizvoda dovelo je do stvaranja iskrivljene slike u primeni regresione analize ili drugih statističkih analiza (Laursen, 2015).

Vollrath se u svom radu 1991. bavio problematikom koncepta „otkrivene komparativne prednosti“ te analizirao do tada primenjene indekse kako one jednosmerne koji se bave pitanjem izvoza, tako i one dvosmerne koji se bave pitanje uvoza i izvoza. Kao rezultat analize, Vollrath je ponudio tri alternativna koncepta koje je nazvao: *relativna trgovinska prednost*, *relativna izvozna prednost* i *otkrivena konkurentnost* od kojih prvi i treći uvažavaju i uvoz i izvoz (Vollrath, 1991). Koncept *relativne trgovinske prednosti* (*revealed trade advantage* - RTA) predstavlja razliku između „*relativne izvozne prednosti*“ (*revealed export advantage* - RXA) i „*relativne uvozne specijalizacije*“ (*revealed import specialization advantage* - RMA).

$$RTA = RXA_a^i - RMA_a^i \quad (12)$$

$$RXA_a^i = \left(\frac{X_a^i}{X_n^i} \right) / \left(\frac{X_a^r}{X_n^r} \right) \quad (13)$$

$$RMA_a^i = \left(\frac{M_a^i}{M_n^i} \right) / \left(\frac{M_a^r}{M_n^r} \right) \quad (14)$$

gde X predstavlja izvoz, M predstavlja uvoz, i predstavlja državu, a predstavlja proizvod, n predstavlja grupu proizvoda umanjenu za proizvod a i r predstavlja svet umanjeno za državu i . Iz navedenog se može zaključiti da RXA praktično predstavlja Balassa indeks dok se po istom principu izračunava i RMA indeks. Vrednost RTA indeksa posmatra se kroz prizmu tri grupe rezultata. U slučaju kada je dobijena vrednost veća od 0 ($RTA > 0$), zaključujemo da je otkrivena trgovinska prednost, odnosno da je posmatrana država relativno više

konkurentna u trgovini posmatranog proizvoda. U slučaju kada je dobijena vrednost manja od 0 ($RTA < 0$), zaključujemo da nije otkrivena trgovinska prednost kod posmatranog proizvoda, dok u slučaju kada je $RTA = 0$ ne postoji niti prednost niti hendikep u trgovinskoj razmeni posmatranog proizvoda.

Vollrath-ov koncept *otkrivene komparativne prednosti* praktično je razlika logaritama dva indeksa:

$$RTA = \ln(RXA_a^i) - \ln(RMA_a^i) \quad (15)$$

čime se tretira pitanje asimetričnosti indeksa, ali i dalje ne uspeva da reši problem u slučajevima kada ne postoji izvoz određenog proizvoda. U svom istraživanju, Vollrath daje prednost upotrebi modela *relative trgovinske prednosti*.

Iako je nesporno da se na taj način rešava pitanje asimetričnosti, Vollrath je primenom logaritma otvorio novi problem, a to je nemogućnost primene logaritma u slučajevima kada ne postoji trgovina posmatranih proizvoda. Ovako definisano rešenje, moguće je primeniti u analizi trgovine na sintetičkom nivou, dok primena logaritma na analitičkom neće dati odgovarajuće rezultate. Nešto kasnije, Dalum predlaže rešavanje problema asimetričnosti te modifikuje Balassa indeks koji naziva „uočena simetrična komparativna prednost“ (Dalum et al 1998) kojom se dobijaju veoma slične vrednosti kao i u slučaju Vollrath-ovog logaritamskog pristupa, ali su one moguće i u slučajevima kada je vrednost izvoza u određenom sektoru jednaka nuli (Laursen, 2015):

$$RSCA = \frac{(RXA_a^i - 1)}{(RXA_a^i + 1)} \quad (16)$$

Primenom navedenog koncepta, dobija se simetrični Balassa indeks čije se vrednosti kreću od -1 do 1. U slučajevima kada je vrednost manja od nule, nije uočena komparativna prednost, dok je uočena komparativna prednost u slučajevima kada je dobijena vrednost veća od nule.

Iako je u praksi zaživeo termin „uočene komparativne prednosti“, tokom vremena je primenjena terminologija doživela manje modifikacije, ali je suština u tome da indeks uočene komparativne prednosti „predstavlja meru međunarodne specijalizovanosti, a ne međunarodne konkurentnosti ili bilo koji drugi koncept utvrđivanja performansi“ (Laursen, 2015). Razlog ovakvoj tvrdnji polazi od činjenice da će svaka država, bez obzira na rezultate koje postiže u međunarodnoj trgovini, biti više specijalizovana u jednom sektoru, a manje u nekom drugom sektoru. Takođe, veći udeo izvoza određenog proizvoda u ukupnom izvozu, ne govori nužno o većoj konkurentnosti posmatranog proizvoda na međunarodnom tržištu, već prevashodno o izvoznim performansama države sa jedne strane, i proizvodnih uslova i performansi, sa druge strane. „Stoga, kada se analizira dinamika RCA treba imati na umu da ako je vrednost *BI* (Balassa indeksa) porasla, ovo može biti rezultat nekoliko uzroka od kojih se neke odnose na porast udela izvoza sektora“ (Benedictis and Tamberi, 2001).

Svi navedeni modeli prevashodno teže posmatranju međunarodnih trgovinskih performansi poredeći različite države i njihove performanse na međunarodnom, svetskom tržištu, odnosno u svetskim razmerama trgovine. Balassa je predstavljajući svoj model, upravo krenuo od upoređivanja 10 najznačajnijih industrijskih država te je poredio njihovu izvoznu konkurentnost na svetskom tržištu. Mnogi su u daljim istraživanjima upoređivali odnose različitih država, različitih proizvoda, različitih grupa proizvoda i sl. Primena modela komparativne prednosti u poljoprivredi primenjivali su u svojim radovima Vollrath, 1989, Utkulu i Seyman 2004, Qineti i dr. 2009, Bojnec i Fertő 2007, 2012, Torok i Jambor 2012 i drugi. Primena koncepta uočene komparativne prednosti u poljoprivredi, analizirane je i primenom modifikovanom Balassa modela pod nazivom *Sm model* gde se kao denominator koristi ukupan izvoz agroindustrijskih proizvoda, a ne ukupan izvoz svih proizvoda kao što je to slučaj u klasičnom Balassa modelu (Raičević et al., 2012, Ignjatijević i dr., 2014).

Gotovo svi navedeni modeli prevashodno prate trgovinsku poziciju jedne države (ili grupe država) u odnosu na drugu državu (ili druge države) u trgovini na svetskom nivou. Iako je nesporan značaj praćenja komparativne trgovinske prednosti na svetskom nivou, praćenje komparativne prednosti i na konkretno posmatranom tržištu može da pruži izuzetno značajne podatke.

Uvažavajući dosadašnja istraživanja, kao i identifikovane probleme prethodno obrazložene, u radu je prikazan novi pristup konceptu „uočene komparativne prednosti“ nazvan „tržišno orijentisana uočena komparativna trgovinska prednost“ (*MORTA – Market Oriented Revealed Trade Advantage*) kako bi se analizirala komparativna trgovinska prednost Srbije u trgovini sa EU. Iako je u radu *MORTA* koncept primenjen na trgovinu Srbije sa EU, isti koncept moguće je primeniti na trgovinu bilo koje dve države. Rezultati istraživanja prikazani su u nastavku.

3.3.2. Tržišno orijentisana uočena komparativna prednost u trgovini agroindustrijskim proizvodima između Republike Srbije i Evropske unije

Primenom tržišno orijentisanog koncepta uočene komparativne trgovinske prednosti (*MORTA*), razvijenog u disertaciji, u nastavku su prikazani rezultati istraživanja trgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda između Republike Srbije i Evropske unije (EU), i to na nivou agroindustrijskih SMTK odseka, uključujući i prikaz indeksa tržišno orijentisane simetrične uočene relativne komparativne prednosti u izvozu (*MSXA*), te indeksa tržišno orijentisanog simetričnog stepena penetracije u uvozu (*MSIA*).

U izvozu agroindustrijskih proizvoda iz Srbije, relativna komparativna prednost na tržištu EU u odnosu na sve trgovinske partnere EU, uočena je na nivou četiri SMTK odseka, i to: odsek 04 sa vrednošću medijane *MSXA* od 0,67, odsek 05 sa vrednošću medijane od 0,60, odsek 06 sa vrednošću medijane od 0,82, odsek 12 sa vrednošću medijane od 0,02 i odsek 08 sa vrednošću medijane od 0,04 (*Tabela 3.*). Za odseke 04, 05 i 06 uočena je relativna komparativna

prednost tokom čitavog posmatranog perioda, s tim što je uočljivo da relativna komparativna prednost Srbije u izvozu žitarica i proizvoda od žitarica ima trend rasta, dok je kod izvoza voća i povrća, kao i šećera i proizvoda od šećera primetan trend opadanja relativne komparativne prednosti u izvozu Srbije na tržište EU.

Tabela 3. Prikaz MSXA indeksa u izvozu agroindustrijskih proizvoda Srbije na tržište EU na nivou SMTK odseka u periodu 2004-2014

	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	11	12	Udeo MSXA >0 (%)	Udeo MSXA <0 (%)
'04	-0,33	-0,55	-0,91	-0,98	0,20	0,69	0,93	-0,19	0,00	0,08	-0,51	-0,37	12,92	32,58
'05	-0,42	-0,52	-0,97	-0,99	0,57	0,64	0,92	-0,09	-0,27	-0,06	-0,49	-0,72	14,33	30,62
'06	-0,90	-0,53	-0,88	-0,99	0,52	0,60	0,89	-0,25	-0,32	-0,05	-0,60	-0,38	12,92	38,20
'07	-0,96	-0,56	-0,92	-1,00	0,49	0,62	0,86	-0,27	0,04	-0,11	-0,61	-0,28	12,64	37,64
'08	-0,93	-0,66	-0,93	-0,99	0,37	0,57	0,84	-0,35	-0,02	-0,14	-0,46	-0,15	12,92	39,61
'09	-0,95	-0,77	-0,93	-0,99	0,74	0,60	0,82	-0,33	0,08	-0,08	-0,24	0,18	13,48	39,04
'10	-0,96	-0,78	-0,94	-0,99	0,79	0,57	0,82	-0,41	0,08	-0,05	-0,33	0,17	13,48	44,94
'11	-0,93	-0,85	-0,93	-0,98	0,79	0,60	0,79	-0,51	0,19	-0,10	-0,18	0,13	14,89	46,07
'12	-0,92	-0,86	-0,82	-0,97	0,83	0,52	0,81	-0,55	0,28	-0,02	-0,02	0,24	16,01	45,22
'13	-0,95	-0,90	-0,80	-0,98	0,67	0,46	0,76	-0,61	0,03	0,05	-0,23	0,02	15,73	43,26
'14	-0,96	-0,90	-0,66	-0,95	0,73	0,47	0,61	-0,59	0,13	0,05	-0,12	0,37	15,45	44,10
Me	-0,93	-0,77	-0,92	-0,99	0,67	0,60	0,82	-0,35	0,04	-0,05	-0,33	0,02		
Mo	-0,84	-0,72	-0,88	-0,98	0,61	0,58	0,82	-0,38	0,02	-0,04	-0,34	-0,07		
σ	0,07	0,05	0,03	0,00	0,06	0,02	0,03	0,05	0,05	0,02	0,06	0,10		
Prosečan životni vek proizvoda komparativne prednosti u izvozu (MSXA>0)													Σ	Udeo MSXA >0 (%)
	2,00	5,67	3,00	-	4,8	6,86	5,00	5,17	4,33	4,75	6,67	5,67	5,57	27,81

Izvor: Kalkulacija autora na bazi RZS i Eurostat podataka

Najniža pozitivna vrednost medijane MSXA indeksa, uočava se kod odseka 12 kod kojeg je prvi put uočena relativna komparativna prednost u izvozu u 2009., da bi do kraja posmatranog perioda vrednosti indeksa beležile pozitivne rezultate. Vrlo slična situacija je i kod odseka 08 kod kojeg je prvi put uočena relativna komparativna prednost u izvozu u 2007., te u čitavoj drugoj polovini posmatranog perioda.

Kod svih preostalih SMTK odseka, izuzev 2004., 2013. i 2014. u okviru odseka 09, uočava se stalno odsustvo relativne komparativne prednosti u izvozu na tržište EU.

Tokom posmatranog perioda, uočava se i trend rasta broja SMTK proizvoda kod kojih je uočena relativna komparativna prednost u izvozu čiji udeo raste sa 12,9% u 2004. na najvišu vrednost od 16% u 2012. Sa druge strane, uočava se i trend rasta SMTK proizvoda kod kojih nije uočena relativna komparativna prednost u izvozu sa najniže zabeležene vrednosti u 2005. od 30,62% na 44,1% u 2014. Rast udela proizvoda kod kojih je uočena relativna komparativna prednost u izvozu, sa jedne strane, uz istovremeni trend rasta udela proizvoda kod kojih nije uočena relativna komparativna prednost, sa druge strane, ukazuje da se tokom posmatranog perioda proširuje paleta proizvoda koji se izvoze na tržište EU, ali da relativna komparativna prednost u izvozu nije zagantovana, već predstavlja tendenciju uspostavljanja bolje pozicije izvoznih proizvoda Srbije na tržištu EU.

Značajan pokazatelj uspešnosti izvoznih proizvoda na tržištu EU jeste i pokazatelj prosečnog životnog veka proizvoda tokom posmatranog perioda. Naime, reč je o pokazatelju koji prikazuje koliki je prosečan životni vek onih proizvoda kod kojih je uočena relativna komparativna prednost u izvozu, najmanje u jednoj godini posmatranog perioda, izraženo u godinama. Ukupno posmatrano, prosečan životni vek proizvoda kod kojih je uočena relativna komparativna prednost u izvozu na nivou posmatranih SMTK sektora iznosi 5,57 godina, pri čemu je udeo proizvoda kod kojih je barem u jednoj godini posmatranog perioda uočena relativna komparativna prednost u izvozu 27,81%. Posmatrajući prosečan životni vek po odsecima, može se uočiti da u okviru odseka kod kojih nije uočena relativna komparativna prednost, postoje pojedinačni proizvodi koji pronalaze svoje mesto na tržištu EU.

U uvozu agroindustrijskih proizvoda u Srbiju iz EU, uočava se relativno nizak stepen penetracije u većini odseka gde je zabeležena vrednost medijane MSIA indeksa manja od 0. Kod odseka 06, 07, 09 i 12 vrednost medijane indeksa

MSIA veća je od 0 što ukazuje da je relativni stepen penetracije u uvozu iz EU visok (Tabela 4.). Kod odseka 01, 02, 03, 04, 05 i 11 uočava se relativno nizak stepen penetracije u svim posmatranim godinama.

Tabela 4. Prikaz MSIA indeksa u uvozu Srbije iz EU na nivou SMTK odseka u periodu 2004-2014

	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	11	12	Udeo MSIA >0 (%)	Udeo MSIA <0 (%)
'04	-0,48	-0,59	-0,56	-0,24	-0,06	-0,18	0,17	0,16	-0,01	0,46	-0,53	0,51	24,44	57,58
'05	-0,13	-0,59	-0,66	-0,17	-0,12	-0,18	0,31	0,12	-0,02	0,48	-0,59	0,45	23,31	55,06
'06	-0,35	-0,64	-0,67	-0,24	-0,12	-0,15	0,13	-0,02	0,12	0,32	-0,54	0,46	23,03	56,46
'07	-0,28	-0,72	-0,64	-0,31	-0,29	-0,22	-0,05	0,13	-0,08	0,21	-0,57	0,12	19,38	61,52
'08	-0,34	-0,61	-0,53	-0,28	-0,31	-0,17	-0,11	0,15	-0,16	0,24	-0,50	0,16	19,38	60,96
'09	-0,34	-0,58	-0,72	-0,35	-0,53	-0,22	-0,14	-0,21	-0,28	0,05	-0,60	0,02	15,17	66,57
'10	-0,64	-0,60	-0,51	-0,38	-0,53	-0,22	-0,13	-0,05	-0,17	0,13	-0,64	0,05	15,45	68,26
'11	-0,28	-0,55	-0,41	-0,23	-0,27	-0,14	-0,03	0,04	-0,05	0,26	-0,47	0,13	19,66	64,89
'12	0,03	-0,40	-0,42	-0,17	-0,23	-0,13	0,04	0,04	-0,06	0,26	-0,48	0,19	21,07	64,04
'13	0,09	-0,36	-0,47	-0,22	-0,22	-0,14	0,13	0,05	0,02	0,24	-0,50	0,27	21,63	66,29
'14	0,47	-0,15	-0,52	-0,21	-0,17	-0,09	0,07	0,08	0,01	0,22	-0,43	0,25	21,91	66,57
Me	-0,28	-0,59	-0,53	-0,24	-0,23	-0,17	0,04	0,05	-0,05	0,24	-0,53	0,19		
Mo	-0,20	-0,53	-0,56	-0,25	-0,26	-0,17	0,04	0,05	-0,06	0,26	-0,53	0,24		
σ	0,09	0,05	0,03	0,02	0,05	0,01	0,04	0,03	0,03	0,04	0,02	0,05		
Prosečan životni vek proizvoda kod kojih je uočena komparativna prednost u uvozu (MSIA<0)													Σ	MSIA <0 (%)
	5,33	4,20	3,00	8,50	4,17	5,54	5,75	3,94	4,83	7,55	2,00	6,71	5,30	42,42

Izvor: Kalkulacija autora na bazi RZS i Eurostat podataka

Najniže vrednosti MSIA indeksa uočavaju se kod odseka 01 gde je zabeležena vrednost medijane od -0,59, kao i kod odseka 02 i 11 uz vrednost medijane MSIA indeksa od -0,53. Međutim, kod svih pomenutih odseka, osim kod odseka 04, uočava se trend rasta vrednosti MSIA indeksa. Kod odseka 00 i 08, uočena je negativna vrednost MSIA indeksa, ali ne u svim posmatranim godinama. Kod odseka 00, vrednost MSIA indeksa je negativna u svim posmatranim godinama, osim u poslednje tri posmatrane godine uz stalno prisutan trend rasta vrednosti indeksa što ukazuje na sve veći relativni stepen penetracije proizvoda posmatranog odseka na tržištu Srbije. Sa druge strane, kod odseka 08 vrednosti MSIA su negativne u svim godinama osim u 2006.,

2014. i 2014., što nije uspjelo da obezbedi pozitivne vrednosti medijane *MSIA* indeksa. Međutim, nakon najniže vrednosti *MSIA* indeksa u sredini posmatranog perioda, uočava se trend rasta vrednosti indeksa čime se ukazuje na snažniji relativni stepen penetracije proizvoda posmatranog odseka na tržište Srbije.

Najviša vrednost *MSIA* indeksa beleži se kod odseka 09 uz vrednost od 0,24, pri čemu je primetna tendencija snižavanja relativnog stepena penetracije posmatrane grupe proizvoda u uvozu u Srbiju. Odsek 12 u svim posmatranim godinama zabeležio je relativno visok stepen penetracije u uvozu s tim da je u prvoj polovini posmatranog perioda uočen trend snižavanja relativnog stepena penetracije gotovo do granične vrednosti (u 2009. $MSIA=0,05$), da bi u drugoj polovini posmatranog perioda takav pozitivan trend izostao. Veoma slični trendovi, uz povoljniji rezultat, uočavaju se i kod odseka 06 kod kojih je sredinom perioda u pet uzastopnih godina uočena negativna vrednost *MSIA* indeksa, uz gotovo graničnu vrednost medijane *MSIA* za posmatrani period od svega 0,04. Konačno, kod odseka 07, beleži se gotovo granična vrednost medijane *MSIA* indeksa od 0,05 uz činjenicu da je negativna vrednost *MSIA* indeksa zabeležena u 2009. i 2010. dok je u poslednje četiri posmatrane godine vrednost *MSIA* indeksa pozitivna, uz primetnu tendenciju rasta.

U strukturi posmatranih SMTK proizvoda, više od polovine predstavljaju proizvodi kod kojih je zabeležena vrednost *MSIA* indeksa manja od 0 što ukazuje na prisustvo relativno niskog stepena penetracije u uvozu pomenutih proizvoda iz EU uz prisutnu tendenciju rasta broja takvih proizvoda. U 2010., kod 68,3% uvezenih proizvoda zabeležena je negativna vrednost *MSIA* indeksa. Navedeno ukazuje da se tokom posmatranog perioda, kod sve većeg broja posmatranih SMTK proizvoda uočava relativno nizak stepen penetracije u uvozu iz EU. Sa druge strane, istovremeno se uočava i trend pada udela proizvoda kod kojih je zabeležen visok stepen penetracije u uvozu posmatranih proizvoda na tržište Srbije. Najveći udeo proizvoda kod kojih je zabeležen relativno visok stepen penetracije u uvozu zabeležen je u

prve tri posmatrane godine, da bi tokom vremena taj udeo postepeno opadao. Najniži udeo proizvoda sa relativno visokim stepenom penetracije, zabeležen je 2009. i iznosio je 15,2%, da bi u narednim godinama udeo rastao sve do 21,91% u 2014. Povoljan odnos proizvoda kod kojih je uočen relativni nizak stepen penetracije u uvozu, rezultat je slabljenja kupovne moći srpskog stanovništva kao posledica pada ekonomske aktivnosti usled svetske ekonomske krize, da bi se u poslednjim godinama udeo proizvoda sa relativno visokim stepenom penetracije u uvozu vratio na pred-krizni period. U odnosu na izvoz, u uvozu se pojavljuje daleko veći broj proizvoda sa kojima se trguje. Sa svega 12,52% posmatranih SMTK proizvoda, nije zabeležen uvoz u 2014., dok na strani izvoza u istoj godini nije zabeležen izvoz sa 40,5% posmatranih SMTK proizvoda. Iako je i kod izvoza i kod uvoza evidentno povećanje broja SMTK proizvoda kojima se trguje, navedeni pokazatelji ukazuju da je daleko šira paleta proizvoda koji se uvoze u Srbiju iz EU, u odnosu na širinu palete proizvoda koji Srbija izvozi u EU.

Ukupno posmatrano, prosečan životni vek proizvoda kod kojih je uočen relativno visok stepen penetracije u uvozu iznosi 5,3 godina pri čemu je ukupan udeo proizvoda kod kojih je barem u jednoj godini uočen relativno visok stepen penetracije u uvozu 42,42%. Kao i u slučaju izvoznih proizvoda, uočava se da i kod odseka kod kojih je uočen relativno nizak stepen penetracije, postoje proizvodi u okviru odseka koji ostvaruju relativno visok stepen penetracije u uvozu u Srbiju.

Identifikovanje relativne komparativne trgovinske prednosti Srbije u trgovini sa EU, urađena je na bazi primene koncepta tržišno orijentisane modela relativne komparativne trgovinske prednosti (*MORTA*). Dobijeni pokazatelji ukazuju da se pozitivni rezultati u izvozu reflektuju i u sveukupnoj oceni relativne komparativne trgovinske prednosti, i to kod posmatranih SMTK odseka 04, 05, 06, 08 i 11 (*Tabela 5*). Najveća relativna komparativna trgovinska prednost u trgovini sa EU beleži se u razmeni proizvoda odseka 04 uz ostvarenu vrednost medijane *MORTA* indeksa od 0,89 i nisku vrednost

standardne devijacije od 0,04, dok trgovina proizvodima u preostala tri odseka beleži nešto nižu vrednost indeksa, ali takođe uz niske vrednosti standardne devijacije što ukazuje na relativno stabilnu poziciju odseka u razmeni sa EU.

Tabela 5. Prikaz MORTA indeksu trgovini agroindustrijskih proizvoda Srbije EU u periodu 2004-2014

	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	11	12	Udeo MORTA >0 (%)	Udeo MORTA <0 (%)
'04	0,15	0,04	-0,35	-0,74	0,26	0,86	0,76	-0,35	0,01	-0,38	0,02	-0,88	19,38	64,33
'05	-0,29	0,07	-0,31	-0,83	0,69	0,82	0,61	-0,21	-0,25	-0,54	0,10	-1,18	20,51	60,96
'06	-0,55	0,11	-0,20	-0,75	0,64	0,75	0,76	-0,23	-0,43	-0,37	-0,06	-0,84	20,79	62,08
'07	-0,68	0,16	-0,28	-0,69	0,78	0,83	0,91	-0,41	0,12	-0,32	-0,04	-0,40	21,35	62,36
'08	-0,59	-0,05	-0,40	-0,71	0,67	0,74	0,94	-0,50	0,13	-0,38	0,03	-0,31	22,75	60,39
'09	-0,61	-0,19	-0,21	-0,64	1,27	0,82	0,96	-0,13	0,36	-0,13	0,36	0,16	25,28	59,27
'10	-0,32	-0,18	-0,42	-0,60	1,32	0,78	0,95	-0,36	0,26	-0,18	0,31	0,12	26,97	60,67
'11	-0,65	-0,29	-0,53	-0,75	1,06	0,74	0,82	-0,54	0,25	-0,36	0,29	-0,01	26,97	61,24
'12	-0,95	-0,47	-0,41	-0,80	1,06	0,66	0,76	-0,59	0,34	-0,27	0,47	0,04	25,84	62,36
'13	-1,04	-0,54	-0,33	-0,75	0,89	0,61	0,62	-0,67	0,00	-0,18	0,27	-0,25	25,00	65,73
'14	-1,43	-0,75	-0,14	-0,74	0,90	0,56	0,53	-0,67	0,11	-0,17	0,30	0,13	25,56	65,17
Me	-0,61	-0,18	-0,33	-0,74	0,89	0,75	0,76	-0,41	0,12	-0,32	0,27	-0,25		
Mo	-0,63	-0,19	-0,33	-0,73	0,87	0,74	0,78	-0,42	0,08	-0,30	0,19	-0,31		
σ	0,13	0,09	0,03	0,02	0,09	0,03	0,04	0,06	0,07	0,04	0,05	0,14		
Prosečan životni vek proizvoda kod kojih je uočena relativna komparativna trgovinska prednost (MORTA >0)													Σ	MORTA >0 (%)
	7,0	3,5	1,9	2,0	6,08	6,02	3,91	2,90	5,38	4,22	5,29	3,00	4,75	49,44

Izvor: Kalkulacija autora na bazi RZS i Eurostat podataka

Pored navedenih odseka, uočava se i relativna komparativna trgovinska prednost u pojedinim godinama u razmeni proizvoda SMTK odseka 01, 12 i u prvoj posmatranoj godini odseka 00, ali posmatrajući ukupan period, kod navedenih odseka nije uočena komparativna prednost u trgovinskoj razmeni. Šta više, kod odseka 00 i 01, vrednosti MORTA indeksa značajno opadaju u drugoj polovini posmatranog perioda. Jedino kod odseka 12, uočava se tendencija ostvarivanja relativne komparativne trgovinske prednosti u posmatranom periodu. Udeo proizvoda koji beleže relativnu komparativnu trgovinsku prednost u posmatranom periodu, fluktuiraju tokom vremena od

najniže zabeležene vrednosti od 19,38% u 2004., do najviše zabeležene vrednosti od 27% u 2010. i 2011., uz nešto niže vrednosti u narednim godinama. Sveukupno posmatrano, uočava se trend rasta broja proizvoda koji beleže relativnu komparativnu trgovinsku prednost u razmeni Srbije i EU, ali je veliko pitanje životnog veka takvih proizvoda, odnosno dužine trajanja relativne komparativne trgovinske prednosti tokom vremena. Sa druge strane, udeo proizvoda kod kojih nije uočena relativna komparativna trgovinska prednost, beleži značajan udeo od preko 60% posmatranih proizvoda i relativno je stabilan tokom posmatranog perioda, uz primetnu tendenciju rasta u drugoj polovini posmatranog perioda.

Ukoliko posmatramo životni vek proizvoda kod kojih je uočena relativna komparativna trgovinska prednost Srbije u trgovini sa EU, možemo zaključiti da je prosečan životni vek proizvoda kod kojih je vrednost *MORTA* indeksa veća od 0 u posmatranom periodu 4,75 godina. Najduži životni vek proizvoda od 7 godina, uočava se kod SMTK odseka 00 kod kojeg nije uočena relativna komparativna trgovinska prednost u posmatranom periodu, osim u prvoj posmatranoj godini. Iako nije uočena relativna komparativna trgovinska prednost kod pojedinih odseka, evidentno je da isti raspolažu proizvodima koji tokom perioda beleže relativnu komparativnu trgovinsku prednost u trgovini sa EU, što će biti predmet dalje analize.

Prezentovani rezultati trgovinskih odnosa agroindustrijskih proizvoda između Srbije i EU bazirani na analizi *MORTA* koncepta, ukazuju na neophodnost sprovođenja daljih, detaljnijih analiza strukture proizvoda po SMTK odsecima. Imajući u vidu da je u analizi SMTK odseka obuhvaćeno 356 proizvoda po SMTK klasifikaciji, u nastavku će se detaljna analiza sprovesti samo za najznačajnije agroindustrijske proizvoda u trgovini između Srbije i EU, dok se rezultati primene *MORTA* modela za sve analizirane SMTK proizvode mogu naći kao prilog disertacije i značajni su pokazatelji promene relativne komparativne prednosti u posmatranom periodu (Prilog I).

3.3.3. Analiza trgovine najznačajnijim agroindustrijskim proizvodima između Srbije i Evropske unije

U cilju sprovođenja detaljne analize trgovinskih odnosa Srbije i EU u delu koji se odnosi na agroindustrijske proizvode, za potrebe disertacije selektovani su proizvodi čiji je udeo u trgovini agroindustrijskim proizvodima sa EU u posmatranom periodu veći od 1% (računato primenom stalnih cena), što čini 60,0% ukupne trgovine agroindustrijskih proizvoda (*Tabela 6.*).

Tabela 6. Najznačajniji agroindustrijski proizvod u trgovini između Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u EUR u stalnim cenama

	SMTK Proizvod	Obim trgovine 2004-2014	Udeo
1	04490 Kukuruz, ostali	1.616.068.211	12,22%
2	05832 Maline i slično bobičasto voće (smrznuto)	1.610.050.638	12,17%
3	06129 Šećer	1.420.735.510	10,74%
4	09899 Ostali proizvodi za ishranu	650.473.560	4,92%
5	05839 Ostalo smrznuto voće (kuvano ili ne)	484.285.736	3,66%
6	04120 Ostala pšenica (i krupnik) i napolica u zrnju	360.490.378	2,72%
7	12220 Cigarete koje sadrže duvan	287.235.070	2,17%
8	12120 Duvan (delimično ili potpuno iziljen)	254.285.112	1,92%
9	07330 Ostali prehrambeni proizvodi od kaka	192.402.490	1,45%
10	04410 Semenski kukuruz	184.762.902	1,40%
11	05711 Narandže, sveže ili osušene	165.183.667	1,25%
12	05469 Ostalo smrznuto povrće i mešavine od povrća	159.586.399	1,21%
13	05995 Sokovi od ostalog voća ili povrća	152.172.544	1,15%
14	08199 Proizvodi za ishranu životinja	150.356.707	1,14%
15	08152 Rezanci od šećerne repe i otpaci od proizvodnje šećera	140.673.747	1,06%
16	04842 Slatki biskviti, vafli, galetti i sl.	140.207.038	1,06%
17	11102 Vode (sa dodatkom šećera, ostala bezalkoholna pića)	138.748.459	1,05%
	UKUPNO najznačajniji agroindustrijski proizvodi	8.107.718.168	61,3%
	UKUPNO svi agroindustrijski proizvodi	13.229.556.036	100%

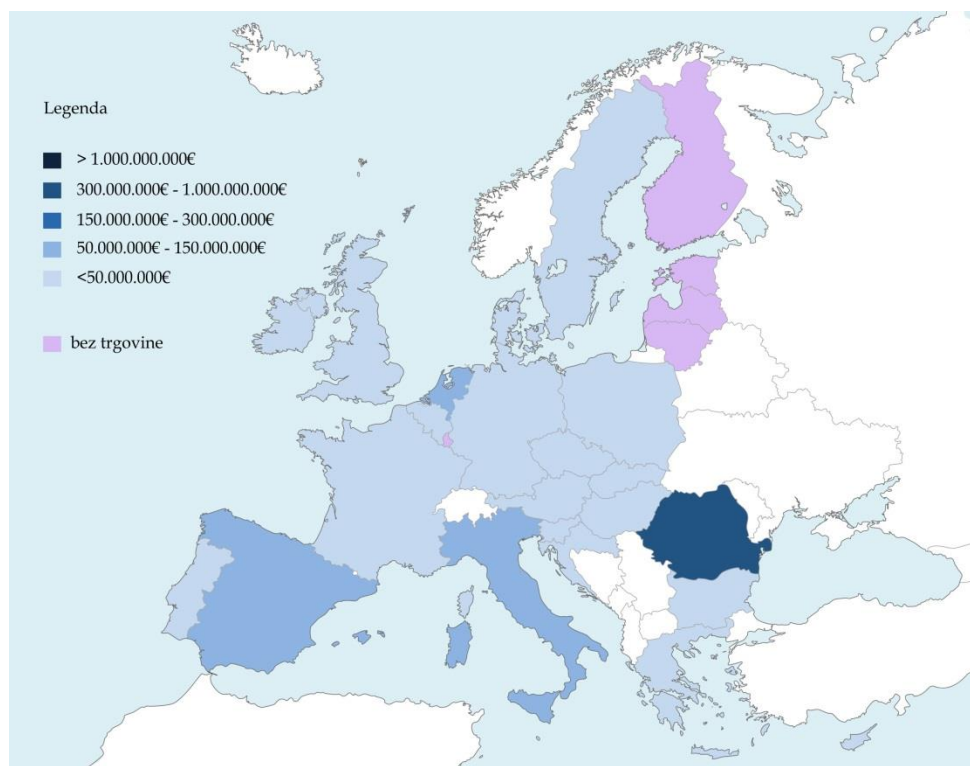
Izvor: Kalkulacija autora na bazi RZS i Eurostat podataka

3.3.3.1. *Analiza trgovine kukuruzom SMTK 04490*

Trgovina kukuruzom (SMTK 04490) u EU u periodu 2004-2014 ostvarila je vrednost od 47,6 milijardi EUR izraženo u stalnim cenama, od čega je 60% rezultat trgovine između država članica EU, dok je preostalih 40% rezultat trgovine sa državama van EU. Ukupan udeo trgovine kukuruzom EU u trgovini svim agroindustrijskim proizvodima, iznosi svega 0,9%. Najveći uvoznici kukuruza u okviru EU su Španija sa vrednošću uvoza od 10,3 milijarde EUR i udelom od 23,1% (udeo u uvozu van EU 35,7%, u internom uvozu 16%), Holandija sa vrednošću uvoza od 7,4 milijarde EUR i udelom od 16,4% (udeo u uvozu van EU 12,1%, u internom uvozu 18,9%) i Italija sa vrednošću uvoza od 5,3 milijarde EUR i udelom od 11,9% (udeo u uvozu van EU 9,1%, u internom uvozu 13,4%). Najveći izvoznici kukuruza u okviru EU su Francuska sa vrednošću uvoza od 13,3 milijarde EUR i udelom od 42,6% (udeo u izvozu van EU 19,5%, u internom izvozu 44,9%) i Mađarska sa vrednošću uvoza od 5,9 milijardi EUR i udelom od 19% (udeo u izvozu van EU 4,6%, u internom izvozu 20,5%).

Najveći proizvođač kukuruza u EU je Francuska koja je u posmatranom periodu (2004.-2014.) proizvela 168.040 tona kukuruza, što čini 23,8% proizvodnje u EU, čime u potpunosti opravdava i epitet najvećeg izvoznika u EU. Na drugom mestu se nalazi Rumunija sa ukupno proizvedenih 103.718 tona što čini 14,7% EU proizvodnje, uz veoma blagu tendenciju pada proizvodnje u posmatranom periodu, iako je u poslednje dve posmatrane godine uočen dinamičniji rast proizvodnje. Rumunija predstavlja treću državu EU po udelu u ukupnom izvozu od 8,8% zahvaljujući pre svega značajnom udelu u izvozu van granica EU sa udelom od 51,2%. Vrlo slične vrednosti proizvodnje ostvaruje Italija sa 102.347 tona i udelom od 14,5%, ali uz značajniju tendenciju pada proizvodnje u odnosu na Rumuniju. Konačno, Mađarska zauzima četvrto mesto po obimu proizvodnje kukuruza u EU sa ukupnom proizvodnjom od 81.782 tona što čini 11,6% proizvodnje kukuruza u EU.

Ukoliko posmatramo trgovinu kukuruzom van EU, uočavamo da EU beleži deficit u trgovinskoj razmeni od 13,3 milijarde EUR i pokrivenost uvoza izvozom od 18,8%. Posmatrajući trgovinu EU sa državama koje nisu članice EU, jasno je da unutrašnja trgovina kukuruzom ne može da zadovolji potrebe evropskog stanovništva. Najznačajniji partner EU u uvozu kukuruza je Ukrajina koja čini 33,6% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 12,1%), zatim sledi Brazil sa udelom od 26,1% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 9,4%), Argentina sa 16,6% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 6%) i Srbija sa udelom od 9,1% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 3,3). Osim Srbije koja svoju trgovinu usmerava na države EU u regionu, trgovina sa Ukrajinom, Brazilom i Argentinom u najvećoj meri se realizuje sa Španijom, Portugalom, Holandijom i Italijom koje sve imaju razvijen pomorski saobraćaj kao najpristupačniji vid transporta kukuruza. Uvoz u EU iz Ukrajine značajno je povećan u poslednje tri posmatrane godine ostvarujući vrednost uvoza od preko 1,3 milijarde EUR godišnje, što je doprinelo da Ukrajina postane pretekne Brazil koji je do 2014. nosio epitet najvećeg izvoznika na tržište EU. Sa druge strane, u uvozu iz Brazila primetna su velike oscilacije tokom posmatranog perioda uz primetnu tendencija pada vrednosti uvoza. Uvoz EU iz Argentine takođe beleži tendenciju pada u posmatranom periodu. Najveća vrednost izvoza zabeležena je 2008. sa iznosom od 852 miliona EUR, da bi u 2014. dostigla vrednost uvoza od svega 74 miliona EUR.



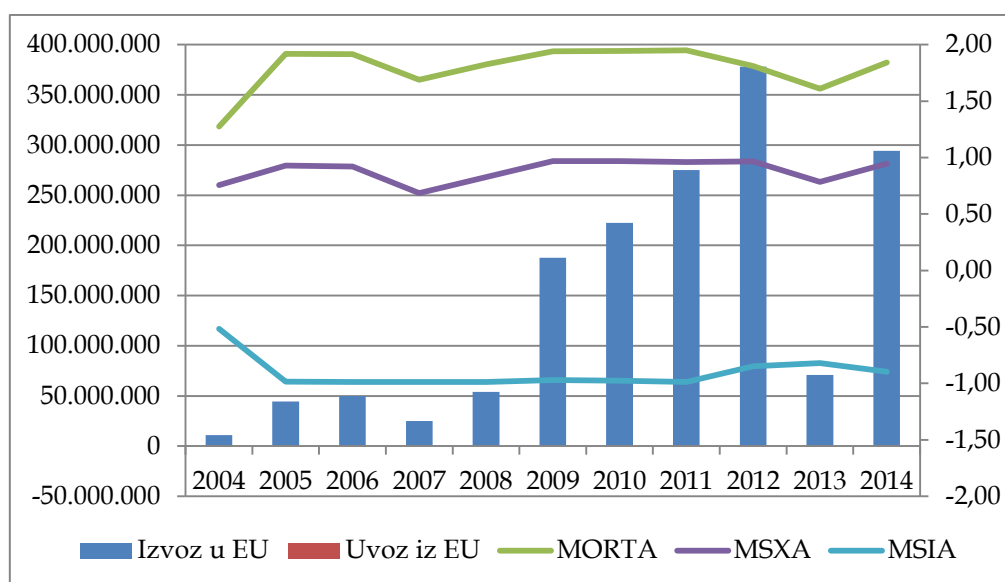
Slika 5. Prikaz trgovinske razmene SMTK 04490 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR

Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Za Srbiju, trgovina kukuruzom od velikog je značaja imajući u vidu da je reč o drugom najznačajnijem proizvodu u spoljnotrgovinskoj razmeni agroindustrijskih proizvoda između Srbije i EU. U ukupnoj razmeni agroindustrijskih proizvoda sa EU u posmatranom periodu, trgovina beleži vrednost od 1,61 milijarda EUR izraženo u stalnim cenama uz udeo u razmeni agroindustrijskih proizvoda od 12,2%. U međusobnoj trgovini, gotovo celokupna razmena bazirana je na izvozu kukuruza iz Srbije u EU (99,8% obima trgovine kukuruza rezultat je izvoza Srbije na EU) pri čemu se trgovina pretežno obavlja sa državama u regionu (*Slika 5.*). U čitavom periodu, uočava se relativna trgovinska komparativna prednost Srbije u trgovini kukuruzom sa EU uz prosečnu vrednost indeksa od 1,79. Relativna trgovinska komparativna prednost Srbije u trgovini sa EU najniža je u periodima najniže vrednosti trgovine, dok je u periodima povećane vrednosti trgovine primetna i veća

relativna komparativna trgovinska prednost približavajući se maksimalnoj graničnoj vrednosti *MORTA* indeksa koji je najveći u 2010. i 2011. i iznosi 1,95. Najniža relativna trgovinska komparativna prednost, uočena je u prvoj posmatranoj godini, dok je u 2013. zabeležen drugi najlošiji rezultat kao posledica smanjenog obima izvoza kukuruza usled velike suše u prethodnoj godini. Najniža uočena relativna komparativna prednost u izvozu Srbije primećuje se u godinama u kojima je izvoz najniži što ukazuje da smanjeno prisustvo na tržištu EU ima za posledicu gubitak komparativne trgovinske prednosti u odnosu na sve druge konkurente (*Grafikon 11.*).

Grafikon 11. Obim trgovine SMTK 04490 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Vrednost izvoza kukuruza Srbije u EU tokom posmatranog perioda raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 32,1% i jaku varijabilnost od 83,9%. Najveća vrednost izvoza ostvarena je u 2012. i iznosila je 378 miliona EUR, dok je značajan pad vrednosti izvoza kukuruza u 2013. imao za posledicu i smanjenje vrednosti *MSXA* indeksa na 0,79. Sa druge strane, vrednosti *MSIA* indeksa su na gotovo najnižim graničnim vrednostima kao posledica odsustva prisutnosti EU u trgovini kukuruzom na tržištu Srbije.

Rast vrednosti izvoza Srbije, može se reći, nastaje kao posledica SSP-a, odnosno kao posledica preferencijalnog režima koji Srbija ima u trgovini sa EU. Naime, ulaskom Rumunije i Bugarske u EU, otvorile su se mogućnosti preferencijalnog plasmana proizvoda 04490, što je Srbija uspeła da iskoristi u trgovini sa Rumunijom. Sa druge strane, uvoz proizvoda 04490 spada u grupu najosetljivijih proizvoda koji i nakon primene SSP-a zadržavaju carinsku zaštitu na nivou od 80% što u značajnoj meri utiče na uvoz Srbije iz EU. Tokom perioda primene SSP-a, Srbija je poboljšala svoju relativnu komparativnu poziciju u trgovini sa EU pre svega kao posledica značajnog rasta relativne komparativne prednosti u izvozu i izuzetno niskog stepena penetracije u uvozu.

U razmeni kukuruza sa državama članicama EU, uočava se relativna trgovinska komparativna prednost Srbije na svim pojedinačnim tržištima država članica EU osim sa Češkom Republikom. Negativan MORTA indeks rezultat je nepostojanja izvoza kukuruza u Češku Republiku ni u jednoj posmatranoj godini, dok je uvoz zabeležen u poslednje tri posmatrane godine.

Prikaz relativne komparativne prednosti Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju proizvoda 04490, dati su u Prilog II.

3.3.3.2. *Analiza trgovine malinama i sličnim bobičastim voćem SMTK 05832*

U okviru EU, trgovina smrznutim malinama i ostalim bobičastim voćem²⁷ u periodu 2004-2014 ostvarila je vrednost trgovine od 6,1 milijardu EUR izraženo u stalnim cenama, od čega je 55,7% rezultat trgovine između država članica EU, dok je preostalih 44,3% rezultat trgovine sa državama van EU. Ukupan udeo trgovine smrznutim malinama i ostalim bobičastim voćem EU u trgovini svim agroindustrijskim proizvodima, iznosi svega 0,11%. Najveći uvoznici u EU su Nemačka sa vrednošću uvoza od 1,8 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu EU od 30,9% (udeo u uvozu van EU 30,6%, u internom uvozu

²⁷ Pored smrznutih malina, kao osnovnog trgovinskog proizvoda Srbije, u SMTK 05832 spadaju i smrznute ribizle, kupine i dudinje, kao i ostalo bobičasto voće.

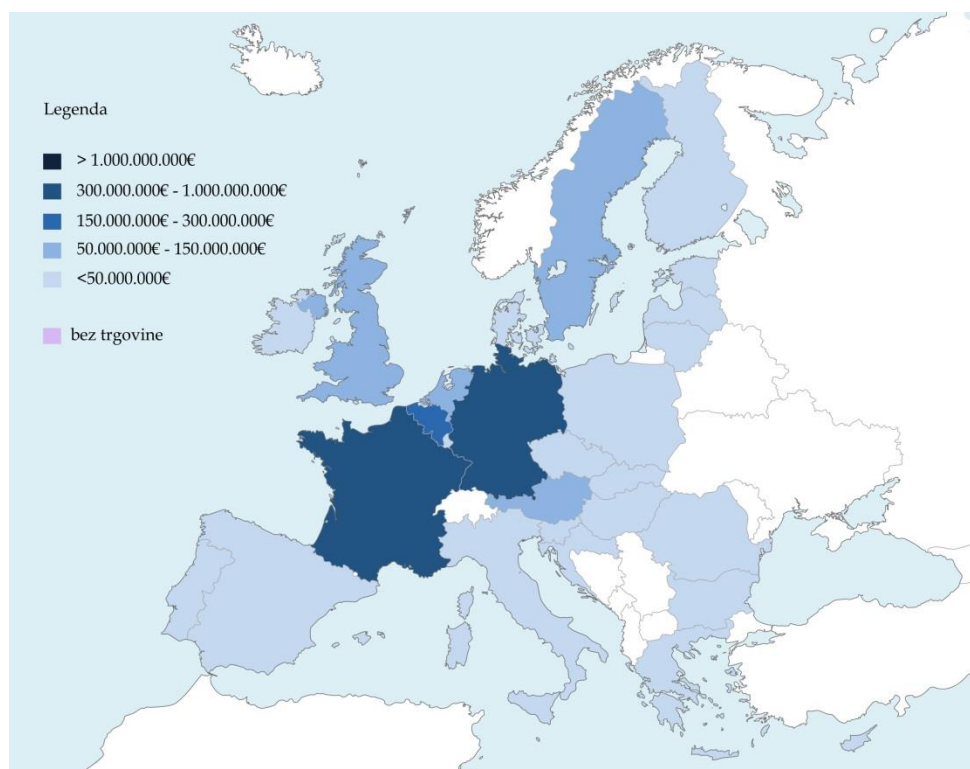
30,5%), Francuska sa vrednošću uvoza od 989 miliona EUR i udelom od 17% (udeo u uvozu van EU 21,3%, u internom uvozu 13,9%) i Belgija sa vrednošću uvoza od 602 miliona EUR i udelom od 10,3% (udeo u uvozu van EU 10,6%, u internom uvozu 10,2%). Sa druge strane, najveći izvoznici u EU su Poljska sa vrednošću izvoza od 1,5 milijardi EUR i udelom od 41,2% (udeo u izvozu van EU 43,2%, u internom izvozu 41%), Belgija sa vrednošću izvoza od 541 miliona EUR i udelom od 14,8% (udeo u izvozu van EU 7,3%, u internom izvozu 15,4%) i Austrija sa vrednošću izvoza od 331 miliona EUR i udelom od 9,1% (udeo u izvozu van EU 2%, u internom izvozu 9,7%).

Poljska, kao najznačajniji proizvođač maline, dominantnog proizvoda u okviru SMTK 05832, ujedno je i najveći izvoznik državama članicama EU. Povećanje proizvodnje od 2007. sa 56 hiljada tona na 126 hiljada tona u 2014., odrazilo se i na povećanje vrednosti izvoza Poljske na tržište EU. Ukupna vrednost izvoza Poljske na tržište EU u posmatranom periodu iznosi 1,4 milijarde EUR i predstavlja najznačajnijeg konkurenta Srbije na tržištu EU. Posebno je značajno da je u poslednje dve posmatrane godine (2013.-2014.g) godišnja vrednost izvoza Poljske prešla nivo od 180 miliona EUR²⁸ dok se Srbija u drugoj polovini perioda stalno nadmeće za leadersku poziciju na tržištu EU. Ostale države u okviru EU koje figuriraju kao značajni izvoznici, nisu ujedno i značajniji proizvođači, ali jesu među najvećim uvoznicima kako unutar, tako i van EU što ukazuje da je reč o značajnim trgovcima na tržištu EU gde deo prometa nastaje kao rezultat re-eksporta.

Trgovina smrznutim malinama i ostalim bobičastim voćem van EU beleži deficit od 2,4 milijardi EUR uz nisku pokrivenost uvoza izvozom od 12,1%. Posmatrajući trgovinu EU sa državama koje nisu članice EU, uočavamo značajne potrebe stanovništva EU za ovim proizvodima. Najznačajniji partner EU u uvozu smrznutih malina i ostalog bobičastog voća je Srbija sa dominantnim udelom od 65,4% (udeo Srbije u ukupnom uvozu iznosi 27,1%) i

²⁸ Vrednosti izvoza Poljske državama EU u 2013.godini je iznosila 182 miliona EUR, dok je u 2014.godini iznosila 188 miliona EUR izraženo u stalnim cenama

Čile sa udelom od 20,9% (udeo u ukupnom uvozu iznosi 8,7%). Pored Srbije i Čilea, postoji još nekoliko manjih izvoznika u EU kao što su Kina (2,2%) i Bosna i Hercegovina (2,5%), ali je njihov udeo u ukupnom uvozu u EU manji od 1%. Čile, kao najznačajniji konkurent Srbije van EU, sredinom posmatranog perioda beleži najbolje izvozne rezultate na tržištu EU sa maksimalno ostvarenom vrednošću izvoza od 65 miliona EUR u 2008., nakon čega se uočava trend pada vrednosti izvoza.



Slika 6. Prikaz trgovinske razmene SMTK 05832 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR

Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

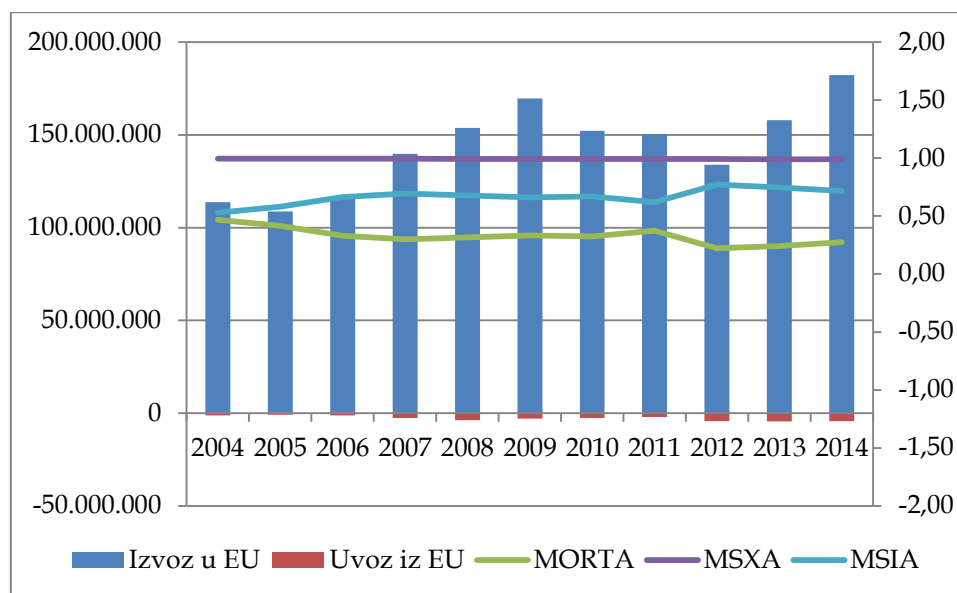
Za Srbiju, trgovina smrznutim malinama i ostalim bobičastim voćem, najznačajniji je trgovinski proizvod u razmeni agroindustrijskih proizvoda sa EU. U ukupnoj razmeni u posmatranom periodu, trgovina beleži vrednost od 1,6 milijardi EUR izraženo u stalnim cenama uz udeo u razmeni agroindustrijskih proizvoda od 12,2. U međusobnoj trgovini, gotovo celokupna razmena bazirana je na izvozu smrznutih malina i ostalog bobičastog voća iz

Srbije u EU (98% obima trgovine rezultat je izvoza Srbije na EU) pri čemu se trgovina pretežno obavlja sa državama Zapadne Evrope (*Slika 6.*).

Dobijene vrednosti *MORTA* indeksa ukazuju da je u trgovini smrznutim malinama i ostalim bobičastim voćem između Srbije i EU, uočena relativna komparativna trgovinska prednost tokom čitavog posmatranog perioda, iako je primetna tendencija pada vrednosti *MORTA* indeksa. Najniža vrednost *MORTA* indeksa zabeležena je upravo u poslednje posmatranim godinama kao posledica rasta relativnog stepena penetracije na tržište Srbije. Značajnost izvoza manifestuje se i kroz visoke vrednosti *MSXA* indeksa koje ukazuju da je u svim posmatranim godinama uočena relativna komparativna prednost u izvozu na tržištu EU. Naime, vrednost *MSXA* indeksa tokom perioda je konstantan na gotovo graničnim vrednostima koje beleže vrednost indeksa na nivou od 0,99 uz primetnu, gotovo zanemarljivu, ali prisutnu tendenciju pada vrednosti indeksa. Vrednost izvoza smrznute maline i ostalog bobičastog voća između Srbije i EU tokom posmatranog perioda raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 4,1% uz relativno slabu varijabilnost od 15,7% što ukazuje na stabilan izvoz tokom posmatranog perioda (*Grafikon 12.*). Vrednost izvoza rasla je u prvoj polovini perioda do maksimalno zabeležene vrednosti od 170 miliona EUR u 2009., da bi nakon toga bio zabeleženi blagi pad uz ponovni oporavak i dostizanje maksimalne vrednosti izvoza od 182 miliona EUR u 2014. Sa druge strane, ono što najviše determiniše *MORTA* indeks u trgovini smrznutim malinama i ostalim bobičastim voćem jeste vrednost *MSIA* indeksa koja beleži stalan rast relativnog stepena penetracije od najniže vrednosti indeksa od 0,53 u prvoj posmatranoj godini do najveće vrednosti od 0,77 u 2012. Rast vrednosti *MSIA* indeksa posledica je značajnijeg rasta vrednosti uvoza, prevashodno iz Poljske koja postaje i dominantan izvoznik na tržištu Srbije među članicama EU. Poljska ostvaruje 28,5% udela u uvozu Srbije iz EU uz značajno povećanje vrednosti uvoza u poslednje tri posmatrane godine, dostigavši nivo prosečan godišnji nivou uvoza od 2 miliona EUR. Upravo značajan skok vrednosti uvoza,

doprineo je da Poljska postane najveći uvozni partner Srbije iz EU u trgovini proizvodom 05832 svrgnuvši Nemačku kao, do tada, najvećeg partnera²⁹.

Grafikon 12. Obim trgovine SMTK 05832 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Rast vrednosti uvoza pojavljuje se u periodu primene SSP-a, koji je u slučaju uvoza crnih i crvenih ribizla, kupina i dudinja i ostalog bobičastog voća u prvoj godini primene ukinuo sve carinske dažbine, dok je u slučaju uvoza malina kao i ostalog pomenutog bobičastog voća sa sadržajem šećera ugovoreno postepeno ukidanje carinskih dažbina. Tokom primene SSP-a, Srbija je pogoršala svoju relativnu komparativnu trgovinsku prednost u odnosu na period pre primene SSP-a, iako i dalje beleži relativnu trgovinsku prednost u trgovini sa EU.

²⁹ U posmatranom periodu, udeo uvoza iz Nemačke u uvozu 05832 iz EU iznosi 22,5%. Povećanje vrednosti uvoza uočeno je u 2012.g i 2013.g, ali nije tako značajno kao u slučaju Poljske, dostigavši maksimalnu vrednost uvoza od 997 hiljada EUR u 2013.godini. Uvoz iz Francuske sa udelom od 11,4% stavlja je na treće mesto najvećih uvoznih partnera Srbije, ali je trend uvoza iz Francuske u značajnom padu od 2007.godine kada je zabeležena vrednost uvoza od 1,1 milion EUR. U 2014.godini, vrednost uvoza iz Francuske je dostigla nivo od svega 142 hiljade EUR.

U trgovini sa svim državama u okviru EU, osim sa Litvanijom, uočena je relativna komparativna trgovinska prednost. Negativna vrednost *MORTA* indeksa u trgovini sa Litvanijom nastaje kao posledica minimalnog izvoza Srbije samo u dve godine (2009. i 2011.), dok je prisutan uvoz iz Litvanije u sedam posmatranih godina te Srbija sa Litvanijom ostvaruje deficit u trgovini smrznutim malinama i ostalim bobičastim voćem.

Prikaz relativne komparativne prednosti Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 05832, dati su u Prilogu III.

3.3.3.3. *Analiza trgovine šećerom SMTK 06129*

Trgovina šećerom (SMTK 06129) u EU, u posmatranom periodu, ostvarila je vrednost od 48,6 milijardi EUR izraženo u stalnim cenama, od čega je 67,8% rezultat trgovine između država članica EU, dok je preostalih 32,2% rezultat trgovine sa državama van EU. Ukupan udeo proizvoda 06129 u trgovini svim agroindustrijskim proizvodima EU, iznosi 0,9%. Najveći uvoznici šećera u EU su Italija sa 7,9 milijardi EUR što čini 21% uvoza u EU (udeo u uvozu van EU 27,1%, u internom uvozu 20%), Belgija sa vrednošću uvoza od 4,5 milijardi EUR i udelom od 12% (udeo u uvozu van EU 4,4%, u internom uvozu 13%), Nemačka sa vrednošću uvoza od 4,2 milijardi EUR i udelom od 11,1% (udeo u uvozu van EU 4,3%, u internom uvozu 12,1%) i Španija sa vrednošću uvoza od 4 milijarde EUR i udelom od 10,6% (udeo u uvozu van EU 10,6%, u internom uvozu 10,5%). Najveći EU izvoznici šećera su Francuska sa ukupnim izvozom od 13,8 milijardi EUR i udelom od 30% (udeo u izvozu van EU 23,9%, u internom izvozu 31,9%), Nemačka sa vrednošću izvoza od 6,4 milijarde EUR i udelom od 13,9% (udeo u izvozu van EU 11,4%, u internom izvozu 14,7%) i Belgija sa vrednošću izvoza od 4,5 milijardi EUR i udelom od 9,7% (udeo u izvozu van EU 20%, u internom izvozu 6,5%).

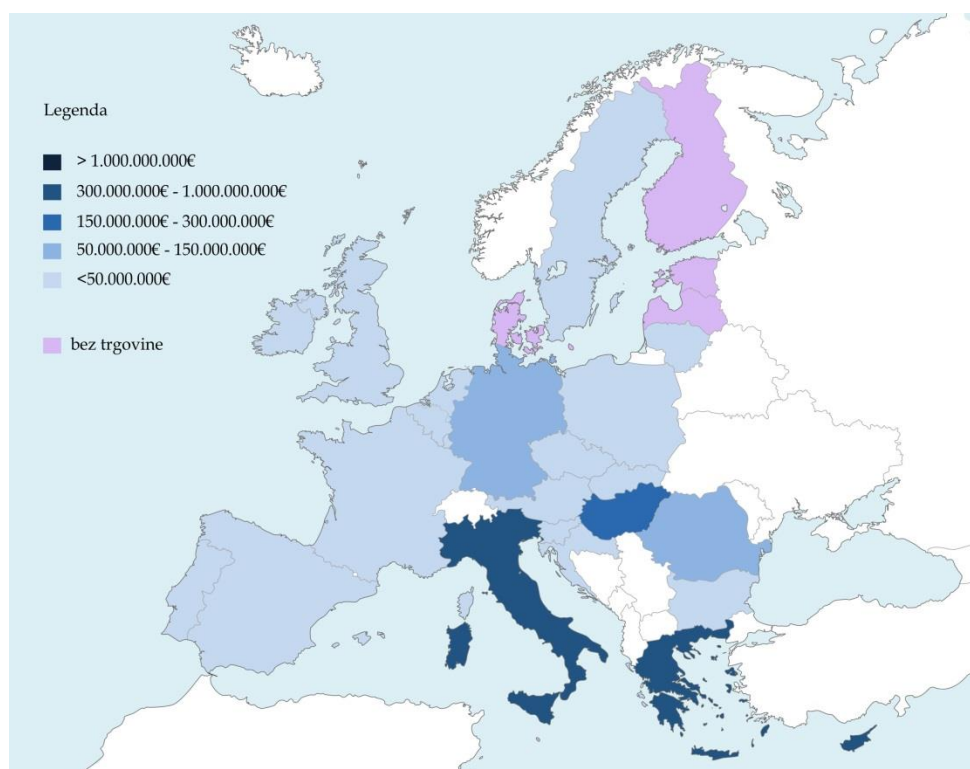
Proizvodnja šećerne repe u EU u posmatranom periodu ima tendenciju blagog pada. Nakon najveće proizvodnje u prve dve posmatrane godine od 131,6 miliona tona u 2004. i 134,9 miliona tona u 2005., dolazi do pada

proizvodnje u narednim godinama. Najveća zabeležena proizvodnja u narednom periodu uočena je u 2014. i iznosila je 127,8 miliona tona. Najveći proizvođači šećerne repe u EU su Francuska sa udelom od 28% i Nemačka sa udelom od 22% koje su ujedno i najveći izvoznici šećera u EU. Pored Francuske i Nemačke, proizvodnja šećerne repe prisutna je i u Poljskoj (9,7%) i Velikoj Britaniji (6,9%).

Posmatrajući trgovinu šećerom sa državama koje nisu članica EU, uočavamo da EU beleži suficit u spoljnotrgovinskoj razmeni od 6,3 milijarde EUR uz pokrivenost uvoza izvozom od 234,7%. Najznačajniji partner EU u uvozu šećera van EU je Srbija sa ukupno ostvarenom vrednošću izvoza od 1,2 milijarde EUR uz udeo u uvozu EU van granica od 30% (udeo u ukupnom uvozu u EU iznosi 3,7%), dok se na drugom mestu nalazi Mauricijus sa udelom od 19,7% (udeo u ukupnom uvozu u EU iznosi 2,4%) i Brazil sa udelom od 9,7% (udeo u ukupnom uvozu u EU iznosi 1,2%). Analiza podataka o uvozu šećera u EU pokazuje da postoji značajan broj država, posebno manje razvijenih, koje izvoze šećer u EU (Alžir, Svazilend, Indija, Tajland...) pre svega kao rezultat preferencijalne politike EU (Burrell et al., 2014). Uvoz šećera iz Mauricijusa postaje značajan u drugoj polovini posmatranog perioda kada se beleže vrednosti izvoza od preko 100 miliona EUR godišnje. Najveća vrednost izvoza na EU tržište zabeležena je u 2013. dostigavši vrednost od 236 miliona EUR te ovakve tendencije prete da ugroze leadersku poziciju Srbije na tržištu EU, u konkurenciji izvoznika van EU, posebno ukoliko se ima u vidu tendencija pada vrednosti izvoza Srbije u poslednje posmatranim godinama.

Trgovina šećerom, za Srbiju je od velikog značaja imajući u vidu da šećer pada u grupnu tri najznačajnija proizvoda u spoljnotrgovinskoj razmeni agroindustrijskih proizvoda između Srbije i EU. U ukupnoj razmeni agroindustrijskih proizvoda sa EU u posmatranom periodu, trgovina šećerom beleži vrednost od 1,42 milijardi EUR izraženo u stalnim cenama uz udeo u razmeni agroindustrijskih proizvoda od 10,7%. U međusobnoj trgovini, gotovo celokupna razmena bazirana je na izvozu šećera iz Srbije u EU (98,1% obima

trgovine šećerom rezultat je izvoza Srbije na EU) pri čemu se trgovina pretežno obavlja sa državama u regionu (Slika 7.).



Slika 7. Prikaz trgovinske razmene SMTK 06129 Srbije i država članica EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR

Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

U trgovini sa EU, uočena je relativna komparativna trgovinska prednost u čitavom posmatranom periodu. Najniža vrednost *MORTA* indeksa zabeležena je u prvim posmatranim godinama kao rezultat visoke vrednosti uvoza, da bi u kasnijim godinama vrednost *MORTA* indeksa dostigla vrednosti od preko 1,9. Visoke vrednosti *MSXA* indeksa tokom čitavog perioda pokazuju da je uočena komparativna prednost u izvozu Srbije na tržište EU. Može se primetiti da je *MSXA* indeks stabilan tokom posmatranog vremena uz blagi, ali konstantan pad od najviše vrednosti 0,98 u 2004. do najniže zabeležene vrednosti od 0,86 u 2014. Pad vrednosti *MSXA* indeksa uslovljen je i padom vrednosti izvoza Srbije na tržište EU uz prosečnu godišnju stopu od 6,1% i relativno slabu varijabilnost od 22,8% (*Grafikon 13.*). Najveća zabeležena

vrednost izvoza ostvarena je u prve dve posmatrane godine i iznosila u proseku 169 miliona EUR godišnje nakon čega dolazi do postepenog pada vrednosti trgovine. Nakon najniže ostvarene vrednosti trgovine u 2009., dolazi do postepenog porasta vrednosti trgovine, te u 2013. dostiže svoju najvišu vrednost u drugoj polovini posmatranog perioda od 127 miliona EUR. Međutim, u poslednje posmatranoj godini ostvaruje se najniža vrednost izvoza u posmatranom periodu od 64 miliona EUR³⁰.

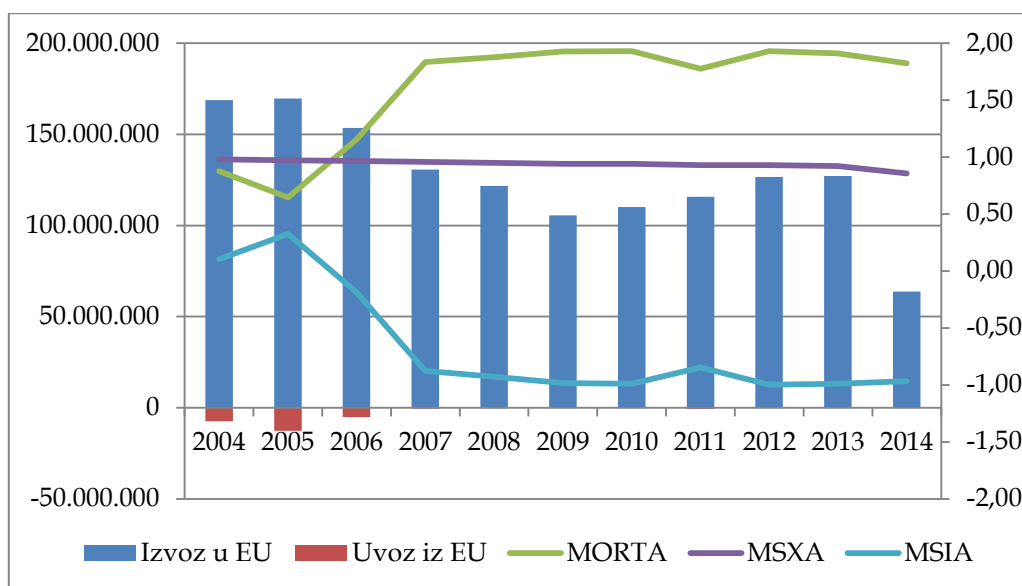
Sa druge strane, relativni stepen penetracije na tržište Srbije u uvozu iz EU značajno opada te nakon prve dve godine, kada su vrednosti *MSIA* indeksa pozitivne, obezbeđuje se nizak relativni stepen penetracije manifestovan kroz negativne vrednosti *MSIA* indeksa. Druga polovina posmatranog perioda, beleži izuzetno niske vrednosti *MSIA* indeksa koje direktno doprinose i značajnom povećanju sveukupne relativne komparativne trgovinske prednosti Srbije.

Primena SSP-a zadržala je ranije utvrđena količinska ograničenja na bescarinski uvoz šećera u EU iz Srbije na nivou od 180.000 tona godišnje, što Srbija gotovo u potpunosti koristi. Tokom perioda primene SSP-a, Srbija je održala veoma visok nivo relativne komparativne prednosti, kako kroz uočenu relativnu komparativnu prednost u izvozu, tako i izuzetno niskom nivou relativnog stepena penetracije u uvozu.

Pored najznačajnijih trgovinskih partnera, značajno je istaći i da u okviru EU postoje države sa kojima Srbija ostvaruje relativnu komparativnu trgovinsku prednost kao što su Austrija, Češka Republika, Nemačka, Rumunija, Slovenija i Slovačka. Međutim, najstabilniji *MORTA* indeks uočava se kod trgovine sa Slovačkom, Slovenijom i Rumunijom u drugoj polovini posmatranog perioda, dok je trgovina sa Nemačkom gotovo u potpunosti zamrla u poslednje posmatranim godinama uz ponovno pojavljivanje skromnijeg iznosa u 2014.

³⁰ Količinski nivo izvoza u 2014. godini iznosio je 150 hiljada tona što je neznatno niži količinski obim izvoza

Grafikon 13. Obim trgovine SMTK 06129 Srbije i EU u periodu 2004-2013 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Prikaz relativne komparativne prednosti Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 06129, dati su u Prilogu IV.

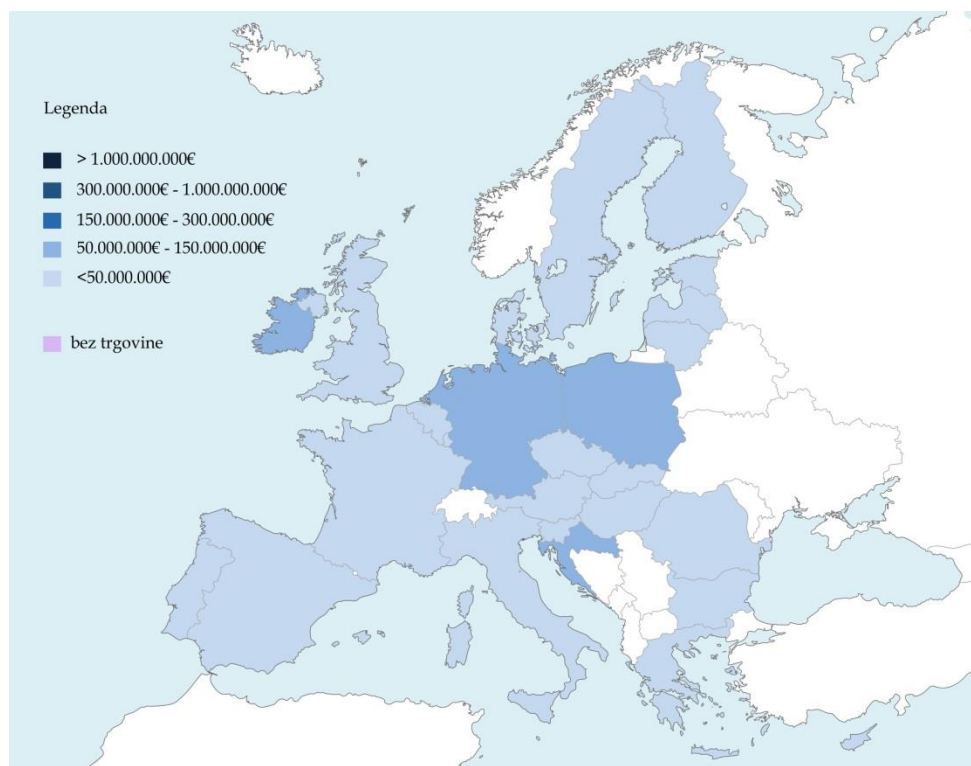
3.3.3.4. Analiza trgovine ostalim proizvodima za ishranu SMTK 09899

Trgovina ostalim proizvodima za ishranu³¹ u EU u posmatranom periodu ostvarila je vrednost od 140,1 milijardi EUR od čega je 58,6% rezultat trgovine između država članica EU, dok je preostalih 41,4% rezultat trgovine sa državama van EU. Značaj trgovine ostalim proizvodima za ishranu manifestuje se kroz udeo od 2,6% u trgovini svim agroindustrijskim proizvodima EU. Najveći uvoznici u EU su Nemačka sa vrednošću uvoza od 15,6 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu od 16,2% (udeo u uvozu van EU iznosi 17,3%, u internom 16,1%), Velika Britanija sa vrednošću uvoza od 12,3 milijardi EUR i

³¹ Reč je razuđenoj grupi proizvoda koji obuhvataju sve prehrambene proizvode koji nisu spomenuti ili obuhvaćeni u okviru neke druge SMTK grupe proizvoda, ali se u suštini dele u dva segmenta: koncentрати belančevina i teksturirane belančevinaste materije, i ostalo u okviru koji se, između ostalog, nalaze složeni alkoholni proizvodi, proizvodi bez mlečnih masti, saharoze, izoglikoze itd.

udelom u ukupnom uvozu od 12,8% (udeo u uvozu van EU iznosi 14,7%, u internom 12,5%) i Španija sa vrednošću uvoza od 9,5 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu od 9,8% (udeo u uvozu van EU iznosi 2,9%, u internom 11%). Sa druge strane, najveći izvoznici u EU su Nemačka sa vrednošću izvoza od 22,3 milijardi EUR i udelom u ukupnom izvozu od 18,9% (udeo u uvozu van EU iznosi 17,8%, u internom 19,6%), Holandija sa vrednošću izvoza od 18,6 milijardi EUR i udelom u ukupnom izvozu od 15,8% (udeo u uvozu van EU iznosi 16,9%, u internom 15,1%) i Francuska sa vrednošću izvoza od 12,7 milijardi EUR i udelom u ukupnom izvozu od 10,7% (udeo u uvozu van EU iznosi 12%, u internom 10%).

Trgovina ostalim proizvodima za ishranu van EU beleži suficit od 29,7 milijardi EUR uz visoku pokrivenost uvoza izvozom od 310%. Najznačajniji partneri EU u uvozu jesu SAD sa ostvarenom vrednošću izvoza od 4,1 milijarde EUR i udelom u uvozu EU van EU od 29,3% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 4,3%), zatim Švajcarska sa ostvarenom vrednošću od 3,7 milijardi EUR i udelom od 25,9% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 3,8%) i Turska sa ostvarenom vrednošću izvoza od 1,4 milijarde EUR i udelom od 9,8% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 1,4%). Srbija beleži skromne rezultate u izvozu ostalih proizvoda za ishranu sa vrednošću izvoza od 130,1 miliona EUR što čini 0,9% uvoza van EU, dok u ukupnom uvozu učestvuje sa svega 0,1%.



Slika 8. Prikaz trgovinske razmene SMTK 09899 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR

Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Trgovina ostalim proizvodima za ishranu predstavlja četvrti najznačajniji agroindustrijski proizvod Srbije u trgovini sa EU. U ukupnoj razmeni agroindustrijskih proizvoda sa EU u posmatranom periodu, trgovina ostalim proizvodima za ishranu beleži vrednost od 650,5 miliona EUR izraženo u stalnim cenama uz udeo u razmeni agroindustrijskih proizvoda od 4,9%. kao najznačajniji trgovinski partneri Srbije, javljaju se, pored Hrvatske kao regionalnog partnera, prevashodno države Zapadne Evrope (*Slika 8.*). Relativna komparativna trgovinska prednost Srbije u trgovini ostalim proizvodima za ishranu sa EU nije uočena ni u jednoj posmatranoj godini (osim u 2014.) imajući u vidu da su vrednosti *MORTA* indeksa negativne tokom čitavog posmatranog perioda uz primetnu tendenciju rasta vrednost indeksa, koja u 2014.godina dostiže nivo pozitivnu vrednost od 0,04. Međusobna trgovina je dominantno uvozno orijentisana i čini 79,5% međusobne trgovine. Vrednosti *MSIA* indeksa

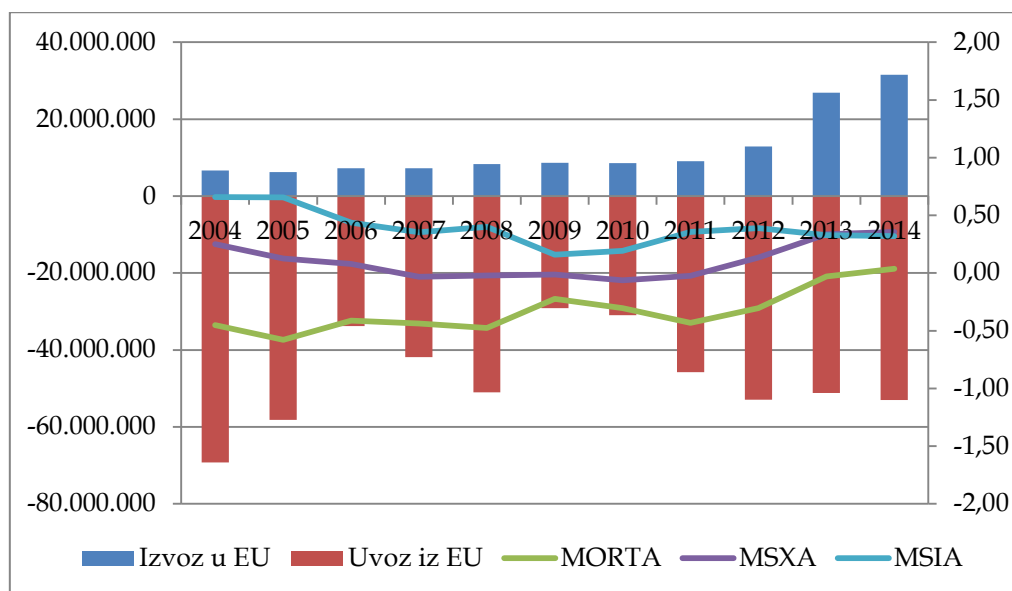
su tokom čitavog perioda pozitivne što ukazuje na relativno visok stepen penetracije EU na tržište Srbije sa oscilacijama tokom perioda, uz primetnu tendenciju pada relativnog stepena penetracije EU (*Grafikon 14.*). Najviše vrednosti *MSIA* indeksa su zabeležene u prve dve posmatrane godine, kada je i uvoz u Srbiju bio najveći, dok su najniže vrednosti *MSIA* indeksa zabeležene u 2009.g i 2010.g kao posledica drastičnog smanjenja uvoza usled svetske ekonomske krize. Iako je u poslednje posmatranim godinama vrednost uvoza u Srbiju na visokom nivou, može se uočiti pad *MSIA* indeksa što govori o relativnom slabljenju pozicije EU na tržištu Srbije. Vrednost uvoza ostalih proizvoda za ishranu tokom posmatranog perioda opada po niskoj prosečnoj godišnjoj stopi od 1,2% i relativno slabu varijabilnost od 24,9%. Sa druge strane, u izvozu ostalih proizvoda za ishranu na tržište EU, prosečna vrednost *MSXA* indeksa je na svega 0,1 kao posledica uočene relativne komparativne prednosti u izvozu Srbije na tržište EU u prvim i poslednje posmatranim godinama, dok je za sredinu perioda uočeno odsustvo relativne komparativne prednosti u izvozu Srbije. Tokom posmatranog perioda, vrednost izvoza raste kontinuirano uz prosečnu godišnju stopu rasta od 15,4% i relativno visoku varijabilnost od 68,4% koja nastaje kao posledica značajnog rasta vrednosti izvoza u 2013. i 2014.

U periodu primene SSP-a, izvoz Srbije u EU značajno raste uz istovremeni rast vrednosti uvoza iz EU koji u poslednje posmatranim godinama dostiže nivo vrednosti uvoza pre krizne 2009. Primena SSP-a je omogućila uvoz ostalih proizvoda za ishranu iz Srbije u EU bez carinskih dažbina, dok je u slučaju uvoza robe u Srbiju iz EU utvrđeno postepeno ukidanje carinskih dažbina za većinu proizvoda³². Tokom primene SSP-a, Srbija je poboljšala svoju relativnu komparativnu trgovinsku prednost u odnosu na period pre primene SSP-a, prevashodno kao posledica rasta relativne komparativne prednosti u

³² U slučaju koncentrata belančevina i teksturirane belančevinaste materije, odmah su ukinute carinske dažbine, dok je jedino u slučaju ostalih aromatizovanih ili bojanih šećernih sirupa, predviđeno postepeno snižavanje carinskih dažbina do nivoa od 30% carinskih dažbina pre SSP-a koje se zadržavaju i nakon prelaznog perioda.

izvozu, dok je relativni stepen penetracije u uvozu, iako visok, bio relativno stabilan.

Grafikon 14. Obim trgovine SMTK 09899 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Iako Srbija u trgovini sa EU ukupno ne ostvaruje relativnu komparativnu trgovinsku prednost, u trgovini sa pojedinačnim državama EU beleže se različiti rezultati. Naime, sa čak 12 država članica EU, Srbija ostvaruje relativnu komparativnu trgovinsku prednost uz njihovo skromno učešće u ukupnoj trgovini od ukupno 15,8%, pri čemu je učešće sedam država manje od 1%. Međutim, kod najznačajnijih izvoznih partnera Srbije kao što su Rumunija, Bugarska, Francuska i Velika Britanija, uočava se relativna komparativna trgovinska prednost Srbije.

Prikaz relativne komparativne prednosti Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 09899, dati su u Prilogu V.

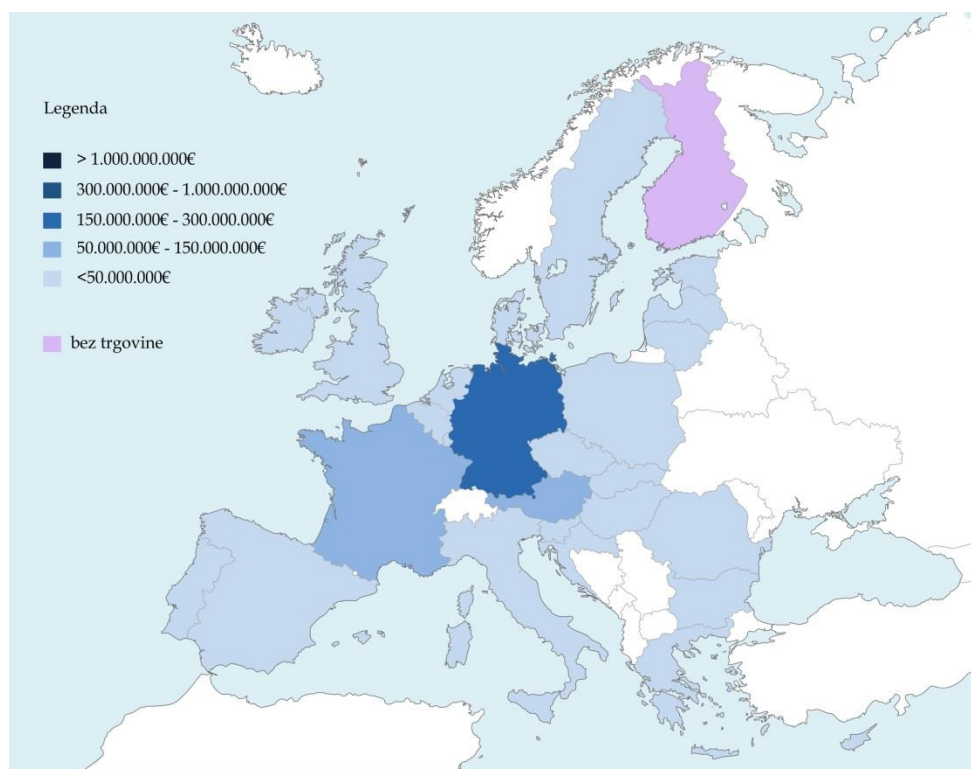
3.3.3.5. *Analiza trgovine ostalim smrznutim voćem (kuvanim ili ne)* *SMTK 05839*

Trgovina ostalim smrznutim voćem³³ u EU u posmatranom periodu ostvarila je vrednost od 10,4 milijarde EUR pri čemu je trgovina unutar EU i trgovina sa državama EU gotovo podjednako zastupljena. Naime, 52,8% trgovine je rezultat prometa između država članica EU, dok je preostalih 47,2% rezultat prometa sa državama van EU. Značaj trgovine ostalim smrznutim voćem na nivou je od 0,2% udela u ukupnoj trgovini svih agroindustrijskih proizvoda. Najveći uvoznici u EU su Nemačka sa vrednošću uvoza od 2,5 milijarde EUR i udelom u ukupnom uvozu od 26,9% (udeo u uvozu van EU iznosi 24%, u internom 28,9%), Francuska sa vrednošću uvoza od 1,3 milijarde EUR i udelom u ukupnom uvozu od 13,6% (udeo u uvozu van EU iznosi 10,1%, u internom 15,9%) i Holandija sa vrednošću uvoza od 1,1 milijarde EUR i udelom u ukupnom uvozu od 12% (udeo u uvozu van EU iznosi 18,5%, u internom 7,5%). Sa druge strane, najveći izvoznici u EU su Poljska sa vrednošću izvoza od 1,5 milijardi EUR i udelom u ukupnom izvozu od 23% (udeo u izvozu van EU iznosi 21,4%, u internom 23,4%), Holandija sa vrednošću izvoza od 933,8 miliona EUR i udelom u ukupnom izvozu od 14,2% (udeo u izvozu van EU iznosi 9%, u internom 15,4%) i Belgija sa vrednošću izvoza od 697,5 miliona EUR i udelom u ukupnom izvozu od 10,6% (udeo u izvozu van EU iznosi 3,8%, u internom 12,1%).

Trgovina ostalim smrznutim voćem sa državama van EU beleži deficit od 2,5 milijardi EUR uz pokrivenost uvoza izvozom od 31,9%. Najznačajniji partneri EU u uvozu van EU su Kanada sa vrednošću izvoza u posmatranom periodu od 579,6 miliona EUR i udelom u uvozu EU van EU od 15,5% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 6,3%), zatim Ukrajina sa ostvarenom vrednošću od

³³ U okviru SMTK 05839 spadaju sledeće grupe proizvoda: ostalo voće, smrznuto sa šećerom, višnje smrznute bez šećera, kajsije i breskve smrznute bez šećera i ostalo voće smrznuto bez šećera. U trgovini Srbije i EU, dominira trgovina višanja i ostalog smrznutog voća od kojih je najznačajnija trgovina borovnicama.

476 miliona EUR i udelom od 12,7% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 5,1%), dok Srbija, kao treći najznačajniji izvoznik, beleži vrednost izvoza od 468 miliona EUR i udelom od 12,5% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 5,1%). Izvoz Srbije u odnosu na Ukrajinu ostvario je nešto manju vrednost, ali je značajno istaći da za razliku od Srbije koja u posmatranom periodu beleži konstantan rast vrednosti izvoza, Ukrajina beleži značajno veće oscilacije u izvozu uz negativne stope rasta. Uočene tendencije ukazuju da u narednom periodu možemo očekivati da Srbija postane značajniji partner od Ukrajine u trgovini sa EU. Sa druge strane, vrednost izvoza iz Kanade takođe ima tendenciju rasta po prosečnoj godišnjoj stopi od 4,1%, dok je u slučaju Srbije prosečna godišnja stopa rasta značajno veća i iznosi 8,5%. U oba slučaja, rast vrednosti izvoza posebno je uočen u poslednje posmatranim godinama.



Slika 9. Prikaz trgovinske razmene SMTK 05839 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR

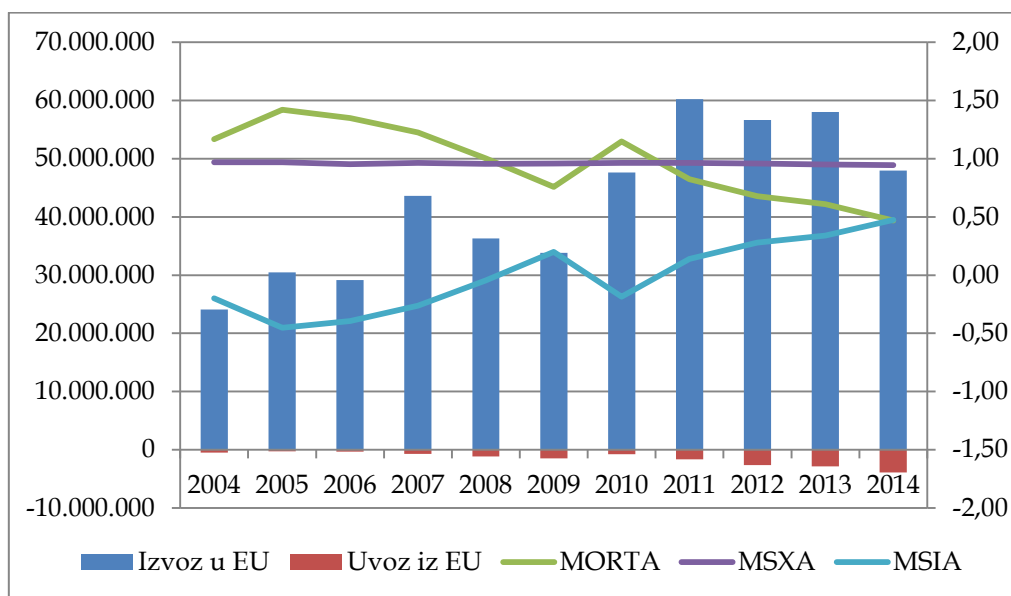
Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Trgovina ostalim smrznutim voćem predstavlja peti najznačajniji agroindustrijski proizvod Srbije u trgovini sa EU. U ukupnoj razmeni agroindustrijskih proizvoda sa EU u posmatranom periodu, trgovina ostalim smrznutim voćem beleži vrednost od 484,3 miliona EUR izraženo u stalnim cenama uz udeo u razmeni agroindustrijskih proizvoda od 3,87%. U međusobnoj trgovini, razmena je prevashodno bazirana na izvozu ostalog smrznutog voća iz Srbije u EU (96,5% obima trgovine rezultat je izvoza Srbije na EU) pri čemu se trgovina pretežno obavlja pretežno sa državama Zapadne Evrope (*Slika 9.*). Relativna komparativna trgovinska prednost sa EU uočena je u svim posmatranim godinama uz primetnu tendenciju pada vrednosti *MORTA* indeksa koji je najniži u poslednje dve posmatrane godine. Uočena relativna komparativna prednost Srbije u izvozu na tržište EU na izuzetno je visokom nivou i stabilna je tokom posmatranog perioda uz prisustvo blagog pada. Ostvarena vrednost izvoza iznosi 420,1 milion EUR uz značajnu i stabilnu prosečnu godišnju stopu rasta od 8,4% i relativno slabu varijabilnost od 28,2%. Najveće vrednosti izvoza zabeležene su upravo u poslednje posmatranim godinama. Ono što determiniše vrednosti *MORTA* indeksa, nalaze se na strani uvoza, odnosno relativnog stepena penetracije na tržište Srbije (*Grafikon 15.*). Prva polovina posmatranog perioda karakteriše relativno nizak stepen penetracije na tržište Srbije sa negativnim vrednostima *MSIA* indeksa, dok je u drugoj polovini (osim u 2010.) relativni stepen penetracije visok uz najviše zabeležene vrednosti u poslednje dve posmatrane godine. Relativno visok stepen penetracije posledica je prevashodno rasta vrednosti uvoza iz EU u drugoj polovini posmatranog perioda. Ukupna vrednost uvoza iznosi 16,3 miliona EUR uz visoku prosečnu godišnju stopu rasta od 28,3% i jaku varijabilnost od 76,8%. Značajniji rast uvoza iz EU u poslednje posmatranim godinama, prevashodno je rezultat rasta vrednosti uvoza iz Belgije, Nemačke, Poljske i Španije.

Tokom primene SSP-a, dolazi do značajnijeg pada relativne komparativne trgovinske prednosti Srbije, kao posledica rasta relativnog

stepena penetracije u uvozu kao posledica potpune liberalizacije uvoza na strani Srbije. Naime, uvoz SMTK 05839 oslobođen je svih carinskih dažbina na neograničene količine od momenta potpisivanja SSP-³⁴ a, što je značajan faktor doprinosa rastu vrednosti uvoza.

Grafikon 15. Obim trgovine SMTK 05839 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

U trgovini Srbije sa svim državama EU, osim sa Litvanijom, uočava se relativna komparativna trgovinska prednost. Negativna vrednost *MORTA* indeksa u trgovini sa Litvanijom nastaje kao posledica sporadičnih i uvoza i izvoza, ali je značaj Litvanije u trgovini ostalim smrznutim voće zanemarljiv imajući u vidu da je trgovina sa Litvanijom učestvuje sa svega 0,2% u ukupnoj trgovini.

Prikaz relativne komparativne prednosti Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 05839, dati su u Prilogu VI.

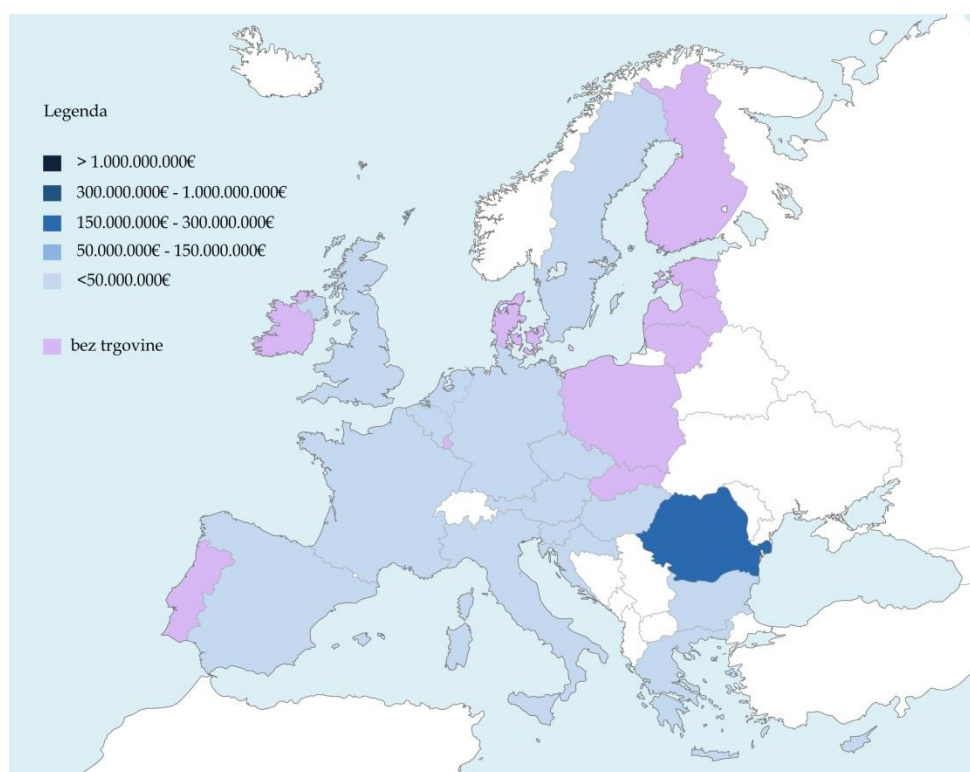
³⁴ Osim u slučaju proizvoda HS 0811 90 19, 0811 90 75, 0811 90 80, 0811 90 95 kod kojih je predviđeno postepeno snižavanje carinske stope do potpunog ukidanja u poslednjoj godini liberalizacije

3.3.3.6. *Analiza trgovine ostala pšenica (i krupnik) i napolica u zrnu SMTK 04120*

Trgovina ostalom pšenicom u EU u posmatranom periodu ostvarila je vrednost od 97,7 milijardi EUR pri čemu je trgovina unutar EU i trgovina sa državama EU gotovo podjednako zastupljena. Naime, 50,9% trgovine je rezultat prometa između država članica EU, dok je preostalih 49,1% rezultat prometa sa državama van EU. Značaj trgovine ostalom pšenicom na nivou je od 1,8% udela u ukupnoj trgovini svim agroindustrijskim proizvodima. Najveći uvoznici u EU su Italija sa vrednošću uvoza od 11,2 milijarde EUR i udelom u ukupnom uvozu od 18,7% (udeo u uvozu van EU iznosi 28%, u internom 16,8%), Španija sa vrednošću uvoza od 10,1 milijarde EUR i udelom u ukupnom uvozu od 16,8% (udeo u uvozu van EU iznosi 31,7%, u internom 13,8%) i Holandija sa vrednošću uvoza od 8,8 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu od 14,7% (udeo u uvozu van EU iznosi 1,7%, u internom 17,4%). Sa druge strane, dominantan položaj u izvozu imaju Francuska sa vrednošću izvoza od 36,2 milijarde EUR i udelom u ukupnom izvozu od 41,8% (udeo u izvozu van EU iznosi 51,6%, u internom 34,3%) i Nemačka sa vrednošću izvoza od 17,2 milijarde EUR i udelom u ukupnom izvozu od 19,8% (udeo u izvozu van EU iznosi 19,5%, u internom 20,2%).

Posmatrajući trgovinu EU sa državama van EU, uočava se suficit u spoljnotrgovinskoj razmeni od 27,3 milijarde EUR uz pokrivenost uvoza izvozom od 365%. Najznačajniji partneri EU u uvozu van EU su SAD sa vrednošću izvoza u posmatranom periodu od 2,5 milijardi EUR i udelom u uvozu EU van EU od 24,4% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 4,2%), zatim Kanada sa ostvarenom vrednošću od 2,5 milijardi EUR i udelom od 24% van EU (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 4,1%) i Ukrajina koja beleži vrednost izvoza od 2,3 milijarde EUR i udelom od 22,1% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 3,8%). SAD i Kanada kao najveći izvoznici ostale pšenice van EU, suočavaju se sa tendencijom pada vrednosti izvoza i to SAD prosečno godišnje po stopi od 9,3%, dok je u slučaju Kanade tendencija pada nešto slabijeg

intenziteta i iznosi 4,9% prosečno godišnje. U slučaju Ukrajine, vrednosti izvoza tokom perioda značajno fluktuiraju uz jaku varijabilnost od 77,7% i nisku stopu rasta od 0,6% prosečno godišnje. Primera radi, fluktuacije u izvozu Ukrajine kreću se od najniže realizovane vrednosti izvoza od 21 milion EUR u 2013., do najveće zabeležene vrednosti od 549 miliona EUR 2008.godni.



Slika 10. Prikaz trgovinske razmene SMTK 04120 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR

Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Pored navedenih država, značajniju ulogu ima izvoz Rusije od 1,4 milijarde EUR koji takođe beleži velike oscilacije u realizovanoj vrednosti izvoza. Srbija u izvozu ostale pšenice na tržište EU ne zauzima značajno mesto, već sa ostvarenih 341,7 miliona EUR čini svega 3,3% uvoza van EU, odnosno svega 0,6% ukupnog uvoza u EU. U međusobnoj trgovini, razmena je prevashodno bazirana na izvozu ostale pšenice iz Srbije u EU (99,4% obima trgovine rezultat je izvoza Srbije na tržište EU) pri čemu se trgovina pretežno obavlja sa državama u regionu, tačnije Rumunijom (Slika 10.).

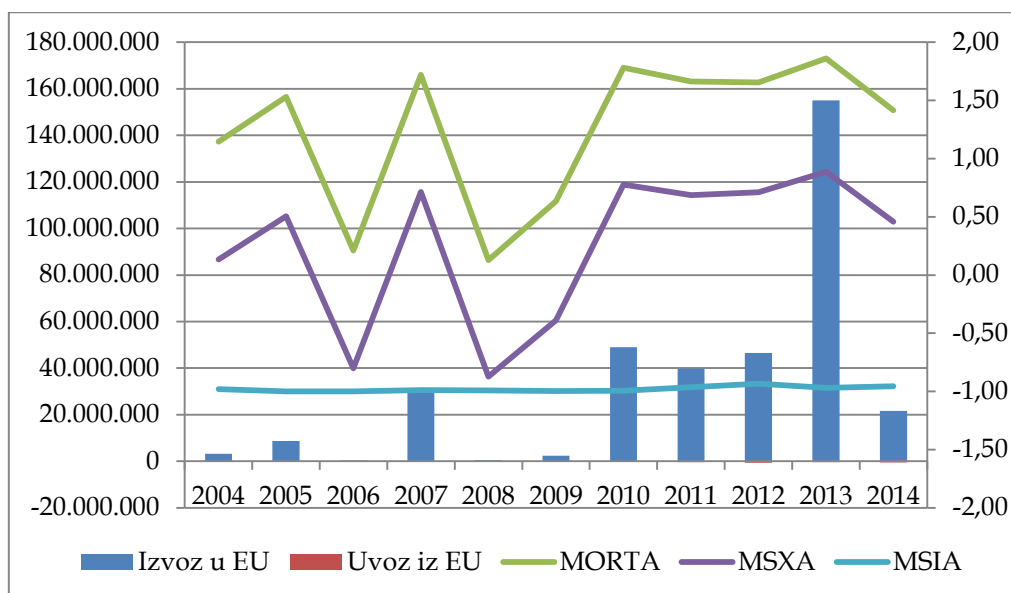
Trgovina ostalom pšenicom, šesti je najznačajniji agroindustrijski proizvod Srbije u trgovini sa EU. U ukupnoj razmeni agroindustrijskih proizvoda sa EU u posmatranom periodu, trgovina ostalom pšenicom beleži vrednost od 360,5 miliona EUR izraženo u stalnim cenama uz udeo u razmeni agroindustrijskih proizvoda od 2,7%. Relativna komparativna trgovinska prednost sa EU uočena je u svim posmatranim godinama uz primetnu tendenciju rasta vrednosti *MORTA* indeksa koji je najviši u poslednje posmatranim godinama. Stabilne vrednosti *MSIA* indeksa tokom perioda, rezultat su veoma niskih ostvarenih vrednosti uvoza ostale pšenice u svim posmatranim godinama, uz primetnu tendenciju rasta vrednosti indeksa kao posledica nešto većeg uvoza u poslednje četiri posmatrane godine. Sa druge strane, relativna komparativna prednost Srbije u izvozu oscilira tokom vremena te direktno utiče i na promene vrednosti *MORTA* indeksa (*Grafikon 16.*). U svim posmatranim godinama, uočena je relativna komparativna prednost Srbije u izvozu na tržištu EU osim u 2006., 2008. i 2009. kada su i zabeležene najniže vrednosti izvoza. Značajan rast vrednosti izvoza Srbije na tržište EU nastaje u drugoj polovini posmatranog perioda kao posledica unapređenja trgovinskih odnosa Srbije i Rumunije. Vrednost izvoza Srbije na tržište EU raste uz značajnu prosečnu godišnju stopu rasta od 23,8% i jaku varijabilnost od 131 %. Pored izvoza u Rumuniju, u daleko manjem obimu, realizuje se izvoz na tržište Italije, Slovenije i Hrvatske, dok je izvoz u druge države EU sporadičan ili uopšte nije zabeležen.

Nakon oscilacija u relativnom stepenu komparativne trgovinske prednosti Srbije u prvoj polovini posmatranog perioda, tokom primene SSP-a dolazi do rasta relativnog stepena komparativne prednosti Srbije koji se zadržava na visokom nivou, pre svega kao posledica ulaska Rumunije u EU te njene obaveze da primeni preferencijalni režim trgovine sa Srbijom. Iako je Srbija ukinula sva ograničenja na uvoz SMTK 04120³⁵, nivo uvoza je u

³⁵ osim u slučaju HS 1001 90 99 kod kojeg se sprovodi postepeno snižavanje carinskih dažbina do nivoa od 60% u poslednjoj godini liberalizacije

potpunosti zanemarljiv, što ukazuje da je SSP, indirektno, doprineo nivou relativne komparativne prednosti Srbije u trgovini sa EU.

Grafikon 16. Obim trgovine SMTK 04120 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

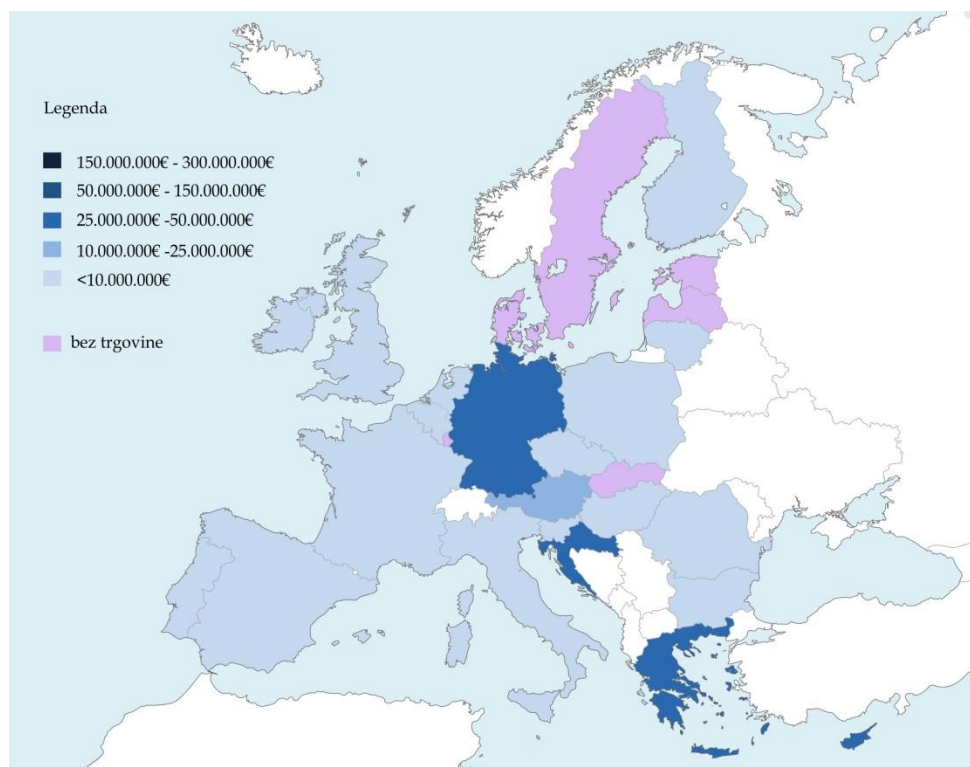
Srbija u trgovini sa većim brojem pojedinačnih država EU beleži odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti. Sa druge strane, u trgovini sa državama sa kojima se beleže pozitivne vrednosti MORTA indeksa, ne ostvaruje se i značajniji udeo u međusobnoj trgovini.

Prikaz relativne komparativne prednosti Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 04120, dati su u Prilogu VII.

3.3.3.7. Analiza trgovine cigaretama koje sadrže duvan SMTK 12220

Trgovina cigaretama koje sadrže duvan (u daljem tekstu cigarete) u EU u periodu 2004-2014 ostvarila je vrednost trgovine od 113,8 milijardi EUR izraženo u stalnim cenama, od čega je 79,4% rezultat trgovine između država članica EU, dok je preostalih 20,6% rezultat trgovine sa državama van. Ukupan udeo trgovine cigaretama EU u trgovini svim agroindustrijskim proizvodima, iznosi 2,1. Najveći uvoznici u EU su Italija sa vrednošću uvoza od 24,1 milijarde EUR i udelom u ukupnom uvozu EU od 26,6% (udeo u uvozu van EU 0,4%, u

internom uvozu 26,7%), Francuska sa vrednošću uvoza od 16,1 milijarde EUR i udelom od 17,8% (udeo u uvozu van EU 3,1%, u internom uvozu 17,9%) i Španija sa vrednošću uvoza od 13,6 milijardi EUR i udelom od 15% (udeo u uvozu van EU 6,3%, u internom uvozu 15%). Sa druge strane, najveći izvoznici u EU su Nemačka sa vrednošću izvoza od 32,5 milijardi EUR i udelom od 31,2% (udeo u izvozu van EU 45,7%, u internom izvozu 27,1%) i Holandija sa vrednošću izvoza od 29,9 milijardi EUR i udelom od 28,7% (udeo u izvozu van EU 11,7%, u internom izvozu 33,5%).



Slika 11. Prikaz trgovinske razmene SMTK 12220 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR

Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Trgovina cigaretama koje sadrže duvan van EU beleži suficit od 22,4 milijarde EUR uz pokrivenost uvoza izvozom od 4.190%. Naime, u spoljnotrgovinskoj razmeni, EU ostvaruje vrednost izvoza od 22,9 milijardi EUR, dok je uvoz van EU svega 547,6 miliona EUR. Najveći obim trgovine se obavlja unutar država članica EU čineći 79,4% ukupne trgovine. Imajući u vidu

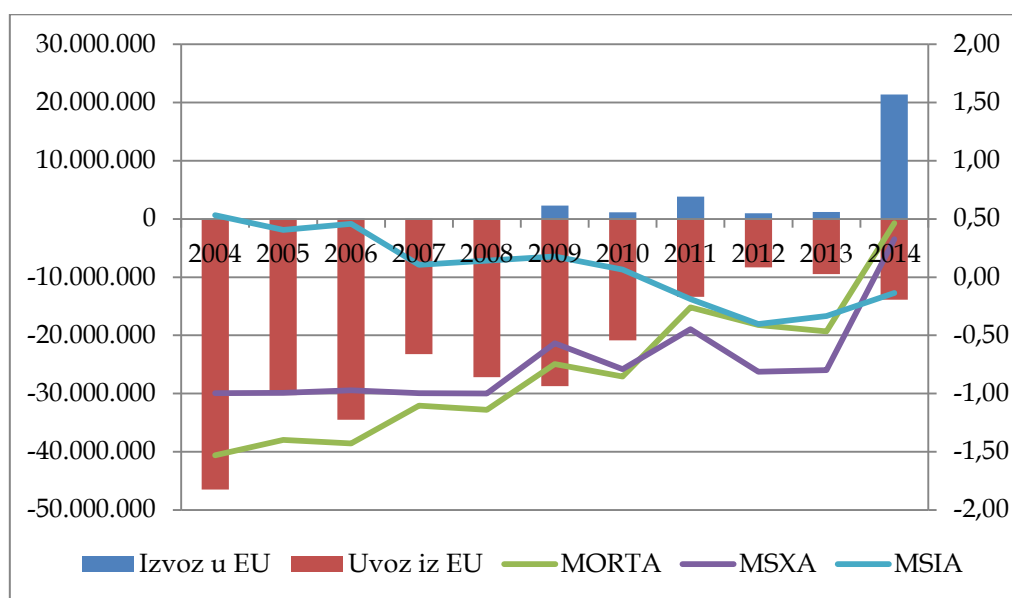
da su cigarete proizvod koji je gotovo u potpunosti izvozno orijentisan, uvoz cigareta u EU je skroman, a kao najveći izvoznici van EU su Švajcarska, SAD i Turska. U međusobnoj trgovini, Srbije i EU, razmena je prevashodno bazirana na uvozu cigaretama koje sadrže duvan u Srbiju iz EU (89,2% obima trgovine rezultat je uvoza Srbije sa tržišta EU) pri čemu se trgovina pretežno obavlja sa Nemačkom i Hrvatskom (*Slika 11.*).

Trgovina cigaretama koje sadrže duvan predstavlja sedmi najznačajniji agroindustrijski proizvod u trgovini sa EU. U ukupnoj razmeni agroindustrijskih proizvoda sa EU u posmatranom periodu, trgovina cigaretama koje sadrže duvan beleži vrednost od 287,2 miliona EUR izraženo u stalnim cenama uz udeo u razmeni agroindustrijskih proizvoda od 2,2%. Relativna komparativna trgovinska prednost Srbije u trgovini cigaretama koje sadrže duvan sa EU nije uočena ni u jednoj posmatranoj godini, sve do 2014. kada je po prvi put uočena pozitivna vrednost *MORTA* indeksa kao posledica značajnog rasta vrednosti izvoza (*Grafikon 17.*). Najviše vrednosti *MORTA* indeksa zabeležene su u drugoj polovini posmatranog perioda. Međusobna trgovina je dominantno uvozno orijentisana i čini 89,2% međusobne trgovine. Celokupan posmatrani period karakteriše rast vrednosti *MSXA* indeksa, sa jedne strane, uz istovremeni pad vrednosti *MSIA* indeksa. Najviši relativni stepen penetracije na tržište Srbije uočen je u prvoj posmatranoj godini kada je i vrednost uvoza iz EU bila najviša. Pad vrednosti *MSIA* indeksa tokom perioda, nastaje kao posledica pada vrednosti uvoza. Od 2011., uočen je relativno nizak stepen penetracije sa negativnim vrednostima *MSIA* indeksa kada su zabeležene i najniže vrednosti uvoza. Uvoz cigareta koje sadrže duvan opada po prosečnoj godišnjoj stopi od 13,7% uz umerenu varijabilnost od 47,9%. Sa druge strane, nakon gotovo zanemarljivih vrednosti izvoza u EU u prvim posmatranim godinama, od 2009. se uočava izvoz na tržište EU, s tim da je 2014. zabeležena značajno veća vrednost izvoza koja po prvi put obezbeđuje i pozitivne vrednosti *MSXA* indeksa. Izvoz Srbije u EU raste po visokoj prosečnoj godišnjoj stopi od 108,6% uz jaku varijabilnost od 211,8%.

Uvoz cigareta koje sadrže duvan u Srbiju iz EU zadržale su isti nivo carinskih dažbina imajući u vidu da nije predviđeno smanjivanje istih (osim u slučaju cigareta sa sadržajem karanfilića kod kojih se postepeno snižavaju carinske dažbine do potpunog ukidanja u poslednjoj godini liberalizacije). U periodu primene SSP-a, dolazi do rasta relativnog stepena komparativne prednosti u trgovini Srbije sa EU kao istovremena posledica pada relativnog stepena penetracije u uvozu cigareta koje sadrže duvan, sa jedne strane, i rasta relativne komparativne prednosti u izvozu. Primena istog nivoa dažbina na uvoz cigareta koje sadrže duvan, omogućila je bolju zaštitu domaće proizvodnje koje se neminovno doprinela snižavanju vrednosti uvoza.

Sa sedam država članica EU, Srbija nije ostvarila trgovinu ni u jednoj posmatranoj godini, a sa čak 15 država je uočeno odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti Srbije, posmatrano u proseku), što je slučaj i sa najznačajnijim trgovinskim partnerima Srbije.

Grafikon 17. Obim trgovine SMTK 12220 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

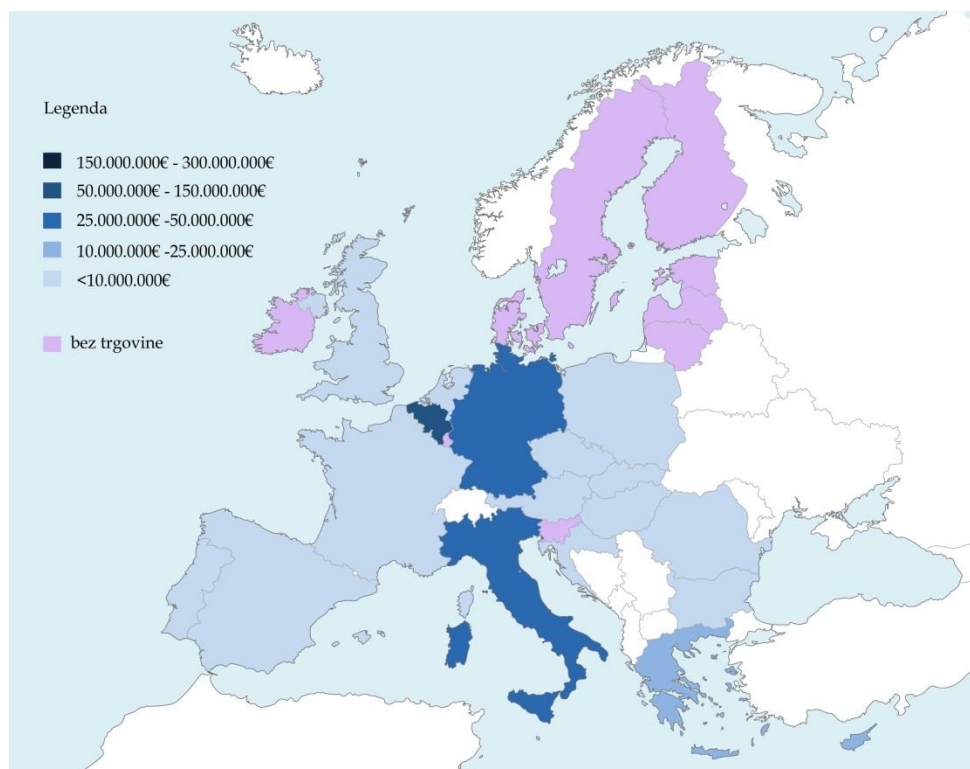
Prikaz relativne komparativne prednosti Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 12220, dati su u Prilog VIII.

3.3.3.8. *Analiza trgovine duvanom (delimično ili potpuno iziljenim)* *SMTK 12120*

Trgovina duvanom (delimično ili potpuno iziljenim) u EU u posmatranom periodu ostvarila je vrednost od 33,1 milijardu EUR pri čemu su države EU prevashodno usmerene na kupovinu duvana van granica EU. Naime, 20,5% trgovine je rezultat prometa između država članica EU, dok je 79,5% rezultat prometa sa državama van EU. Značaj trgovine duvanom na nivou je od 0,6% udela u ukupnoj trgovini svim agroindustrijskim proizvodima. Najveći uvoznici u EU su Nemačka sa vrednošću uvoza od 7,5 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu od 27,1% (udeo u uvozu van EU iznosi 31,9%, u internom 12,7%) i Holandija sa vrednošću uvoza od 4,4 milijarde EUR i udelom u ukupnom uvozu od 16% (udeo u uvozu van EU iznosi 18,9%, u internom 7,3%), koje su ujedno i najveći izvoznici cigareta koje sadrže duvan u EU. Sa druge strane, najveći izvoznici duvana u EU su Nemačka sa vrednošću izvoza od 2,5 milijardi EUR i udelom u ukupnom izvozu od 20,5% (udeo u izvozu van EU iznosi 31,6%, u internom 11,4%), Belgija sa vrednošću izvoza od 2,2 milijardi EUR i udelom u ukupnom izvozu od 17,7% (udeo u izvozu van EU iznosi 14,1%, u internom 20,7%), Italija sa vrednošću izvoza od 2,1 milijarde EUR i udelom u ukupnom izvozu od 17,4% (udeo u izvozu van EU iznosi 12%, u internom 21,9%) i Francuska sa vrednošću izvoza od 1,5 milijardi EUR i udelom u ukupnom izvozu od 12,5% (udeo u izvozu van EU iznosi 20,7%, u internom 5,8%).

Trgovina duvanom sa državama van EU beleži deficit od 15,2 milijarde EUR uz pokrivenost uvoza izvozom od 26,8%. Najznačajniji partneri EU u uvozu van EU su Brazil sa vrednošću izvoza u posmatranom periodu od 6,4 milijardi EUR i udelom u uvozu EU van EU od 30,7% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 23,2%) i SAD sa ostvarenom vrednošću od 4,2 milijarde EUR i udelom od 20% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 15,1%), dok Srbija, kao manji izvoznik, beleži vrednost izvoza od 122,5 miliona EUR uz udeo od 0,6% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 0,4%). U međusobnoj trgovini, razmena je

gotovo u potpunosti ujednačena, kako na strani uvoza, tako i na strani izvoza (51,8% trgovine je rezultat uvoza duvana Srbije iz EU) pri čemu se trgovina pretežno obavlja sa državama Zapadne Evrope (Slika 12.). Snabdevanje EU duvanom usmereno je na veliki broj država zbog značajnih potreba EU za ovom sirovinom imajući u vidu da je ujedno i značajan izvoznik cigareta od duvana. Iako se duvan uvozi i iz razvijenih država kao što su SAD i u značajno manjoj meri Kina, duvan se uvozi iz velikog broja manje razvijenih država kao što su Malavi, Indija, Argentina, Mozambik, Tanzanija, Zimbabve i mnogih drugih.



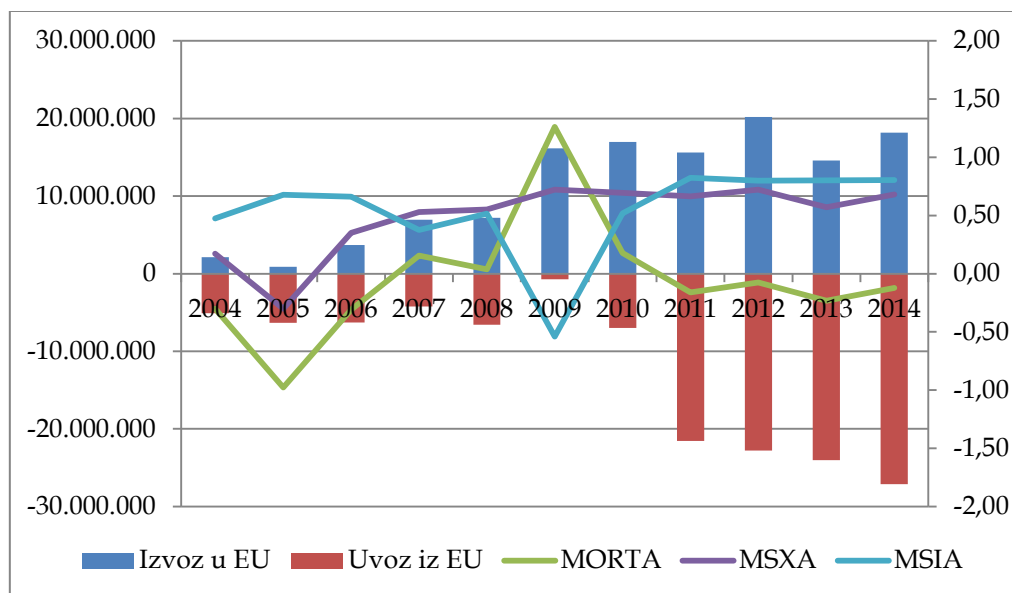
Slika 12. Prikaz trgovinske razmene SMTK 12120 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR

Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Iako Srbija nije značajan partner EU u trgovini duvanom, reč je o proizvodu koji se nalazi na listi najznačajniji agroindustrijskih proizvoda Srbije u trgovini sa EU. U ukupnoj razmeni agroindustrijskih proizvoda sa EU u posmatranom periodu, trgovina duvanom beleži vrednost od 254,3 miliona

EUR izraženo u stalnim cenama uz udeo u razmeni agroindustrijskih proizvoda od 1,9%. Relativna komparativna trgovinska prednost sa EU oscilira tokom vremena. U sredini posmatranog perioda, uočava se relativna komparativna trgovinska prednost, dok u prvim i poslednje posmatranim godinama to nije slučaj. Relativna komparativna prednost Srbije u izvozu na tržište EU uočena je u svim posmatranim godinama, osim u 2005. kada je vrednost *MSXA* indeksa negativna kao posledica najniže zabeležene vrednosti izvoza. Tokom perioda, uočava se trend rasta vrednosti *MSXA* indeksa, kao prevashodna posledica rasta vrednosti izvoza koji u posmatranom periodu dostiže vrednost od 122,5 miliona EUR uz značajnu prosečnu godišnju stopu rasta od 17,3% i relativno jaku varijabilnost od 60,4%. Najveće vrednosti izvoza zabeležene su upravo u drugoj polovini posmatranog perioda kada dostižu vrednosti izvoza od preko 14 miliona EU na godišnjem nivou. Ono što u najvećoj meri determiniše vrednosti *MORTA* indeksa, nalazi se na strani uvoza, odnosno relativnog stepena penetracije na tržište Srbije (*Grafikon 18.*).

Grafikon 18. Obim trgovine SMTK 12120 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

U svim posmatranim godinama, osim u 2009., uočen je relativno visok stepen penetracije na tržište Srbije. Značajno smanjenje vrednosti uvoza u 2009., doprinelo su dostizanju negativne vrednosti *MSIA* indeksa. Poslednje posmatrane godine, ostvaruju se visoke vrednosti *MSIA* indeksa imajući u vidu da se u tim godinama i vrednost uvoza duvana značajno uvećava. Ukupna vrednost uvoza iznosi 131,7 miliona EUR uz visoku prosečnu godišnju stopu rasta od 20,2% i jaku varijabilnost od 77%. Rast vrednosti uvoza u poslednje posmatranim godinama prevashodno su rezultat značajnog povećanja vrednosti uvoza duvana iz Belgije.

Sirov i neprerađeni duvan je u potpunosti izuzet iz SSP-a, te se ne može govoriti o uticaju istog na nivo relativne komparativne prednosti. Međutim, činjenica je da je u periodu primene SSP-a došlo do značajnog pogoršanja relativnog stepena komparativne prednosti Srbije kao posledica rasta relativnog stepena penetracije u uvozu iz EU.

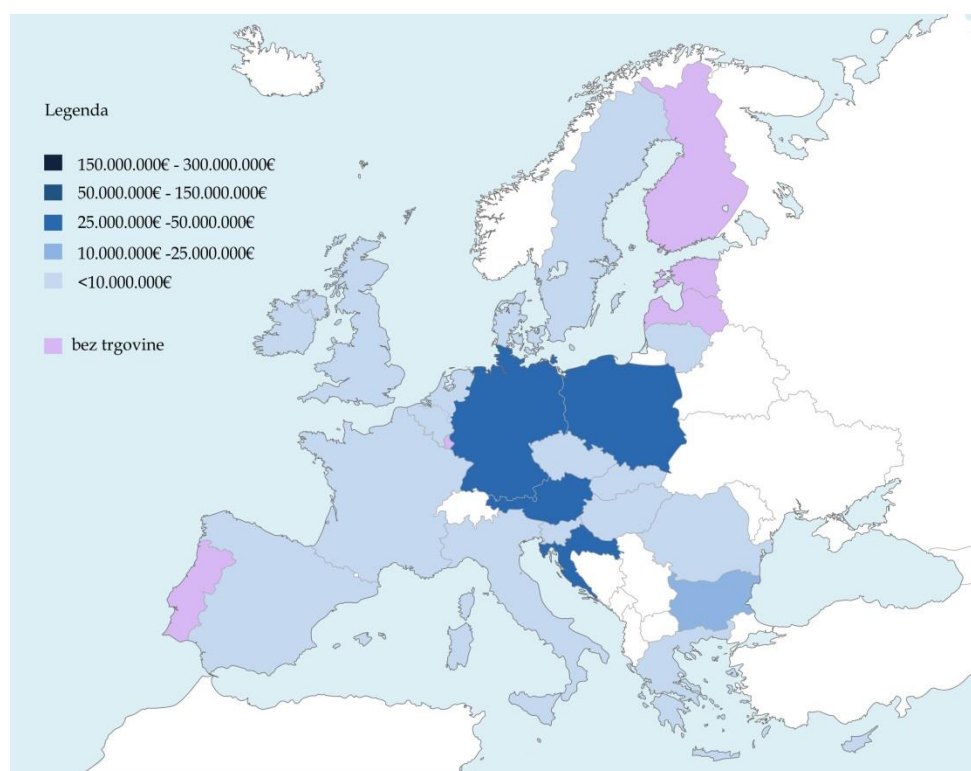
U trgovini duvanom, Srbija nije zabaležila trgovinu sa deset država članica EU, dok sa preostalim državama Srbije beleži odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti. Posmatrajući najznačajnije trgovinske partnere Srbije, pozitivne vrednosti *MORTA* indeksa uočene su u trgovini sa Belgijom i Italijom.

Prikaz relativne komparativne prednosti Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 12120, dati su u Prilogu IX.

3.3.3.9. *Analiza trgovine ostalim prehrambenim proizvodima od kakaa SMTK 07330*

Trgovina ostalim proizvodima od kakaa u EU u posmatranom periodu ostvarila je vrednost od 41,5 milijardi EUR pri čemu su države EU prevashodno usmerene na kupovinu ostalih prehrambenih proizvoda od kakaa unutar EU. Naime, čak 91,2% uvoza je rezultat trgovine između država članica EU. Značaj trgovine ostalim prehrambenim proizvodima od kakaa na nivou je od 0,8% udela u ukupnoj trgovini svim agroindustrijskim proizvodima. Najveći

uvoznici u EU su Velika Britanija sa vrednošću uvoza od 5,7 milijardu EUR i udelom u ukupnom uvozu od 17,3% (udeo u uvozu van EU iznosi 9%, u internom 18,1%), Francuska sa vrednošću uvoza od 4,8 milijarde EUR i udelom u ukupnom uvozu od 14,3% (udeo u uvozu van EU iznosi 14,4%, u internom 14,3%) i Nemačka sa vrednošću uvoza od 4,7 milijarde EUR i udelom u ukupnom uvozu od 14,1% (udeo u uvozu van EU iznosi 42,6%, u internom 11,3%). Sa druge strane, najveći izvoznici ostalih prehrambenih proizvoda od kaka u EU su Nemačka sa vrednošću izvoza od 13,3 milijarde EUR i udelom u ukupnom izvozu od 33,6% (udeo u izvozu van EU iznosi 28,8%, u internom 34,9%) i Holandija sa vrednošću izvoza od 5,7 milijardu EUR i udelom u ukupnom izvozu od 14,4% (udeo u izvozu van EU iznosi 19,3%, u internom 13,1).



Slika 13. Trgovinska razmene SMTK 07330 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR

Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

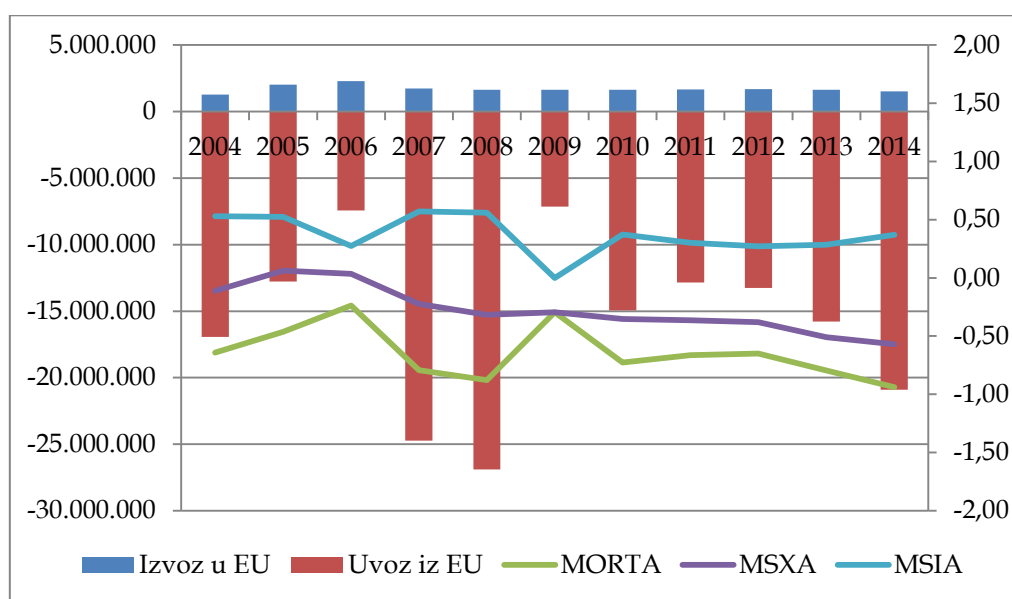
Trgovina ostalim prehrambenih proizvodima od kakaa sa državama van EU beleži suficit od 5,3 milijarde EUR uz pokrivenost uvoza izvozom od 280%. Potpuno dominantan partner EU u uvozu van EU je Švajcarska sa vrednošću izvoza u posmatranom periodu od 2,5 milijardi EUR i udelom u uvozu EU van EU od 85,6% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 7,6%), dok Srbija beleži vrednost izvoza od svega 9,3 miliona EUR uz udeo od 0,3% u udelu van EU granica. Izvoz Švajcarske na tržište EU veoma je stabilno tokom vremena uz prosečnu godišnju stopu rasta od 2,8% i slabu varijabilnost od 9,9%.

Iako Srbija nije značajan partner EU u trgovini ostalim prehrambenim proizvodima od kakaa, reč je o proizvodu koji se nalazi na listi najznačajniji agroindustrijskih proizvoda Srbije u trgovini sa EU. U ukupnoj razmeni agroindustrijskih proizvoda sa EU u posmatranom periodu, trgovina ostalim prehrambenim proizvodima od kakaa beleži vrednost od 192,4 miliona EUR izraženo u stalnim cenama uz udeo u razmeni agroindustrijskih proizvoda od 1,5%. U međusobnoj trgovini, razmena je prevashodno bazirana na uvozu ostalih prehrambenih proizvoda od kakaa iz Srbije u EU (90,3% obima trgovine rezultat je uvoza Srbije sa tržišta EU) pri čemu se trgovina pretežno obavlja sa državama Zapadne Evrope (*Slika 13.*). Relativna komparativna trgovinska prednost u trgovini sa EU nije uočena ni u jednoj posmatranoj godini uz primetnu tendenciju pada vrednosti *MORTA* indeksa (*Grafikon 19.*). Najniža zabeležena vrednost *MORTA* indeksa uočena je u 2008. i iznosila je svega -0,89, dok je najviša vrednost *MORTA* indeksa zabeležena u narednoj, 2006. kada je iznosila -0,24. Relativna komparativna prednost Srbije u izvozu na tržište EU nije uočena tokom perioda, osim u 2005.g i 2006.g kao posledica rekordnih izvoznih godina, nakon kojih vrednost *MSXA* indeksa opada, kao posledica pada vrednosti izvoza Srbije. Ostvarena vrednost izvoza iznosi 18,7 miliona EUR uz vrlo nisku prosečnu godišnju stopu pada od 1,2% i relativno slabu varijabilnost od 14,6%. Nakon rekordnih izvoznih godina (2005.g i 2006.g), vrednost izvoza veoma je stabilna tokom perioda. Sa druge strane, u svim posmatranim godinama, uočena je relativno visok stepen penetracije na tržište

Srbije sa pozitivnim vrednostima *MSIA* indeksa koji tokom perioda beleži tendenciju pada. Najniža zabeležena vrednost *MSIA* indeksa uočava se u 2007. kada je vrednost uvoza dostigla svoj maksimum od 24,7 miliona EUR uvezenih ostalih prehrambenih proizvoda od kaka. Vrednost uvoza tokom perioda dostiže nivo od 173,7 miliona EUR uz rast vrednosti uvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 1,6% i umerenoj varijabilnošću od 38,2%.

Primena SSP-a doprinela je snižavanju carinskih dažbina tokom perioda do potpune liberalizacije u uvozu Srbije, što svakako doprinelo rastu vrednosti uvoza, ali nije doprinelo značajnijem rastu relativnog stepena penetracije u uvozu. Sa druge strane, relativna komparativna prednost u trgovini Srbije je u blagom padu kao prevashodna posledica pada relativne komparativne prednosti u izvozu Srbije.

Grafikon 19. Obim trgovine SMTK 07330 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Srbija jedino u trgovini sa šest država članica EU nije ostvarila trgovinu ni u jednoj posmatranoj godini. Sa preostalim državama, dominira odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti Srbije, što je slučaj i sa najznačajnijim trgovinskim partnerima. Pozitivne vrednosti *MORTA* indeksa,

uočene su kod država članica EU koje nemaju značajniji udeo u međusobnoj razmeni.

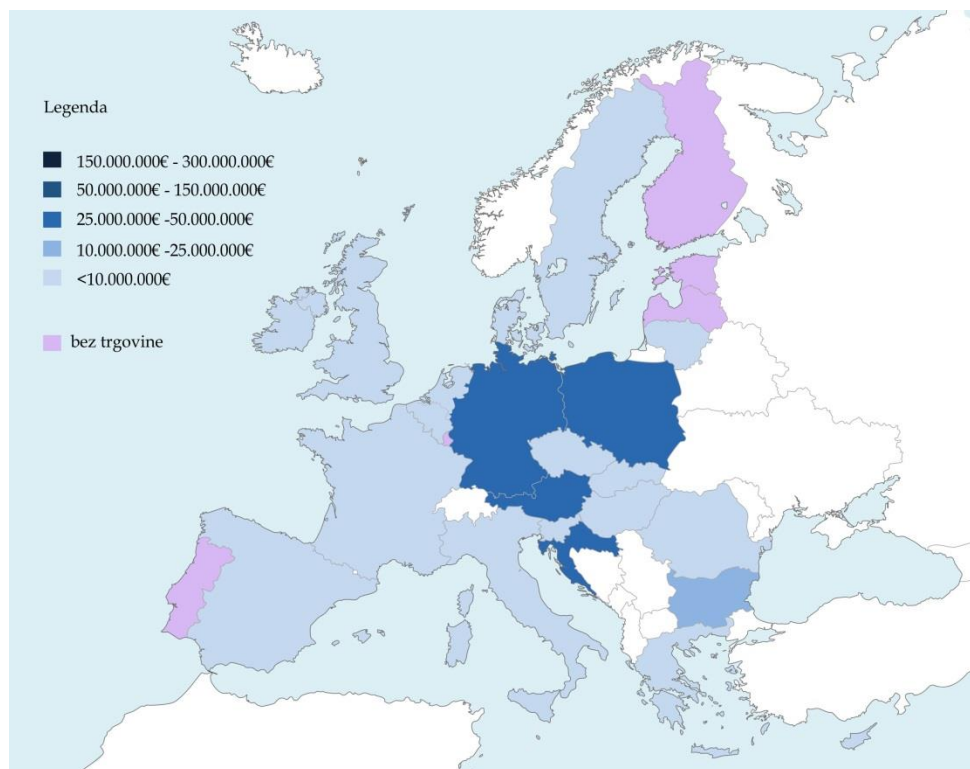
Prikaz relativne komparativne prednosti Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 07330, dati su u Prilog X.

3.3.3.10. *Analiza trgovine semenskim kukuruzom SMTK 04410*

Trgovina semenskim kukuruzom u EU u posmatranom periodu ostvarila je vrednost od 2,4 milijarde EUR pri čemu su države EU prevashodno usmerene na kupovinu unutar EU. Naime, 71,4% trgovine je rezultat prometa između država članica EU, dok je 28,6% rezultat prometa sa državama van EU. Značaj trgovine semenskim kukuruzom u EU je na nivou od 0,2% udela u ukupnoj trgovini svim agroindustrijskim proizvodima. Najveći uvoznici u EU su Nemačka sa vrednošću uvoza od 2,1 milijarde EUR i udelom u ukupnom uvozu od 20,3% (udeo u uvozu van EU iznosi 5,3%, u internom 22,8%) i Francuska sa vrednošću uvoza od 1,7 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu od 16% (udeo u uvozu van EU iznosi 28,5%, u internom 13,9%). Sa druge strane, najveći izvoznici semenskog kukuruza u EU su Francuska sa vrednošću izvoza od 5 milijardi EUR i udelom u ukupnom izvozu od 47,4% (udeo u izvozu van EU iznosi 30,5%, u internom 52,6%) i Mađarska sa vrednošću izvoza od 1,5 milijarde EUR i udelom u ukupnom izvozu od 13,8% (udeo u izvozu van EU iznosi 26,3%, u internom 9,7%).

Trgovina semenskim kukuruzom sa državama van EU beleži suficit od 626 miliona EUR uz pokrivenost uvoza izvozom od 143%. Najznačajniji partneri EU u uvozu van EU su Čile sa vrednošću izvoza u posmatranom periodu od 485,7 miliona EUR i udelom u uvozu EU van EU od 33,1% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 4,7%) i SAD sa ostvarenom vrednošću izvoza od 410 miliona EUR i udelom od 27,9% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 4%). Čile, kao najznačajniji trgovinski partner EU van granica EU u uvozu semenskog kukuruza, beleži rast vrednosti izvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 4,6% uz relativno jaku varijabilnost od 53,3%, dok izvoz SAD-a tokom perioda opada po

značajnoj prosečnoj godišnjoj stopi od 11,1% i relativno visoku varijabilnost od 56,1%. Srbija, sa vrednošću izvoza od 112,3 miliona EUR nije od posebno značajan trgovinski partner EU imajući u vidu da čini svega 1,1% ukupnog uvoza EU (7,7% iznosi udeo Srbije u uvozu EU van granica EU).



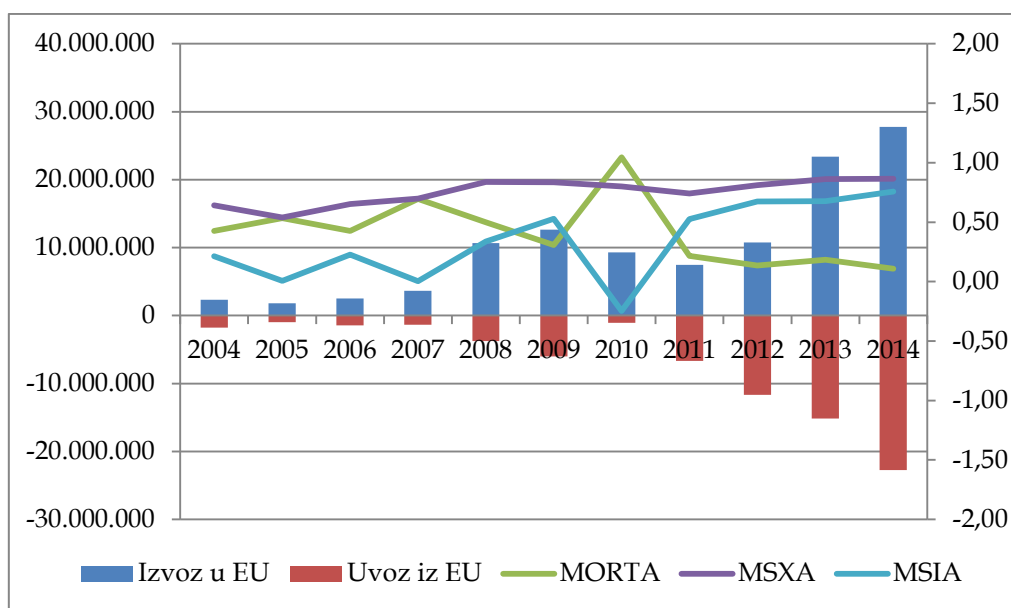
Slika 14. Prikaz trgovinske razmene SMTK 04410 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR

Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Iako Srbija nije značajan partner EU u trgovini semenskim kukuruzom, reč je o proizvodu koji se nalazi na listi najznačajnijih agroindustrijskih proizvoda Srbije u trgovini sa EU. U ukupnoj razmeni agroindustrijskih proizvoda sa EU u posmatranom periodu, trgovina semenskim kukuruzom beleži vrednost od 184,8 miliona EUR izraženo u stalnim cenama uz udeo u razmeni agroindustrijskih proizvoda od 1,4%. U međusobnoj trgovini, razmena je prevashodno bazirana na izvozu semenskog kukuruza iz Srbije u EU (60,8% obima trgovine rezultat je izvoza Srbije na tržište EU) pri čemu su najznačajniji partneri Nemačka, Francuska, Austrija i Hrvatska (*Slika 14.*). Relativna

komparativna trgovinska prednost u trgovini sa EU uočena je u svim posmatranim godinama uz uočenu tendenciju pada vrednosti *MORTA* indeksa tokom perioda (*Grafikon 20.*).

Grafikon 20. Obim trgovine SMTK 04410 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Najniža zabeležena vrednost *MORTA* indeksa uočena je u 2014. i iznosila je 0,11, dok je najviša vrednost *MORTA* indeksa zabeležena u 2010. kada je iznosila 1,03. Relativna komparativna prednost Srbije u izvozu na tržište EU je na relativno visokom nivou i tokom vremena beleži tendenciju rasta vrednosti *MSXA* indeksa. Najveće vrednosti *MSXA* indeksa uočene su u 2014. kada je iznosila 0,87, dok je najniža zabeležena vrednost *MSXA* indeksa uočena na početku posmatranog perioda, u 2005.g sa vrednošću od 0,57. Vrednost izvoza Srbije na tržište EU tokom perioda beleži značajan rast po prosečnoj godišnjoj stopi od 29,2% i jaku varijabilnost od 79,8%. Rast vrednosti *MSXA* indeksa ukazuje na rast relativnog značaja izvoza Srbije na tržište EU. Sa druge strane, u trgovini sa EU Srbija istovremeno Srbija beleži relativno visok stepen penetracije sa tržišta EU kada je u pitanju uvoz semenskog kukuruza imajući u vidu da su vrednosti *MSIA* indeksa tokom perioda pozitivne (osim u 2010.g) uz

primetnu tendenciju rasta vrednosti indeksa. Tokom perioda, vrednost uvoza semenskog kukuruza iz EU raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 33,9% uz jaku varijabilnost od 103,1% koja nastaje kao posledica značajnog rasta vrednosti uvoza u poslednje posmatranim godinama.

Primena SSP-a, doprinela je postepenom snižavanju carinskih dažbina na uvoz običnih i ostalih hibrida semenskog kukuruza do potpunog ukidanja u poslednjoj godini liberalizacije, osim u slučaju uvoza dvostrukih i „top cross“ hibrida, kao i trolinijskih hibrida kod kojih se postepeno snižavanje zadržava na nivou od 30% u poslednjoj godini liberalizacije. Upravo je u periodu primene SSP-a došlo do pada relativnog stepena komparativne trgovinske prednosti Srbije, prevashodno kao rezultat rasta relativnog stepena penetracije u uvozu.

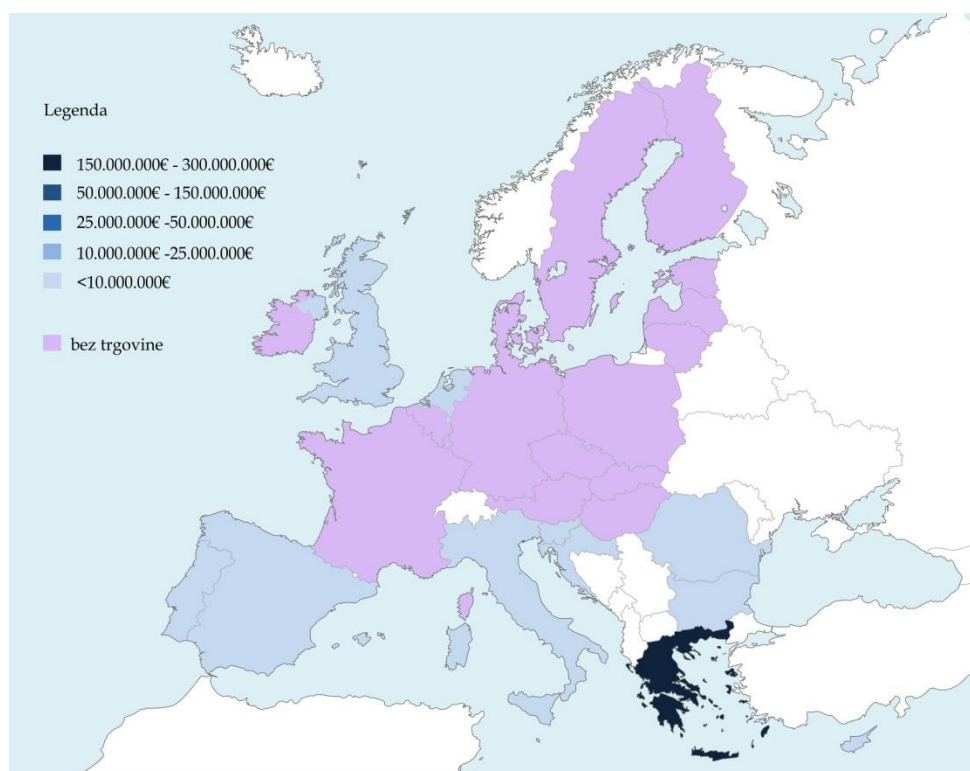
Srbija u trgovini sa državama EU pretežno ostvaruje relativnu komparativnu trgovinsku prednost, što je slučaj i sa državama koje su najznačajnije u razmeni SMTK 04410. Negativna vrednost *MORTA* indeksa uočena je samo u trgovini sa Slovačkom i Italijom, pri čemu jedino Italija beleži značajniji udeo u međusobnoj trgovini od 4,9%.

Prikaz relativne komparativne prednosti Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 04410, dati su u Prilog XI.

3.3.3.11. *Analiza trgovine narandžama (svežim ili sušenim) SMTK 05711*

Trgovina narandžama u EU u posmatranom periodu ostvarila je vrednost od 23,1 milijarde EUR pri čemu su države EU prevashodno usmerene na trgovinu unutar EU. Naime, 66% trgovine je rezultat prometa između država članica EU, dok je preostalih 34% rezultat prometa sa državama van EU. Značaj trgovine narandžama na nivou je od 0,4% udela u ukupnoj trgovini svim agroindustrijskim proizvodima. Najveći uvoznici u EU su Nemačka sa vrednošću uvoza od 3,9 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu od 18,3% (udeo u uvozu van EU iznosi 1,3%, u internom 25,2%), Francuska sa vrednošću uvoza od 3,7 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu od 17,2% (udeo u uvozu van EU iznosi 6,7%, u internom 21,4%), Holandija sa vrednošću uvoza

od 3,4 milijarde EUR i udelom u ukupnom uvozu od 15,8% (udeo u uvozu van EU iznosi 37%, u internom 7,3%) i Velika Britanija sa vrednošću uvoza od 2,1 milijarde EUR i udelom u ukupnom uvozu od 10% (udeo u uvozu van EU iznosi 19,7%, u internom 6,1%). Sa druge strane, najveći izvoznici narandži među državama članicama EU su Španija sa vrednošću izvoza od 11,6 milijardi EUR i udelom u ukupnom izvozu od 65,2% (udeo u izvozu van EU iznosi 41%, u internom 67,8%) i Holandija sa vrednošću izvoza od 1,9 milijardi EUR i udelom u ukupnom izvozu od 10,5% (udeo u izvozu van EU iznosi 7,9%, u internom 10,8%).



Slika 15. Prikaz trgovinske razmene SMTK 05711 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR

Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Trgovina narandžama sa državama van EU beleži deficit od 4,4 milijarde EUR uz pokrivenost uvoza izvozom od 28%. Najznačajniji trgovinski partner van EU je Južna Afrika sa vrednošću izvoza u posmatranom periodu od 2,7 milijardi EUR i udelom u uvozu EU van EU od 44,7% (udeo u ukupnom uvozu

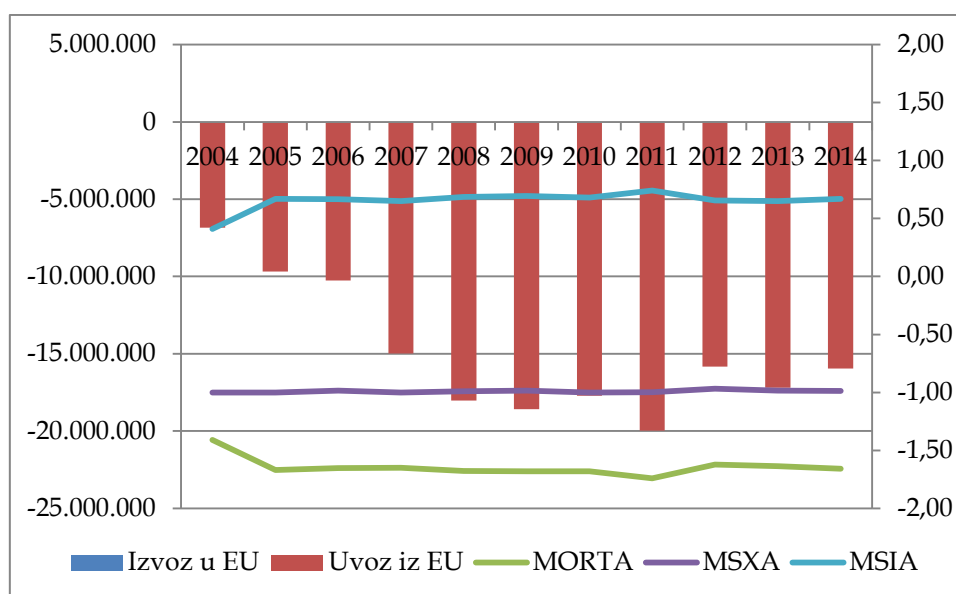
EU iznosi 12,8%). Pored Južne Afrike, značajnu ulogu u izvozu narandži u EU među državama van EU su i Egipat sa ostvarenom vrednošću izvoza od 766,3 miliona EUR i udelom u uvozu EU van EU od 12,5% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 3,6%) i Maroko sa ostvarenom vrednošću izvoza od 687,6 miliona EUR i udelom u uvozu EU van EU od 11,2% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 3,2%). Posmatrajući navedene najznačajnije partnere u uvozu u EU van granica EU, uočava se trend rasta vrednosti izvoza, dok je u slučaju Maroka uočen trend pada vrednosti izvoza koji je sa maksimalno ostvarene vrednosti izvoza od 99,5 miliona EUR u 2004., dospelo do 36 miliona EUR u 2014.

Imajući u vidu da Srbija nema prirodne potencijale za proizvodnju narandži, trgovina Srbije i EU bazirana je na uvozu ove značajne namirnice. Trgovina narandžama spada u grupu 11 najznačajnijih trgovinskih proizvoda u razmeni sa EU uz ostvarenu vrednost trgovine od 165,2 miliona EUR izraženo u stalnim cenama uz udeo u razmeni agroindustrijskih proizvoda od 1,25%, pri čemu je Grčka dominantan partner Srbije (*Slika 15.*). Relativna komparativna trgovinska prednost sa EU nije uočena ni u jednoj posmatranoj godini, pri čemu su uočene stabilne vrednosti *MORTA* indeksa tokom perioda (*Grafikon 21.*). Najniža zabeležena vrednost *MORTA* indeksa uočena je u 2011. i iznosila je -1,74, dok je najviša vrednost *MORTA* indeksa u posmatranom periodu zabeležena u 2004. kada je iznosila -1,42. Imajući u vidu da je celokupna trgovina između Srbije i EU uvozno orijentisana, vrednosti *MORTA* indeksa prevashodno su determinisane nivoom *MSIA* indeksa, odnosno relativnim stepenom penetracije na tržište Srbije. Vrednosti *MSIA* indeksa, stabilne su tokom vremena nakon prve posmatrane godine u kojoj je vrednost indeksa bila najniža i iznosila je 0,41. Pozitivne vrednosti *MSIA* indeksa ukazuju na relativno visok stepen penetracije uvoza narandži na tržište Srbije. Vrednost uvoza narandži iz EU u Srbiju u posmatranom periodu raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 7,9% uz relativno slabu varijabilnost od 26,8%. Najviša zabeležena vrednost uvoza ostvarena je u 2011.g kada je iznosila 20 miliona EUR. Sa druge strane, negativne vrednosti *MSXA* indeksa ukazuju na odsustvo relativne

komparativne prednosti u izvozu na tržište EU, što je i razumljivo s obzirom da Srbija nema prirodnih uslova za proizvodnju narandži, te samim tim i potencijal za izvoz.

Tokom primene SSP-a, nije došlo do značajnijih pomeranja nivoa relativne komparativne trgovinske prednosti Srbije imajući u vidu da je carinska zaštita uvoza narandži bespredmetna, uvažavajući da Srbija nema prirodnih potencijala za proizvodnju istih. Sa druge strane, nije došlo ni do promena u nivou relativnog stepena penetracije koji se zadržava na relativno istom nivou.

Grafikon 21. Obim trgovine SMTK 05711 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Prikaz relativne komparativne prednosti Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 05711, dati su u Prilog XII.

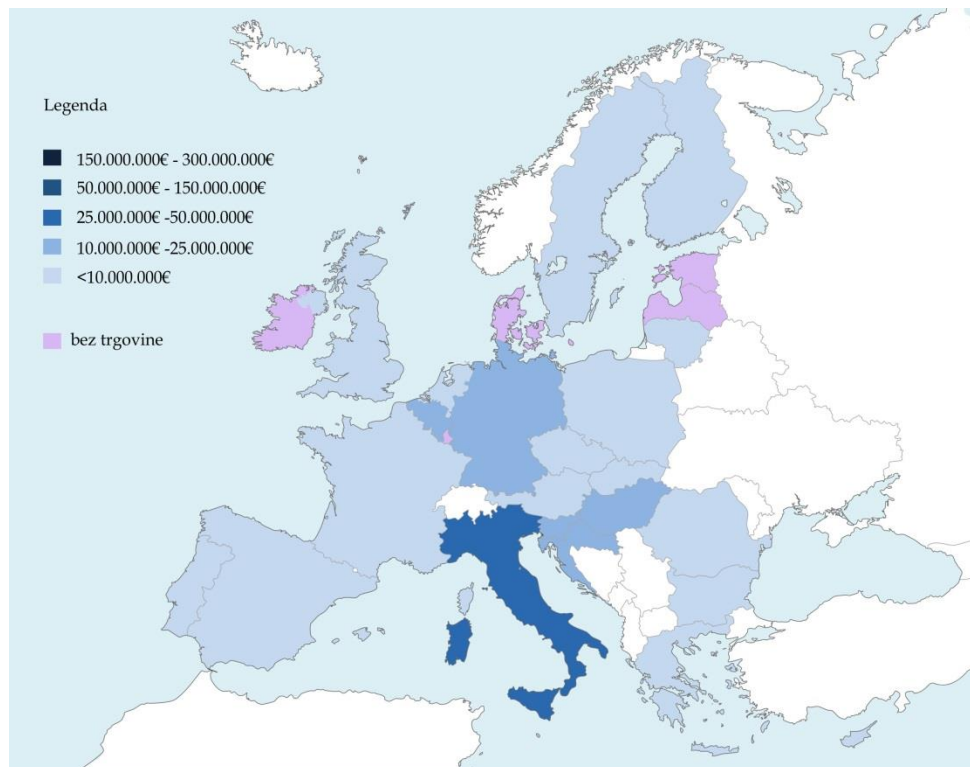
3.3.3.12. Analiza trgovine ostalo smrznuto povrće i mešavine od povrća SMTK 05469

Trgovina ostalim smrznutim povrćem i mešavinama od povrća (u daljem tekstu: ostalo povrće) u EU u posmatranom periodu ostvarila je vrednost od 30,4 milijardi EUR pri čemu su države EU prevashodno usmerene na kupovinu

ostalog povrća unutar granica EU. Naime, 79,7% trgovine je rezultat prometa između država članica EU, dok je preostalih 20,3% rezultat prometa sa državama van EU. Značaj trgovine ostalim povrćem na nivou je od 0,6% udela u ukupnoj trgovini svim agroindustrijskim proizvodima. Najveći uvoznici u EU su Nemačka sa vrednošću uvoza od 5,3 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu od 19,2% (udeo u uvozu van EU iznosi 19,3%, u internom 19,2%), Francuska sa vrednošću uvoza od 4,8 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu od 17,3% (udeo u uvozu van EU iznosi 14%, u internom 17,8%), Velika Britanija sa vrednošću uvoza od 3,7 milijarde EUR i udelom u ukupnom uvozu od 13,3% (udeo u uvozu van EU iznosi 13,6%, u internom 13,3%) i Belgija sa vrednošću uvoza od 3,1 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu od 11,3% (udeo u uvozu van EU iznosi 10,4%, u internom 11,4%). Sa druge strane, najveći izvoznici ostalog povrća u EU su Belgija sa vrednošću izvoza od 10,5 milijardi EUR i udelom u ukupnom izvozu od 41% (udeo u izvozu van EU iznosi 32,1%, u internom 42%), Španija sa vrednošću izvoza od 3,3 milijarde EUR i udelom u ukupnom izvozu od 12,7% (udeo u izvozu van EU iznosi 6,7%, u internom 13,4%) i Holandija sa vrednošću izvoza od 2,6 milijarde EUR i udelom u ukupnom izvozu od 10% (udeo u izvozu van EU iznosi 16,8%, u internom 9,2%).

Trgovina ostalim povrćem sa državama van EU beleži deficit od 946 miliona EUR uz pokrivenost uvoza izvozom od 73,5%. Najznačajniji partneri EU u uvozu van EU su Kina sa vrednošću izvoza u posmatranom periodu od 1,5 milijardi EUR i udelom u uvozu EU van EU od 42,9% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 5,5%) i Turska sa ostvarenom vrednošću od 535,2 miliona EUR i udelom od 15% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 1,9%). Izvoz Kine tokom perioda beleži konstantan rast vrednosti uz prosečnu godišnju stopu od 2% uz relativno slabu varijabilnost 16,8%, dok je u slučaju Turske zabeležen pad vrednosti izvoza i to po značajnoj prosečnoj godišnjoj stopi od 9% uz umerenu varijabilnost od 32,9%. Pored navedenih najznačajnijih partnera EU, u uvozu u EU se javljaju i države kao što su Ekvador, Egipat, Peru i drugi. Srbija spada u

grupu manje značajnih trgovinskih partnera kada je u pitanju uvoz u EU čineći 4,4% uvoza u EU van granica EU, dok je udeo u ukupnom uvoz na nivou od 0,6%.



Slika 16. Prikaz trgovinske razmene SMTK 05469 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR

Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

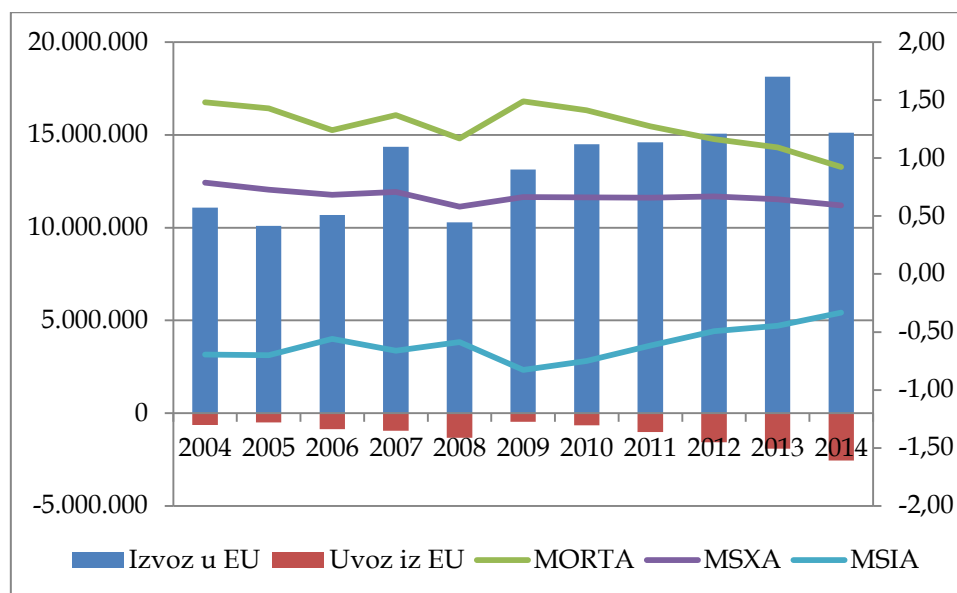
Iako Srbija nije značajan partner EU u trgovini ostalim povrćem, reč je o proizvodu koji se nalazi na listi najznačajniji agroindustrijskih proizvoda Srbije u trgovini sa EU. U ukupnoj razmeni agroindustrijskih proizvoda sa EU u posmatranom periodu, trgovina ostalim povrćem beleži vrednost od 159,6 milion EUR izraženo u stalnim cenama uz udeo u razmeni agroindustrijskih proizvoda od 1,2%. Najveći trgovinski partner Srbije je Italija, dok se značajnija trgovina obavlja i sa državama kao što su Belgija, Nemačka i države u regionu Hrvatska, Slovenija i Mađarska (*Slika 16.*). Relativna komparativna trgovinska prednost sa EU uočena je u svim posmatranim godinama uz uočenu tendenciju pada vrednosti *MORTA* indeksa tokom perioda (*Grafikon 22.*). Najniža

zabeležena vrednost *MORTA* indeksa uočena je u 2014. i iznosila je 0,92, dok je najviša vrednost *MORTA* indeksa zabeležena u 2009. kada je iznosila 1,49. U međusobnoj trgovini, razmena je prevashodno usmerena na izvoz ostalog povrća iz Srbije na tržište EU imajući u vidu da je 92,2% međusobne trgovine rezultat izvoza Srbije. Relativna komparativna prednost Srbije u izvozu na tržište EU je na relativno visokom nivou, ali tokom vremena je primetna tendencija pada vrednosti *MSXA* indeksa. Najveće vrednosti *MSXA* indeksa uočene su u 2004. kada je iznosila 0,8, da bi u 2014. iznosila 0,59. Pad vrednosti indeksa tokom posmatranog perioda značajan je pokazatelj posebno imajući u vidu da vrednost izvoza tokom perioda raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 4,9% uz relativno slabu varijabilnost od 18,2%. Pad vrednosti *MSXA* indeksa i pored rasta vrednosti izvoza ukazuje na pad relativnog značaja izvoza Srbije na tržište EU. Sa druge strane, u trgovini sa EU Srbija beleži relativno nizak stepen penetracije na tržište Srbije kada je u pitanju uvoz ostalog povrća imajući u vidu da su vrednosti *MSIA* indeksa tokom perioda negativne uz primetnu tendenciju rasta vrednosti indeksa. Tokom perioda, vrednost uvoza ostalog povrća iz EU raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 13,5% uz umerenu varijabilnost od 55,1%, što svakako predstavlja značajan uzrok rasta vrednosti *MSIA* indeksa.

Primenom SSP-a, predviđeno je da se liberalizacija u uvozu proizvoda SMTK 05469 sprovodi postepeno. U slučaju proizvoda kao što su grašak, pasulj, slatka paprika, liberalizacija se sprovodila postepeno do potpunog ukidanja carinskih dažbina u poslednje posmatranoj godini. Sa druge strane, za proizvode kao što su paprika i ostali proizvodi (HS 0710 80 59), liberalizacija se sprovodila postepeno do zadržavanja carinskih dažbina na nivou 30%, dok je u slučaju mešavine povrća, nivo zaštite zadržan na nivou od 30%. Konačno, u slučaju uvoza maslina, artičoka i špargli, došlo je do potpune liberalizacije u prvoj godini primene SSP-a. Tren snižavanja carinskih dažbina na uvoz proizvoda iz EU, doprineo je padu relativne komparativne prednosti Srbije u trgovini sa EU kao posledica održavanja relativnog stepena komparativne

prednosti u izvozu, sa jedne strane, ali pre svega kao posledica rasta relativnog stepena penetracije u uvozu, sa druge strane.

Grafikon 22. Obim trgovine SMTK 05469 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Srbija u trgovini sa državama EU pretežno ostvaruje relativnu komparativnu trgovinsku prednost, dok je odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti uočeno je u trgovini sa Portugalom, Litvanijom i Španijom, pri čemu je značaj trgovine sa pomenutim državama nizak.

Prikaz relativne komparativne prednosti Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 05469, dati su u Prilog XIII.

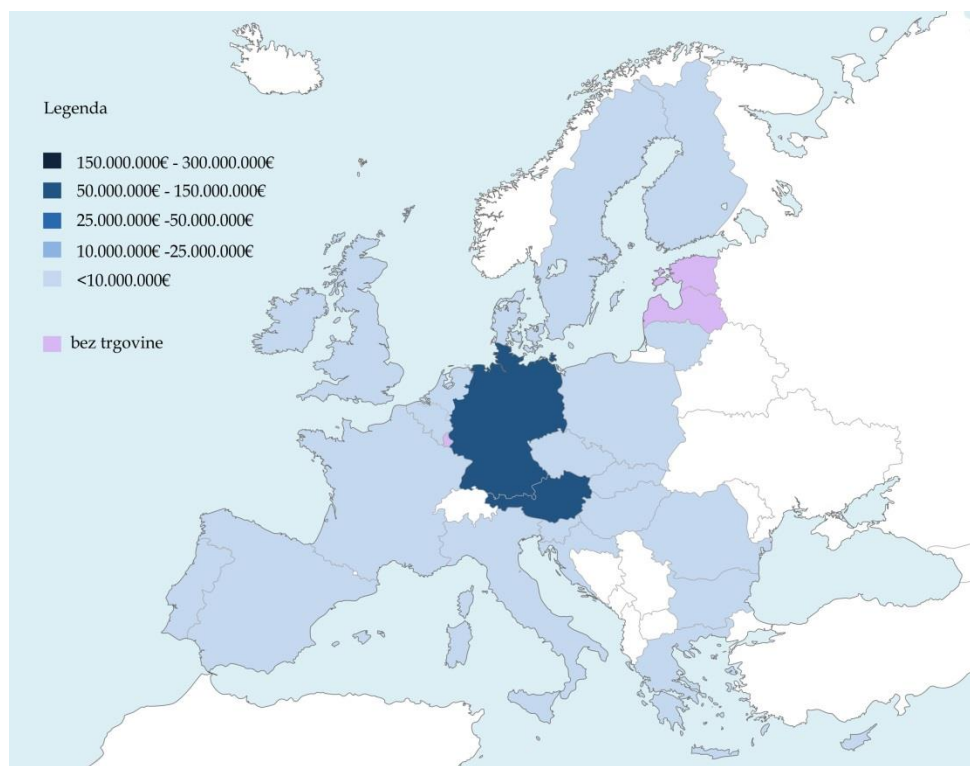
3.3.3.13. Analiza trgovine sokovima od ostalog voća ili povrća SMTK 05995

Trgovina sokovima od ostalog voća i povrća u EU u posmatranom periodu ostvarila je vrednost od 11,1 milijarde EUR pri čemu su države EU prevashodno usmerene na kupovinu unutar EU. Naime, 64% trgovine je rezultat prometa između država članica EU, dok je preostalih 36% rezultat prometa sa državama van EU. Značaj trgovine sokovima od ostalog voća i povrća na nivou je od 0,2% udela u ukupnoj trgovini svim agroindustrijskim

proizvodima. Najveći uvoznici u EU su Nemačka sa vrednošću uvoza od 2,1 milijarde EUR i udelom u ukupnom uvozu od 22,8% (udeo u uvozu van EU iznosi 16,7%, u internom 24,7%), Holandija sa vrednošću uvoza od 2 milijarde EUR i udelom u ukupnom uvozu od 21,6% (udeo u uvozu van EU iznosi 50,5%, u internom 12,3%) i Velika Britanija sa vrednošću uvoza od 913 miliona EUR i udelom u ukupnom uvozu od 9,8% (udeo u uvozu van EU iznosi 7,5%, u internom 10,5%). Sa druge strane, najveći izvoznici sokova od ostalog voća i povrća u EU su Holandija sa vrednošću izvoza od 1,9 milijardi EUR i udelom u ukupnom izvozu od 20,8% (udeo u izvozu van EU iznosi 17,2%, u internom 21,6%), Poljska sa vrednošću izvoza od 1,6 milijarde EUR i udelom u ukupnom izvozu od 17,5% (udeo u izvozu van EU iznosi 11,9%, u internom 18,6%) i Nemačka sa vrednošću izvoza od 1,5 milijardi EUR i udelom u ukupnom izvozu od 16,5% (udeo u izvozu van EU iznosi 20%, u internom 15,7%)³⁶.

Trgovina sokovima od ostalog voća i povrća sa državama van EU beleži deficit od 549 miliona EUR uz pokrivenost uvoza izvozom od 75,8%. Najznačajniji partneri EU u uvozu van EU su Ekvador sa vrednošću izvoza u posmatranom periodu od 435,9 miliona EUR i udelom u uvozu EU van EU od 19,1% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 4,7%), Turska sa ostvarenom vrednošću izvoza od 360 miliona EUR i udelom od 15,8% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 3,9%) i SAD sa ostvarenom vrednošću izvoza od 294 miliona EUR i udelom od 12,9% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 3,1%). Posmatrajući najznačajnije trgovinske partnere EU van EU, jedino Turska beleži rast vrednosti izvoza tokom perioda po prosečnoj godišnjoj stopi od 9,8% uz umerenu varijabilnost od 38,5%, dok Ekvador i SAD beleže pad vrednosti izvoza. Srbija, sa vrednošću izvoza od 130,5 miliona EUR nije posebno značajan trgovinski partner EU imajući u vidu da čini svega 1,4% ukupnog uvoza EU (5,7% iznosi udeo Srbije u uvozu EU van granica EU).

³⁶ Pored navedenih, u grupu značajnih izvoznika sokova od ostalog voća i povrća spadaju i Italija sa vrednošću izvoza od 929 miliona EUR i Austrija sa vrednošću izvoza od 901 milion EUR.



Slika 17. Prikaz trgovinske razmene SMTK 05995 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR

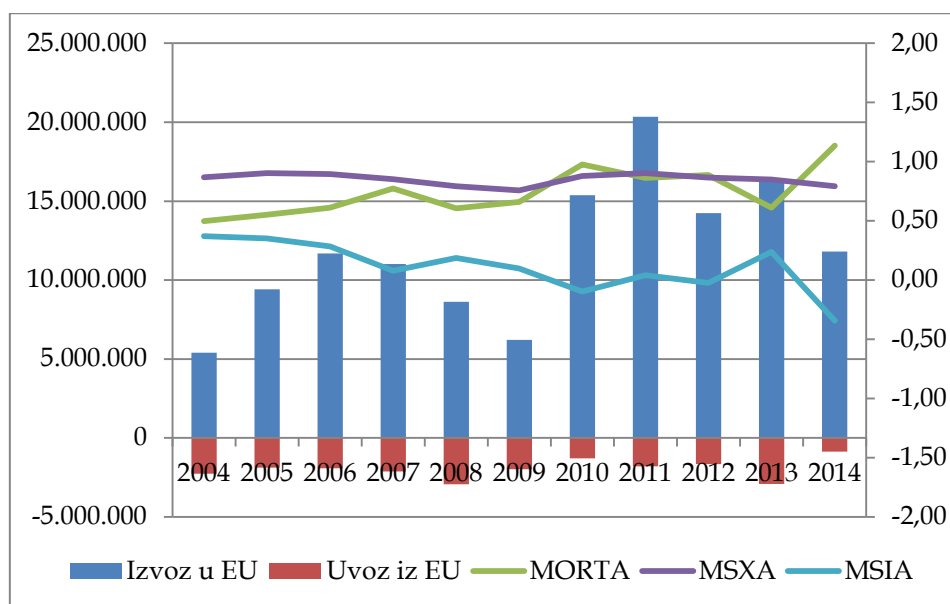
Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Iako Srbija nije posebno značajan partner EU u trgovini sokovima od ostalog voća i povrća, reč je o proizvodu koji se nalazi na listi najznačajnijih agroindustrijskih proizvoda Srbije u trgovini sa EU. U ukupnoj razmeni agroindustrijskih proizvoda sa EU u posmatranom periodu, trgovina sokovima od ostalog voća i povrća beleži vrednost od 152,2 miliona EUR izraženo u stalnim cenama uz udeo u razmeni agroindustrijskih proizvoda od 1,2%. U međusobnoj trgovini, razmena je prevashodno bazirana na izvozu ostale pšenice iz Srbije u EU (85,8% obima trgovine rezultat je izvoza Srbije na tržište EU) pri čemu se trgovina dominantno obavlja sa Austrijom i Nemačkom (*Slika 17.*). Relativna komparativna trgovinska prednost u trgovini sa EU uočena je u svim posmatranim godinama uz uočenu tendenciju rasta vrednosti MORTA indeksa tokom perioda (*Grafikon 23.*). Najniža zabeležena vrednost MORTA indeksa uočena je u prvoj posmatranoj godini, dok je najviša vrednost

zabeležena u 2014. Relativna komparativna prednost Srbije u izvozu na tržište EU je na relativno visokom nivou i tokom vremena beleži blagu tendenciju pada vrednosti *MSXA* indeksa. Vrednost izvoza Srbije na tržište EU tokom perioda beleži rast po prosečnoj godišnjoj stopi od 8,1% i umerenu varijabilnost od 36,1%. Rast vrednosti izvoza i pad vrednosti *MSXA* indeksa tokom vremena ukazuje na slabljenje komparativne prednosti Srbije u izvozu na tržište EU bez obzira na uočen statistički rast izvoza. Sa druge strane, u trgovini sa EU, Srbija istovremeno beleži relativno visok stepen penetracije na tržište Srbije kada je u pitanju uvoz sokova od ostalog voća i povrća imajući u vidu da su vrednosti *MSIA* indeksa u prvoj polovini perioda pozitivne. Međutim, u drugoj polovini perioda u pojedinim godinama se uočava relativno nizak stepen penetracije koji je najniži u 2014. kao posledica i najniže zabeležene vrednosti uvoza. Tokom perioda, vrednost uvoza sokova od ostalog voća i povrća iz EU beleži blagu tendenciju pada po prosečnoj godišnjoj stopi od 4,1% uz relativno slabu varijabilnost od 29,8%.

U okviru SSP-a, predviđen je različiti pristup procesu liberalizacije uvoza sokova od pojedinačnog voća. Za najveći broj sokova, ostvareno je postepeno snižavanje carinskih dažbina do nivoa od 40%. Sa druge strane, za prevashodno sokove od tropskog voća, ostvarena je potpuna liberalizacija uvoza danom stupanja na snagu Sporazuma, dok je u slučaju HS 2009 80 89 ostvarena postepena liberalizacija sa ukidanjem carinskih dažbina na uvoz u poslednjoj godini liberalizacije. U periodu primene SSP-a može se uočiti trend pada relativne komparativne trgovinske prednosti Srbije prevashodno kao posledica promena u nivou relativnog stepena penetracije u uvozu, pri čemu je značajno istaći i da je u periodu primene SSP-a ostvaren nešto niži nivo relativnog stepena penetracije u uvozu nego što je to slučaj u periodu pre primene Sporazuma.

Grafikon 23. Obim trgovine SMTK 05995 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Srbija u trgovini sa državama EU pretežno ostvaruje relativnu komparativnu trgovinsku prednost. Sa svega četiri države članice EU, Srbija nije ostvarila trgovinu u celokupnom posmatranom periodu, dok je sa Belgijom, Španijom i Grčkom uočeno odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti.

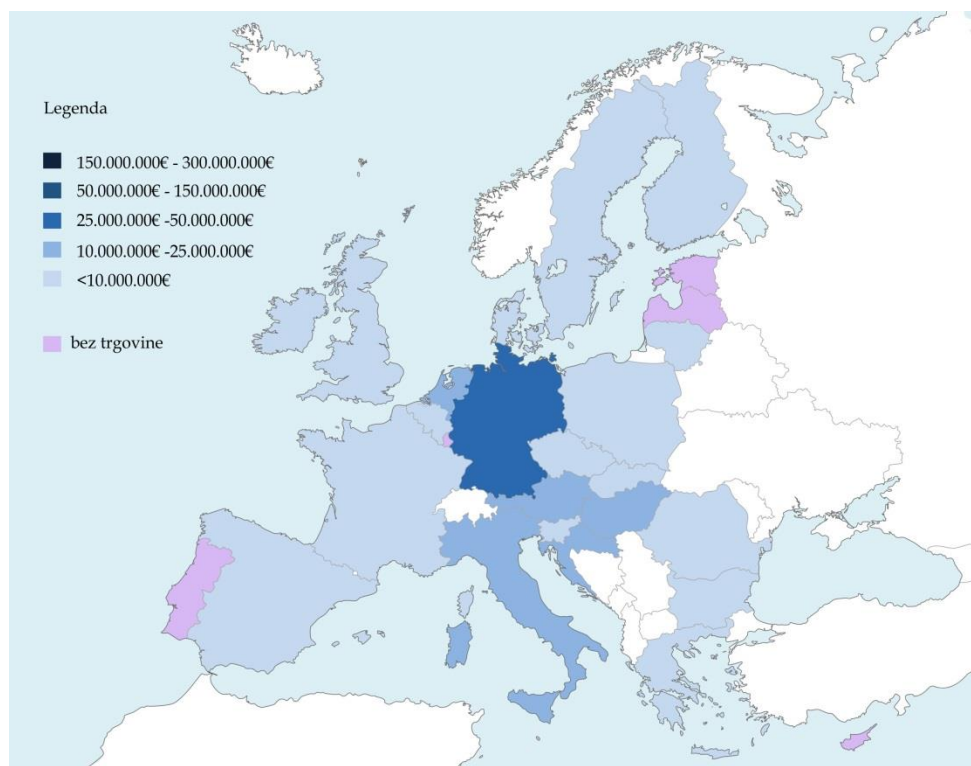
Prikaz relativne komparativne prednosti Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 05995, dati su u Prilog XIV.

3.3.3.14. Analiza trgovine proizvodima za ishranu životinja SMTK 08199

Trgovina proizvodima za ishranu životinja u EU u posmatranom periodu ostvarila je vrednost od 60 milijardi EUR pri čemu su države EU prevashodno usmerene na internu trgovinu unutar EU. Naime, 65% trgovine je rezultat prometa između država članica EU, dok je preostalih 35% rezultat prometa sa državama van EU. Značaj trgovine proizvodima za ishranu životinja na nivou je od 1,1% udela u ukupnoj trgovini svim agroindustrijskim proizvodima. Najveći uvoznici u EU su Nemačka sa vrednošću uvoza od 6,8 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu od 15,8% (udeo u uvozu van EU

iznosi 11,5%, u internom 16,2%), Holandija sa vrednošću uvoza od 5 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu od 11,6% (udeo u uvozu van EU iznosi 23,5%, u internom 10,3%) i Belgija sa vrednošću uvoza od 4,4 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu od 10,1% (udeo u uvozu van EU iznosi 3,9%, u internom 10,9%). Pored navedenih, značajan uvoznik iz država van EU je i Velika Britanija sa udelom od 20,8%, dok su internoj trgovini značajni Francuska sa 10,2% i Italija sa 8,7%. Sa druge strane, najveći izvoznici proizvoda za ishranu životinja u EU su Holandija sa vrednošću izvoza od 17 milijardi EUR i udelom u ukupnom izvozu od 28,3% (udeo u izvozu van EU iznosi 24,9%, u internom 29,7%), Nemačka sa vrednošću izvoza od 8,9 milijardi EUR i udelom u ukupnom izvozu od 14,9% (udeo u izvozu van EU iznosi 11,1%, u internom 16,4%), Belgija sa vrednošću izvoza od 8,1 milijarde EUR i udelom u ukupnom izvozu od 13,4% (udeo u izvozu van EU iznosi 13,1%, u internom 13,5%) i Francuska sa vrednošću izvoza od 7 milijardi EUR i udelom u ukupnom izvozu od 11,6% (udeo u izvozu van EU iznosi 12,8%, u internom 11,2%).

Trgovina proizvodima za ishranu životinja sa državama van EU beleži suficit od 12,5 milijardi EUR uz pokrivenost uvoza izvozom od 383,4%. Najznačajniji trgovinski partner van EU su SAD sa vrednošću izvoza u posmatranom periodu od 3 milijarde EUR i udelom u uvozu EU van EU od 67,4% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 6,9%). Pored SAD-a, značajnu ulogu u izvozu proizvoda za ishranu životinja u EU među državama van EU ima i Kina sa ostvarenom vrednošću izvoza od 610 miliona EUR i udelom u uvozu EU van EU od 13,9% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 1,4%). SAD kao najznačajniji trgovinski partner EU van granica EU beleži pad vrednosti izvoza tokom posmatranog perioda po značajnoj prosečnoj godišnjoj stopi od 11,1% uz umerenu varijabilnost od 54,9%. Sa druge strane, vrednost izvoza Kine raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 5,3% i relativno slabu varijabilnost od 28,2%. Srbija, u izvozu na tržište EU, je gotovo beznačajan trgovinski partner sa ostvarenom vrednošću izvoza od 17 miliona EUR.



Slika 18. Prikaz trgovinske razmene SMTK 08199 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR

Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

U trgovini proizvodima za ishranu životinja između Srbije i EU, u posmatranom periodu je zabeležena vrednost trgovine od 150,4 miliona EUR izraženo u stalnim cenama uz udeo u razmeni agroindustrijskih proizvoda od 1,1%. U međusobnoj trgovini, razmena je prevashodno bazirana na uvozu proizvodima za ishranu životinja SMTK 08199 u Srbij iz EU (89,9% obima trgovine rezultat je uvoza Srbije) pri čemu se trgovina pretežno obavlja sa državama u regionu, uz izuzetak Nemačke, Italije i Holandije (*Slika 18.*). U svim posmatranim godinama, uočava se odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti sa negativnim vrednostima *MORTA* (*Grafikon 24.*). Tokom posmatranog perioda, uočava se trend rasta vrednosti *MORTA* indeksa od najniže vrednosti zabeležene u 2004. od -1,17 do najviše vrednosti zabeležene u 2013. od -0,29 u 2013. Relativna komparativna prednost u izvozu nije uočena ni u jednoj posmatranoj godini prevashodno kao posledica relativno niskih

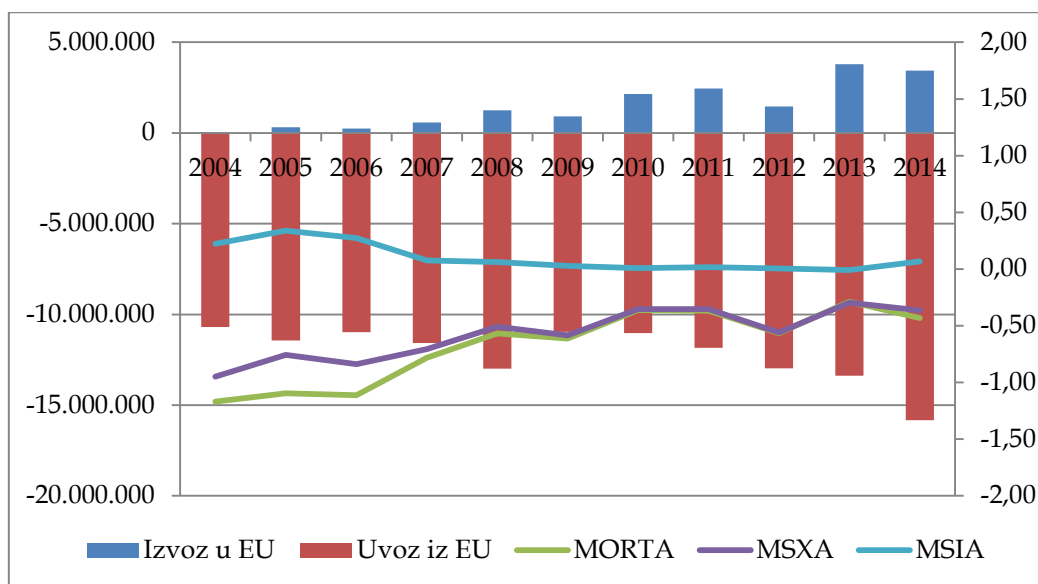
vrednosti izvoza. Tek u drugoj polovini perioda, uočavaju se nešto značajnije vrednosti izvoza koji je najviši u poslednje dve posmatrane godine. Tokom perioda, uočava se trend rasta vrednosti *MSXA* indeksa kao posledica rasta vrednosti izvoza Srbije na tržište EU. Najveća zabeležena vrednost *MSXA* indeksa uočena je u 2013. kada je zabeležena i najveća vrednosti izvoza Srbije od 3,8 miliona EUR. Srbija je u izvozu na tržište EU u posmatranom periodu ostvarila veoma dobre rezultate, pre svega u smislu povećanja vrednosti izvoza koji u prvoj posmatranoj godini iznosi svega 52 hiljade EUR. Vrednost izvoza Srbije raste po značajnoj prosečnoj godišnjoj stopi rasta od 43,4% uz jaku varijabilnost od 81,2%. Sa druge strane, relativni stepen penetracije na tržište Srbije je visok, s tim da se uočava trend pada vrednosti *MSIA* indeksa koji u drugoj polovini posmatranog vremena veoma blizu graničnoj vrednosti. Trend pada relativnog stepena penetracije na tržištu Srbije, ostvaruje se uz uočen trend rasta vrednosti uvoza Srbije iz EU koji raste po niskoj, ali stabilnoj prosečnoj godišnjoj stopi rasta od 2,7% uz slab varijabilitet od 12%. Rast vrednosti uvoza uz istovremeni pad vrednosti *MSIA* indeksa ukazuje na relativni pad pozicije EU na tržištu Srbije kada je u pitanju trgovina proizvodima za ishranu životinja.

Primena SSP-a, dovela je do potpunog ukidanja carinskih dažbina na uvoz proizvoda SMTK 08199, pretežno postepeno tokom perioda liberalizacije. Iako je nivo relativnog stepena penetracije u uvozu Srbije bio visok tokom posmatranog perioda, ali uz stabilne vrednosti *MSIA* indeksa, relativna komparativna prednost Srbije u trgovini sa EU je porasta zahvaljujući pre svega rastu relativne komparativne prednosti u izvozu.

Srbija u trgovini sa državama EU pretežno beleži odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti. Sa šest država članica EU, Srbija nije ostvarila trgovinu u celokupnom posmatranom periodu, dok sa šest država Srbija u proseku beleži pozitivne vrednosti *MORTA* indeksa. Pozitivne vrednosti *MORTA* indeksa zabeležene su u trgovini sa Rumunijom i Bugarskom kod kojih je pretežno prisutan izvoz Srbije, kao i u slučaju trgovine

sa Slovačkom i Velikom Britanijom, s tim da je u slučaju Slovačke reč o sporadičnoj, i ne posebno značajnoj trgovini.

Grafikon 24. Obim trgovine SMTK 08199 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

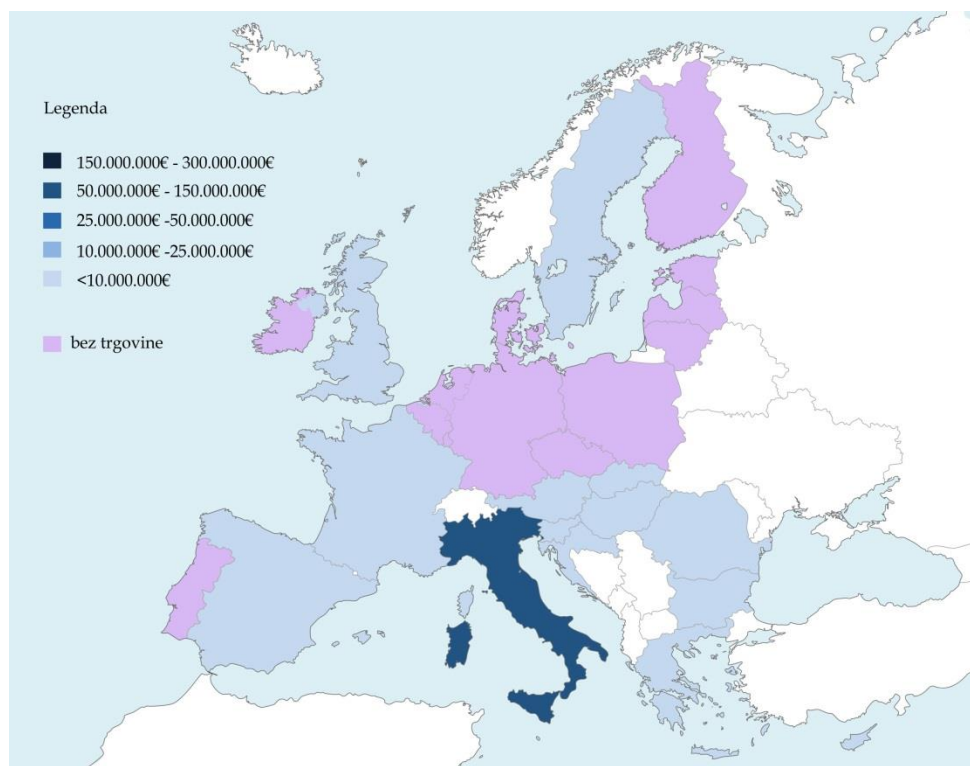
Prikaz relativne komparativne prednosti Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 08199, dati su u Prilog XV.

3.3.3.15. Analiza trgovine rezancima od šećerne repe i otpacima od proizvodnje šećera SMTK 08152

Trgovina rezancima od šećerne repe i otpacima od proizvodnje šećera (u daljem tekstu: rezanci od šećerne repe) u EU u posmatranom periodu ostvarila je vrednost od 3,1 milijarde EUR pri čemu su države EU pretežno usmerene na kupovinu unutar EU. Naime, 58% trgovine je rezultat prometa između država članica EU, dok je 42% rezultat prometa sa državama van EU. Značaj trgovine rezancima od šećerne repe na nivou je od 0,1% udela u ukupnoj trgovini svim agroindustrijskim proizvodima. Najveći uvoznici u EU su Belgija sa vrednošću uvoza od 574,3 miliona EUR i udelom u ukupnom uvozu od 20% (udeo u uvozu van EU iznosi 1,1%, u internom 31%), Italija sa vrednošću uvoza od 549,8 milion EUR i udelom u ukupnom uvozu od 19,2% (udeo u uvozu van EU iznosi

28,6%, u internom 13,7%) i Španija sa vrednošću uvoza od 364,2 miliona EUR i udelom u ukupnom uvozu od 12,7% (udeo u uvozu van EU iznosi 25,6%, u internom 5,2%). Sa druge strane, najveći izvoznici rezanaca od šećerne repe u EU su Francuska sa vrednošću izvoza od 740 miliona EUR i udelom u ukupnom izvozu od 37,8% (udeo u izvozu van EU iznosi 34,9%, u internom 38,3%), Holandija sa vrednošću izvoza od 258,1 miliona EUR i udelom u ukupnom izvozu od 13,2% (udeo u izvozu van EU iznosi 9,5%, u internom 13,8%) i Nemačka sa vrednošću izvoza od 204,6 miliona EUR i udelom u ukupnom izvozu od 10,5% (udeo u izvozu van EU iznosi 5%, u internom 11,3%).

Trgovina rezancima od šećerne repe sa državama van EU beleži deficit od 791,3 miliona EUR uz pokrivenost uvoza izvozom od 25%. Najznačajniji trgovinski partner van EU je Rusija sa vrednošću izvoza u posmatranom periodu od 408,9 miliona EUR i udelom u uvozu EU van EU od 38,8% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 14,3%). Pored Rusije, značajnu ulogu u izvozu rezanaca od šećerne repe u EU među državama van EU imaju i Egipat sa ostvarenom vrednošću izvoza od 204,7 miliona EUR i udelom u uvozu EU van EU od 19,4% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 7,1%) i SAD sa ostvarenom vrednošću izvoza od 196,2 miliona EUR i udelom u uvozu EU van EU od 18,6% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 6,8%). Za razliku od Rusije i Egipta koji beleže tendenciju rasta vrednosti izvoza, u slučaju SAD-a uočava se trend pada vrednosti izvoza na tržište EU. Srbija spada u red značajnijih izvoznika na tržište EU van granica EU sa udelom od 13,3% uz udeo u ukupnom uvozu EU od 4,9%.



Slika 19. Prikaz trgovinske razmene SMTK 08152 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR

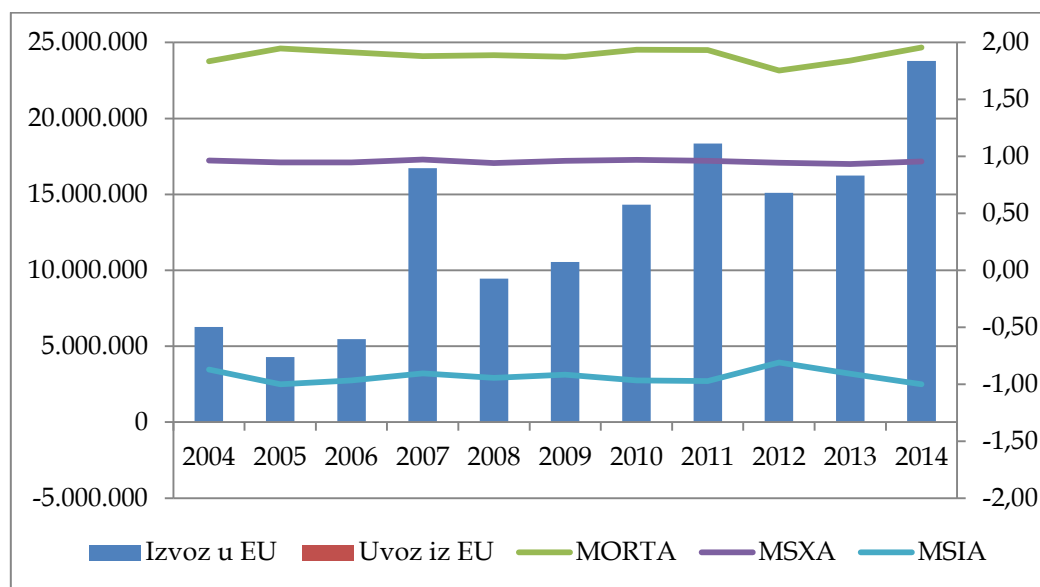
Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

U trgovini rezancima od šećerne repe između Srbije i EU, u posmatranom periodu, zabeležena je vrednost trgovine od 140,7 miliona EUR izraženo u stalnim cenama uz udeo u razmeni agroindustrijskih proizvoda od 1,1%. U međusobnoj trgovini, razmena je gotovo u potpunosti bazirana na izvozu rezanaca od šećerne repe iz Srbije u EU (99,9% obima trgovine rezultat je izvoza Srbije na tržište EU) pri čemu se trgovina dominantno realizuje samo sa jednim partnerom u EU - Italijom (*Slika 19.*). U svim posmatranim godinama uočava se relativna komparativna trgovinska prednost sa vrlo visokim vrednostima *MORTA* indeksa koji su u isto vreme rezultat visokih vrednosti *MSXA* indeksa i veoma niskih vrednosti *MSIA* indeksa (*Grafikon 25.*). Relativna komparativna prednost u izvozu uočena je u svim posmatranim godinama i uz primetnu blage tendencije pada vrednosti *MSXA* indeksa tokom perioda što ukazuje na veoma značajnu relativnu poziciju Srbije u izvozu na tržištu EU.

Vrednost izvoza Srbije na tržište EU raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 12,3% uz umerenu varijabilnost od 45,5%. Sa druge strane, relativni stepen penetracije na tržište Srbije je nizak sa značajno niskim vrednostima *MSIA* indeksa. Najveća vrednost *MSIA* indeksa uočena je u 2012. kada je zabeležen i najveći uvoz rezanaca od šećerne repe u iznosu od 43 hiljade EUR. Vrednost uvoza tokom posmatranog perioda raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 7,2% uz jaku varijabilnost od 96,9%.

Primena SSP-a je obezbedila postepeno ukidanje carinskih dažbina na uvoz proizvoda SMTK 08199, ali značajnijih promena u nivou relativne komparativne trgovinske prednosti Srbije u periodu primene Sporazuma, nije bilo. Naime, zahvaljujući visokim vrednostima relativne komparativne prednosti u izvozu, i odsustvom značajnijeg uvoza, ukazuje na nepostojanje posebno značajnog uticaja SSP-a na međusobnu razmenu.

Grafikon 25. Obim trgovine SMTK 08152 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Trgovina rezancima od šećerne repe između Srbije i EU odvija se sa malim brojem država članica. Naime, sa čak 22 države članice EU nije zabeležena trgovina u posmatranom periodu, dok je samo u slučaju Švedske

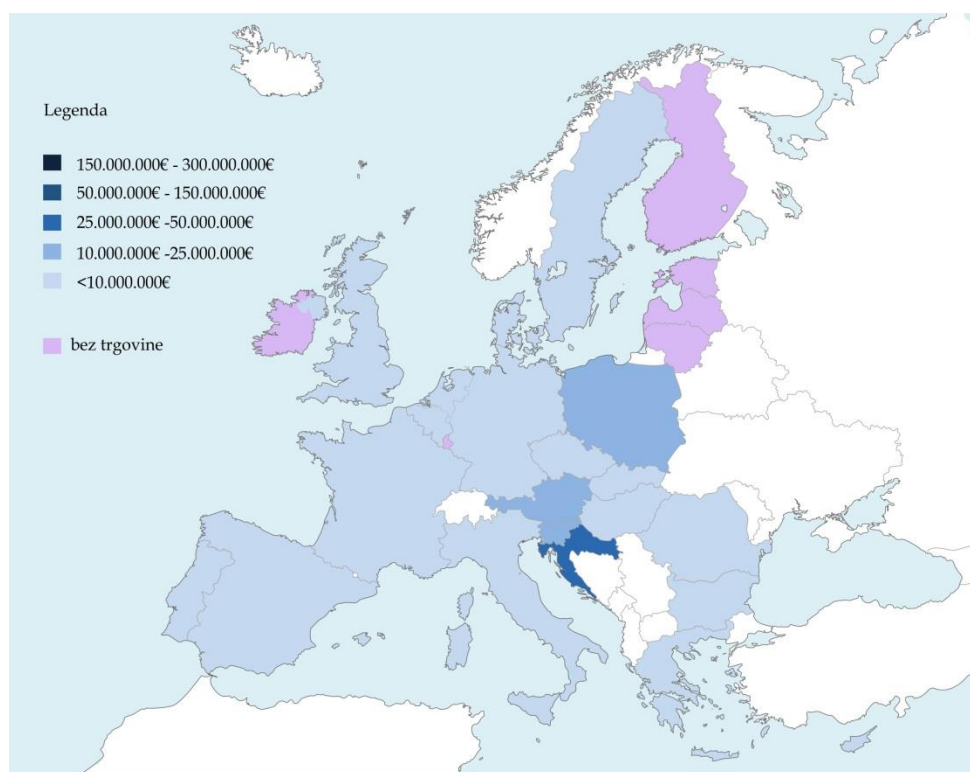
uočeno odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti kao posledica ne postojanja izvoza Srbije niti u jednoj posmatranoj godini. Sa svim preostalim državama članicama EU, Srbija ostvaruje relativnu komparativnu trgovinsku prednost, a značajnije su Grčka i Hrvatska koje beleže visoke vrednosti *MORTA* indeksa tokom posmatranog perioda.

Prikaz relativne komparativne prednosti Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 08152, dati su u Prilog XVI.

3.3.3.16. *Analiza trgovine slatkim biskvitima, vaflima, galetama i sl. SMTK 04842*

Trgovina slatkim biskvitima, vaflima, galetama i sl. (u daljem tekstu: slatki biskviti) u EU u posmatranom periodu ostvarila je vrednost od 53,7 milijardi EUR pri čemu su države EU prevashodno usmerene na trgovinu unutar EU. Naime, 74% trgovine je rezultat prometa između država članica EU, dok je 26% rezultat prometa sa državama van EU. Značaj trgovine slatkim biskvitima na nivou je od 1% udela u ukupnoj trgovini svim agroindustrijskim proizvodima. Najveći uvoznici u EU su Francuska sa vrednošću uvoza od 7,7 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu od 18,5% (udeo u uvozu van EU iznosi 13,1%, u internom 18,7%), Nemačka sa vrednošću uvoza od 5,7 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu od 13,6% (udeo u uvozu van EU iznosi 32,2%, u internom 12,7%) i Velika Britanija sa vrednošću uvoza od 4,6 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu od 11% (udeo u uvozu van EU iznosi 8,2%, u internom 11,1%). Sa druge strane, najveći izvoznici slatkih biskvita u EU su Nemačka sa vrednošću izvoza od 10,3 milijarde EUR i udelom u ukupnom izvozu od 20,1% (udeo u izvozu van EU iznosi 12,4%, u internom 22,5%), Belgija sa vrednošću izvoza od 6,8 milijarde EUR i udelom u ukupnom izvozu od 13,4% (udeo u izvozu van EU iznosi 7%, u internom 15,3%) i Holandija sa vrednošću izvoza od 5,3 milijarde EUR i udelom u ukupnom izvozu od 10,3% (udeo u izvozu van EU iznosi 9,6%, u internom 10,5%).

Trgovina slatkim biskvitima sa državama van EU beleži suficit od 10,2 milijarde EUR uz pokrivenost uvoza izvozom od 640%. Najznačajniji partneri EU u uvozu van EU su Švajcarska sa vrednošću izvoza u posmatranom periodu od 696 miliona EUR i udelom u uvozu EU van EU od 36,7% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 1,7%) i Turska sa ostvarenom vrednošću izvoza od 413,8 miliona EUR i udelom od 21,8% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 1%). Švajcarska, kao najznačajniji trgovinski partner EU van granica EU u uvozu slatkih biskvita, beleži pad vrednosti izvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 3,1% uz slabu varijabilnost od 12%, dok izvoz Turske tokom perioda raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 2,7% i slabu varijabilnost od 11,3%. Srbija, sa vrednošću izvoza od 74,2 miliona EUR nije posebno značajan trgovinski partner EU imajući u vidu da čini svega 0,2% ukupnog uvoza EU (3,9% iznosi udeo Srbije u uvozu EU van granica EU).



Slika 20. Prikaz trgovinske razmene SMTK 04842 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR

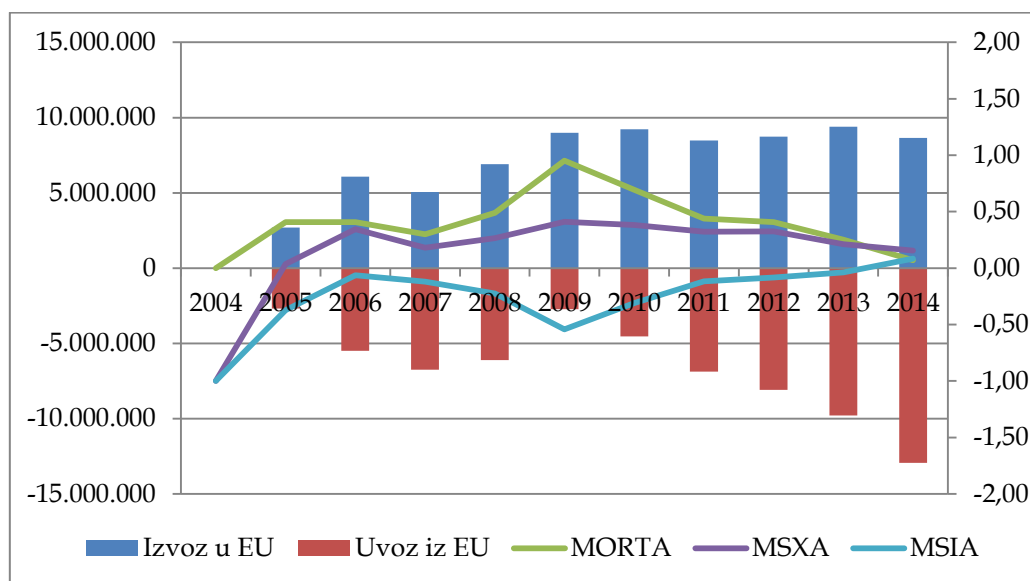
Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Iako Srbija nije značajan partner EU u trgovini slatkim biskvitima, reč je o proizvodu koji se nalazi na listi najznačajnijih agroindustrijskih proizvoda Srbije u trgovini sa EU. U ukupnoj razmeni agroindustrijskih proizvoda sa EU u posmatranom periodu, trgovina slatkim biskvitima beleži vrednost od 140,2 miliona EUR izraženo u stalnim cenama uz udeo u razmeni agroindustrijskih proizvoda od 1,1%. U međusobnoj trgovini, razmena je podjednako bazirana i na izvozu i na uvozu s tim da je blaga prednost na strani izvoza koja čini 52,9% ukupnog obima trgovine u posmatranom periodu. Trgovina se prevashodno odvija sa Hrvatskom, Slovenijom, Austrijom i Poljskom (*Slika 20.*). Relativna komparativna trgovinska prednost u trgovini sa EU uočena je u svim posmatranim godinama uz uočenu tendenciju veoma blagog rasta vrednosti MORTA indeksa tokom perioda (*Grafikon 26.*). Relativna komparativna prednost Srbije u izvozu na tržište EU prisutna je gotovo u čitavom posmatranom periodu. Međutim, nakon rekordnog nivoa vrednosti MSXA indeksa u 2009., dolazi do pada vrednosti indeksa u narednim godinama iako je vrednost izvoza relativno stabilna. Najniža vrednost indeksa u drugoj polovini posmatranog perioda, uočena je u 2014. kada je iznosila svega 0,15. Vrednost izvoza Srbije na tržište EU tokom perioda beleži rast po prosečnoj godišnjoj stopi od 11,8% i umerenu varijabilnost od 43,4%. Sa druge strane, u trgovini sa EU Srbija beleži relativno nizak stepen penetracije na tržište Srbije u svim posmatranim godinama uz primetnu tendenciju rasta vrednosti MSIA indeksa koji u značajnoj meri nastaje kao posledica rasta vrednosti uvoza. Tendencija rasta vrednosti uvoza, doprinela je da je u 2014. po prvi put uočen visok relativni stepen penetracije u uvozu kao posledica rekordne vrednosti uvoza od 12,9 miliona EUR. Vrednost uvoza slatkih biskvita iz EU raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 15,1% uz relativno jaku varijabilnost od 56,9%.

Liberalizacija uvoza proizvoda SMTK 04842, u okviru SSP-a, sprovodi se postepeno do potpunog ukidanja carinskih dažbina, osim u slučaju uvoza medenjaka sa udelom od 0%-50% saharoze, gde je predviđeno ukidanje carinskih dažbina u prvoj godini primene Sporazuma. Upravo je navedeno

jedan od činilaca koji doprinosi pogoršanju relativne komparativne prednosti u trgovini Srbije sa EU u periodu primene SSP-a kao direktna posledica rasta relativnog stepena penetracije u uvozu koji prelazi graničnu vrednost 0 u poslednjoj godini procesa liberalizacije.

Grafikon 26. Obim trgovine SMTK 08152 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

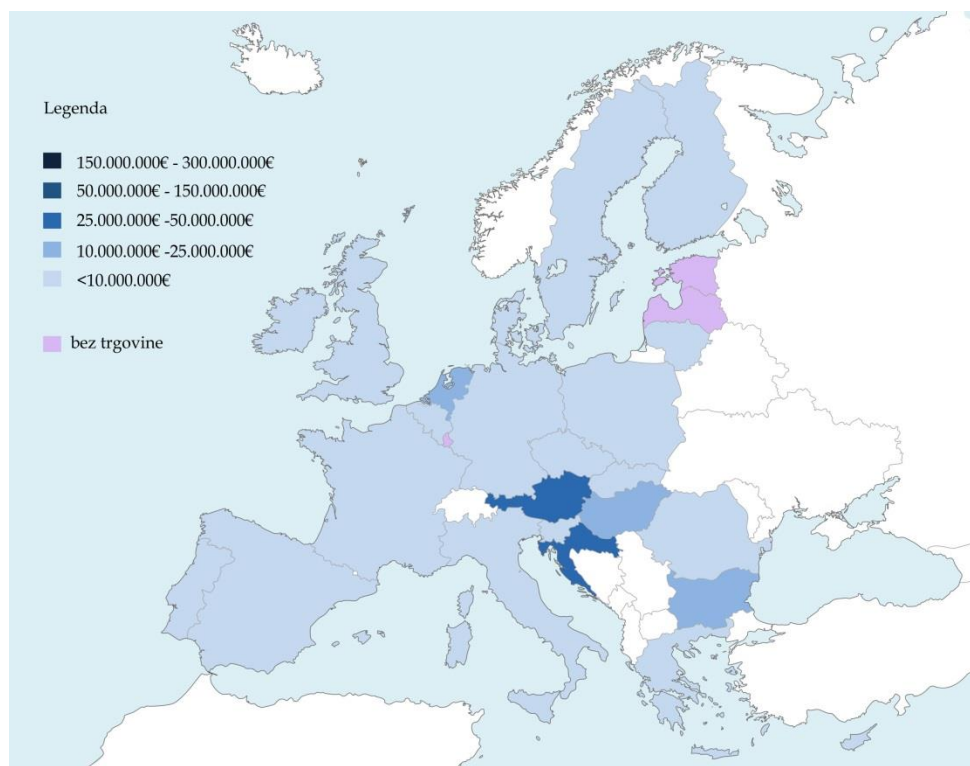
Srbija u trgovini sa slatkim biskvitima sa pojedinačnim državama EU beleži različite rezultate kada je u pitanju uočavanje relativne komparativne trgovinske prednosti, pri čemu sa sedam država članica EU nije ostvarena trgovina ni u jednoj posmatranoj godini. U trgovini sa trinaest država članica EU, nije uočena relativna komparativna trgovinska prednost posmatrano u proseku, dok je u trgovini sa devet država članica EU prosečna vrednost MORTA indeksa pozitivna.

Prikaz relativne komparativne prednosti Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 04842, dati su u Prilog XVII.

3.3.3.17. *Analiza trgovine vodom (sa dodatkom šećera i ostala bezalkoholna pića) SMTK 11102*

Trgovina vodom (sa dodatkom šećera i ostala bezalkoholna pića) SMTK 11102 (u daljem tekstu: voda) u EU u posmatranom periodu ostvarila je vrednost od 80,1 milijardu EUR pri čemu su države EU pretežno usmerene na trgovinu unutar EU. Naime, 66% trgovine je rezultat prometa između država članica EU, dok je 34% rezultat prometa sa državama van EU. Značaj trgovine vodom je na nivou je od 1,5% udela u ukupnoj trgovini svim agroindustrijskim proizvodima. Najveći uvoznici u EU su Velika Britanija sa vrednošću uvoza od 8,9 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu od 14,7% (udeo u uvozu van EU iznosi 7,3%, u internom 15,8%), Nemačka sa vrednošću uvoza od 7,2 milijarde EUR i udelom u ukupnom uvozu od 11,9% (udeo u uvozu van EU iznosi 13,6%, u internom 11,7%) i Francuska sa vrednošću uvoza od 6,5 milijardi EUR i udelom u ukupnom uvozu od 10,9% (udeo u uvozu van EU iznosi 4,7%, u internom 11,7%). Najveći uvoznik vode van granica EU je Austrija koja učestvuje sa 53,6% u ukupnom uvozu van EU. Sa druge strane, najveći izvoznici vode u EU su Austrija sa vrednošću izvoza od 20,9 milijardi EUR i udelom u ukupnom izvozu od 26% (udeo u izvozu van EU iznosi 47,8%, u internom 18,7%), Nemačka sa vrednošću izvoza od 14,1 milijardu EUR i udelom u ukupnom izvozu od 17,5% (udeo u izvozu van EU iznosi 8,3%, u internom 20,6%) i Holandija sa vrednošću izvoza od 11,3 milijarde EUR i udelom u ukupnom izvozu od 14% (udeo u izvozu van EU iznosi 12,6%, u internom 14,5%).

Trgovina vodom sa državama van EU beleži suficit od 12,4 milijarde EUR uz pokrivenost uvoza izvozom od 265%. Najznačajniji trgovinski partner van EU je Švajcarska sa vrednošću izvoza u posmatranom periodu od 4,9 milijardi EUR i udelom u uvozu EU van EU od 65,3% (udeo u ukupnom uvozu EU iznosi 8,2%). Srbija spada u red manje značajnih izvoznika vode na tržište EU, imajući u vidu da je udeo izvoza na tržište EU posmatrano van granica EU na nivou od svega 0,9%.



Slika 21. Prikaz trgovinske razmene SMTK 11102 Srbije i EU za period 2004-2014 izraženo u stalnim cenama u EUR

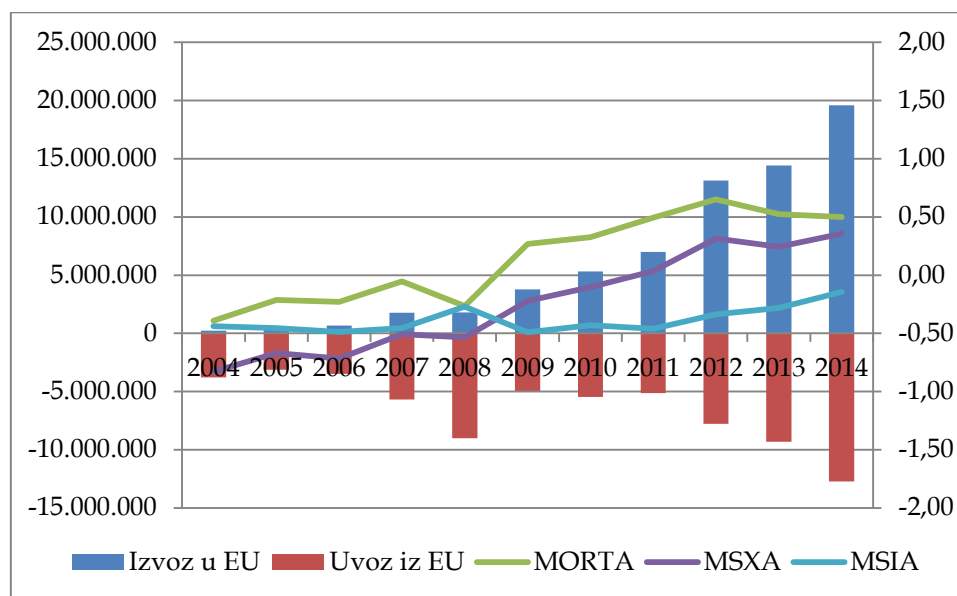
Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

U trgovini vodom između Srbije i EU, u posmatranom periodu je zabeležena vrednost trgovine od 138,7 miliona EUR izraženo u stalnim cenama uz udeo u razmeni agroindustrijskih proizvoda od 1%. U međusobnoj trgovini, razmena je ujednačena imajući u vidu da je 50,8% obima trgovine rezultat je uvoza Srbije sa tržišta EU pri čemu su najznačajniji partneri Srbije Austrija, Hrvatska, Mađarska, Bugarska i Holandija (*Slika 21.*). Prvu polovinu posmatranog perioda karakteriše odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti Srbije, dok je u drugoj polovini perioda trgovina okarakterisana pozitivnim vrednostima MORTA indeksa (*Grafikon 27.*). Pozitivne vrednosti MORTA indeksa prevashodno su posledica značajnijeg rasta vrednosti MSXA indeksa u drugoj polovini perioda. Naime, u prvoj polovini perioda, uočeno je odsustvo relativne komparativne prednosti u izvozu u uočene tendencije rasta vrednosti indeksa. Od 2011., vrednost indeksa dobija pozitivan predznak što

ukazuje da je uočena relativna komparativna prednost izvozu. Najviša vrednost MSXA indeksa uočena je u 2014. Vrednost izvoza Srbije na tržište EU raste po izuzetno visokoj prosečnoj godišnjoj stopi od 54,5% uz jaku varijabilnost od 101,7%. Sa druge strane, relativni stepen penetracije na tržište Srbije je nizak tokom čitavog perioda, ali sa učenom tendencijom rasta. Najveća vrednost MSIA indeksa uočena je u 2014. kada je zabeležen i najveći uvoz vode u iznosu od 12,7 miliona EUR. Vrednost uvoza tokom posmatranog perioda raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 11,7% uz umerenu varijabilnost od 44,3%.

Liberalizacija uvoza vode u okviru SSP-a predviđena kroz postepeno ukidanje carinskih dažbina tokom perioda. Iako je SSP doprineo rastu relativnog stepena penetracije u uvozu, sa druge strane se uočava značajan rast relativne komparativne prednosti u izvozu, što zajedno doprinosi rastu relativne komparativne trgovinske prednosti Srbije koja stagnira u poslednje dve posmatrane godine.

Grafikon 27. Obim trgovine SMTK 11102 Srbije i EU u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

U trgovini vodom, Srbija jedino sa Luksemburgom, Estonijom i Letonijom nije zabeležila trgovinu ni u jednoj posmatranoj godini. Sa državama

EU sa kojima je zabeležena trgovinska razmena, skoro je podjednak broj onih sa kojima je uočena relativna komparativna prednost u odnosu na one sa kojima nije uočena relativna komparativna prednost Srbije. Posmatrajući najznačajnije trgovinske partnere Srbije, uočavaju se pozitivne vrednosti *MORTA* indeksa, posebno u drugoj polovini posmatranog perioda.

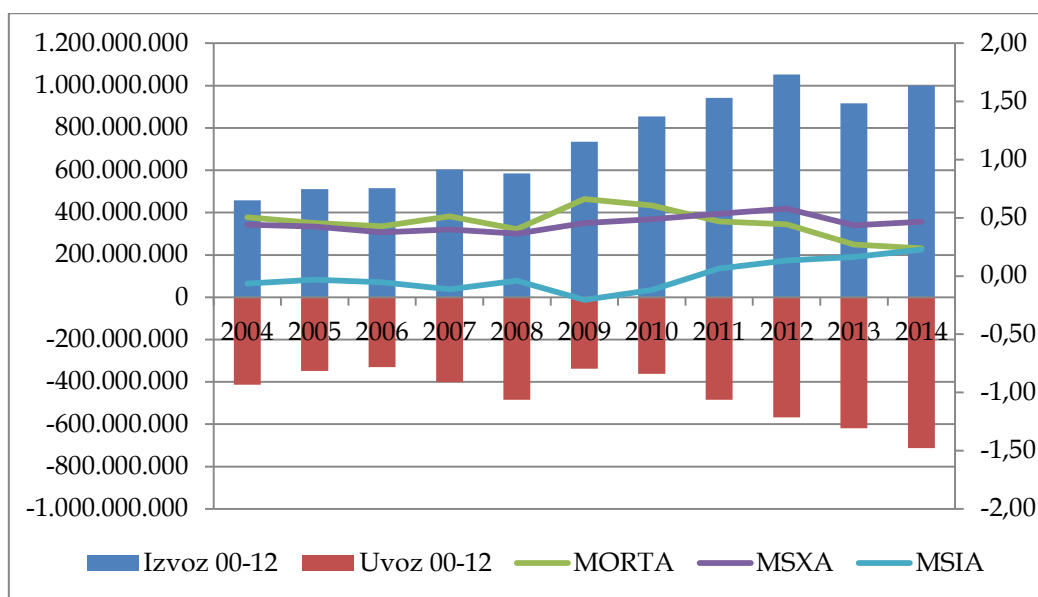
Prikaz relativne komparativne prednosti Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 11102, dati su u Prilog XVIII.

3.3.4. Relativna komparativna prednost Srbije u trgovini sa EU na nivou svih agroindustrijskih proizvoda

Posmatrajući zbirno agroindustrijske SMTK odseke u trgovini Srbije i EU, uočavamo da su vrednosti *MORTA* indeksa pozitivne tokom posmatranog perioda, što ukazuje da Srbija ostvaruje relativnu komparativnu prednost u trgovini agroindustrijskim proizvoda sa EU (*Grafikon 28.*). Međutim, zabrinjavajuća je tendencija pada vrednosti *MORTA* indeksa posebno u drugoj polovini posmatranog perioda, odnosno u periodu implementacije SSP-a. Rezultat pada vrednosti *MORTA* indeksa nastaje, prevashodno kao posledica rasta vrednosti relativnog stepena penetracije (*MSIA*) posebno izraženog u drugoj polovini posmatranog perioda. Nakon 2009. i 2010. koje su okarakterisane smanjenom vrednošću uvoza iz EU kao posledica negativnih efekata svetske ekonomske krize, dolazi do značajnijeg rasta vrednosti uvoza, koje doprinosi i rastu vrednosti *MSIA* indeksa koji je najveći upravo u poslednje četiri posmatrane godine. Sa druge strane, rast vrednosti izvoza tokom perioda raste brže od uvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 9,2%³⁷, što doprinosi i rastu vrednosti *MSXA* indeksa u drugoj polovini posmatranog perioda. Rast vrednosti *MSXA* indeksa najznačajniji je u period 2009-2012, da bi u poslednje dve posmatrane godine vrednosti indeksa opala, što je zajedno sa visokim vrednostima *MSIA* indeksa doprinela najnižem nivou relativne komparativne prednosti Srbije u trgovini agroindustrijskim proizvodima sa EU.

³⁷ Rast vrednosti uvoza realizuje se po prosečnoj godišnjoj stopi od 6,6%

Grafikon 28. Obim trgovine agroindustrijskih proizvoda Srbije i EU izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti (2004-2014)



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Pad relativne komparativne trgovinske prednosti Srbije, svakako je zabrinjavajući pokazatelj pogotovo ukoliko se ima u vidu da su najveći konkurenti Srbije na tržištu EU upravo njene članice. „Kao rezultat slabosti u tehnologiji i pristupu finansijama, nivo produktivnosti Srbije nije na nivou EU, ili, u mnogim slučajevima, nije ni na nivou svojih suseda“ (Veselinović, Drobnjaković, 2014)

3.3.5. Primena MCTR modela

3.3.5.1. Analiza spoljnotrgovinske razmene primenom MCTR modela - statička interpretacija rezultata

Osnovu MCTR modela čini odnos MORTA i RSTA indeksa, što se najbolje oslikava grafičkim prikazom koji predstavlja statičku interpretaciju rezultata prikazujući odnose relativnih komparativnih trgovinskih prednosti, u odnosu na dva posmatrana tržišta u jednoj posmatranoj godini.

Vrednosti MORTA indeksa prikazuju nivo relativne komparativne prednosti Srbije u trgovini sa EU (tzv. posmatrano tržište), dok vrednosti RSTA

indeksa prikazuju nivo relativne komparativne prednosti Srbije u trgovini sa svetom (tzv. referentno tržište) kao globalnim tržištem koje predstavlja praktični realan trgovinski domet Srbije.

Vrednosti koje se nalaze na X osi predstavljaju vrednosti normalizovanog $MORTA_{norm}$ indeksa (7), dok su vrednosti koje se nalaze na Y osi vrednosti $RSTA_{norm}$ indeksa (8). Maksimalne vrednosti normalizovanih indeksa kreću se u rasponu od -1 do +1 i predstavljaju maksimalni mogući raspon od potpunog odsustva trgovine do apsolutne trgovinske pozicije jedne države u trgovini³⁸.

Centar svakog pojedinačnog kruga prikazanog na grafikonu predstavlja odnos $MORTA$ i $RSTA$ indeksa, dok veličina kruga predstavlja učešće trgovine posmatranog proizvoda u trgovini Srbije i EU i pokazatelj je relativnog značaja trgovine posmatranog proizvoda u trgovini agroindustrijskim proizvodima Srbije. Dobijeni odnosi posmatranih indeksa smeštaju se po kvadrantima, i to:

I kvadrant – odnos u kojem je uočena relativna komparativna trgovinska prednost na oba tržišta

II kvadrant – relativna komparativna trgovinska prednost je uočena samo sa posmatranim tržištem

III kvadrant – nije uočena relativna komparativna trgovinska prednost ni na jednom tržištu

IV kvadrant – relativna komparativna trgovinska prednost je uočena samo sa referentnim tržištem

Centralna dijagonalna prava prikazana na grafikonu predstavlja skup vrednosti u kojem su odnosi posmatranih indeksa identični ($MCTR=0$) što ukazuje na nepostojanje razlika u relativnom stepenu komparativne prednosti u trgovini Srbije sa EU i sa svetom. Odnosi prikazani ispod centralne dijagonalne prave ukazuju na relativno bolju komparativnu poziciju u trgovini Srbije sa EU u odnosu na trgovinu Srbije sa svetom, bez obzira na činjenicu da li je relativna

³⁸ Normalizacija je realizovana u cilju lakše interpretacije rezultata istraživanja

komparativna prednost u trgovini proizvodom uočena ili ne ($MCTR > 0$)³⁹. U slučajevima kada su dobijeni odnosi indeksa iznad dijagonalne prave relativno bolja komparativna pozicija u trgovini je na strani trgovine Srbije sa svetom, nego što je to slučaj u trgovini sa EU ($MCTR < 0$)⁴⁰. Iako grafički prikaz daje mnoštvo značajnih informacija, jasno se može uočiti da je raspoloživost informacija moguće pratiti u jednoj posmatranoj godini. U cilju praćenja odnosa relativnih komparativnih prednosti, prezentovana su dva grafikona, i to jedan za 2007. i drugi za 2014. putem kojih je moguće posmatrati promene u dva odabrana perioda⁴¹. Kao parametar analize uzeta je vrednost trgovinske razmene. Maksimalne vrednosti $MCTR$ indeksa kreću se u rasponu od -2 do +2.

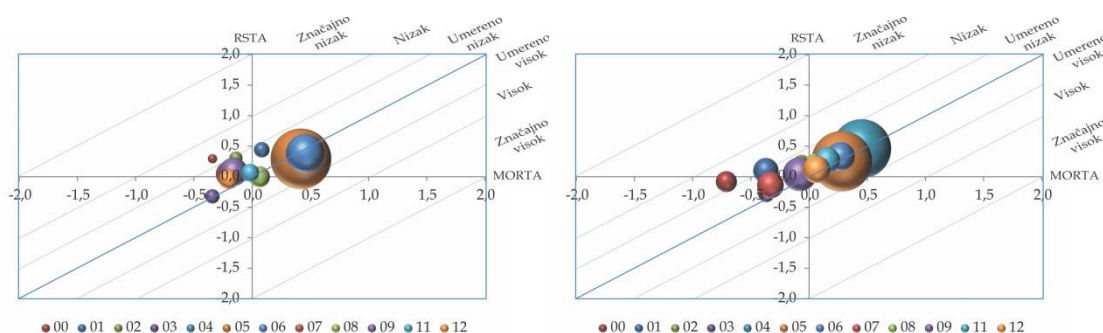
Posmatrajući agroindustrijske SMTK odseke, uočavamo da u oba posmatrana perioda vrednosti indeksa figuriraju u rasponu od umereno niske do umereno visoke relativne komparativne trgovinske prednosti u trgovini sa EU u odnosu na trgovinu sa svetom, s tim da se jedino u slučaju SMTK odseka 00 uočava niska relativna komparativna prednost u trgovini sa EU. U 2014. u odnosu na 2007., uočava se pomeranje vrednosti indeksa ka centralnoj dijagonalnoj pravi ukazujući na ujednačenost relativnog stepena komparativne prednosti na tržištu EU u odnosu na svetsku trgovinu, ali istovremeno dolazi i do promena u relativnom značaju u trgovini agroindustrijskih proizvoda pojedinačnih odseka mereno veličinom kruga (*Grafikon 29.*). Iako ne postoje značajnija pomeranja odseka između kvadranta, možemo uočiti da kod odseka 11 i 12 dolazi do pomeranja vrednosti u I kvadrant, dok je u slučaju odseka 00, 01 i 07 dolazi do pomeranja vrednosti u III kvadrant.

³⁹ U ovom slučaju, vrednosti $MCTR$ indeksa mogu se nalaziti u I, II i III kvadrantu

⁴⁰ U ovom slučaju, vrednosti $MCTR$ indeksa mogu se nalaziti u I, III i IV kvadrantu

⁴¹ Period koji je obuhvaćen ne odnosi se na period pre 2007 godine iz razloga nedostupnosti kompatibilnih podataka o spoljnotrgovinskoj razmeni na nivou sveta što neće uticati na kvalitativnost rezultata istraživanja

Grafikon 29. Prikaz MCTR indeksa za 2007. (levo) i 2014. (desno) u trgovini agroindustrijskim odsecima (odnos MORTA i RSTA)



Izvor: Kalkulacija autora na bazi podataka RZS, Eurostat i COMTRADE

Posmatrajući najznačajnije agroindustrijske proizvode u trgovini sa EU, dobijeni rezultati pokazuju da se većina posmatranih proizvoda nalazi u I kvadrantu⁴², što ukazuje na postojanje relativne komparativne trgovinske prednosti kako na tržištu EU, tako i na svetskom tržištu (Grafikon 30.). Posmatrajući dva perioda, uočava se sledeće:

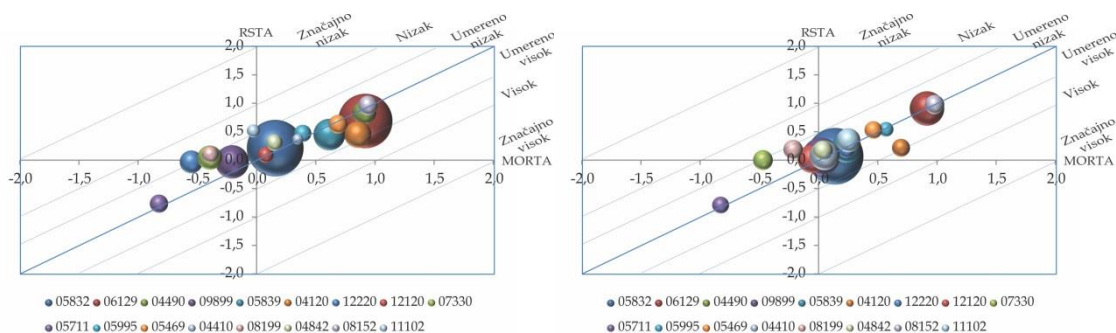
- Dolazi do promena u relativnom značaju u trgovini pojedinih proizvoda, a pre svega značajnije smanjenje relativnog značaja proizvoda 06129 i 04120, uz značajnije povećanje relativnog značaja proizvoda 12120;
- Većina proizvoda figurira oko centralne dijagonalne prave što ukazuje na ujednačenost relativne komparativne trgovinske prednosti na posmatranim tržištima pri čemu većina posmatranih država ostvaruje veću relativnu komparativnu trgovinsku prednost na svetskom tržištu u odnosu na tržište EU;
- Većina proizvoda iz I kvadranta se u 2014. pomera ka centru, što ukazuje na opadanje relativne komparativne trgovinske prednosti na oba posmatrana tržišta;
- Pretežno se vrednosti indeksa nalaze iznad centralne dijagonalne prave ukazujući na relativno nižu komparativnu prednost u trgovini sa EU u odnosu na svet, dok je relativno veće prisustvo relativne komparativne

⁴² Dvanaest od ukupno šesnaest posmatranih proizvoda, nalazi se u I kvadrantu

prednosti na tržištu EU u odnosu na svet uočeno kod proizvoda 04120, 05839, 12220, 05995 i 06129;

- Jedino u slučaju proizvoda 05711, odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti uočava se na oba posmatrana tržišta.

Grafikon 30. Prikaz *MCTR* indeksa za 2007. (levo) i 2014. (desno) u trgovini najznačajnijim agroindustrijskim proizvodima (odnos *MORTA* i *RSTA*)



Izvor: Kalkulacija autora na bazi podataka RZS, Eurostat i COMTRADE

Analiza izvoza obezbeđuje se kroz koncept *Market Comparative Export Relation (MCXR)* čija je osnova zasnovana na rezultatima *MSXA* i *RSCA* indeksa kao odnosom relativne komparativne prednosti u izvozu jedne ili više posmatranih država na dva tržišta (izvoz na posmatrano tržište u odnosu na izvoz na referentno tržište).

Vrednosti *MSXA* indeksa prikazuju nivo relativne komparativne prednosti jedne ili više posmatranih država u izvozu na konkretno posmatrano tržište, dok vrednosti *RSCA* indeksa prikazuju nivo relativne komparativne prednosti istih država u izvozu na referentno tržište. Vrednosti koje se nalaze na X osi predstavljaju vrednosti *MSXA* indeksa, dok su vrednosti koje se nalaze na Y osi vrednosti *RSCA* indeksa. Maksimalne vrednosti *MSXA* i *RSCA* indeksa kreću se u rasponu od -1 do +1 i predstavljaju maksimalni mogući raspon od potpunog odsustva izvoza do apsolutne trgovinske pozicije jedne države u izvozu.

Centar svakog pojedinačnog kruga prikazanog na grafikonu predstavlja odnos *MSXA* i *RSCA* indeksa, dok veličina kruga predstavlja učešće izvoza

posmatranog proizvoda u izvozu agroindustrijskih proizvoda Srbije na tržište EU i pokazatelj je relativnog značaja izvoza posmatranog proizvoda u izvozu agroindustrijskih proizvoda Srbije. Dobijeni odnosi posmatranih indeksa smeštaju se po kvadrantima, i to:

I kvadrant – odnos u kojem je uočena komparativna prednost u izvozu na oba tržišta

II kvadrant – relativna komparativna prednost u izvozu je uočena samo na posmatranom tržištu

III kvadrant – nije uočena relativna komparativna prednost u izvozu ni na jednom tržištu

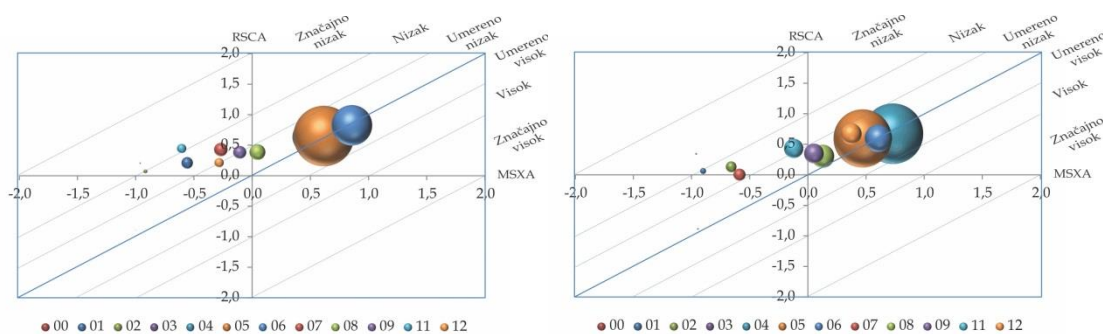
IV kvadrant – relativna komparativna prednost u izvozu je uočena samo na referentnom tržištu

Centralna dijagonalna prava predstavlja skup vrednosti u kojem su odnosi posmatranih indeksa identični ($MCXR=0$) što ukazuje na nepostojanje razlika u relativnom stepenu komparativne prednosti u izvozu na posmatrana tržišta. Odnosi prikazani ispod dijagonalne prave ukazuju na relativno bolju komparativnu poziciju u izvozu na posmatrano tržište u odnosu na komparativnu poziciju u izvozu na referentno tržište ($MCXR>0$), dok u slučajevima kada su dobijeni odnosi iznad dijagonalne prave, relativno lošija komparativna pozicija ostvaruje se u izvozu na posmatrano tržište u odnosu na referentno tržište ($MCXR<0$). Udaljavanjem od centralne dijagonalne prave na dole, nivo relativne komparativne prednosti u izvozu je sve više na strani posmatranog tržišta, nego što je to slučaj u odnosu na referentno tržište, dok je udaljavanjem od centralne dijagonalne prave na gore, nivo relativne komparativne prednosti u izvozu sve niži na posmatranom tržištu, u odnosu na referentno tržište. Kao parametar analize uzeta je vrednost trgovinske razmene. Maksimalne vrednosti $MCXR$ indeksa kreću se u rasponu od -2 do +2.

U izvozu Srbije, uočava se veća disperzija u odnosu na centralnu dijagonalnu pravu, što je posebno izraženo kod odseka koji imaju niži relativni značaj u izvozu agroindustrijskih proizvoda na tržište EU. Kod relativno

najznačajnijih agroindustrijskih odseka u izvozu na tržište EU, uočava se ujednačenost relativne komparativne prednosti u izvozu kako na tržište EU, tako i na izvozu na svetsko tržište. Takođe, relativno najznačajniji agroindustrijski odseci nalaze se u I kvadrantu što ukazuje na postojanje relativne komparativne prednosti u izvozu na oba posmatrana tržišta. Međutim, kod relativno manje značajnih agroindustrijskih odseka u izvozu na tržište EU, uočava se veće udaljavanje od centralne dijagonalne prave, od umereno niske, preko niske do značajno niže relativne komparativne prednosti u izvozu na tržište EU u odnosu na svetsko tržište. Iako je reč o manje značajnim agroindustrijskim odsecima u izvozu na tržište EU, na svetskom tržištu se uočava relativna komparativna prednost u izvozu (Grafikon 31.).

Grafikon 31. Prikaz MCXR indeksa za 2007. (levo) i 2014. (desno) u izvozu agroindustrijskih odseka (odnos MSXA i RSCA)



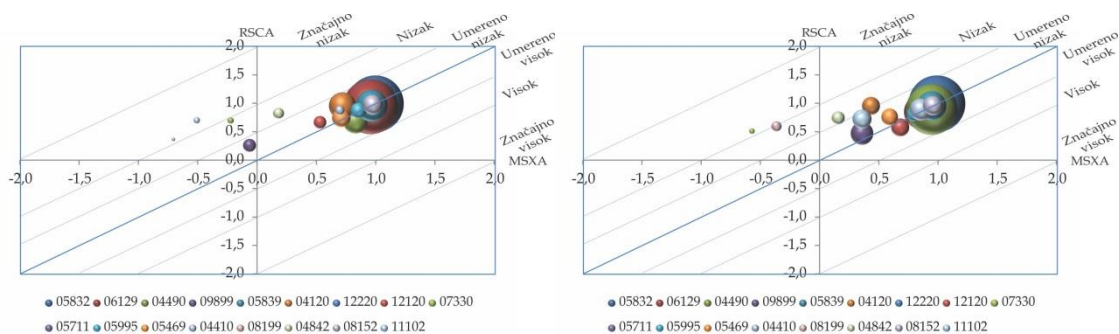
Izvor: Kalkulacija autora na bazi podataka RZS, Eurostat i COMTRADE

Posmatranjem relativnog stepena komparativne prednosti na svetskom tržištu i tržištu EU uočavamo da se gotovo svi proizvodi nalaze u I kvadrantu⁴³, što ukazuje na postojanje relativne komparativne prednosti u izvozu i na tržište EU i u izvozu na svetsko tržište (Grafikon 32.). Posmatrajući dva perioda, uočava se sledeće:

⁴³ U 2014.godini, kod svega dva od šesnaest posmatranih proizvoda ne beleži vrednosti u I kvadrantu

- Uočavaju se značajnije promene u relativnom značaju u izvozu posmatranih proizvoda na tržištu EU, koje se manifestuju pre svega u rastu relativnog značaja kod 04490, 09899, 04410 i 11102, dok je pad relativnog značaja uočen kod 05832, 04120 i posebno kod 06129;
- Većina proizvoda figurira oko centralne dijagonalne prave što ukazuje na ujednačenost relativne komparativne prednosti u izvozu na posmatranim tržištima pri čemu većina posmatranih država ostvaruje veću relativnu komparativnu prednost u izvozu na svetskom tržištu u odnosu na tržište EU;
- Većina proizvoda iz I kvadranta se u 2014. pomera ka centru, što ukazuje na opadanje relativne komparativne prednosti u izvozu na oba posmatrana tržišta;
- Nije uočen ni jedan posmatrani proizvod koji se nalazi u III kvadrantu, što ukazuje da svi posmatrani proizvodi koji se izvoze beleže relativnu komparativnu prednost u izvozu ili na tržište EU ili na svetskom tržištu. Jedino u slučaju 08199 i 07330, Srbija ne ostvaruje relativnu komparativnu prednost na tržištu EU, već se to uočava na svetskom tržištu s tim da je u slučaju proizvoda 09899 i 11102 došlo do pomerenja iz IV kvadranta u I kvadrant čime je i kod ovih proizvoda uočena relativna komparativna prednost u izvozu i na tržište EU.

Grafikon 32. Prikaz MCXR indeksa za 2007. (levo) i 2014. (desno) u izvozu najznačajnijih agroindustrijskih (odnos MSXA i RSCA)



Izvor: Kalkulacija autora na bazi podataka RZS, Eurostat i COMTRADE

Analiza uvoza obezbeđuje se kroz koncept *Market Comparative Import Relation (MCIR)* čija je osnova zasnovana na rezultatima *MSIA* i *RSIA* indeksa kao odnosom relativnog stepena penetracije u uvozu jedne ili više posmatranih država sa posmatranog tržišta u odnosu na uvoz sa referentnog tržišta.

Vrednosti *MSIA* indeksa prikazuju nivo relativnog stepena penetracije jedne ili više posmatranih država u uvozu sa konkretno posmatranog tržišta, dok vrednosti *RSIA* indeksa prikazuju nivo relativnog stepena penetracije istih država u uvozu sa referentnog tržišta. Vrednosti koje se nalaze na X osi predstavljaju vrednosti *MSIA* indeksa, dok su vrednosti koje se nalaze na Y osi vrednosti *RSIA* indeksa. Maksimalne vrednosti *MSIA* i *RSIA* indeksa kreću se u rasponu od -1 do +1 i predstavljaju maksimalni mogući raspon od potpunog odsustva uvoza do apsolutne trgovinske pozicije jedne države u uvozu.

Centar svakog pojedinačnog kruga prikazanog na grafikonu predstavlja odnos *MSIA* i *RSIA* indeksa, dok veličina kruga predstavlja učešće uvoza posmatranog proizvoda u uvozu agroindustrijskih proizvoda u Srbiju iz EU i pokazatelj je relativnog značaja uvoza posmatranog proizvoda u uvozu agroindustrijskih proizvoda iz EU. Dobijeni odnosi po kvadrantima se mogu opisati na sledeći način:

I kvadrant – odnos u kojem je uočena relativno visok stepen penetracije sa oba tržišta

II kvadrant – relativno visok stepen penetracije je uočen u uvozu sa posmatranog tržišta

III kvadrant – relativno nizak stepen penetracije u uvozu sa oba tržišta

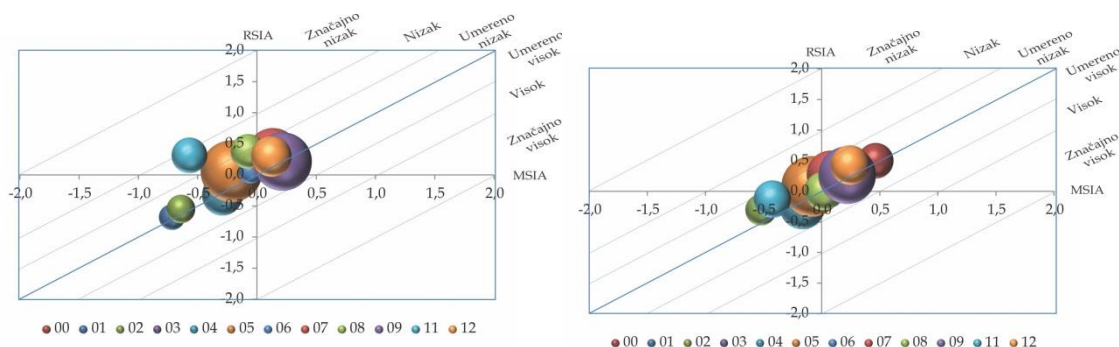
IV kvadrant – relativno visok stepen penetracije u uvozu sa referentnog tržišta

Centralna dijagonalna prava prikazana na grafikonu predstavlja skup vrednosti u kojem su odnosi posmatranih indeksa identične ($MCIR=0$) što ukazuje na nepostojanje razlika u relativnom stepenu penetracije u uvozu jedne ili više posmatranih država u odnosu sa posmatranim tržištima. Odnosi prikazani ispod dijagonalne prave ($MCIR > 0$) ukazuju na relativno veći stepen

penetracije u uvozu sa posmatranog tržišta u odnosu na uvoz sa referentnog tržišta, dok u slučajevima kada su dobijeni odnosi iznad dijagonalne prave ($MCIR < 0$) relativno veći stepen penetracije u uvozu je na strani trgovine sa referentnim tržištem. Udaljavanjem od centralne dijagonalne prave na dole, nivo relativnog stepena penetracije u uvozu je sve veći sa posmatranog tržišta, nego što je to slučaj u uvozu sa referentnog tržišta. Udaljavanjem od centralne dijagonalne prave na gore, nivo relativnog stepena penetracije u uvozu je sve niži u uvozu sa posmatranog tržišta, nego to je to slučaj u odnosu na referentno tržište. Kao parametar analize uzeta je vrednost trgovinske razmene. Maksimalne vrednosti $MCIR$ indeksa kreću se u rasponu od -2 do +2.

U uvozu agroindustrijskih proizvoda u Srbiju iz EU, uočava se veća ujednačenost relativnog značaja uvoza u EU među posmatranim odsecima nego što je to slučaj kod izvoza. Tokom perioda, uočava se umereno nizak stepen penetracije na tržištu EU kod većine agroindustrijskih odseka u odnosu na relativni stepen penetracije u uvozu iz sveta, s tim da je tokom perioda uočljivo pomeranje prema centralnoj dijagonalnoj pravi (*Grafikon 33.*).

Grafikon 33. Prikaz $MCIR$ indeksa za 2007. (levo) i 2014. (desno) u uvozu agroindustrijskih odseka (odnos $MSIA$ i $RSIA$)



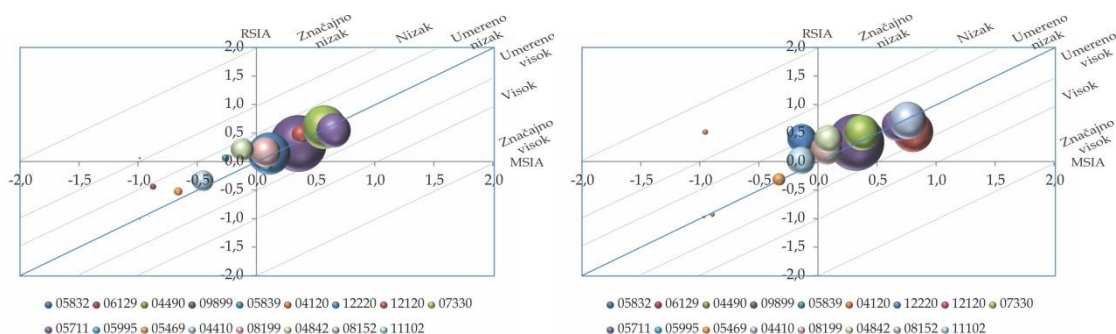
Izvor: Kalkulacija autora na bazi podataka RZS, Eurostat i COMTRADE

Posmatranjem relativnog stepena penetracije u uvozu iz svetskog tržišta i tržišta EU uočavamo da se nešto veći broj posmatranih proizvoda, uz istovremeno relativno veći značaj u uvozu agroindustrijskih proizvoda, nalazi u I kvadrantu, što ukazuje na relativno visok stepen penetracije u uvozu

posmatranih proizvoda kako sa svetskog, tako i sa tržišta EU (Grafikon 34.).
Posmatrajući dva perioda, uočava se sledeće:

- Uočavaju se značajnije promene u relativnom značaju u uvozu posmatranih proizvoda sa tržišta EU, koje se manifestuju pre svega u značajnijem rastu relativnog značaja kod 12120 i 04410, dok je značajniji pad relativnog značaja uočen kod 12220, 09899 i 07330;
- Uočava se veće odstupanje od centralne dijagonalne prave kod većine posmatranih proizvoda što ukazuje na postojanje veće razlike u stepenu penetracije između posmatranih tržišta;
- Većina proizvoda se zadržava u I kvadrantu, što ukazuje na postojanje relativno visokog stepena penetracije u uvozu iz oba posmatrana tržišta;
- Tokom perioda, kod gotovo svih proizvoda, uočava se relativno nizak stepen penetracije u uvozu u EU, nego što je to slučaj u uvozu iz sveta, osim u slučaju proizvoda 04120 gde se uočava značajni niži nivo relativnog stepena penetracije iz EU u odnosu na svet. Jedino kod proizvoda 05711, 04410 i 12120 uočavamo relativno viši stepen penetracije u uvozu iz EU nego što je to slučaj u uvozu iz sveta;
- Manji broj proizvoda nalazi se u III i IV kvadrantu, ali je njihov relativni značaj u uvozu agroindustrijskih proizvoda iz EU mali.

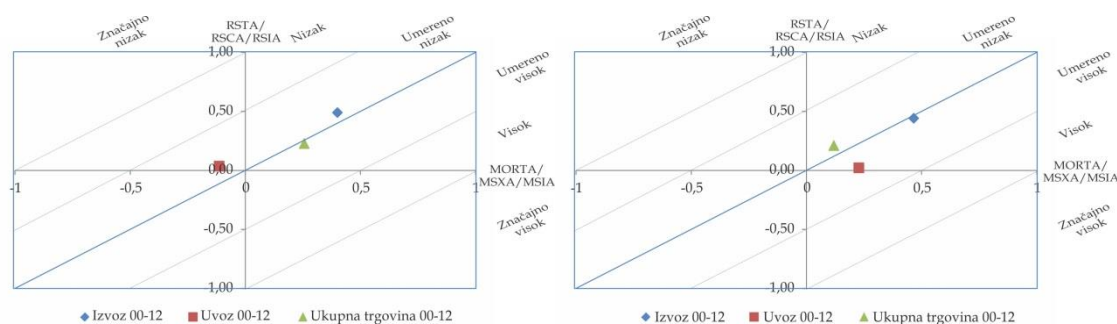
Grafikon 34. Prikaz MCIR indeksa za 2007. (levo) i 2014. (desno) u uvozu najznačajnijih agroindustrijskih proizvoda (odnos MSIA i RSIA)



Izvor: Kalkulacija autora na bazi podataka RZS, Eurostat i COMTRADE

Posmatranje sveukupnih promena relativne komparativne prednosti u trgovini svim agroindustrijskim proizvodima Srbije (SMTK 00-12), primenom MCTR modela, prikazan je relativni odnos trgovine, uvoza i izvoza Srbije u trgovini sa EU i sa svetom (Grafikon 35.). U posmatranom periodu možemo zaključiti da nije došlo da značajnijih promena relativne komparativne prednosti Srbije u trgovini sa svetom, dok je evidentan pad relativne komparativne prednosti Srbije u trgovini sa EU. Naime, relativna komparativna prednost Srbije u izvozu na tržište EU je relativno stabilna s tim što se uočava da je u posmatranom periodu uočeno pomeranje MCXR indeksa od umereno niskog, do umereno visokog relativnog značajan u izvozu na tržište EU u odnosu na svetsko tržište. Međutim, najveće promene uočene su na strani relativnog stepena penetracije u uvozu iz EU. U 2007., uočava se da je MCIR indeks u IV kvadrantu uz umereno nizak relativni stepen penetracije u uvozu iz EU. U 2014. dolazi do pomeranja vrednosti indeksa u I kvadrant što ukazuje da je relativni stepen penetracije u uvozu iz EU visok, pri čemu se istovremeno uočava i umereno visok relativni značaj uvoza iz EU u odnosu na svet. Upravo promene na strani relativnog stepena penetracije u uvozu, u najvećoj meri determinišu pad relativnog stepena komparativne prednosti u trgovini Srbije sa EU.

Grafikon 35. Prikaz MCTR indeksa za 2007. (levo) i 2014. (desno) za trgovinu svim agroindustrijskim proizvodima zbirno (odnos MORTA i RSTA)



Izvor: Kalkulacija autora na bazi podataka RZS, Eurostat i COMTRADE

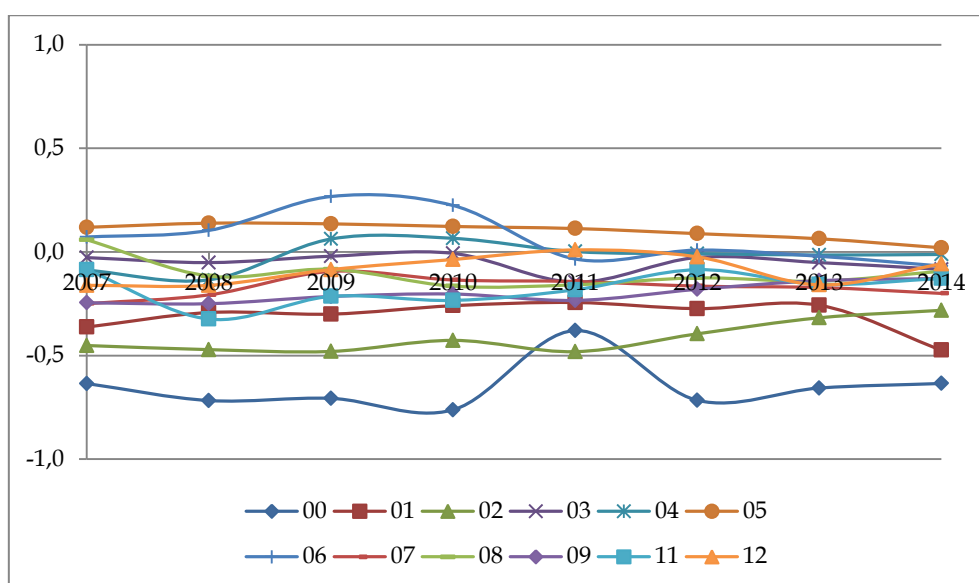
3.3.5.2. *Analiza spoljnotrgovinske razmene primenom MCTR modela - dinamička interpretacija rezultata*

Izračunavanjem *MCTR* indeksa, ali i *MCXR* i *MCIR* indeksa, dobijaju se podaci koji omogućavaju *dinamičku interpretaciju* odnosa trgovine posmatranih država sa posmatranim tržištima. Naime, dobijeni rezultati ukazuju na nivo relativne komparativne prednosti u trgovini sa posmatranim tržištem u odnosu na referentno tržište, odnosno pružaju informacije o tome na kojem od dva posmatrana tržišta je relativna komparativna prednost veća, odnosno manja. Primenljivost se obezbeđuje po istoj analogiji, kako za trgovinu, tako i za izvoz i uvoz.

Analiza dobijenih rezultata prikazana je grafički, čime se ukazuje na promene u odnosu komparativnih prednosti u trgovini sa posmatranim tržištima. Međutim, kao što je i ranije rečeno, dobijeni rezultati nam ne pružaju informacije o nivou relativne komparativne prednosti u trgovini sa posmatranim tržištima, niti da li je relativna komparativna prednost uočena ili ne, već samo obezbeđuju informaciju na kom od posmatranih tržišta se ostvaruje veća ili manja relativna komparativna prednost, odnosno veći ili manji relativni stepen penetracije. U tom smislu, nedostatak dinamičke interpretacije rezultata neophodno je nadomestiti uporednom analizom statičke interpretacije rezultata ranije prikazane u radu.

U nastavku, prikazani su rezultati *MCTR* modela koji predstavljaju odnos relativne komparativne trgovinske prednosti Srbije u trgovini sa EU u odnosu na relativnu komparativnu trgovinsku prednosti Srbije u trgovini sa svetom. Analizirana je trgovina na nivou agroindustrijskih odseka, kao i najznačajnijih agroindustrijskih proizvoda koji su predmet analize u radu.

Grafikon 36. Prikaz promena *MCTR* indeksa agroindustrijskih odseka Srbije u trgovini sa EU u periodu 2007-2014



Izvor: Kalkulacija autora na bazi podataka RZS, Eurostat i COMTRADE

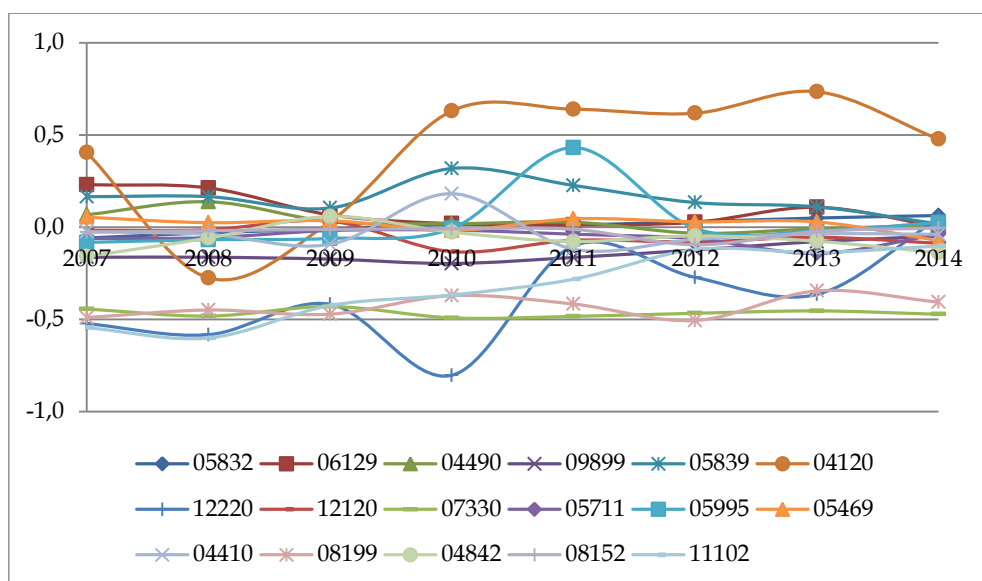
Posmatrajući agroindustrijske odseke, možemo uočiti da su vrednosti *MCTR* indeksa prevashodno negativne tokom posmatranog perioda što ukazuje da je relativna komparativna prednost na tržištu EU niža nego što je to slučaj na svetskom tržištu (*Grafikon 36.*). Jedino u slučaju odseka 05, uočava se umereno visoka relativna komparativna prednost u trgovini sa EU u odnosu na svet uz primetnu tendenciju pada vrednosti indeksa. I u slučaju odseka 06, uočavaju se pozitivne vrednosti *MCTR* indeksa u prvoj polovini posmatranog perioda, da bi u drugoj polovini perioda vrednost indeksa postala negativna. Kod svih ostalih odseka, uočavaju se negativne vrednosti *MCTR* indeksa koje ukazuju na umereno nizak stepen relativne komparativne prednosti na tržištu EU u odnosu na svet, uz izuzetak odseka 00 kod kojeg se tokom čitavog perioda (osim u 2011.) uočava nizak stepen relativne komparativne prednosti u trgovini sa EU u odnosu na svet.

Posmatrajući na nivou najznačajnijih agroindustrijskih proizvoda u trgovini Srbije sa EU, dobijeni rezultati ukazuju da se kod svih posmatranih država vrednost *MCTR* indeksa kreće u intervalu od -1 do +1 što ukazuje na

umereno nizak i nizak (u slučaju negativnih vrednosti indeksa), odnosno umereno visok i visok (u slučaju pozitivnih vrednosti indeksa) stepen komparativne prednosti u trgovini sa EU u odnosu na svet (*Grafikon 37.*). Kod većine posmatranih proizvoda, uočava se da se vrednosti indeksa kreću u rasponu od -0,5 do 0,5, te da njihove vrednosti figuriraju oko nule što ukazuje na relativno ujednačen stepen komparativne prednosti na tržištu EU u odnosu na svetsko tržište. Međutim, kod nekoliko posmatranih proizvoda moguće je uočiti i određene specifičnosti. Naime, kod proizvoda *04120* od 2010. uočava se visok stepen komparativne prednosti na tržištu EU u odnosu na svetsko tržište koje je prisutno do kraja posmatranog perioda, kao posledica sve veće prisutnosti Srbije na tržištu EU. Umereno niska komparativna prednost na tržištu EU u odnosu na svetsku trgovinu uočena kod proizvoda *08199*, *07330* i *12220*, dok je nešto veća relativna komparativna prednost na tržištu EU uočena kod proizvoda *05995* i *05839*. Interesantno je da kod proizvoda *12220* u 2010. uočen nizak stepen komparativne prednosti na tržištu EU, da bi u narednim godinama vrednost *MCTR* indeksa rasla, a u 2014. dostigla nivo umereno visoke komparativne prednosti na tržištu EU.

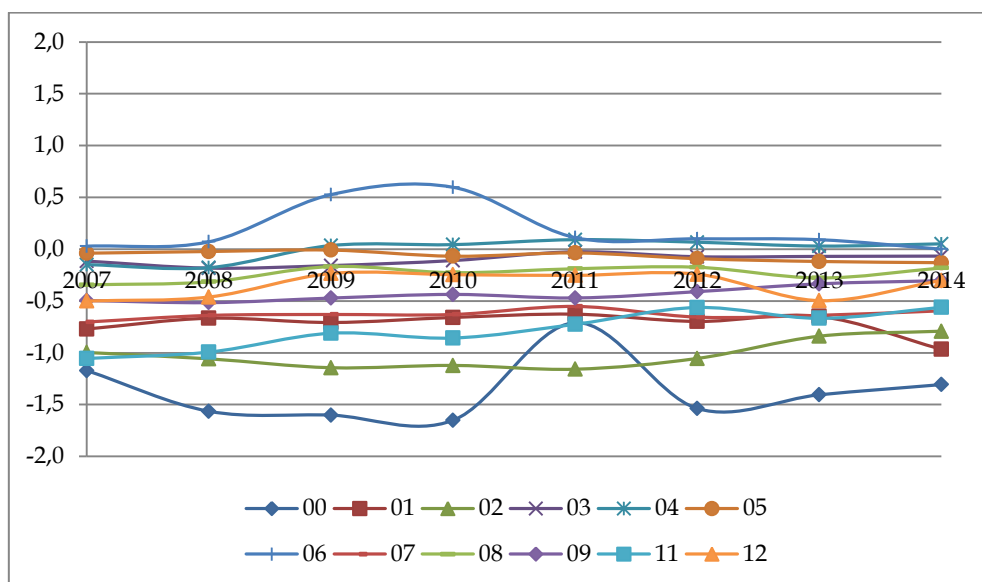
Veoma slična situacija kao i kod *MCTR* indeksa, uočava se i u slučaju izvoza gde su vrednosti *MCXR* indeks relativno stabilne tokom vremena, ali ujedno i pretežno negativne ukazujući na niži relativni stepen komparativne prednosti u izvozu na tržište EU nego što je to slučaj sa izvozom u svet (*Grafikon 38.*). Jedino u slučaju odseka *06* i *04* uočavaju se pozitivne vrednosti *MCXR* indeksa, s tim da je u periodu 2009. i 2010. godina uočen visok stepen relativne komparativne prednosti u izvozu na tržištu EU u odnosu na svet u slučaju odseka *06*. Sa druge strane, gotovo svi odseci, osim odseka *00* i *02* beleže umereno nizak relativni stepen komparativne prednosti u izvozu na tržište EU u odnosu na svet, dok je u slučaju odseka *00* i *02* zabeležen nizak stepen.

Grafikon 37. Prikaz promena MCTR indeksa za najznačajnije agroindustrijske proizvode Srbije u trgovini sa EU u periodu 2007-2014



Izvor: Kalkulacija autora na bazi podataka RZS, Eurostat i COMTRADE

Grafikon 38. Prikaz promena MCXR indeksa agroindustrijskih odseka Srbije u trgovini sa EU u periodu 2007-2014



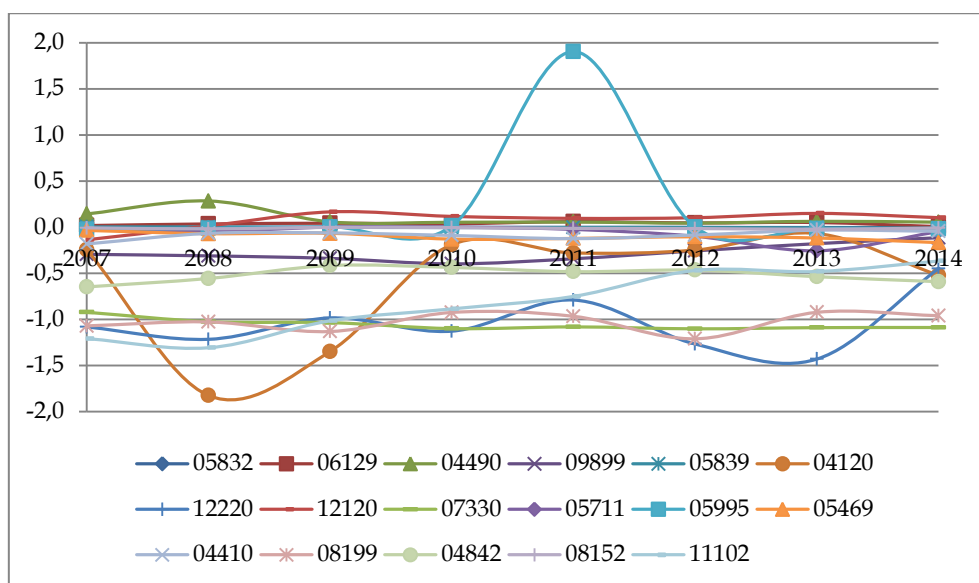
Izvor: Kalkulacija autora na bazi podataka RZS, Eurostat i COMTRADE

Posmatrajući vrednosti MCXR indeksa, uočavaju se nešto značajnija odstupanja u nivou komparativne prednosti u izvozu na tržište EU u odnosu na svetsko tržište (Grafikon 39.). Ipak, nekolicina proizvoda figurira oko nulte

vrednosti indeksa ukazujući na relativno ujednačen nivo relativne komparativne prednosti kako u izvozu na tržište EU, tako i u izvozu na svetsko tržište, što ukazuje na izvozni potencijal Srbije koji nije isključivo vezan za tržište EU. Jedino iskakanje vrednosti *MXCR* indeksa gde je uočena značajno viša komparativna prednost u izvozu na tržište EU, uočena je kod proizvoda 05995 i to samo u 2011. Sa druge strane, postoji i određeni broj posmatranih proizvoda kod kojih je uočen nizak i značajno nizak relativni stepen komparativne prednosti u izvozu na tržište EU u odnosu na svet. Pre svega, reč je o proizvodima 12220, 08199, 07330 i 11102 koji tokom čitavog perioda beleže vrednosti indeksa oko -1. Iako je kod proizvoda 04120 u 2008. i 2009. uočena značajno nizak stepen komparativne prednosti u izvozu na tržište EU, u drugoj polovini perioda vrednosti indeksa figuriraju oko nule, što je slučaj i sa proizvodom 11120.

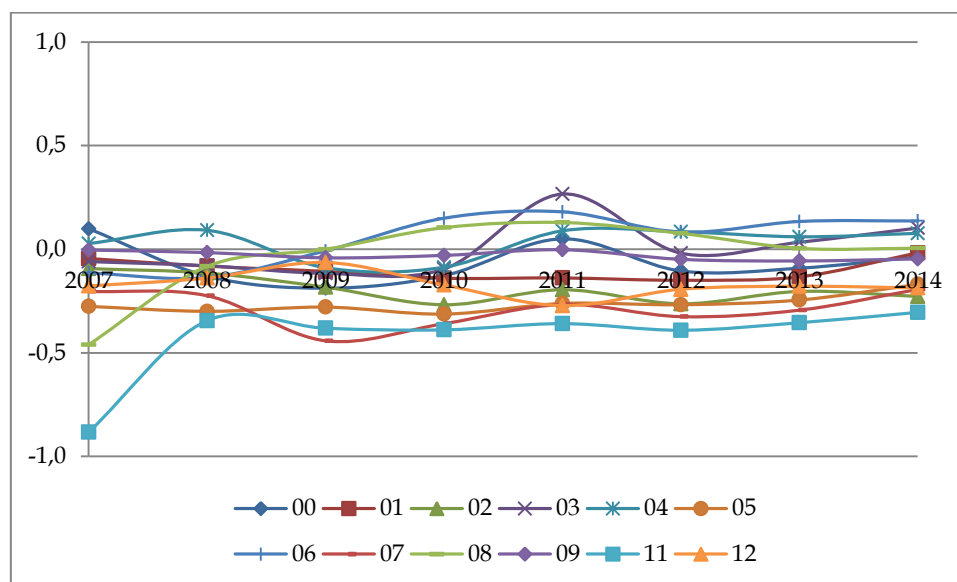
Posmatrajući agroindustrijske odseke, vrednosti *MCIR* indeksa kreću se u rasponu od umereno niskog do umereno visokog relativnog stepena penetracije sa tržišta EU u odnosu na svet, osim kod odseka 11 gde vrednost indeksa dostiže nivo od -0,88 u 2004. (*Grafikon 40.*). Iako su blage oscilacije primetne kod svih agroindustrijskih proizvoda, možemo uočiti da se jedino kod odseka 04, 06 i 08 uočava veći relativni stepen penetracije u uvozu sa tržišta EU nego što je to slučaj u uvozu iz sveta, i u pojedinim godinama kod odseka 03.

Grafikon 39. Prikaz promena MCXR indeksa za najznačajnije agroindustrijske proizvode Srbije u trgovini sa EU u periodu 2007-2014



Izvor: Kalkulacija autora na bazi podataka RZS, Eurostat i COMTRADE

Grafikon 40. Prikaz promena MCIR indeksa agroindustrijskih odseka Srbije u trgovini sa EU u periodu 2007-2014



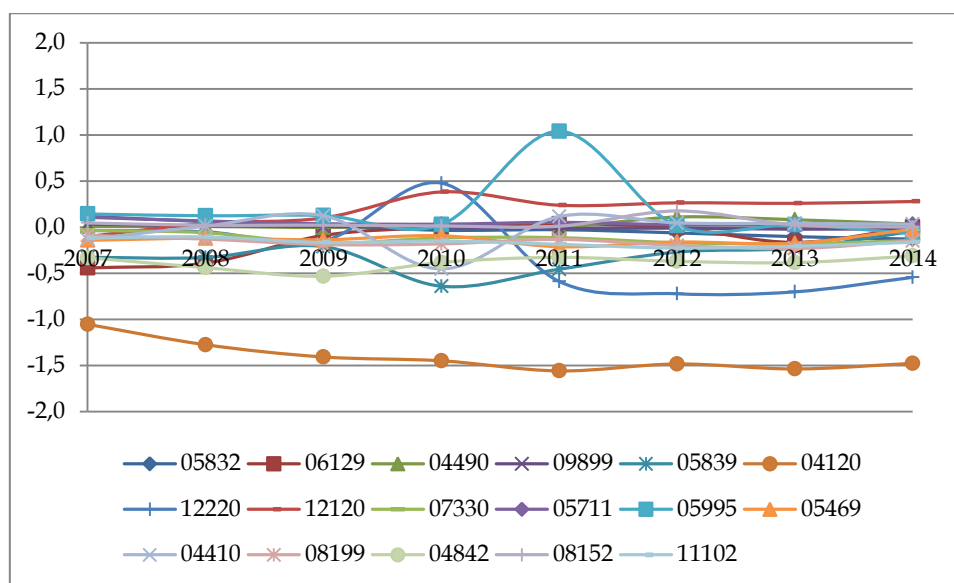
Izvor: Kalkulacija autora na bazi podataka RZS, Eurostat i COMTRADE

Posmatrajući najznačajnije agroindustrijske proizvode u trgovini Srbije sa EU, vrednosti MCIR indeksa takođe pokazuju relativnu ujednačenost i u stepenu penetracije sa EU tržišta osim kod nekoliko proizvoda (Grafikon 41.).

Značajno visok relativni stepen penetracije sa tržišta EU u odnosu na svet uočen je samo u 2011. kod proizvoda 05995. Značajno nizak relativni stepen penetracije sa tržišta EU u odnosu na svetsko tržište je uočen kod proizvoda 04120 tokom čitavog posmatranog perioda. Kod svih ostalih posmatranih proizvoda, vrednosti indeksa kreću se od umereno niskog do umereno visokog tokom čitavog perioda, pri čemu se kod proizvoda 12120, 05995, 08152, 05711 i 04410 uočavaju pozitivne vrednosti *MCIR* indeksa.

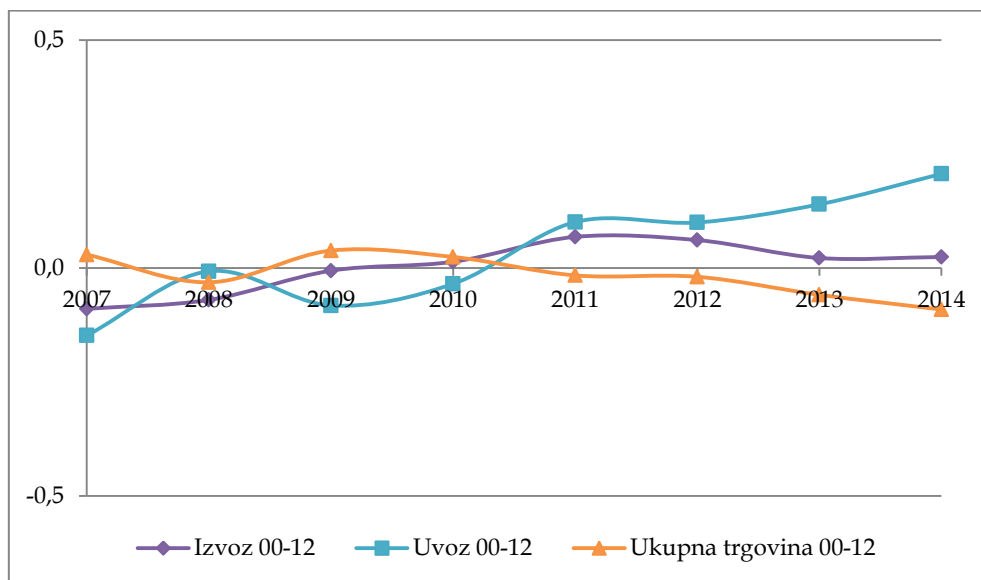
Konačno, ukoliko posmatramo promene na nivou svih agroindustrijskih proizvoda zbirno, dinamička interpretacija *MCTR* modela ukazuje da je u posmatranom periodu sve veći nivo relativne komparativne prednosti na strani trgovine sa svetom, nego što je to slučaj u trgovini sa EU (*Grafikon 42.*). Dok vrednosti *MCXR* indeksa beleže tendenciju rasta uz veći nivo relativne komparativne prednosti u izvozu na tržište EU tokom vremena, vrednosti *MCIR* indeksa istovremeno beleže rast relativnost stepena penetracije sa tržišta EU u odnosu na svetsko tržište.

Grafikon 41. Prikaz promena MCIR indeksa za najznačajnije agroindustrijske proizvoda Srbije u trgovini sa EU u periodu 2007-2014



Izvor: Kalkulacija autora na bazi podataka RZS, Eurostat i COMTRADE

Grafikon 42. Prikaz promena MCTR indeksa u trgovini svim agroindustrijskim proizvodima Srbije sa EU u periodu 2007-2014



Izvor: Kalkulacija autora na bazi podataka RZS, Eurostat i COMTRADE

4. ZAKLJUČAK

Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju između Srbije i EU, nesporno je doprineo unapređenju međusobnih odnosa u trgovini agroindustrijskim proizvodima. Unapređenje trgovinskih odnosa manifestovalo se kroz rast vrednosti trgovinske razmene tokom čitavog posmatranog perioda, uz istovremeni rast izvoza Srbije u EU, sa jedne, ali i rast uvoza Srbije iz EU, sa druge strane uz ostvarivanje suficita Srbije tokom čitavog perioda. Ukoliko bismo posmatrali samo apsolutne vrednosti trgovinske razmene u vremenu, i primenili osnovne statističke metode istraživanja, mogli bi doći do zaključka da se postavljena hipoteza može odbaciti, odnosno da primena SSP-a nije dovela do nepovoljnijeg odnosa u međusobnoj razmeni agroindustrijskih proizvoda.

Primena više metodoloških nivoa istraživanja, obezbedila je kompleksniji pristup identifikovanja uticaja SSP-a na trgovinu agroindustrijskim proizvodima Srbije sa EU, a upotrebom istih u disertaciji, potvrđena je njihova moguća primena. U tom smislu, razvijeni tržišno orijentisani koncept uočene komparativne trgovinske prednosti (*MORTA*) primenjen je sa ciljem identifikovanja promena u nivou relativne komparativne prednosti u međusobnoj trgovini. Rezultati istraživanja su pokazali da uočena relativna komparativna prednost u trgovini Srbije i EU u prvim godinama primene SSP-a, beleži rast koji je prevashodno rezultat najnižeg zabeleženog relativnog stepena penetracije u uvozu iz EU koji nisu posledica SSP-a, već negativnih efekata svetske ekonomske krize. Upravo su poslednje četiri godine primene SSP-a one koje su podrazumevale i sve veći stepen liberalizacije uvoza iz EU, dovele do značajnijih promena u relativnim odnosima, da bi u poslednje dve godine primene SSP-a, nivo relativne komparativne prednosti u trgovini dostigao najniže vrednosti, kao direktna posledica stalno prisutnog rasta relativnog stepena penetracije u uvozu i nešto nižeg nivoa relativne komparativne prednosti u izvozu u poslednje dve posmatrane godine.

Konačno, poslednji nivo metodoloških istraživanja zasnovan je na razvoju i testiranju *MCTR* modela. Stavljanjem u odnos relativne komparativne prednosti u trgovini Srbije i EU, sa jedne strane, i trgovine Srbije i sveta, sa druge strane, došlo se do zaključka da značajnijih promena nivou relativne komparativne prednosti u trgovini Srbije sa svetom nije bilo u posmatranom periodu. Odsustvo značajnijih promena u trgovini sa svetom, ukazuje da je Srbija bila sposobna da u posmatranom periodu očuva svoju relativnu komparativnu prednost u trgovini na svetskom nivou, što nije bio slučaj u trgovini sa EU.

Iz svega navedenog, na osnovu rezultata istraživanja u disertaciji, zaključak je da se na osnovu primenjenih i praktično potvrđenih modela može prihvatiti postavljena hipoteza koja ukazuje da je SSP doprineo doveo do nepovoljnijeg odnosa spoljnotrgovinske razmene agroindustrijskih proizvoda sa EU koji je nastao prevashodno kao posledica relativnih promena u uvozu iz EU.

Uvažavajući ograničenja korišćenih modela, dalja istraživanja trebalo bi usmeriti u pravcu identifikovanja faktora koji uzrokuju pad relativne komparativne prednosti u trgovini Srbije i EU te u tom smislu pružiti relevantne zaključke značajne za kreatore agrarne politike u Srbiji. Analizu je neophodno sprovoditi u komparaciji sa svim ostalim proizvodima koji su predmet međusobne razmene sa EU.

LITERATURA

1. Babović, J., Tasić S. (2013): *Agroekonomska i ruralna politika Evropske unije*, Monografija, p.1-296, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment, Novi Sad
2. Ballance, R.H., Forstner H., and Murray T. (1987): *Consistency tests of alternative measures of comparative advantage*, The Review of Economics and Statistics, Vol.69, No.1, pp. 157-161, MIT Press, Cambridge, MA, USA
3. Balassa, B. (1965): *Trade Liberalization and "Revealed" Comparative Advantage*, The Manchester School, 33, 99-123., Manchester, UK
4. Benedictis L.D. and Tamberi M. (2001): *A note on the Balassa Index of Revealed Comparative Advantage*, Working Paper [online], pp.1-33, dostupno na <http://docs.dises.univpm.it/web/quaderni/pdf/158.pdf>
5. Bjelić P., Jelisavac. T.S., Popović P.I. (2010): *Savremena međunarodna trgovina*, p.1-359, Institut za međunarodnu politiku i privredu, Želnid, Beograd
6. Bogdanov N. (2007): *Izazovi poljoprivredno-prehrambenog sektora Srbije u procesu približavanja EU*, 4.konferencija Društva agrarnih ekonomista Slovenije, Moravkse Toplice, Slovenija
7. Bogdanov N. (2011): *Efekti integracije Srbije u EU u oblasti poljoprivrede*, Fakultet za ekonomiju, finansije i administraciju, Beograd
8. Bogdanov N., Božić D. (2010): *Review of agriculture and agricultural policy in Serbia*, Agriculture in the Western Balkan Countries, Vol. 57, Leibniz-Institut für Agrarentwicklung in Mittel- und Osteuropa (IAMO), Austria
9. Bojnec, Š. and Fertő, I. (2012): *Complementarities of trade advantage and trade competitiveness measures*, Applied economics 44.4, p. 399-408, Routledge, NY, USA
10. Bowen, Harry P.(1983): *On the Theoretical Interpretation of Indices of Trade Intensity and Revealed Comparative Advantage*, Weltwirtschaftliches Archiv, Vol. 119, pp. 464-472, Springer, Berlin, Germany

11. Budimir, B. i Međak, V. (2010): *Pridruživanje Srbije Evropskoj uniji*, ISAC fond, Beograd
12. Burrell A., Himics M., Van Doorslaer B., Ciaian P. and Shrestha S. (2014): *EU sugar policy: A sweet transition after 2015?*, European Commission, Joint Research Centre, Institute for Prospective Technological Studies, Luxembourg
13. CEPII (Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales) (1983): *Economie Mondiale: la montée des tensions*, Economica, Paris, France
14. Cini M. (2001): *From the Marshall Plan to EEC: Direct and Indirect Influences*, The Marshall Plan: Fifty year after, p.13-37, Palgrave, New York
15. Conconi, P. (2009): *The EU Common Commercial Policy and Global/Regional Trade Regulation*, in M Telo (ed.), *The European Union and Global Governance*, Routledge, NY, USA
16. Curran L., Zignago S. (2009): *The Evolution of EU and its Member States' competitiveness in international trade-Final Report*, CEPII-CIREM Atlasa consortium, p.1-59, dostupno na http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/march/tradoc_142475.pdf
17. Dalum, B., Laursen, K. and Villumsen, G. (1998): *Structural change in OECD export specialisation patterns: de-specialisation and 'stickiness'*, *International Review of Applied Economics*, 12, pp.423-443., Routledge, NY, USA
18. Dinan D. (2010): *Menjanje Evrope: istorija Evropske unije*, Službeni glasnik Srbije, Beograd
19. Erjavec E. (2008): *The EU Common Agricultural Policy and Western Balkans integration process and tasks*, 100th seminar of European Association of Agricultural Economists, Novi Sad, Serbia
20. Erjavec E., Salptura G. (2012): *European integration and reform process for agriculture of acceding transition countries – the challenge for Western Balkans*, *Agriculture & Forestry*, Vol. 57. Issue 1: 7-22, 2012, Podgorica. Montenegro
21. Eurostat, European Commission, baza podataka međunarodne trgovine dostupna na <http://ec.europa.eu/eurostat/web/international->

- [trade/data/database](#), pristup bazi podataka ostvaren u periodu mart-decembar 2015.
22. Eurostat (2014): *User guide on European statistics on international trade in goods*, 2014 edition, Luxembourg, dostupno na <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/6405291/KS-GQ-14-014-EN-N.pdf>
23. Fertő, I. and Bojnec Š. (2007): *Comparative advantages in agro-food trade of Central European and Balkans' countries with the European Union*, 100th Seminar, June 21-23, 2007, Novi Sad, Serbia and Montenegro. No. 162388. European Association of Agricultural Economists
24. Gajdobranski A. (2012): *Uticaj spoljne trgovine (izvoza-uvoza) na proizvodnju na primeru nekih poljoprivrednih proizvoda*, Agroekonomika broj 56, str.89-97, Poljoprivredni fakultet, departman za ekonomiku poljoprivrede i sociologiju sela, Novi Sad, Srbija
25. Gajić M., Lovre K., Zekić S. (2007): *Development performance of agricultural sector and economic development in SouthEast European countries in transition*, 100th seminar of European Association of Agricultural Economists, Novi Sad, Serbia
26. Gilbert A. (1987): *Twenty years of European agriculture*, Green Europe, Newsletter on the Common Agricultural Policy, European Community, Luxembourg
27. Grubel, H.G. and Lloyd, P.J. (1971): *The Empirical Measurement of Intraindustry Trade*, The Economic Record, 47, pp.494-517, The Economic Society of Australia
28. Hoen, A.R. and Oosterhaven, J. (2006): *On the measurement of comparative advantage*, The Annals of regional Science, Vol.40, Issue 3, pp.677-692, Springer Berlin Heidelberg, Germany
29. Ignjatijević, S., Čavlin, M. i Đorđević, D. (2014): *Measurement of comparative advantages of processed food sector of Serbia in the increasing the export*, Economics of Agriculture, Vol.61, No.3, p.677-694, The Balkan Scientific Association of Agrarian Economists, Belgrade, Serbia
30. International Monetary Fund (IMF) (2009): *Export and Import Price Index Manual – Theory and practice*, Washington D.C., USA

31. Jambor A. (2013): *Comparative advantages and specialization of the Visegrad countries agri-food trade*, Acta Oeconomica et Informatica. XVI (Number 1, 2013): pp.22-34, Nitra, Slovakia
32. Katić, B., Popović, V. i Milanović, R.M. (2008): *Uticaj sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju na poljoprivredu Republike Srbije-globalni pristup*, Ekonomika poljoprivrede, broj 4, p.339-354, Beograd
33. Klomp J. (2014): *The political economy of agricultural liberalization in Central and Eastern Europe: An empirical analysis*, Food Policy 49, p.332-346, Elsevier Ltd., Paris, France
34. Kostadinović D. (2009): *Osnovne karakteristike međunarodnog prometa agroindustrijskih proizvoda*, Agroekonomika broj 41-42, str.80-94, Poljoprivredni fakultet, departman za ekonomiku poljoprivrede i sociologiju sela, Novi Sad, Srbija
35. Kuzman, B. (2014): *Spoljnotrgovinska razmena agroindustrijskih proizvoda Republike Srbije i zemalja CEFTA regiona*, monografija, Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd
36. Kuzman B., Stegić M. (2015): *Agro-food trade between Serbia and EU with focus on countries of Danube region*, International Scientific Conference - Sustainable agriculture and rural development in terms of Republic of Serbia strategic goals realization within the Danube region, December 10th-11th 2015, p.330-346, Belgrade, Serbia
37. Kuzman B., Stegić M., Jeločnik M. (2015): *Impact of the foreign trade of agro-industrial products between Serbia and Russian Federation*, Proceedings, VIII International scientific conference - Modern problems of national economic development, 19th May 2015, Stavropol, Russia, Stavropol State Agrarian University, SEQUOIA 2015, ISBN 978-5-9906853-7-6, УДК 330.34), ББК 65.9(2)-97, C23, pp. 6-16.
38. Kuzman B., Stegić M., Subić J. (2016): *Market oriented approach of revealed comparative advantage in international trade*, Economics of Agriculture, The Balkan Scientific Association of Agrarian Economists, Belgrade, Serbia

39. Kuzman B., Stegić M., Puškarić A. (2016): *IS Serbia and EFTA FTA contributes to trade of agro-food products?*, Food Science, Production, and Engineering in Contemporary Economies, IGI Global, Hershey, Pennsylvania (USA)
40. Laursen, K (2015): *Revealed comparative advantage and the alternatives as measures of international specialization*, Eurasian Business Review, no.5, pp.99-115, Springer, NY, USA (available at: <http://www.druid.dk>).
41. Leontjev A. (1948): *Maršalov plan u svijetlu stvarnosti*, Mala politička biblioteka Naprijed, Zagreb, Hrvatska
42. Leromain, E. and Orefice, G. (2013): *New Revealed Comparative Advantage Index: dataset and empirical distribution*, Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales (CEPII), No 2013-20, Paris, France
43. Liesner, H.H. (1958): *The European Common Market and British industry*, Economic Journal, 68: 302-316.
44. Marković I., Marković M. (2014): *Agricultural protectionism of the European Union in the conditions of international trade liberalization*, Economics of Agriculture Vol.61, No.2, p.423-440, The Balkan Scientific Association of Agrarian Economists, Belgrade, Serbia
45. Marković M. K. (2007): *Reforma trgovinske politike zemalja članica centralne i istočne Evrope – moguća pouka za Republiku Srbiju*, Međunarodna iskustva u tranziciji agrarnog sektora i ruralnih područja-Monografija, str.73-80, Beograd, Srbija
46. Michaely, M. (1962/67): *Concentration in international trade*, Contributions to Economic Analysis, Amsterdam, North-Holland Publishing Company
47. Milanović, M. (2006): *Približavanje Srbije/SCG Evropskoj uniji-novije komparacije poljoprivrede i agrarne politike*, Ekonomika poljoprivrede, Vol.53, No.2, p.95-114 Društvo agrarnih ekonomista Srbije i Crne Gore, Beograd
48. Milward S. A. (1984): *The reconstruction of Western Europe, 1945-51*, Methuen & Co. Ltd, London, UK
49. Moon W. (2011): *Is agriculture compatible with free trade?*, Ecological Economics 71, p.13-24, Elsevier, Paris, France

50. Nikolić G. (2010): *Pokazatelji spoljnotrgovinske razmene Srbije sa Evropskom unijom i svetom*, p.1-279, Zavod za udžbenike, Beograd, Srbija
51. Papić, M. (2012): *Primijenjena statistika u MS Excelu +CD - za ekonomiste, znanstvenike i neznalice (4.izdanje)*, Naklada Zoro, Zagreb, Hrvatska
52. Pech L. (2011): *The institutional development of the EU post-Lisbon: A Case of Plus Ça Change?*, UCD Dublin European Institute Working paper 11-5, Dublin
53. Peterson J. (2007): *EU trade policy as foreign policy*, 10th biennial conference of the European Union Studies Association (EUSA), 17-19 May 2007, Montreal, Canada
54. Prekajac Z. (2008): *Međunarodna ekonomija*, Futura publikacije, Novi Sad, Srbija
55. Proudman, J. and Redding, S. (2000): *Evolving Patterns of International Trade*, Review of International Economics, 8(3), pp.373-396, John Wiley & Sons Ltd., Chichester, UK
56. Qineti, A., Rajcaniova, M., Matejkova, E. (2009): *The competitiveness and comparative advantage of the Slovak and the EU agri-food trade with Russia and Ukraine*, Agric. Econ.-Czech, Vol. 55, No. 8, pp. 375-383, Czech Academy of Agricultural Sciences, Prague, Czech Republic
57. Raičević V., Ignjatijević S. and Matijašević J.(2012): *Economic and legal determinants of export competitiveness of the food industry of Serbia*, Industrija Vol.40, No.1, p.201-226, Economic Institute, Belgrade, Serbia
58. Republički zavod za statistiku Republike Srbije, baza podataka međunarodne trgovine dostupna na (CD-u) za period 2004.-2014. , pristup bazi podataka ostvaren mart 2015.-februar 2016.
59. Republički zavod za statistiku Republike Srbije (RZS) (2015): *Metodologija statistike spoljne trgovine*, preuzeto sa <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/Public/PageView.aspx?pKey=288>
60. Sanidas, E. and Shih, Y. (2010): *Comparison of Revealed Comparative Advantage Indices with Application to Trade Tendencies of East Asian Countries*, 9th Korea and the World Economy Conference, Incheon, Korea

61. Službeni glasnik RS (2008) *Zakon o potvrđivanju Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju između evropskih zajednica i njihovih članica, sa jedne strane i Republike Srbije, sa druge strane*, Međunarodni ugovori, br. 83/2008, Beograd, Srbija
62. Službeni glasnik RS (2008) *Zakon o potvrđivanju Prelaznog sporazuma o trgovini i trgovinskim pitanjima između Evropske zajednice, sa jedne strane, i Republike Srbije sa druge strane*, Međunarodni ugovori, br. 83/2008, Beograd, Srbija
63. Stegić M. (2016): *Spoljnotrgovinska razmena agro-industrijskih proizvoda između Srbije i Evropske unije*, Ekonomija-Teorija i praksa, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment, Novi Sad, Srbija
64. Stegić M., Filipović S. (2013): *Analiza EU fondova namenjenih ruralnom razvoju i razvojne mogućnosti za Srbiju*, Poslovna ekonomija, vol.13, broj 2, p.55-74 Univerzitet EDUCONS, Fakultet poslovne ekonomije, Sremska Kamenica, Srbija
65. Tomić D., Popović V. i Vlahović B.(2010): *Implikacije primene prelaznog trgovinskog sporazuma na agroprirodu Srbije*, Tematski zbornik Agropriroda Srbije i Evropske integracije, Društvo agrarnih ekonomista Srbije str.27-56, Beograd, Srbija
66. Torok, A. and Jambor, A. (2012): *Changes in Agri-Food Trade of the New Member States since EU Accession—A Quantitative Approach*, IAAE of Agricultural Economists Processing: 1-19, Triennial Conference, Foz do Iguaçu, Brazil, 18-24 August, 2012.
67. *Treaty establishing the European Economic Community* (1957), Rome, Italy
68. United Nations Statistics Division (UNSTAT), baza podataka međunarodne trgovine dostupna na <http://comtrade.un.org/data/>, bazi podataka pristupljenoj u periodu novembar 2015-februar 2016.
69. United Nations Statistic Division (UNSTAT) (2006): *Statistical Paper - Standard International Trade Classification (SITC), Rev. 4, Series M No.34/Rev.4*, 2006, NY, USA (available at: <http://unstats.un.org/>).
70. Utkulu, U. and Seymen, D. (2004): *Revealed Comparative Advantage and Competitiveness: Evidence for Turkey vis-à-vis the EU/15*, Nottingham: European Trade Study Group 6th Annual Conference, Nottingham, September 2004

71. Vajdenfeld V. (2010): *Evropsko ujedinjenje, istorijski pregled*, Evropa od A do Š- Priručnik za evropsku integraciju, Konrad Adenaver Stiftung, Beograd
72. Veselinović B., Drobnjaković M. (2014): *Qualitative and quantitative analysis of micro and macro aspects of agricultural finance*, Economics of Agriculture, Vol.61, No.3, pp.771-788, The Balkan Scientific Association of Agrarian Economists, Belgrade, Serbia
73. Vollrath, T.L. (1991): *A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage*, Weltwirtschaftliches Archiv, 130, 265-279., Springer, Berlin, Germany
74. Vollrath, T.L. (1989): *Competitiveness and Protection in World Agriculture*, Agricultural Information Bulletin No. 567. U.S. Dept. of Agriculture, Economic Research Service. Washington, D.C.
75. Vujičić M., Ristić L., Vujičić M. (2012): *European integration and Rural Development Policy of the Republic of Serbia and West Balkan countries*, Bulgarian Journal of Agricultural Science, 18 (No 4), Agricultural Academy, Sofia, Bulgaria
76. Wexler I. (2001): *The Marshall Plan in Economic Perspective: Goals and Accomplishments*, The Marshall Plan: Fifty year after, p. 147-152, Palgrave, New York
77. Wilkinson G. (1980): *Agriculture and problem of surpluses*, Green Europe, Newsletter on the Common Agricultural Policy, European Community, Luxembourg
78. Woolcock S.: *European Union policy towards free Trade Agreements*, European Centre for International Political Economy Working paper No3/2007, Brussels, Belgium
79. World Customs Organization (WCO) (2007): *Harmonized Commodity Description and Coding System HS2007*, dostupno na http://www.wcoomd.org/en/topics/nomenclature/instrument-and-tools/hs_nomenclature_older_edition/hs_nomenclature_table_2007.aspx

80. World Trade Organization (WTO) (2014): *World Tariff Profiles 2014-Applied MFN tariffs*, Geneva, Switzerland, dostupno na https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/tariff_profiles14_e.pdf
81. World Trade Organization (WTO) (2014): *World Tariff Profiles 2014-Applied MFN tariffs*, Geneva, Switzerland, dostupno na https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/tariff_profiles14_e.pdf
82. World Trade Organization (2007): *World Trade Report 2007-Six decades of multilateral trade cooperation: What have we learnt?*, Geneva, Switzerland
83. World Trade Organization (WTO) (2014): *International Trade Statistics 2014*, Geneva, Switzerland
84. Yeats, A.J. (1985): *On the appropriate interpretation of the revealed comparative advantage index: implications of a methodology based on industry sector analysis*, Weltwirtschaftliches Archiv, 121, 61-73, Springer, Berlin, Germany
85. Yu, R., Cai, J., & Leung, P. (2009). *The normalized revealed comparative advantage index*, The Annals of Regional Science, 43 (1), pp.267-282, Springer Berlin Heidelberg, Germany
86. Zekić S., Tošin M., Kresoja M. (2010): *Spoljnotrgovinska razmena poljoprivredno-prehrambenih proizvoda Srbije*, Tematski zbornik Agroprivreda Srbije i Evropske integracije, Društvo agrarnih ekonomista Srbije str.95-102, Beograd, Srbija
87. Živadinović, B. i Milovanović, M. (2011): *Vodič kroz EU politike: poljoprivreda, Evropski pokret u Srbiji*, Loznica, Srbija

PRILOG I - Detaljan prikaz vrednosti MORTA indeksa za sve agroindustrijske odseke, grupe i proizvode u trgovini Srbije i EU (2004-2014)

Tabela 7. Prikaz vrednosti MORTA indeksa na nivou agroindustrijskih SMTK odseka, grupa i proizvoda u trgovini Srbije i EU u periodu 2004-2014

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
00	0,15	-0,29	-0,55	-0,68	-0,59	-0,61	-0,32	-0,65	-0,95	-1,04	-1,43
00111	0,00	-1,74	-1,55	-1,45	-1,56	-0,30	0,00	-1,53	-1,75	-0,57	-0,80
00119	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,03	-0,02	-0,06
00121	-0,25	0,00	-0,38	-0,29	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,04	-0,04	-0,01
00122	-1,59	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,07	0,00	-1,93	0,00
00131	-1,61	-1,71	-1,21	-1,84	-1,19	-1,59	-1,19	-0,90	-1,34	-0,75	-1,47
00139	-0,01	0,00	0,00	0,00	-0,01	-0,66	-0,16	-0,67	-1,19	-1,50	-1,77
00141	-1,51	-1,61	-1,50	-1,48	-1,39	-1,46	-1,25	-1,39	-1,39	-1,42	-1,49
00149	-0,21	-0,83	-0,05	-0,27	-0,08	-0,66	-0,24	0,00	-0,40	-0,46	-1,04
00150	1,13	1,22	0,09	-0,05	-0,18	-0,05	0,06	-0,01	0,15	-0,03	-0,04
00190	0,46	-0,04	0,09	0,04	0,15	0,11	0,05	0,45	0,43	0,34	0,29
01	0,04	0,07	0,11	0,16	-0,05	-0,19	-0,18	-0,29	-0,47	-0,54	-0,75
011	0,99	1,05	1,04	1,02	0,89	0,65	0,58	0,43	0,39	0,27	0,06
01111	1,39	1,44	1,45	1,44	1,33	1,07	1,02	0,85	0,80	0,63	0,36
01112	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,01
01121	-0,22	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,08	0,18	-0,20
01122	0,00	0,07	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,24	-0,28	-0,27	-0,29	-0,64
012	-0,28	-0,26	-0,15	-0,16	-0,34	-0,36	-0,28	-0,43	-0,66	-0,65	-0,85
01211	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
01212	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,01
01213	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
01221	-0,02	0,00	-0,01	0,00	-0,14	-0,08	-0,11	-0,17	-0,22	-0,06	-0,16
01222	-0,87	-0,86	-0,51	-0,59	-0,91	-0,96	-0,72	-0,98	-1,30	-1,35	-1,56
01231	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,01	-0,05	-0,03
01232	-0,09	-0,06	0,00	0,00	-0,03	-0,03	-0,05	-0,06	-0,13	-0,10	-0,16
01233	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
01234	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,15	-0,23	-0,22
01235	-0,36	-0,05	-0,01	-0,05	-0,09	-0,03	-0,09	-0,38	-0,64	-0,77	-0,99
01240	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
01251	0,00	0,00	0,00	0,14	0,18	0,09	0,06	0,06	0,01	0,02	0,04
01252	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,67
01253	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,18	0,00	-0,06
01254	-0,95	-1,02	-0,97	-0,52	-0,62	-0,95	-0,94	-0,32	-0,40	-0,39	0,43
01255	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
01256	-1,82	-1,39	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
01291	0,00	0,00	0,00	-0,06	-0,05	0,00	0,00	-0,09	-0,05	0,00	0,00
01293	0,24	0,30	0,05	-0,08	-0,49	-1,08	-0,19	0,08	1,35	0,70	0,66
01299	0,00	0,00	0,00	-0,02	-0,03	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,01	-0,05
016	-0,27	-0,45	-0,39	-0,30	-0,25	-0,30	-0,33	-0,32	-0,52	-0,53	-0,38
01611	-0,18	-0,05	-0,14	-0,05	-0,11	-0,05	-0,03	-0,06	-0,03	-0,11	-0,15
01612	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,11	-0,06	-0,19	-0,27	-0,48	-0,15

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
01619	-0,22	-0,43	-0,42	-0,36	-0,31	-0,38	-0,44	-0,42	-0,68	-0,67	-0,52
01681	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,03	-0,05	-0,05	-0,06	-0,05
01689	-1,40	-1,50	-0,87	-0,21	-0,18	-0,12	-0,04	0,00	0,00	-0,03	-0,03
017	-0,68	-0,69	-0,90	-0,69	-0,81	-0,82	-0,84	-0,80	-0,84	-0,93	-1,08
01710	-1,73	-1,66	-1,57	-1,50	-1,57	-0,50	-1,03	-1,09	-0,98	-1,33	-1,20
01720	-0,67	-1,18	-1,22	-1,14	-1,25	-1,23	-1,18	-1,12	-1,11	-1,10	-1,24
01730	0,70	0,68	-0,33	-0,30	-0,38	-0,08	-0,07	-0,33	0,04	-0,01	-1,33
01740	-1,22	-1,00	-1,12	-0,56	-0,61	-0,78	-0,88	-0,81	-0,77	-0,84	-0,89
01750	0,21	0,17	-0,08	-0,05	-0,22	-0,22	-0,27	-0,36	-0,73	-1,01	-1,17
01760	-0,02	0,00	-0,03	0,00	0,00	0,07	0,02	-0,04	-0,17	-0,37	-0,41
01790	-0,30	0,92	0,16	-0,09	-0,20	0,05	-0,57	-0,11	-0,13	-0,01	-0,25
02	-0,35	-0,31	-0,20	-0,28	-0,40	-0,21	-0,42	-0,53	-0,41	-0,33	-0,14
022	-0,51	-0,45	-0,39	-0,50	-0,66	-0,29	-0,56	-0,63	-0,41	-0,24	0,11
02211	-0,22	-0,22	-0,06	-0,02	0,00	-0,01	-0,01	-0,90	0,00	0,00	-0,18
02212	-0,09	-0,06	-0,06	-0,03	-0,01	0,00	-0,39	-0,06	-0,03	0,32	0,71
02213	-0,03	-0,01	-0,16	-0,20	-0,38	-0,35	-0,40	-0,45	-0,66	-0,64	-0,83
02221	-0,79	-0,20	0,34	-0,55	-1,27	-0,34	-0,85	-0,91	-1,04	-0,95	-0,41
02222	-0,47	-0,18	-0,07	-0,58	-0,90	-0,39	-0,83	-1,00	-0,77	-0,79	-0,68
02223	-0,19	-0,02	-0,03	-0,03	-0,03	0,00	-0,87	-1,05	-1,04	-0,12	-0,18
02224	-0,47	-0,45	-0,03	-0,67	-0,01	-0,07	-0,08	0,00	-0,03	0,00	-0,01
02231	-1,21	-0,94	-0,81	-0,74	-0,57	-0,41	-0,55	-0,52	-0,42	-0,15	-0,02
02232	-0,43	-0,34	-0,29	-0,35	-0,41	-0,19	-0,28	-0,17	-0,15	-0,03	0,30
02233	-0,34	-0,68	-0,67	-0,55	-0,42	-0,04	0,04	0,07	0,67	0,74	0,82
02241	-0,61	-0,85	-0,96	-0,80	-0,78	-0,91	-0,98	-1,08	-1,04	-1,02	-0,93
02249	-0,76	-1,29	-1,22	-1,19	-1,15	-0,70	-0,30	-0,92	-1,31	-1,07	-0,88
023	0,02	-0,04	-0,12	-0,08	-0,48	-0,11	-0,51	-0,93	-0,71	-0,51	-0,11
02300	0,02	-0,04	-0,12	-0,08	-0,48	-0,11	-0,51	-0,93	-0,71	-0,51	-0,12
024	-0,18	-0,17	-0,06	-0,11	-0,14	-0,12	-0,26	-0,27	-0,29	-0,35	-0,37
02410	-0,42	-0,76	-0,61	-0,48	-0,37	-0,41	-0,42	-0,45	-0,52	-0,56	-0,58
02420	-0,39	-0,42	-0,49	-0,41	-0,50	-0,47	-0,61	-0,70	-0,77	-0,75	-0,65
02430	-0,52	-0,60	-0,58	-0,53	-0,60	-0,62	-0,68	-0,67	-0,67	-0,61	-0,71
02491	-0,05	-0,03	-0,05	-0,12	-0,10	-0,09	-0,10	-0,10	-0,12	-0,14	-0,05
02499	-0,13	-0,08	0,07	-0,02	-0,06	-0,03	-0,22	-0,20	-0,22	-0,31	-0,29
025	-0,46	-0,51	0,17	0,24	0,11	-0,34	-0,18	-0,42	-0,49	-0,58	-0,72
02510	-0,59	-0,57	0,35	0,35	0,56	-0,08	0,09	-0,03	-0,09	-0,09	-0,48
02521	0,00	-1,04	-0,64	-0,38	-1,41	-1,07	-1,28	-1,47	-1,68	-1,51	-1,59
02522	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,17	-0,59	-0,47	-0,69	-0,29	-0,96	-0,68
02530	-0,34	0,00	-0,17	-0,25	-0,38	-0,31	-0,38	0,06	-0,20	-0,54	-0,79
03	-0,74	-0,83	-0,75	-0,69	-0,71	-0,64	-0,60	-0,75	-0,80	-0,75	-0,74
034	-0,76	-0,77	-0,60	-0,57	-0,49	-0,47	-0,43	-0,68	-0,65	-0,59	-0,54
03411	-0,51	-1,07	-1,11	-0,70	-0,27	-0,57	-0,21	0,28	-1,01	-1,25	-0,98
03412	-0,06	-0,01	0,00	-0,01	0,00	-0,02	-0,01	-0,06	0,09	0,06	0,16
03413	-0,04	-0,09	-0,01	-0,02	-0,04	-0,04	-0,25	-0,29	-0,13	-0,10	-0,11
03414	-0,01	-0,01	0,00	-0,01	-0,01	-0,01	-0,07	-0,02	0,00	-0,01	-0,02
03415	-0,19	-0,64	-0,40	-0,09	-0,10	-0,44	-0,20	-0,33	-0,18	-0,12	-0,06
03416	-0,03	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,02	-0,04	-0,06	-0,05	-0,03	-0,04
03417	-0,39	-0,23	-0,16	-0,58	-0,07	-0,11	-0,39	-0,53	-0,73	-0,27	-0,17
03418	-0,39	-0,67	-0,63	-0,68	-0,64	-0,61	-0,64	-0,68	-0,70	-0,73	-0,79
03419	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,51
03421	-0,41	-0,04	-0,66	-0,51	-0,42	-0,15	-0,03	-0,67	-0,40	0,19	-0,19

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
03422	-0,02	0,00	-0,04	-0,02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,01	-0,01
03423	0,00	0,00	0,00	-0,01	0,00	-0,01	-0,16	-0,04	-0,26	-0,14	-0,34
03424	-1,81	-1,56	-1,27	-1,71	-1,65	-1,32	-1,33	-1,29	-1,36	-1,26	-1,30
03425	-0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,01	0,00	0,00	0,00
03426	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-1,42	-1,14	-1,46	-1,36	-1,42	-0,32
03427	-1,80	-1,78	-1,54	-1,65	-1,63	-1,60	-1,75	-1,90	-1,87	-1,92	-1,93
03428	-0,40	-0,25	-0,22	-0,34	-0,22	-0,15	-0,20	-0,19	-0,25	-0,36	-0,64
03429	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,30	0,08
03440	-0,64	-0,53	-0,19	-0,16	-0,12	-0,09	-0,07	-0,87	-0,85	-0,38	-0,22
03451	-0,19	-0,34	-0,34	-0,40	-0,52	-0,40	-0,10	-0,20	-0,10	-0,01	-0,02
03455	-1,15	-1,25	-0,76	-0,50	-0,72	-0,58	-0,89	-0,66	-0,26	-0,12	-0,19
035	-0,09	-0,10	-0,08	-0,05	-0,07	-0,07	-0,08	-0,04	0,13	0,05	-0,03
03511	-0,07	-0,16	-0,10	-0,13	-0,09	0,00	-0,06	-0,03	0,00	0,00	0,00
03512	0,00	-0,08	0,00	0,00	0,00	-0,18	-0,01	-0,07	-0,02	-0,02	-0,02
03513	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,01	0,00	0,00	-0,44	-0,46	0,00
03521	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
03522	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
03529	-0,15	-0,07	-0,32	-0,05	-0,13	-0,02	-0,13	0,00	0,00	-0,07	-0,01
03530	-0,16	-0,13	-0,12	-0,06	-0,10	-0,09	-0,11	-0,01	0,32	0,16	-0,03
03540	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,12	0,00
03550	0,00	-0,53	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,07	-0,15	0,00
036	-0,29	-0,34	-0,26	-0,26	-0,32	-0,18	-0,21	-0,22	-0,23	-0,20	-0,22
03611	-0,14	-0,12	-0,04	-0,03	-0,10	-0,03	-0,03	-0,08	-0,03	-0,01	-0,02
03619	-0,26	-0,32	-0,22	-0,18	-0,23	-0,05	-0,01	-0,04	-0,23	-0,12	-0,08
03620	-0,12	-0,40	-0,28	-0,28	-0,32	-0,30	-0,19	-0,26	-0,07	-0,13	-0,15
03631	0,00	-0,02	-0,01	-0,01	-0,01	0,00	-0,04	-0,10	-0,09	-0,03	-0,04
03633	-0,12	-0,38	-0,47	-0,53	-0,55	-0,53	-0,85	-0,53	-0,18	-0,17	-0,14
03635	0,28	0,19	-0,09	-0,08	-0,11	0,05	0,08	0,04	-0,06	-0,11	0,04
03637	-0,76	-0,85	-0,74	-0,74	-0,76	-0,48	-0,54	-0,50	-0,69	-0,70	-0,78
03639	-0,60	-0,34	-0,26	-0,27	-0,44	-0,23	-0,28	-0,30	-0,26	-0,19	-0,19
037	-1,09	-1,27	-1,26	-1,17	-1,20	-1,12	-1,13	-1,23	-1,34	-1,30	-1,32
03711	-0,41	-0,48	-0,26	-0,19	-0,15	-0,33	-0,13	-0,04	-0,05	-0,03	-0,04
03712	-1,60	-1,67	-1,45	-1,61	-1,29	-1,27	-1,46	-1,64	-1,75	-1,69	-1,73
03713	-1,23	-1,30	-0,93	-1,11	-1,05	-1,06	-1,07	-1,14	-1,20	-1,27	-1,39
03714	-1,09	-1,27	-1,03	-1,13	-1,41	-0,91	-0,85	-1,08	-0,96	-1,27	-1,18
03715	-0,42	-0,78	-0,86	-0,39	-0,49	-0,27	-0,31	-0,24	-0,44	-0,42	-0,50
03716	-1,31	-1,49	-1,67	-1,55	-1,61	-1,47	-1,55	-1,59	-1,63	-1,61	-1,54
03717	0,00	-0,31	-0,34	-0,27	-0,20	-0,15	-0,13	-0,17	-0,05	-0,10	-0,10
03721	-0,09	-0,13	-0,02	-0,17	-0,16	-0,01	-0,03	-0,09	-0,02	-0,11	-0,17
03722	-0,59	-0,88	-1,07	-1,15	-1,22	-1,10	-0,67	-1,05	-0,99	-1,02	-1,19
04	0,26	0,69	0,64	0,78	0,67	1,27	1,32	1,06	1,06	0,89	0,90
041	0,99	1,42	0,17	1,73	0,10	0,51	1,74	1,60	1,61	1,84	1,36
04110	-0,32	-0,10	0,00	1,71	-0,01	-0,09	1,34	0,86	1,33	1,64	1,25
04120	1,11	1,51	0,20	1,70	0,12	0,61	1,77	1,65	1,64	1,86	1,39
042	-0,89	-0,97	-0,67	-0,49	-0,89	-0,90	-0,83	-0,78	-0,67	-0,78	-1,06
04210	0,18	-0,04	0,18	-0,43	0,14	-0,02	0,73	-0,75	0,58	1,16	-0,46
04220	-0,22	-0,81	-0,54	-0,16	-0,21	-0,26	-0,25	-0,12	-0,19	-0,59	-1,09
04231	-1,00	-1,05	-0,75	-0,57	-1,01	-1,03	-0,97	-0,87	-0,72	-0,88	-1,05
04232	-0,86	0,00	0,00	0,00	-0,01	0,00	-0,16	-0,54	-1,00	-0,53	-1,24
043	0,26	-0,75	-0,97	-0,73	-0,70	0,26	0,09	-0,77	0,03	0,33	0,40

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
04300	0,26	-0,75	-0,97	-0,73	-0,70	0,26	0,09	-0,77	0,03	0,33	0,40
044	0,95	1,48	1,33	1,34	1,19	1,05	1,68	1,11	0,88	0,60	0,52
04410	0,43	0,53	0,43	0,69	0,50	0,31	1,05	0,22	0,14	0,19	0,11
04490	1,27	1,92	1,91	1,67	1,81	1,94	1,94	1,95	1,82	1,61	1,84
045	-0,41	-0,18	-0,22	-0,37	-0,51	-0,28	0,23	-0,69	-0,68	-0,45	-0,28
04510	-0,18	0,24	0,25	0,41	-0,05	-0,16	-0,16	-0,23	-0,54	-0,67	-0,27
04520	-0,87	-0,93	-1,02	-0,95	-0,95	-0,98	-1,12	-1,16	-1,15	-0,24	-0,03
04530	0,00	-0,01	0,03	-0,09	0,01	0,83	-0,09	0,04	-0,68	-0,67	-0,38
04591	-0,26	0,60	0,91	-0,34	-0,02	0,28	0,18	-0,94	-0,61	-0,12	-0,82
04592	0,00	0,75	-0,02	0,00	0,00	-0,02	0,00	0,07	-1,46	-1,46	-1,25
04593	-0,09	-0,34	-0,77	-0,52	-1,16	-0,97	-1,34	-0,96	-1,34	-1,59	-1,54
04599	-0,02	-0,01	0,18	-0,06	0,00	0,12	1,35	0,04	0,47	0,26	0,18
046	0,14	0,81	0,05	0,63	-0,07	0,04	-0,06	-0,40	-0,48	-0,15	-0,57
04610	0,22	0,75	0,06	1,02	0,43	0,70	0,51	0,11	-0,04	0,29	0,10
04620	-0,17	1,04	-0,03	-0,79	-1,41	-1,58	-1,33	-1,54	-1,49	-1,43	-1,59
047	1,20	1,29	1,41	1,62	1,59	1,46	1,58	1,43	1,21	1,38	1,11
04711	0,01	0,47	0,06	0,22	0,83	0,65	0,41	0,50	0,01	0,36	1,22
04719	-1,21	-0,91	-0,80	-0,53	-0,40	-0,53	-0,28	-0,58	-0,98	-0,52	-0,38
04721	1,53	1,72	1,95	1,81	1,75	1,78	1,82	1,87	1,75	1,72	1,38
04722	-0,88	-1,31	-0,06	-0,46	-0,62	-1,03	0,00	0,69	-0,31	0,00	-0,41
04723	-	-	-	0,00	0,00	0,02	-0,19	-0,35	0,00	0,00	0,00
048	-0,32	-0,06	0,08	0,05	0,08	0,51	0,41	0,27	0,27	0,11	0,12
04811	-0,35	-0,44	-0,42	0,04	0,10	0,53	0,18	0,28	0,38	0,21	0,27
04812	-0,49	-0,44	-0,17	-0,26	-0,47	-0,09	-0,02	-0,07	-0,13	-0,37	-0,44
04813	-0,30	0,00	-0,01	-0,43	-0,13	-0,07	-0,17	-0,38	-0,06	-0,33	-0,53
04814	-0,13	-0,29	0,00	0,60	0,23	0,00	0,58	1,00	1,43	0,49	0,11
04815	-1,82	-1,85	-1,87	-1,09	-0,23	1,43	1,59	1,78	1,73	1,56	1,52
04820	-1,65	-0,58	-0,27	-0,05	0,13	1,13	1,07	0,53	0,61	0,93	0,88
04830	-0,81	-0,66	-0,79	-0,44	0,02	0,37	0,53	0,52	0,37	0,09	0,09
04841	-0,99	-1,14	-1,06	-0,55	-1,22	-1,41	-1,39	-1,27	-1,32	-1,25	-0,69
04842	0,00	0,41	0,41	0,30	0,49	0,95	0,69	0,44	0,41	0,25	0,07
04849	0,06	0,16	0,00	0,25	0,27	0,41	0,44	0,16	0,08	-0,08	0,18
04850	-1,08	-0,58	-0,72	-0,73	-0,86	-0,70	-0,64	-0,54	-0,54	-0,41	-0,31
05	0,86	0,82	0,75	0,83	0,74	0,82	0,78	0,74	0,66	0,61	0,56
054	0,66	0,86	0,68	0,75	0,50	0,87	0,79	0,70	0,38	0,21	0,16
05410	-0,69	0,58	0,12	-0,28	-0,93	-0,62	-0,53	-1,01	-0,97	-0,98	-1,30
05421	-1,62	-1,54	-1,65	-1,37	-1,49	-1,38	-1,32	-1,54	-1,49	-1,41	-1,49
05422	0,00	0,00	-0,09	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,02	0,00	0,00	0,10
05423	-1,56	-1,31	-1,58	-1,33	-1,40	-1,30	-1,30	-1,36	-1,63	-1,56	-1,67
05424	0,11	-0,78	-0,07	-0,08	-0,72	-0,68	-0,69	-0,49	-0,37	-0,01	-0,10
05425	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
05429	-1,34	-1,57	-1,58	-1,56	-1,12	0,00	-0,06	-0,81	1,34	-0,06	-0,06
05440	-0,21	0,14	-0,11	-0,01	-0,22	-0,05	0,14	-0,32	-0,21	-0,33	-0,49
05451	-0,74	-0,53	-0,43	-0,11	-0,67	-0,25	-0,47	-0,46	-0,32	-0,85	-0,87
05452	-0,17	0,15	0,02	-0,10	-0,04	-0,09	-0,12	0,13	0,03	0,06	-0,04
05453	0,16	0,25	-0,19	0,04	-0,40	-0,13	0,13	-0,18	-0,41	0,07	-0,47
05454	-0,30	-0,24	-0,31	-0,34	-0,44	-0,21	-0,09	-0,20	-0,25	-0,21	-0,24
05455	-0,73	-0,54	-0,27	-0,16	-0,54	-0,26	-0,44	0,08	-0,28	-0,22	0,09
05456	-0,24	-0,03	-0,08	-0,01	-0,27	0,54	0,01	-0,35	-0,45	-0,34	0,38
05457	-0,55	-0,74	-0,09	-0,18	-0,54	-0,09	0,16	-0,02	0,02	-0,13	-0,09

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
05458	1,50	1,72	1,75	1,81	1,68	1,77	1,66	1,70	1,16	1,27	1,55
05459	0,55	0,38	0,45	0,30	0,20	0,45	0,38	0,44	0,61	0,21	0,15
05461	1,76	1,11	1,59	1,81	1,76	1,65	1,61	1,44	0,84	0,35	0,90
05469	1,48	1,43	1,24	1,37	1,17	1,49	1,41	1,28	1,16	1,09	0,92
05470	0,77	1,73	1,21	1,13	1,23	1,54	1,26	1,15	1,10	1,43	1,38
05481	0,00	-0,10	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
05483	-0,14	0,00	0,00	-0,01	0,00	0,00	-0,33	-0,05	0,00	-0,01	0,00
05484	-1,34	0,09	-1,37	0,09	-0,06	-0,26	-0,63	-1,27	-1,30	-1,08	-1,06
05487	0,00	1,95	1,80	1,99	1,99	1,73	1,99	1,99	1,72	0,33	1,88
05489	0,37	-0,70	0,60	-0,33	-0,01	0,16	-0,04	-0,05	0,45	0,28	-0,13
056	0,78	0,67	0,59	0,56	0,65	0,62	0,51	0,37	0,31	0,12	0,19
05612	0,04	1,01	-0,29	-0,90	1,11	0,65	0,98	1,61	0,92	0,25	0,29
05613	0,21	0,17	0,14	0,20	0,22	0,67	1,33	1,14	1,18	1,08	1,58
05619	0,30	0,73	0,30	0,24	0,32	0,49	0,29	0,33	0,29	0,09	0,11
05641	-0,12	-0,32	-0,10	-0,24	0,00	-0,83	-1,24	-1,06	0,00	0,00	-0,69
05642	0,65	0,78	0,60	0,52	0,34	-0,07	-0,25	-1,05	-0,77	-1,25	-1,25
05645	-0,06	-0,50	-1,77	0,88	0,00	0,00	-0,54	0,07	-0,07	0,00	0,00
05646	0,00	0,00	0,00	-0,07	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,01
05647	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,35	0,00	0,00	-0,24	-0,70
05648	-0,78	-0,83	-0,04	0,92	0,70	0,98	0,45	0,69	-0,07	0,10	-0,03
05661	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,71	-0,77	-0,91	-0,89	-0,94	-0,96
05669	1,10	0,63	0,78	0,50	0,36	0,12	0,09	0,15	0,62	0,72	0,08
05671	0,76	0,01	-0,11	0,01	0,06	-0,02	0,10	0,09	-0,09	-0,08	-0,09
05672	-0,14	-0,27	-0,31	-0,24	-0,30	-0,27	-0,21	-0,20	-0,18	-0,30	-0,34
05673	-0,96	-1,19	-1,13	-1,10	-0,89	-0,58	-0,72	-0,75	-0,90	-0,85	-0,53
05674	0,95	0,90	0,87	0,72	0,08	0,51	0,47	0,10	0,20	0,26	-0,01
05676	-0,08	0,79	0,75	1,13	1,19	1,34	1,27	0,85	1,06	0,79	0,72
05677	-0,07	-0,26	-0,46	-0,24	-0,07	0,67	0,66	0,78	0,27	0,19	0,69
05679	-0,08	-0,30	-0,35	-0,22	-0,19	0,09	-0,01	-0,04	0,00	0,10	0,11
057	0,18	-0,14	-0,14	0,14	-0,11	-0,28	-0,40	-0,24	-0,38	-0,21	-0,33
05711	-1,41	-1,67	-1,65	-1,65	-1,68	-1,68	-1,68	-1,74	-1,62	-1,64	-1,66
05712	-1,36	-1,21	-1,50	-1,55	-1,55	-1,47	-1,54	-1,50	-1,50	-1,43	-1,48
05721	-1,49	-0,84	-1,35	-1,29	-1,16	-1,04	-0,67	-0,77	-0,95	-0,97	-1,23
05722	-1,01	-1,18	-0,96	-0,41	-0,52	-0,25	-0,56	-0,64	-0,25	-0,31	-0,28
05729	-1,18	-1,92	-1,84	-1,75	-1,60	-0,14	-0,09	-0,04	-0,10	-0,28	-0,55
05730	-0,08	0,79	0,75	1,13	1,19	1,34	1,27	0,85	1,06	0,79	0,72
05740	0,26	-0,70	0,10	1,19	-0,22	-0,29	0,26	0,67	-0,44	0,50	-0,35
05751	-0,35	-0,30	-0,40	-0,19	-0,24	-0,06	-0,09	-0,06	-0,09	-0,03	-0,25
05752	-1,08	-1,02	-0,66	-0,32	-0,47	0,00	-0,17	0,00	-0,29	0,12	-0,02
05760	-0,93	0,00	-0,02	-0,09	-0,15	-0,01	-0,14	-0,24	-0,05	-0,14	-0,29
05771	0,00	-0,05	-0,48	-0,06	0,00	-0,25	0,07	0,75	-0,76	0,50	0,08
05772	0,00	0,00	-0,05	0,00	-0,09	0,00	-0,03	0,00	0,00	-0,02	0,00
05773	-0,01	-0,02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,26	-0,28	-0,17	-0,01
05774	-0,16	-0,23	0,00	-0,15	-0,10	-0,04	-0,05	-0,04	-0,13	-0,25	-0,34
05775	-0,86	-1,57	-1,12	-1,57	-1,76	-1,46	-0,12	-1,14	-1,31	-1,48	-1,14
05776	-0,63	-0,71	-0,38	0,10	0,01	-0,24	-0,34	-0,74	-0,54	-0,66	-0,20
05777	-0,05	-0,02	-0,05	-0,12	0,36	0,00	-0,07	0,41	0,00	0,00	0,00
05778	-0,35	-0,03	-0,04	0,00	-0,01	0,17	-0,02	0,05	-0,25	0,00	0,00
05779	0,00	0,00	-0,49	0,00	-0,05	-0,01	-0,11	-0,02	-0,01	-0,09	-0,07
05791	0,91	0,39	0,81	0,64	0,94	0,74	-0,21	0,11	-0,04	-0,01	-0,38

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
05792	0,04	-0,18	-0,27	-0,18	-0,22	-0,19	-0,22	-0,14	-0,21	0,11	-0,39
05793	1,67	1,25	1,19	1,53	1,20	1,18	0,93	1,29	1,27	1,37	0,55
05794	1,68	1,65	1,61	1,69	1,56	1,35	1,13	1,28	0,82	0,59	0,88
05795	-0,03	-0,02	-0,06	-0,03	-0,03	-0,01	-0,02	-0,02	0,00	0,00	-0,01
05796	-0,33	-0,04	-0,05	0,00	-0,03	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,04	-0,09
05797	-0,04	-0,03	-0,03	-0,02	-0,04	-0,04	-0,03	-0,02	-0,03	-0,01	-0,03
05798	-0,79	-1,21	-1,01	-1,11	-0,97	-1,15	-1,13	-1,06	-1,03	-0,71	-0,85
05799	1,31	1,40	0,89	0,97	1,08	1,28	1,20	1,30	1,41	1,23	0,80
058	0,94	0,88	0,88	0,99	0,92	0,90	0,93	0,95	0,81	0,88	0,82
05810	0,31	0,35	0,75	0,93	0,97	1,34	1,31	1,21	1,25	1,03	1,00
05821	1,63	1,56	-0,10	-0,17	1,08	1,25	0,96	1,43	0,97	1,21	1,11
05822	-0,28	0,00	-0,10	-0,16	-0,29	-0,02	-0,06	0,00	0,00	-0,02	-0,07
05831	0,25	0,33	0,25	1,17	1,58	0,75	1,00	1,12	0,47	0,65	0,55
05832	0,48	0,43	0,35	0,31	0,33	0,35	0,34	0,39	0,23	0,25	0,27
05839	1,17	1,42	1,35	1,23	1,00	0,76	1,15	0,82	0,68	0,61	0,47
05893	-0,27	-1,30	-1,22	-0,87	-0,76	-0,86	-0,91	-0,99	-1,05	-0,58	-0,68
05894	-0,66	-0,67	-0,57	-0,11	-0,12	-0,34	-0,16	-0,50	-0,62	0,04	-0,34
05895	-0,17	0,00	-1,10	-1,31	-1,52	-1,38	-1,33	-0,95	-0,24	-0,18	-0,18
05896	-0,48	-0,58	-0,44	-0,66	-0,90	0,90	0,69	0,88	0,94	1,26	1,08
05897	0,88	0,96	0,95	1,08	0,76	-0,61	-0,72	-0,58	-0,53	-0,41	0,08
059	-0,11	-0,61	-0,67	-0,48	-0,46	-0,64	-0,48	-0,12	-0,08	-0,12	0,01
05910	0,44	0,56	0,57	0,74	0,46	0,38	0,85	0,79	0,56	0,60	0,66
05920	-0,51	-0,41	-0,33	-0,03	-0,11	-0,22	-0,20	-0,61	-0,76	-0,46	-0,13
05930	-0,45	-0,64	-0,24	-0,20	-0,19	-0,79	-0,54	-0,22	-0,46	-0,18	-0,46
05991	-0,71	-0,77	-0,77	-0,30	-0,54	-0,48	-0,60	-0,93	-1,15	-1,13	-1,06
05992	-0,71	-0,79	-1,48	-1,38	-1,26	-1,25	-0,82	-1,04	-1,03	-0,95	-0,86
05993	0,35	-0,02	-0,07	-0,11	-0,03	0,34	0,18	0,23	0,19	0,68	0,38
05994	-0,94	-1,07	-1,03	-0,68	-0,87	-0,69	-0,25	0,09	0,02	0,25	-0,05
05995	0,85	0,77	0,65	1,18	0,99	0,78	1,09	1,03	0,70	0,83	0,98
05996	0,50	0,55	0,61	0,77	0,61	0,66	0,98	0,86	0,89	0,61	1,14
06	0,76	0,61	0,76	0,91	0,94	0,96	0,95	0,82	0,76	0,62	0,53
061	0,72	0,56	0,76	1,05	1,08	0,99	1,02	0,83	0,79	0,61	0,52
06111	-0,25	0,00	-0,21	0,00	0,01	-1,49	0,00	-0,01	-0,01	-0,01	0,00
06112	-0,03	-1,63	-1,79	-0,04	0,00	-0,01	-0,01	0,00	0,00	-0,04	0,00
06121	-0,97	-1,15	-1,24	-1,29	-1,22	0,55	-1,15	-1,05	-0,90	-0,63	0,09
06129	0,87	0,64	1,15	1,83	1,87	1,92	1,93	1,77	1,93	1,91	1,83
06151	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,43	-0,08	-0,17
06159	1,95	1,93	0,54	1,80	1,05	1,94	1,97	1,93	1,91	1,90	1,93
06160	0,94	0,65	-0,01	0,89	1,12	1,42	1,47	1,44	1,79	1,59	1,44
06191	-1,41	-1,61	-1,40	-1,16	-1,13	-0,64	-0,73	-0,93	-0,72	-1,19	-0,99
06192	-0,06	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,01	-0,05	-0,44	-0,26	-0,02
06193	-1,51	-1,73	-1,72	-1,61	-1,37	-0,93	-1,34	-1,39	-1,31	-1,34	-1,04
06194	-0,58	-1,15	-1,42	-0,97	0,00	0,00	-1,33	-1,78	-1,07	-0,46	-0,75
06195	-0,76	-0,37	-0,66	-0,44	-0,22	0,02	-0,04	-0,16	-0,51	-0,25	-0,20
06196	-1,91	-1,92	-1,95	-1,96	-1,96	-1,96	-1,91	-1,75	-1,89	-1,96	-1,96
06199	-0,09	-0,05	-1,46	-0,75	-0,99	-1,33	-1,40	-1,61	-1,57	-1,58	-1,56
062	-0,55	-0,36	-0,45	-0,39	-0,46	-0,19	-0,31	-0,27	-0,45	-0,55	-0,40
06210	-0,06	-0,72	-1,24	-0,94	-0,54	-0,80	0,17	0,14	-0,96	-0,91	-0,17
06221	-1,20	-0,48	-0,65	-0,67	-0,77	-0,32	0,10	-0,20	-1,53	-1,55	-0,22
06229	-0,29	0,09	0,10	0,59	0,29	-0,05	0,11	-0,04	0,00	-0,15	-0,18

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
07	-0,35	-0,21	-0,23	-0,41	-0,50	-0,13	-0,36	-0,54	-0,59	-0,67	-0,67
071	-1,00	-0,98	-0,88	-0,99	-0,97	-0,73	-0,85	-1,01	-0,90	-0,90	-0,86
07111	-1,02	-1,06	-0,30	-0,11	0,03	-0,17	-0,10	-0,73	0,00	0,00	0,02
07112	0,01	0,00	-0,01	0,00	0,00	-0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
07120	-0,83	-1,06	-0,97	-0,87	-0,77	-0,44	-0,61	-0,43	-0,24	-0,12	-0,21
07131	-1,17	-0,94	-0,90	-1,29	-1,28	-1,14	-1,23	-1,49	-1,41	-1,54	-0,92
07132	-1,54	-1,34	0,00	0,00	0,00	-0,11	0,02	-0,06	0,00	-0,19	-0,03
07133	-0,56	-0,59	-0,62	-0,56	-0,43	-0,45	-0,60	-0,33	-0,43	-0,57	-0,64
072	-0,87	0,11	-0,35	-0,82	-0,95	-0,80	-0,89	-1,00	-1,01	-1,08	-0,98
07210	0,00	-0,12	0,00	0,00	-0,01	0,00	0,01	-0,01	-0,03	-0,11	0,00
07220	-1,00	-1,24	-1,31	-1,06	-1,06	-1,07	-1,18	-1,01	-0,61	-1,11	-0,98
07231	-0,53	-0,19	-0,20	-0,66	-0,95	-0,32	-1,00	-1,08	-0,87	-0,97	-0,79
07232	-1,04	0,00	0,00	0,29	0,00	0,00	0,20	-0,24	-1,76	-1,81	-1,80
07240	-0,90	0,87	0,30	-0,87	-0,97	-0,79	-0,74	-0,93	-1,11	-1,05	-1,05
07250	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,02	-0,03	0,00	-1,29	-1,14
073	-0,46	-0,24	-0,16	-0,46	-0,41	0,06	-0,25	-0,29	-0,36	-0,54	-0,62
07310	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,71	-0,59	-0,40	-0,16	0,35	0,45
07320	-1,02	-0,99	-1,02	-0,88	-0,77	-0,80	-0,97	-0,92	-0,93	-1,07	-1,00
07330	-0,64	-0,46	-0,24	-0,79	-0,88	-0,29	-0,73	-0,67	-0,65	-0,80	-0,94
07390	-0,10	0,12	0,06	0,06	0,15	0,44	0,36	0,16	0,02	-0,21	-0,24
074	-0,21	-0,39	-0,22	-0,27	-0,31	-0,25	-0,29	-0,30	-0,31	-0,21	-0,23
07411	0,39	-0,20	-0,37	-0,75	-0,87	-0,75	-0,64	-0,73	-0,66	-0,60	-0,60
07412	-0,35	-0,23	-0,45	-0,44	-0,14	-0,93	-0,15	0,20	0,08	-0,10	0,07
07413	-0,12	-0,16	-0,08	-0,22	-0,22	-0,08	-0,15	-0,19	-0,14	-0,13	-0,16
07414	0,16	-0,58	-0,33	0,11	-0,25	0,01	-0,09	0,02	-0,28	0,07	-0,02
07431	-1,25	-0,34	-0,10	0,00	-0,29	-0,44	-0,05	0,00	0,78	0,57	-0,01
07432	-0,91	-0,64	-0,26	-0,33	-0,13	0,01	-0,38	-0,38	-0,40	-0,26	-0,25
075	0,68	1,17	1,29	1,35	0,90	1,38	1,35	1,25	0,67	0,77	0,90
07511	-0,75	0,37	-0,36	-0,42	-0,04	-0,03	-0,06	-0,08	-1,09	-0,92	-0,09
07512	-0,27	-0,02	0,40	0,02	-0,12	-0,02	0,00	-0,23	-0,73	-0,02	0,18
07513	0,32	1,17	1,11	1,01	0,45	1,23	1,22	1,41	1,06	1,22	1,21
07521	-0,15	-0,13	-0,01	-0,20	-0,10	0,00	-0,24	-0,23	-0,17	-0,11	-0,11
07522	-0,22	0,08	0,65	-0,08	-0,10	-0,01	-0,07	-0,85	-0,22	-0,36	-0,67
07523	-1,21	-0,02	-0,02	-0,24	-0,07	-0,03	0,54	0,02	-0,99	-0,70	-0,39
07524	0,00	-0,09	-0,05	-0,09	-0,03	-0,05	-0,01	0,00	-0,21	-0,09	0,00
07525	-0,06	-0,02	-0,05	-0,02	-0,45	-0,07	-0,03	-0,05	-0,20	-0,04	0,15
07526	0,96	1,14	1,43	1,28	0,92	1,14	1,35	1,28	0,98	1,09	1,15
07527	-0,18	0,00	-0,06	0,00	-0,05	0,00	-0,13	0,00	-0,08	-0,06	0,00
07528	-0,58	-0,19	-0,43	-0,21	-0,08	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,02	0,00
07529	-0,08	-0,66	-0,26	0,76	0,66	0,50	-0,11	-0,32	-0,31	-0,38	-0,55
081	0,01	-0,25	-0,43	0,12	0,13	0,36	0,26	0,25	0,34	0,00	0,11
08111	0,36	0,00	-0,01	-0,01	-0,03	-0,04	0,12	0,35	0,94	1,29	0,64
08112	-1,31	-1,16	-1,68	-0,86	-0,86	0,00	-0,25	-0,87	-0,72	-1,12	-0,69
08113	0,62	1,35	1,49	1,40	0,06	0,06	-0,20	0,38	-0,05	0,00	0,01
08119	-0,01	-0,20	-0,07	0,02	0,16	0,90	0,87	0,68	0,50	0,27	0,19
08123	-1,88	-1,73	-1,69	-1,61	-1,44	-1,43	-1,48	-1,44	-1,63	-1,64	-1,43
08124	0,51	0,00	0,00	0,30	1,91	1,86	1,82	1,90	0,88	-0,16	0,45
08126	-0,52	0,03	0,05	0,14	0,06	0,08	0,65	-0,40	0,00	0,39	0,80
08129	0,00	0,00	0,23	-0,02	-0,02	-0,46	-0,28	-0,20	-0,28	0,38	0,01
08131	-0,70	-0,34	-1,16	-0,01	0,00	-0,02	0,10	0,11	0,06	-0,88	-0,77

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
08132	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
08133	0,00	0,88	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
08134	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
08135	0,19	1,56	-0,21	-0,41	0,01	1,06	0,45	0,09	1,17	0,00	0,20
08136	0,00	-0,08	0,05	0,85	1,72	1,54	1,41	1,55	0,17	-0,06	0,84
08137	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
08138	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
08139	0,00	0,00	0,09	0,07	0,00	0,00	0,01	0,00	0,57	-0,70	-1,55
08141	-0,31	-0,04	0,00	-0,05	-0,08	-0,12	-0,64	-0,47	0,19	0,37	0,30
08142	-1,46	-1,00	-1,09	-1,11	-1,08	-1,04	-1,20	-1,17	-1,27	-1,18	-1,14
08151	-0,16	-0,24	-0,25	0,14	0,06	0,62	0,58	0,66	0,71	-0,12	0,32
08152	1,84	1,95	1,91	1,88	1,89	1,88	1,94	1,93	1,75	1,84	1,96
08153	0,00	0,00	0,00	-0,02	0,47	0,00	0,00	0,73	0,21	-0,54	-0,93
08194	0,00	1,37	1,00	0,67	0,00	0,00	0,00	1,78	1,35	1,36	0,00
08195	-0,73	-0,79	-0,79	-0,94	-0,97	-0,76	-0,62	-0,19	-0,08	-0,13	-0,14
08199	-1,17	-1,10	-1,11	-0,78	-0,57	-0,61	-0,36	-0,37	-0,57	-0,29	-0,43
09	-0,38	-0,54	-0,37	-0,32	-0,38	-0,13	-0,18	-0,36	-0,27	-0,18	-0,17
091	-0,17	-0,51	-0,50	-0,55	-0,54	-0,56	-0,84	-0,83	-0,77	-0,79	-1,13
09101	-0,07	0,31	0,58	0,32	0,36	0,49	0,22	0,50	0,25	0,34	0,07
09109	-0,27	-1,05	-1,19	-1,02	-1,03	-1,10	-1,35	-1,34	-1,22	-1,31	-1,48
098	-0,37	-0,53	-0,36	-0,31	-0,37	-0,11	-0,14	-0,34	-0,25	-0,15	-0,12
09811	-0,88	0,06	0,19	0,00	-0,01	-0,14	-0,02	-0,05	0,00	-0,05	-0,01
09812	0,00	-0,15	-0,27	-1,16	-1,24	-0,75	-0,26	-1,33	-1,22	-0,95	-0,59
09813	0,00	-0,73	-0,93	-0,99	-1,00	-1,11	-0,81	-0,70	-0,56	-0,62	-0,01
09814	0,52	-0,54	-0,76	-0,85	-0,86	-0,77	-0,78	-1,03	-0,89	-0,80	-0,93
09841	-0,22	-0,71	-0,66	-0,55	-0,59	-0,43	-0,59	-0,57	-0,61	-0,47	-0,58
09842	0,05	-0,31	-0,24	-0,23	-0,32	-0,32	-0,25	-0,92	-0,02	0,78	-0,01
09843	-0,40	-0,49	-0,13	-0,10	0,09	0,29	0,09	-0,26	0,01	0,13	0,77
09844	-0,09	-0,22	0,11	0,26	0,51	0,58	0,54	0,51	0,40	0,42	-0,01
09849	-0,05	-0,60	-0,30	-0,44	-0,20	0,00	-0,04	-0,35	-0,21	-0,24	-0,14
09850	-0,58	-0,73	-0,65	-0,62	-0,74	-0,37	-0,37	-0,46	-0,73	-0,66	-0,41
09860	0,09	0,01	0,05	0,21	0,17	0,18	0,14	0,12	0,11	-0,58	-0,35
09891	-0,14	-0,31	-0,25	-0,27	-0,32	-0,20	-0,26	-0,19	-0,22	-0,18	-0,27
09892	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,17	0,00	0,03	-0,11	-0,05
09893	-0,90	-1,07	-1,06	-1,07	-1,20	-0,92	-0,94	-1,29	-1,16	-1,10	-1,06
09894	-0,35	-0,43	-0,79	-0,95	-1,07	-0,87	-1,01	-0,86	-0,96	-0,97	-0,83
09899	-0,41	-0,53	-0,36	-0,38	-0,42	-0,17	-0,26	-0,38	-0,25	0,01	0,04
11	0,02	0,10	-0,06	-0,04	0,03	0,36	0,31	0,29	0,47	0,27	0,30
111	-0,15	-0,10	-0,11	0,03	-0,21	0,25	0,30	0,43	0,58	0,47	0,44
11101	0,59	0,32	0,32	0,41	0,08	0,14	0,00	-0,19	-0,41	-0,38	-0,44
11102	-0,39	-0,21	-0,23	-0,05	-0,26	0,27	0,33	0,50	0,65	0,52	0,50
112	0,06	0,15	-0,05	-0,06	0,10	0,39	0,30	0,24	0,39	0,13	0,15
11211	-0,16	0,00	-0,62	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,01	-0,01	0,00	-0,02
11213	-0,22	-0,26	-0,60	-0,50	-0,57	-0,55	-0,59	-0,53	-0,82	-0,62	-0,61
11215	-0,11	-0,23	-0,17	-0,20	-0,23	-0,06	-0,10	-0,24	-0,24	-0,28	-0,16
11217	0,49	0,28	0,08	-0,01	-0,03	-0,10	-0,05	0,18	0,45	-0,06	-0,16
11220	-0,35	-0,07	0,16	0,10	0,35	1,32	0,85	0,22	0,40	0,94	0,66
11230	-0,11	0,49	0,43	0,59	0,90	1,19	1,06	0,89	0,92	0,68	0,58
11241	-0,22	-0,43	-0,37	-0,62	-0,64	-0,19	-0,22	-0,48	-0,45	-0,66	-0,62
11242	-0,06	-0,11	-0,64	-0,54	-0,57	0,12	0,14	-0,54	-0,36	0,09	0,10

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
11244	-0,22	-0,09	-0,27	-0,10	-0,18	-0,01	-0,10	-0,22	-0,40	-0,11	-0,02
11245	-0,11	-0,16	-0,23	-0,24	-0,32	-0,08	-0,14	-0,05	-0,35	-0,22	-0,04
11249	-0,16	-0,09	-0,20	-0,28	-0,35	-0,64	-0,36	-0,22	-0,33	-0,04	0,07
12	-0,88	-1,18	-0,84	-0,40	-0,31	0,16	0,12	-0,01	0,04	-0,25	0,13
121	-0,16	-0,81	-0,32	0,06	0,06	1,14	0,28	-0,12	-0,05	-0,22	-0,15
12110	0,18	-0,63	-0,65	-1,23	0,02	-0,23	0,93	0,66	0,18	-0,16	-0,75
12120	-0,30	-0,98	-0,31	0,16	0,04	1,26	0,18	-0,16	-0,07	-0,23	-0,12
12130	0,10	-0,26	0,09	-0,75	-0,45	-0,32	-0,41	-0,20	-0,70	-0,70	-0,41
122	-1,32	-1,40	-1,39	-1,05	-0,87	-0,52	-0,75	-0,23	-0,43	-0,53	0,35
12210	0,57	-0,17	-0,19	-0,16	0,97	1,12	-0,31	-0,10	-0,25	-0,51	-0,59
12220	-1,53	-1,40	-1,43	-1,10	-1,14	-0,75	-0,85	-0,26	-0,41	-0,46	0,46
12231	-1,42	0,00	0,31	-0,02	0,02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
12232	-1,69	-1,52	-0,24	-0,19	-0,47	0,02	-0,18	-0,16	-0,10	-0,63	-0,37
12239	-0,29	-1,55	-1,73	-0,99	-0,39	0,17	0,45	0,21	-0,08	-0,22	-0,21

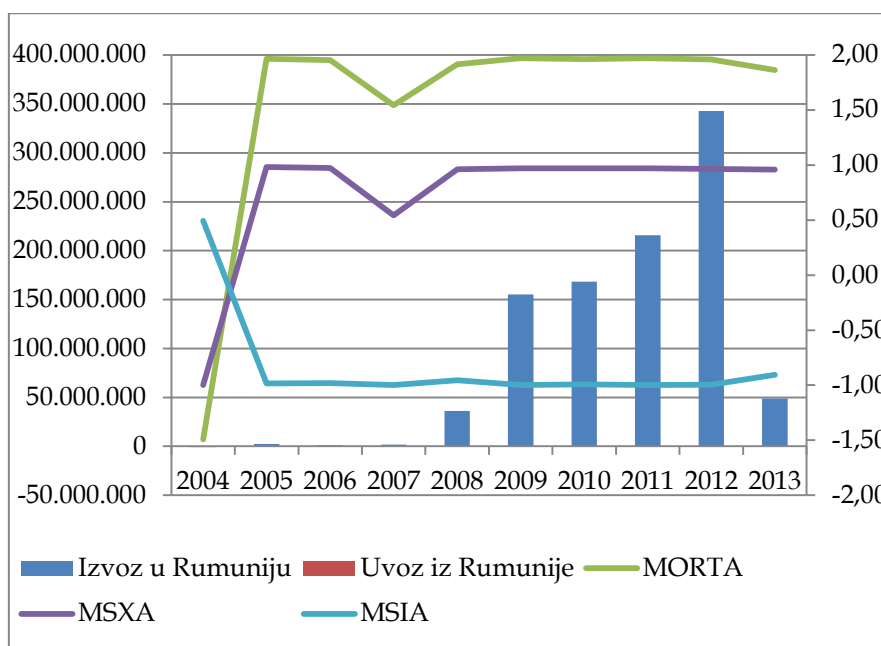
Izvor: Kalkulacija autora na bazi podataka RZS i Eurostat

PRILOG II - Relativna komparativna prednost Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 04490

Značajno povećanje vrednosti trgovinske razmene Srbije sa EU nastaje ulaskom Rumunije u EU 2007. i korišćenjem preferencijalnog statusa Srbije u trgovini sa. Već u prvim godinama članstva u EU, Rumunija postaje najznačajniji trgovinski partner Srbije u trgovini kukuruzom među članicama EU uspešno koristeći blizinu tržišta i rečni transport kao značajne faktore konkurentnosti. U posmatranom periodu, vrednost trgovine dostiže 1,2 milijarde EUR od čega je 99,9% rezultat izvoza uz udeo od 74,4% ukupne trgovine kukuruzom sa EU. Na tržištu Rumunije, Srbija beleži najveću relativnu trgovinsku komparativnu prednost u odnosu na tržišta svih pojedinačnih država EU. Visoka vrednost *MORTA* indeksa rezultat je niske vrednosti *MSIA* indeksa kao rezultat zanemarljivog uvoza kukuruza iz Rumunije (osim u prvoj posmatranoj godini) i visoke vrednosti *MSXA* indeksa tokom čitavog perioda uz izuzetak u 2004. i 2007. (*Grafikon 43.*). Iako je izvoz Srbije na tržište Rumunije drastično opao u 2013., relativna komparativna prednost u izvozu na tržištu Rumunije nije opala imajući u vidu da je u istoj godini došlo do značajnog pada ukupnog uvoza kukuruza na tržište Rumunije. Ukupno posmatrano, vrednost razmene kukuruza sa Rumunijom beleži eksponencijalni rast koji u celokupnom posmatranom periodu raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 84,9% i jaku varijabilnost od 103,6%, a najveća zabeležena vrednost izvoza ostvarena je u 2012. od 343 miliona EUR⁴⁴.

⁴⁴ Ne samo da je Rumunija najznačajniji partner Srbije u trgovini kukuruzom, već je i Srbija najznačajniji partner Rumunije kako van EU tako i u odnosu na države članice EU. Naime, Srbija učestvuje u ukupnom uvozu kukuruza u Rumuniju sa 54,2%, dok je u uvozu van EU pozicija Srbije dominantna sa udelom od 88,4%. Pored Srbije, najznačajniji partner EU je Mađarska koja je ostvarila vrednost izvoza od 480 miliona EUR uz učešće u uvozu kukuruza u Rumuniju od 26,7% (68,9% udeo u internom uvozu) uz vrlo dinamičan izvoz kukuruza od 33,3% i jaku varijabilnost od 88,8% kao rezultat visoke vrednosti izvoza sredinom posmatranog

Grafikon 43. Obim trgovine SMTK 04490 Srbije i Rumunije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

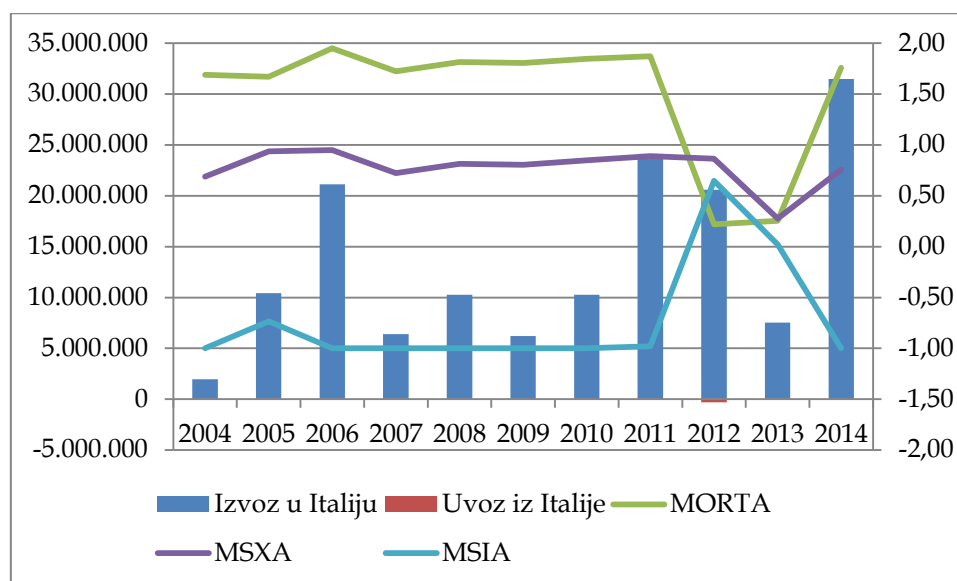
Pored Rumunije, u trgovini kukuruzom među državama članicama EU jedino se Italija izdvaja koja učestvuje sa 9,3% u izvozu Srbije. Pozicija Srbije na tržištu Italije je skromna sa ostvarenom vrednošću izvoza od 150,7 miliona EUR što čini 2,3% ukupnog uvoza Italije. Iako je udeo Srbije na tržištu Italije skroman, Srbija beleži relativno visoke vrednosti *MORTA* indeksa koji u što ukazuje na značajnu relativnu komparativnu trgovinsku prednost u

perioda. Bugarska, kao treći najznačajniji partner Rumunije u uvozu kukuruza, beleži vrednosti od 180,3 miliona EUR i udeo od 10% u ukupnom uvozu (25,9% udeo u internom uvozu). Izvoz Bugarske u Rumuniju prisutan je od 2007.godine i ostvaruje izuzetno visok rast po prosečnoj godišnjoj stopi od 72,8% uz jak varijabilitet od 78,5%. Pored najznačajnijih uvoznih partnera Rumunije, ne uočavaju se drugi konkurenti koji mogu ugroziti poziciju Srbije na tržištu Rumunije. Čak i Ukrajina, kao značajan izvoznik kukuruza, nije konstantno niti značajno prisutna na tržištu Rumunije sa učešćem od svega 2,1% u ukupnom uvozu kukuruza Rumunije. Rast izvoza svih značajnijih partnera Rumunije, praćen je rastom potrebe za uvozom kukuruza u Rumuniju koji u posmatranom periodu raste po prosečnoj stopi od 28,4% i jakom varijabilnošću od 84,9%.

međusobnim odnosima, pre svega zbog pozicije Srbije kao značajnog izvoznika kukuruzom, pre nego što je to posledica značajnog prisustva na tržištu Italije. Vrednost *MORTA* indeksa u trgovini sa Italijom je visoka sve do 2012. kada dolazi do drastičnog pada vrednosti indeksa na 0,22. Period do 2012. karakteriše nepostojanje uvoza, odnosno zanemarljiv uvoz kukuruza iz Italije, dok se sa druge strane uočava relativna komparativna prednost u izvozu Srbije sa visokim vrednostima *MSXA* indeksa (*Grafikon 44.*). Iako je Srbija zadržala visoku vrednost *MSXA* indeksa u 2012., u istoj godini dolazi i do relativno visokog stepena penetracije na tržište Srbije pri čemu *MSIA* indeks dostiže vrednost od 0,65. Naredna, 2013. usled smanjenja vrednosti izvoza na tržište Italije doprinosi gubitku relativne komparativne trgovinske prednosti sa vrednošću *MSXA* indeksa od 0,27 što ukazuje da je smanjenje izvoza doprinelo i lošijoj relativnoj poziciji u odnosu na druge konkurente⁴⁵.

⁴⁵ Najznačajniji trgovinski partner Italije u uvozu kukuruza je Mađarska koja je ujedno i najveći izvoznik unutar EU sa ostvarenom vrednošću uvoza od 1,4 milijarde EUR i udelom od 26,2%. Nakon gotovo zanemarljivog izvoza Mađarske u prve dve posmatrane godine, izvoz na tržište Italije beleži konstantan rast uz prosečnu godišnju stopu od 11% i relativno slabu varijabilnost od 45,2%. Francuska je izvezla kukuruza na tržište Italije u vrednosti od 761,3 miliona EUR ostvarujući udeo od 14,3%. Značajnije oscilacije tokom posmatranog perioda doprinose veoma blagom rastu izvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 2,2% uz konstataciju da je najveća vrednost izvoza ostvarena u 2013.godini i iznosila je 101 miliona EUR. Pored navedenih najznačajnijih partnera Italije, značajan izvoz ostvaruju i Ukrajina sa udelom od 13,6%, Austrija sa udelom od 12,3%, Nemačka sa udelom od 4,4% i drugi. Sve navedene države beleže trend rasta vrednosti izvoza, ali je najznačajnije spomenuti Ukrajinu koja je najznačajniji trgovinski partner Italije van EU i čiji izvoz je zabeležio izuzetno veliki skok sa 2,9 miliona EUR u 2010.godini na čak 258 miliona EUR u 2013.godini te je za očekivati značajno veće prisustvo Ukrajine na tržištu Italije u narednom periodu. Ukoliko posmatramo uvoz van država EU, Srbija čini tek 8,4% tog uvoza. Relativno jaka varijabilnost od 62,5% ukazuje na postojanje značajnijih oscilacija u izvozu Srbije, ali se istovremeno beleži i rast vrednosti izvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 5,1%.

Grafikon 44. Obim trgovine SMTK 04490 Srbije i Italije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

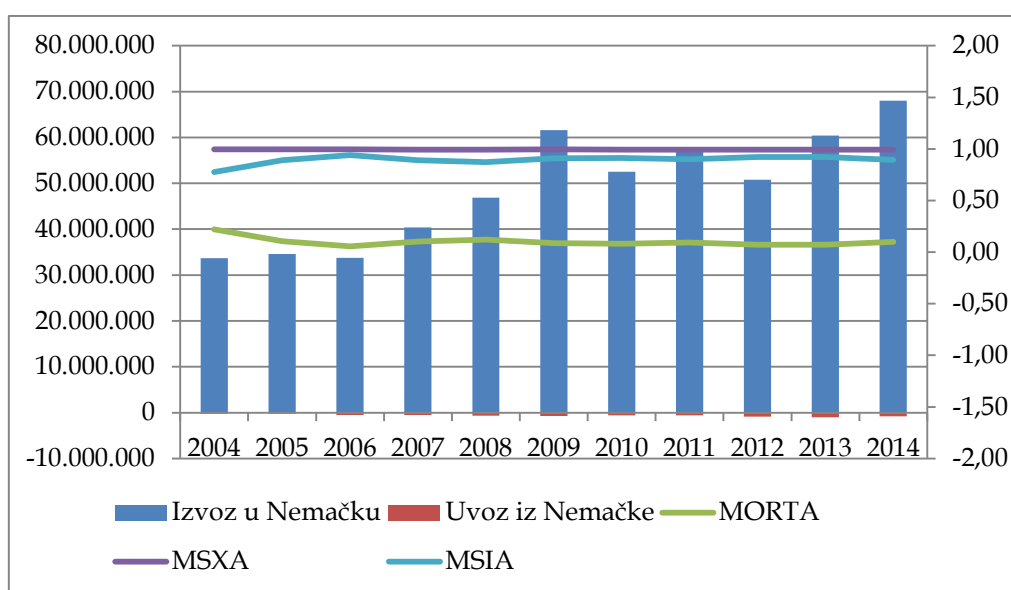
PRILOG III - Relativna komparativna prednost Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 05832

Najznačajniji trgovinski partner Srbije na tržištu EU je Nemačka sa kojom je u posmatranom periodu ostvaren obim trgovine od 546,4 miliona EUR izraženo u stalnim cenama što čini 33,9% ukupne trgovine smrznutim malinama i ostalim bobičastim voćem sa EU od čega je 98,7% rezultat izvoza Srbije. U međusobnoj trgovini tokom posmatranog perioda, uočava se trend pada vrednosti *MORTA* indeksa, uz konstantno visoku uočenu relativnu komparativnu prednost u izvozu sa gotovo maksimalnim graničnim vrednostima *MSXA* indeksa što ukazuje na značajnu relativnu poziciju Srbije u izvozu na tržištu Nemačke (*Grafikon 45.*). Trend vrednosti izvoza na tržište Nemačke u posmatranom periodu je iznad prosečan (u odnosu na prosek EU) uz godišnju prosečnu stopu rasta od 7,3% i relativno slabu varijabilnost od 23,7% koja ukazuje na stabilnost u trgovini sa Nemačkom. Najveća vrednost izvoza u Nemačku zabeležena je u 2014. i iznosila je 68 miliona EUR. Na tržištu Nemačke, Srbija je najznačajniji trgovinski partner imajući u vidu da uvoz smrznutih malina i ostalog bobičastog voća iz Srbije čini 32,3% ukupnog uvoza. I u slučaju uvoza iz država van EU, Srbija predstavlja najznačajnijeg partnera Nemačke imajući u vidu da Srbija čini 73,3% ukupnog uvoza u Nemačku van EU. Sa druge strane, uvoz smrznutih malina i ostalog bobičastog voća u Nemačku koji raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 4,6% uz relativno slabu varijabilnost od 18,3%, doprinosi rastu izvoza svih najznačajnijih partnera Nemačke⁴⁶. Pad vrednosti *MORTA* indeksa u trgovini smrznutim malinama i

⁴⁶ Najveći konkurent Srbije na tržištu Nemačke je Poljska koja je u posmatranom periodu izvezla 425,3 miliona EUR smrznutih malina i ostalog bobičastog voća što čini 25,5% ukupnog uvoza u Nemačku. Poljska, kao najveći izvoznik unutar EU pokriva 57,8% tržišta Nemačke u internoj trgovini EU. Izvoz Poljske na tržište Nemačke raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 8% i relativno slabu varijabilnost 29%. Značajno manje učešće na tržištu Nemačke imaju Čile koji čini 6,2% ukupnog uvoza (14% uvoza van EU), zatim Holandija sa 5,8% (13,3% uvoza unutar EU),

ostalim bobičastim voćem između Srbije i Nemačke, posledica je promena relativnog stepena penetracije na tržište Srbije. Vrednost *MSIA* indeksa beleži tendenciju rasta tokom perioda kao rezultat trenda rasta vrednosti uvoza Srbije iz Nemačke. Najveće zabeležene vrednosti uvoza iz Nemačke zabeležene su u poslednje dve posmatrane godine što je doprinelo i povećanju *MSIA* indeksa na nivou od 0,92.

Grafikon 45. Obim trgovine SMTK 05832 Srbije i Nemačke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

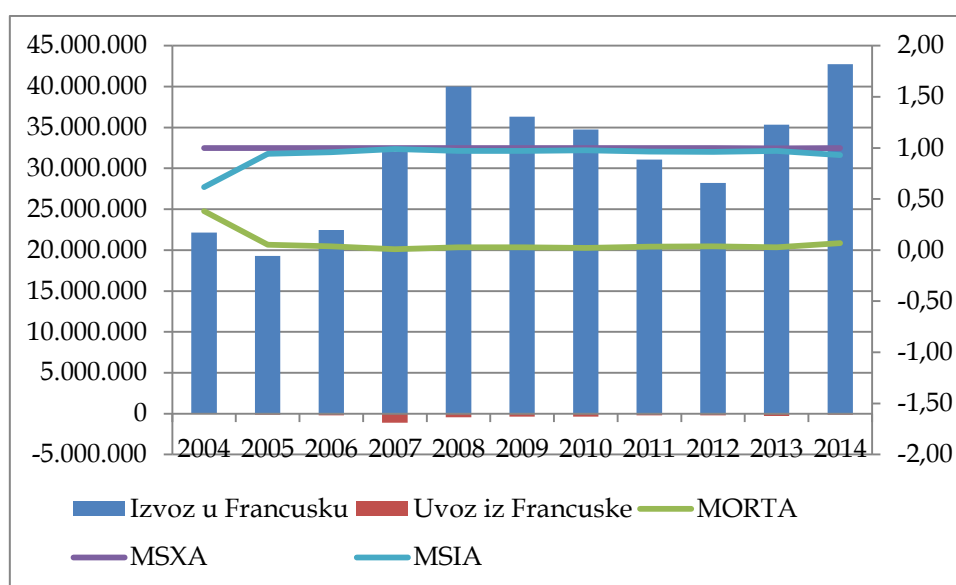
Austrija sa 5,7% (12,9% uvoza unutar EU) i Belgija sa 5,6% (12,8% uvoza unutar EU). Dok je trgovina smrznutim malinama i ostalim bobičastim voćem između Srbije i Nemačke tokom posmatranog perioda stabilna, trgovinski odnosi Nemačke sa Čileom, kao najznačajnijim konkurentom Srbije van EU, beleže pad obima trgovine. Naime, izvoz smrznutih malina i ostalog bobičastog voća Čilea u Nemačku opada po prosečnoj godišnjoj stopi od 10,4% uz umerenu varijabilnost od 51,8% s tim da je vrednost izvoza najniža u 2013.godini i iznosi 3,1 milion EUR. Poređenja radi, najveću vrednost izvoza u Nemačku, Čile je zabeležio 2008.godine sa ostvarenom vrednošću od 20,3 miliona EUR. Pad vrednosti izvoza iz Čilea u Nemačku, svakako doprinosi jačanju pozicije Srbije na tržištu Nemačke.

Drugi najznačajniji trgovinski partner Srbije u EU u trgovini smrznutim malinama i ostalim bobičastim voćem je Francuska koja je ujedno i drugi najveći uvoznik u EU. U posmatranom periodu, ostvarena je vrednost obima trgovine od 347,9 miliona EUR što čini 21,6% ukupne trgovine smrznutim malinama i ostalim bobičastim voćem sa EU od čega je 99% rezultat izvoza Srbije na tržište Francuske. Vrednost *MORTA* indeksa tokom posmatranog perioda je pozitivna što ukazuje da Srbija ostvaruje relativnu komparativnu trgovinsku prednost, ali su vrednosti indeksa veoma niske (*Grafikon 46.*). Najviša vrednost *MORTA* indeksa zabeležena je u 2004. i iznosila je 0,38, da bi u narednim godinama beležila niske vrednosti manje od 0,07. Iako je vrednost *MORTA* indeksa niska, vrednosti *MSXA* indeksa su na gotovo maksimalnom graničnom nivou u svim posmatranim godinama što ukazuje na visoku relativnu komparativnu prednost u izvozu Srbije na tržište Francuske. Naime, rast vrednosti izvoza ostvaruje se po prosečnoj godišnjoj stopi od 5,8% uz relativno slab varijabilitet od 23,1%. Najveće vrednosti izvoza zabeležena su u 2008. i 2014. kada je ostvarena vrednost izvoza od 40 miliona EUR, odnosno 42,7 miliona EUR. U periodu između, uočene se niže vrednosti izvoza. Srbija je najznačajniji partner Francuske u uvozu smrznutih malina i ostalog bobičastog voća sa ostvarenim udelom u ukupnom uvozu od 32,3% (73,3% udeo u uvozu van EU)⁴⁷. Tržište Francuske, stabilno raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 4,3% i relativno slabu varijabilnost od 18,6%. Niska vrednost *MORTA* indeksa rezultat je relativno visokog stepena penetracije Francuske na tržištu Srbije što pokazuju izuzetno

⁴⁷ Najveći konkurent Srbije na tržištu Francuske je Čile koji beleži udeo u ukupnom uvozu od 13,6% (26,1% udeo u uvozu van EU). Slično kao i u slučaju izvoza u Nemačku, izvoz Čilea u Francusku beleži pad vrednosti trgovine po prosečnoj godišnjoj stopi od 0,4% uz relativno slab varijabilitet od 17,8%. Ostali značajni partneri Francuske, odnosno konkurenti Srbije, članice su EU. Najznačajniji konkurent je Belgija sa udelom u ukupnom uvozu od 13,6%, zatim Holandija sa udelom od 7,7%, koje su prevashodno trgovici, dok Poljska kao najznačajniji proizvođač zauzima tek 6,9% uvoza Francuske. Sve navedene države beleže trend rasta vrednosti izvoza, od kojih se posebno ističe Belgija sa prosečnom godišnjom stopom rasta od 9,2%, ali i Poljska sa prosečnom godišnjom stopom rasta od 9,6%.

visoke vrednosti *MSIA* indeksa. Najveća zabeležena vrednost *MSIA* indeksa je u 2007. i iznosi 0,99 kao rezultat dominantnog učešća u izvozu na tržište Srbije. Interesantno je uočiti da se u drugoj polovini posmatranog perioda uočava trend pada vrednosti uvoza, ali da je *MSIA* indeks i dalje na visokom nivou kao rezultat relativne komparativne prednosti u izvozu Francuske na tržište Srbije u odnosu na druge izvoznike.

Grafikon 46. Obim trgovine SMTK 05832 Srbije i Francuske izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti (2004-2014)



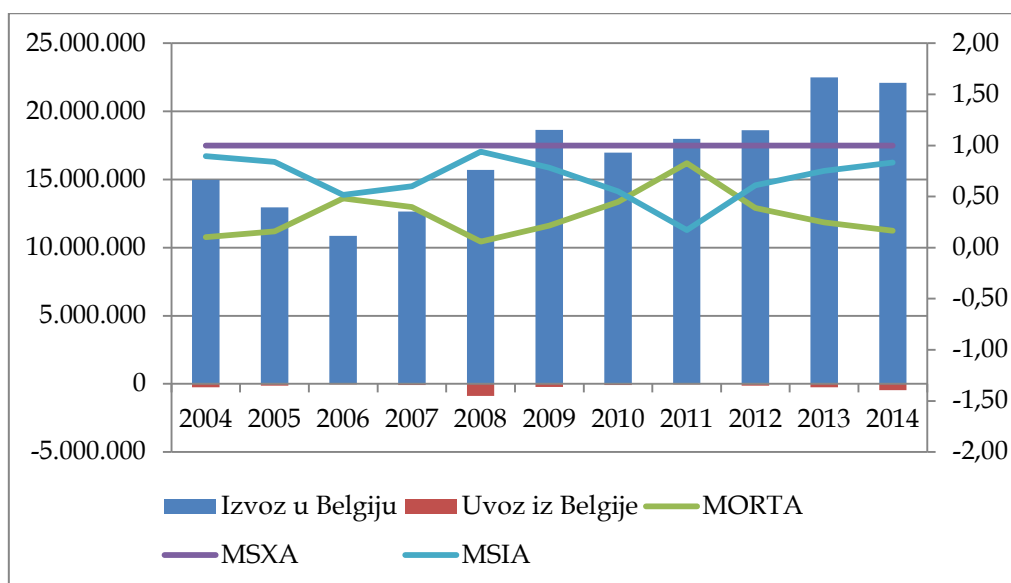
Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Treći po značaju trgovinski partner Srbije je Belgija sa ostvarenim obimom trgovine od 186,5 miliona EUR u posmatranom periodu što čini 11,6% trgovine smrznutim malinama i ostalim bobičastim voćem sa EU uz dominaciju izvoza koji čini 98,7% međusobne trgovine. U slučaju Belgije, uočava se relativna komparativna trgovinska prednost u posmatranom periodu uz prisustvo značajnih oscilacija vrednosti *MORTA* indeksa od najniže zabeležene vrednosti od 0,06 u 2008., do vrednosti od 0,83 u 2011. (*Grafikon 47.*). I u slučaju Belgije, Srbija beleži gotovo maksimalne granične vrednosti *MSXA* indeksa prikazujući visoku relativnu komparativnu prednost u izvozu Srbije.

Vrednosno posmatrano, izvoz Srbije na tržište Belgije tokom perioda raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 6,1% i relativno slab varijabilitet od 21,4%. Druga polovina posmatranog perioda beleži veoma stabilan izvoz da bi u 2013. bila zabeležena najveća vrednost izvoza od 22,5 miliona EUR. I u slučaju Belgije, Srbija predstavlja najznačajnijeg partnera sa udelom od 30,6% u ukupnom uvozu smrznutih malina i ostalog bobičastog voća (71,7% iznosi udeo u uvozu van EU)⁴⁸. Potrebe tržišta Belgije za smrznutim malinama i ostalim bobičastim voćem, raste stabilno po prosečnoj godišnjoj stopi rasta od 7,5% i relativno slabu varijabilnost od 26,7%. Oscilacije *MORTA* indeksa prevashodno su determinisane oscilacijama u relativnom stepenu penetracije u uvozu na tržište Srbije. Najveća vrednost izvoza Belgije na tržište Srbije zabeležena je u 2008. kada je i vrednost *MSIA* indeksa bila najveća (0,94), nakon čega dolazi do pada vrednosti izvoza koji dostiže najnižu vrednost u 2011.

⁴⁸ Najveći konkurent Srbije na tržištu Belgije je Poljska koja, sa ostvarenom vrednošću izvoza od 145 miliona EUR, učestvuje sa 24,1% ukupnog uvoza (42% udeo u internoj trgovini sa EU). Posle najveće ostvarene vrednosti izvoza u 2008.godine od 22 miliona EUR, uočava se trend pada vrednosti izvoza. Izvoz Poljske na tržištu Belgije razvija se dinamično po prosečnoj godišnjoj stopi rasta od 8,8% i umeren varijabilitet 36%. Pored Poljske, najznačajniji konkurent je Čile koji je u posmatranom periodu izveo 46,9 miliona EUR što čini 7,8% ukupnog uvoza u Belgiju i pored Srbije je najznačajniji partner van EU. Saradnja Čilea i Belgije razvija se uz prosečnu godišnju stopu rasta od 6,5% i umerenu varijabilnost od 29,6%. Pored navedenih, značajniji izvoznici na tržište Belgije su Holandija, Nemačka, Francuska i drugi.

Grafikon 47. Obim trgovine SMTK 05832 Srbije i Belgije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

PRILOG IV - Relativna komparativna prednost Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 06129

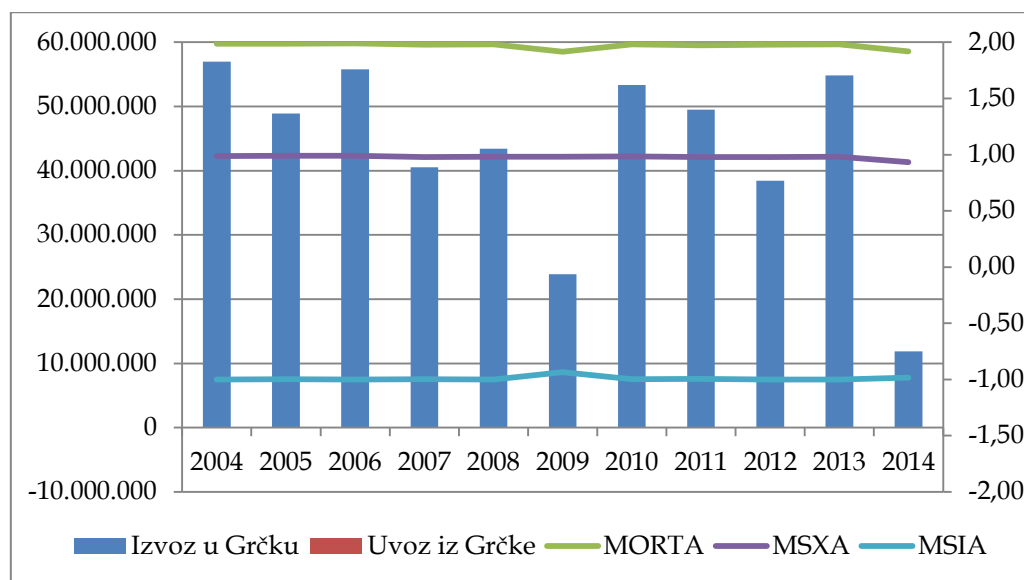
Najznačajniji trgovinski partner Srbije je Grčka sa ostvarenom vrednošću trgovine od 477,5 miliona EUR i udelom od 33,6% u ukupnoj trgovini šećerom sa EU. U razmeni sa Grčkom, Srbija beleži relativnu komparativnu trgovinsku prednost u svim posmatranim godinama izraženo veoma visokim vrednostima MORTA indeksa. Najniža vrednost MORTA indeksa zabeležena je u 2009. kao rezultat najnižeg ostvarenog obima trgovine, ali se drastičan pad trgovine nije značajnije odrazio na vrednost MORTA indeksa što ukazuje da je došlo do pada trgovine i ostalih konkurenata na tržištu Grčke (*Grafikon 48.*). Trgovina šećerom sa Grčkom je gotovo u potpunosti rezultat izvoza Srbije⁴⁹, gde su vrednosti MSXA indeksa u čitavom posmatranom periodu izuzetno visoke uz slab pad vrednosti indeksa, koji je najniži u 2014. kao posledica najniže vrednosti izvoza. Ukupno posmatrano, tokom perioda dolazi do pada vrednosti izvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 4,7% uz slabu varijabilnost od 31,4%. Na tržištu Grčke, Srbija je najznačajniji trgovinski partner imajući u vidu da izvoz šećera iz Srbije čini 27,9% ukupnog uvoza u Grčku (63,3% iznosi udeo uvoza van EU). Iako Grčka uvozi šećer i iz drugih država van EU, kao što su Mauricijus sa udelom od 5,3%, Brazil sa udelom od 2,2% i drugi, najveći konkurenti Srbije su države članice EU⁵⁰. Sa druge strane, gotovo potpuno odsustvo uvoza šećera u

⁴⁹ U posmatranom periodu, iz Grčke je uvezeno svega 19 hiljada EUR vrednosti šećera

⁵⁰ Najveći konkurent Srbije na tržištu Grčke je Belgija koja je u posmatranom periodu izvezla šećera u vrednosti od 270 miliona EUR što čini 16,7% ukupnog uvoza šećera u Grčku. Izvoz Belgije na tržište Grčke, čini 31,3% ukupnog snabdevanja Grčke sa internog tržišta EU. Izvoz Belgije na tržište Grčke opada po prosečnoj godišnjoj stopi od 1% uz jak varijabilitet od 77,3%, koji, nakon rekordno visoke vrednosti izvoza u 2007. godini od 60 miliona EUR, opada do sve do 7,7 miliona EUR u 2014. godini. Velika Britanija, kao jedan od najvećih izvoznika u EU, treći je najznačajniji izvoznik na tržištu Grčke sa udelom u ukupnom uvozu od 10,4% (19,2% udeo u internom uvozu). Izvoz Velike Britanije, međutim, u posmatranom periodu beleži konstantan pad vrednosti izvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 35,6% i jaku varijabilnost od 88,7%. Pored

Srbiju iz Grčke manifestuje se kroz niske vrednosti *MSIA* indeksa koji je u svim posmatranim godinama na graničnom nivou od -1, osim u 2009.

Grafikon 48. Obim trgovine SMTK 06129 Srbije i Grčke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Italija, kao najznačajniji uvoznik šećera u EU, kako u internoj, tako i u eksternoj trgovini⁵¹, drugi je po značaju trgovinski partner Srbije u prometu šećerom. Ostvarena vrednost trgovine šećerom u posmatranom periodu iznosi 371 milion EUR čineći 26,1% ukupne trgovine Srbije sa EU, od čega je 99,7% rezultat izvoza šećera Srbije u Italiju. I u slučaju Italije, uočava se relativna

navedenih, najznačajniji partneri Grčke u uvozu su i Francuska sa udelom od 9,9%, Hrvatska sa udelom od 5,1% i drugi. Ukupan uvoz u Grčku, posebno u poslednje tri posmatrane godine, beleži pad vrednosti uvoza. Ukupno posmatrano, uvoz šećera u Grčku raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 0,04% i relativno slabu varijabilnost od 18%. Međutim, uvoz iz trećih država kao što su Mauricijus i Svazilend koji se pojavljuju na tržištu Grčke tek u drugoj polovini posmatranog perioda, ali za kratko vreme uspevaju da nađu svoju poziciju na tržištu. U oba slučaja, uočavaju se i oscilacije u izvozu, ali svakako predstavljaju države koje se u budućnosti mogu bolje pozicionirati na tržištu Grčke.

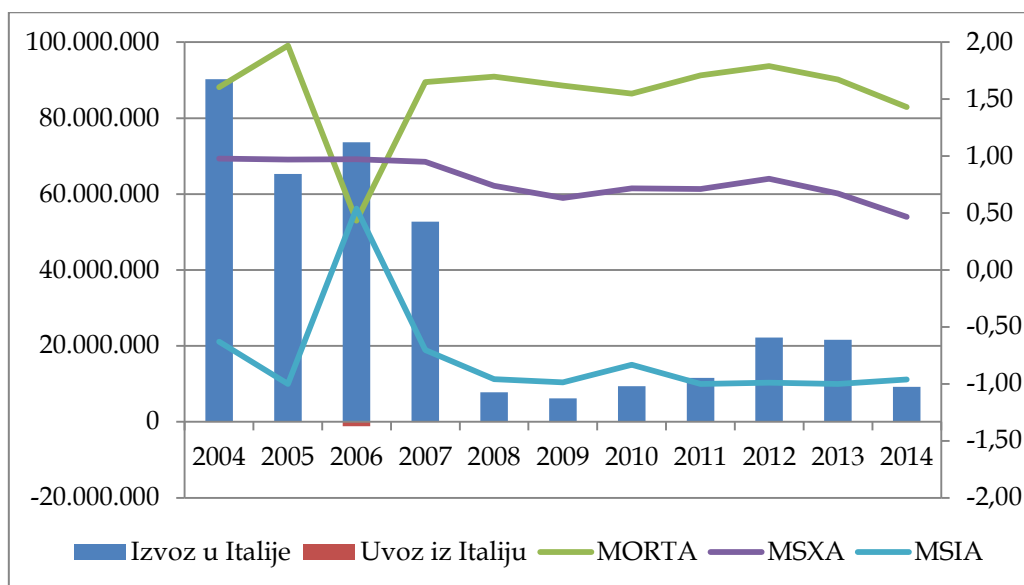
⁵¹ Vrednost uvoza šećera u Italiju u posmatranom periodu iznosi 1,3 milijarde EUR u eksternoj trgovini i 6,6 milijardi EUR u internoj trgovini

komparativna trgovinska prednost sa relativno visokim vrednostima *MORTA* indeksa koja u proseku raste tokom posmatranog perioda uz primetne oscilacije, prevashodno kao rezultat promena vrednosti *MSXA* indeksa (*Grafikon 49.*). Relativna komparativna prednost Srbije u izvozu na tržište Italije, uočena je u celokupnom periodu, uz prisutnu tendenciju pada vrednosti *MSXA* indeksa tokom vremena sa gotovo maksimalne granične vrednosti od 0,98 u 2004., na svega 0,47 u 2014. Pad vrednosti *MSXA* indeksa, posledica je pada vrednosti izvoza Srbije imajući u vidu da je u prve četiri posmatrane godine realizovano 76,2% ukupnog izvoza. Sredina posmatranog perioda beleži najniže vrednosti izvoza, ali istovremeno vrednost uvoza Italije je takođe na najnižem nivou kada je u pitanju uvoz van granica EU, dok je trend rasta internog uvoza permanentno prisutan tokom čitavog perioda. U drugoj polovini posmatranog perioda, uočava se blagi rast vrednosti izvoza Srbije. Sveukupno, izvoz Srbije tokom perioda pada po izuzetno visokoj prosečnoj godišnjoj stopi od 22% uz jaku varijabilnost od 87,6%. I pored pada vrednosti trgovine u drugoj polovini posmatranog perioda, Srbija čini 5% ukupnog uvoza šećera u Italiju (28,4% udeo uvoza van EU) koja se, pak, sve više okreće zadovoljavanju svojih potreba kroz internu trgovinu imajući u vidu da interni uvoz čini 83,5% ukupnog uvoza⁵². Međutim, potreba za uvozom šećera i van granica EU prisutna je i

⁵² U slučaju Italije, Srbija ne spada u red posebno značajnih partnera. Najznačajniji partner Italije je Nemačka koja je u posmatranom periodu ostvarila vrednost izvoza od 2,5 milijardi EUR što čini 33,8% ukupnog uvoza u Italiju (41,1% iznosi udeo u internom uvozu). Trgovinski odnosi Italije i Nemačke odvijaju se dinamično uz prosečnu godišnju stopu rasta od 7,2% i umerenu varijabilnost od 28,8%. Francuska, kao najznačajniji izvoznik šećera u EU, ostvarila je 2,4 milijarde EUR izvoza šećera na tržište Italije što čini 32,6% ukupnog uvoza Italije (39,6% iznosi udeo u internom uvozu). I u slučaju Francuske, radi se o stabilnom rastu trgovinskih odnosa po prosečnoj godišnjoj stopi rasta od 4,2% i relativno slabu varijabilnost od 22,5%. Pored navedenih trgovinskih partnera Italije, značajni su i Velika Britanija (7,9%), Mauricijus (6,4%), Hrvatska (4,2%) i drugi. Značajno je istaći da je uvoz u Italiju iz Mauricijusa u značajnijoj meri započeo 2010.godine od kada beleži eksponencijalni rast dostigavši vrednost od 54,8 miliona u 2010.godini, na 136,8 miliona EUR u 2013.godini i predstavlja najznačajnijeg konkurenta Srbije

dalje u cilju zadovoljavanja sopstvenih potreba. Relativno visoke vrednosti MORTA indeksa u značajnoj meri su determinisane vrednostima MSIA indeksa koja, praktično, jedino u 2006. beleži visok stepen penetracije na tržištu Srbije, dok je u svim ostalim godinama vrednost relativnog stepena penetracije niska uz gotovo potpuno odsustvo uvoza u drugoj polovini posmatranog perioda.

Grafikon 49. Obim trgovine SMTK 06129 Srbije i Italije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

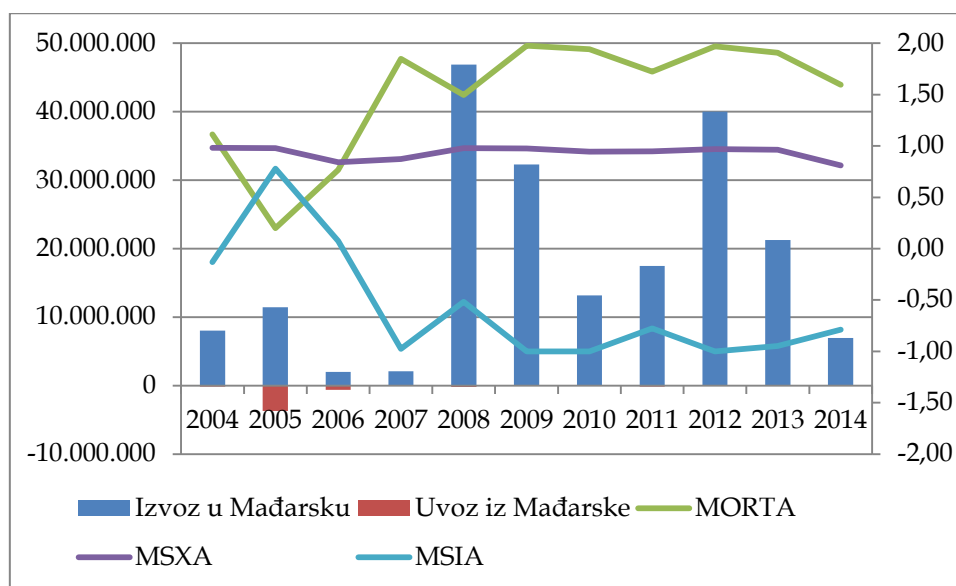
Treći najznačajniji partner Srbije u EU u trgovini šećerom je Mađarska sa kojom je u posmatranom periodu ostvarena vrednost trgovine od 206,5 miliona EUR izraženo u stalnim cenama što čini 14,5% ukupne trgovine šećerom sa EU, od čega je 97,5% trgovine rezultat izvoza Srbije. I u trgovini sa Mađarskom, uočava se relativna komparativna trgovinska prednost Srbije, s tim da vrednosti MORTA indeksa beleže oscilacije od najniže zabeležene vrednosti od 0,2 u 2005., dok je u drugoj polovini posmatranog perioda vrednost MORTA

na EU tržištu van granica EU. Pored Mauricijusa, i Alžir unapređuje svoj izvoz od 2010.godine od kada se ostvaruje eksponencijalni rast, te u 2013.godini dostiže 42 miliona EUR izvoza na tržište Italije. U oba slučaja, evidentan je pad vrednosti uvoza u 2014.godini.

indeksa značajno više, te u pojedinim godinama beleži gotovo maksimalne granične vrednosti (*Grafikon 50.*). Vrednosti *MSXA* indeksa tokom perioda su relativno stabilne sa najnižim vrednostima u 2006., 2007., ali i 2014. dok je u svim ostalim godinama vrednost indeksa veća od 0,94 što ukazuje na značajnu relativnu komparativnu prednost u izvozu Srbije na tržištu Mađarske. Izvoz šećera u Mađarsku u posmatranom periodu je dinamičan i realizuje se po prosečnoj godišnjoj stopi rasta od 13,3% i jaku varijabilnost od 79,4%. Rast izvoza svih najznačajnijih partnera, rezultat je rasta tržišta Mađarske čiji potrebe za uvozom rastu po prosečnoj godišnjoj stopi od 12,3% i relativno slabu varijabilnost od 42,6%⁵³. Na strani uvoza u Srbiju iz Mađarske, pozitivne vrednosti *MSIA* indeksa uočene su u 2005. i 2006. čime ukazuju na relativno visok stepen penetracije na tržište Srbije kao rezultat značajnijeg uvoza, posebno u 2005. U narednim godinama, gotovo najniže maksimalne vrednosti *MSIA* indeksa ukazuju na veoma slab stepen penetracije uz gotovo potpuno odsustvo uvoza u 2009., 2010. i 2012.

⁵³ Najznačajniji trgovinski partner Mađarske je Hrvatska koja je u posmatranom periodu izvezla šećer u vrednosti 407,5 miliona EUR što čini 35,3% ukupnog uvoza u Mađarsku. Hrvatska je ujedno i najznačajniji partner među državama članicama EU imajući u vidu da učestvuje u internom uvozu sa 44%. Izvoz Hrvatske na tržište Mađarske je praćeno značajnijim oscilacijama što ukazuje i relativno jaka varijabilnost od 57,7%, koja je praćena rastom izvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 35,4%. Srbija je drugi najznačajniji partner Mađarske sa ostvarenom vrednošću izvoza od 201,6 miliona EUR i udelom u ukupnom uvozu od 17,5%. Posmatrajući uvoz van EU, Srbija je dominantan partner Mađarske sa udelom od 88,7%. Kao i u slučaju Hrvatske, izvoz Srbije praćen je značajnijim oscilacijama sa jakom varijabilnošću od 87,6%, rast vrednosti izvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 13,3% uz značajan zabeležen pad vrednosti izvoza u 2014.godini. Austrija i Slovačka su značajni izvoznici šećera na tržište Mađarske sa gotovo sličnim udelom u ukupnom uvozu od 13,9% i 12,9% respektivno. U oba slučaja, beleži se rast vrednosti izvoza od 25,8% u slučaju Austrije i 24,8% u slučaju Slovačke uz napomenu da je varijabilnost kod Slovačke jaka i iznosi 86,7%, dok je u slučaju Austrije umerena i iznosi 55,8%.

Grafikon 50. Obim trgovine SMTK 06129 Srbije i Mađarske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



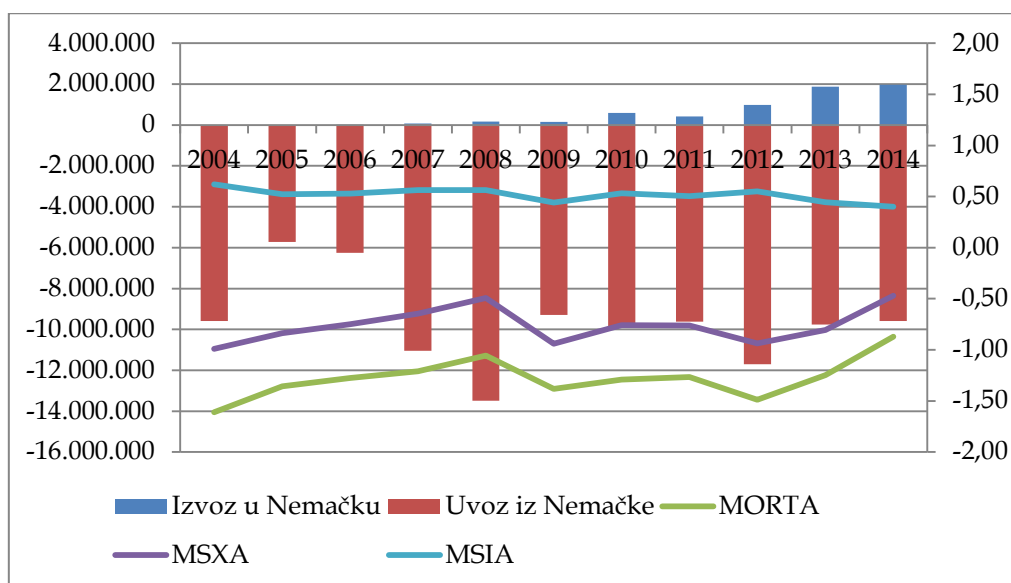
Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

PRILOG V - Relativna komparativna prednost Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 09899

Najznačajniji trgovinski partner Srbije među državama EU je Nemačka koja je ujedno i najveći uvoznik u EU sa ostvarenom vrednošću uvoza u posmatranom periodu od 14,4 milijarde EUR. U trgovini sa Nemačkom, Srbija je ostvarila obim trgovine od 112,2 miliona EUR što čini 17,3% ukupne trgovine ostalim proizvodima za ishranu sa EU od čega je 94,4% rezultat uvoza u Srbiju. U međusobnoj trgovini, uočava se odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti Srbije u svim posmatranim godinama sa vrlo niskim vrednostima *MORTA* indeksa, koje su u značajnoj meri rezultat izuzetno niskih vrednosti *MSXA* indeksa kao pokazatelja odsustva relativne komparativne prednosti u izvozu Srbije (*Grafikon 51.*). Niske vrednosti *MSXA* indeksa, prevashodno su posledica niske vrednosti izvoza koji u drugoj polovini perioda značajno raste dostižući vrednost od 2 miliona EUR u 2014. Sa druge strane, uočava se i relativno visok stepen penetracije na tržište Srbije iz Nemačke sa pozitivnim vrednostima *MSIA* indeksa koji su relativno stabilni tokom vremena uz blagu tendenciju pada. Vrednosti uvoza ostalih proizvoda za ishranu iz Nemačke rastu po prosečnoj godišnjoj stopi od 3,2% i relativno slabu varijabilnost od 21,7%. U uvozu ostalih proizvoda za ishranu na tržište Nemačke, 84,3% je rezultat uvoza iz država članica EU⁵⁴.

⁵⁴ Najznačajniji trgovinski partner u uvozu Nemačke je Irska sa udelom u ukupnom uvozu Nemačke od 28,6%, ali uz drastičan pad vrednosti uvoza od 2011.godine kada je vrednost uvoza iznosila svega 20,4 miliona EUR u odnosu na sve prethodne godine kada je prosečan vrednost uvoza iznosio 626,8 miliona EUR godišnje. Drastičan pad je primetan u poslednje posmatranim godinama što je doprinelo padu vrednosti izvoza Irske po prosečnoj godišnjoj stopi od 35,1% i jaku varijabilnost od 72,8%. Pored Irske, najznačajniji partneri Nemačke su Holandija sa udelom od 16,2%, Francuska sa udelom od 11,7%, Švajcarska sa udelom od 8,6% i drugi. Uvoz ostalih proizvoda za ishranu u Nemačku raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 2,9%

Grafikon 51. Obim trgovine SMTK 09899 Srbije i Nemačke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



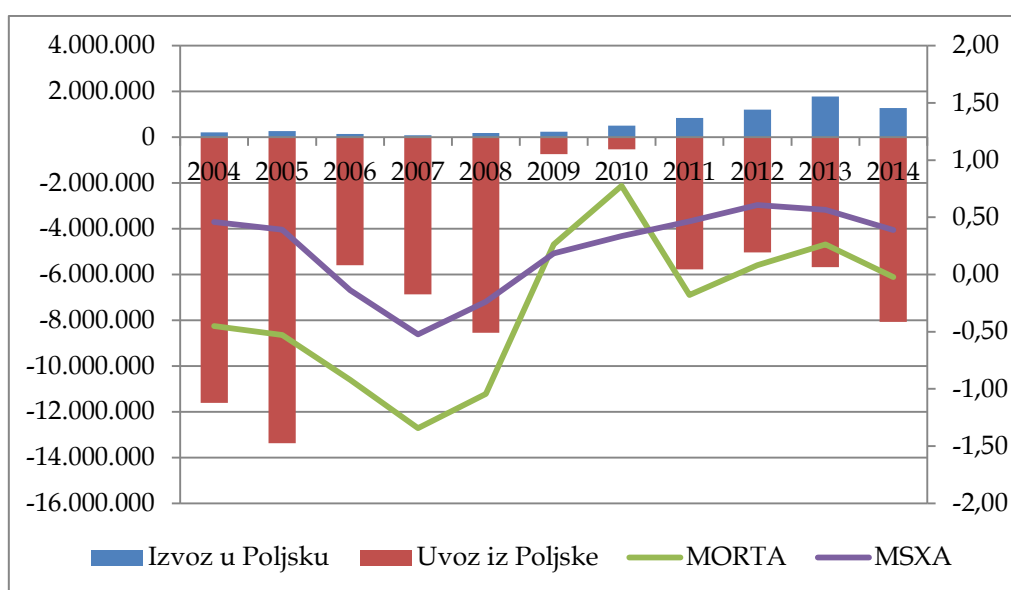
Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Drugi najznačajniji partner Srbije je Poljska sa ostvarenom vrednošću trgovine od 78,6 miliona EUR i udelom u ukupnoj trgovini Srbije od 12,1% od čega je 91,4% rezultat uvoza u Srbiju. U međusobnoj trgovini, uočava se odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti Srbije u prvoj polovini posmatranog perioda, dok je u drugoj polovini uočena relativna komparativna trgovinska prednost Srbije u svim godinama osim u 2011. i 2014. (Grafikon 52.). Vrednosti MSXA indeksa osciliraju tokom vremena, ali je uočena relativna trgovinska prednost u izvozu Srbije u svim godinama osim u periodu 2006.g-2008.g kada su zabeležene i najniže vrednosti izvoza. Druga polovina perioda, beleži konstantan rast vrednosti izvoza što ukupno doprinosi dinamičnom rastu vrednosti izvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 27,2% i jakoj varijabilnošću od 89,5%. Sa druge strane, uočava se relativno visok stepen penetracije EU na tržište Srbije sa pozitivnim vrednostima MSIA indeksa u svim godinama osim u 2009.g i 2010.g kao posledica najniže zabeležene vrednosti

i relativno slabu varijabilnost od 15,1% pri čemu je vrednost uvoza u poslednje posmatranim godinama ispod prosečan.

izvoza Poljske na tržište Srbije. Upravo u tim godinama, vrednosti *MORTA* indeksa su po prvi put pozitivne. Rast relativne komparativne trgovinske prednosti Srbije značajnim delom je posledica rasta vrednosti izvoza, sa jedne strane, ali i pada vrednosti uvoza, sa druge strane pri čemu vrednost uvoza opada po prosečnoj godišnjoj stopi od 8,6% i relativno jakoj varijabilnosti od 57,1%⁵⁵.

Grafikon 52. Obim trgovine SMTK 09899 Srbije i Poljske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

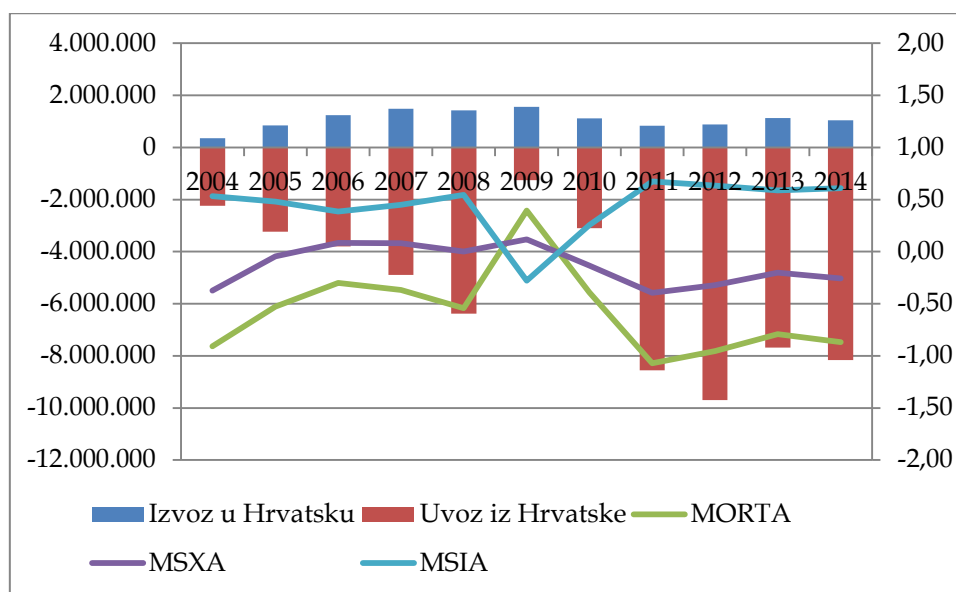
Pored Poljske, sa udelom u ukupnoj trgovini Srbije sa državama članicama EU od 10,9% i vrednošću trgovine od 70,9 miliona EUR, Hrvatska spada u grupu najznačajnijih trgovinskih partnera. Kao i u slučaju Nemačke i

⁵⁵ Uvoz na tržište Poljske ostalih proizvoda za ishranu u posmatranom periodu dostiže vrednost od 3,9 milijardi EUR od čega je 3,5 milijardi EUR rezultat uvoza iz država članica EU. Vrednost uvoza u Poljsku raste stabilno po prosečnoj godišnjoj stopi od 4% i relativno slabu varijabilnost od 14,2%. Najznačajniji trgovinski partner Poljske u uvozu su Nemačka sa udelom u ukupnom uvozu od 26,9% i vrednošću uvoza od jedne milijarde EUR, Holandija sa vrednošću izvoza od 595,6 miliona EUR i udelom u ukupnom uvozu od 15,4% i Francuska sa vrednošću izvoza od 480,5 miliona EUR i udelom u ukupnom uvozu od 12,4%.

Poljske, Srbija beleži deficit u razmeni sa Hrvatskom imajući u vidu da uvoz iz Hrvatske čini 83,2% ukupne trgovine. Dominantnost uvoza u trgovini sa Hrvatskom ukazuje na odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti Srbije u svim posmatranim godinama osim u 2009. kada je vrednost izvoza iz Srbije bila najveća i u isto vreme uvoz iz Hrvatske bio na najnižem nivou (*Grafikon 53.*). Samo u sredini posmatranog perioda, uočena je relativna komparativna prednost u izvozu Srbije sa pozitivnim vrednostima *MSXA* indeksa, dok je relativni stepen penetracije EU na tržište Srbije visok tokom čitavog perioda, osim u 2009. kada je uočen relativno nizak stepen penetracije sa vrednošću *MSIA* indeksa od -0,28. Specifičnosti trgovine sa Hrvatskom u odnosu na ostale najznačajnije partnere, ogledaju se pre svega na strani uvoza gde isti raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 12,4% i relativno jaku varijabilnost od 51,8% što obezbeđuje relativno stabilnu komparativnu poziciju Hrvatske na tržištu Srbije. Ukoliko posmatramo izvoz Srbije na tržište Hrvatske, beleži se nešto slabiji rast od 3,8% prosečno na godišnjem nivou i umerenom varijabilnošću od 30,8%, ali uz odsustvo relativne komparativne prednosti u izvozu Srbije kod koje se uočava tendencija pada vrednosti *MSXA* indeksa tokom perioda⁵⁶.

⁵⁶ Tržište Hrvatske u uvozu ostalih proizvoda za ishranu u posmatranom periodu ostvarilo je jednu milijardu EUR uvoza od čega je 85,3% rezultat uvoza od strane država članica EU. Uvoz u Hrvatsku praćen je značajnijim oscilacijama, uz tendenciju veoma blagog pada po prosečnoj godišnjoj stopi od -0,1%. Najznačajniji trgovinski partneri Hrvatske u uvozu su Nemačka sa ostvarenom vrednošću izvoza od 232,9 miliona EUR i udelom u ukupnom uvozu Hrvatske od 22,8%, zatim Italija sa ostvarenom vrednošću izvoza od 122,7 miliona EUR i udelom u ukupnom uvozu Hrvatske od 12% i Poljska sa ostvarenom vrednošću izvoza od 110,6 miliona EUR i udelom u ukupnom uvozu Hrvatske od 10,8%.

Grafikon 53. Obim trgovine SMTK 09899 Srbije i Hrvatske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



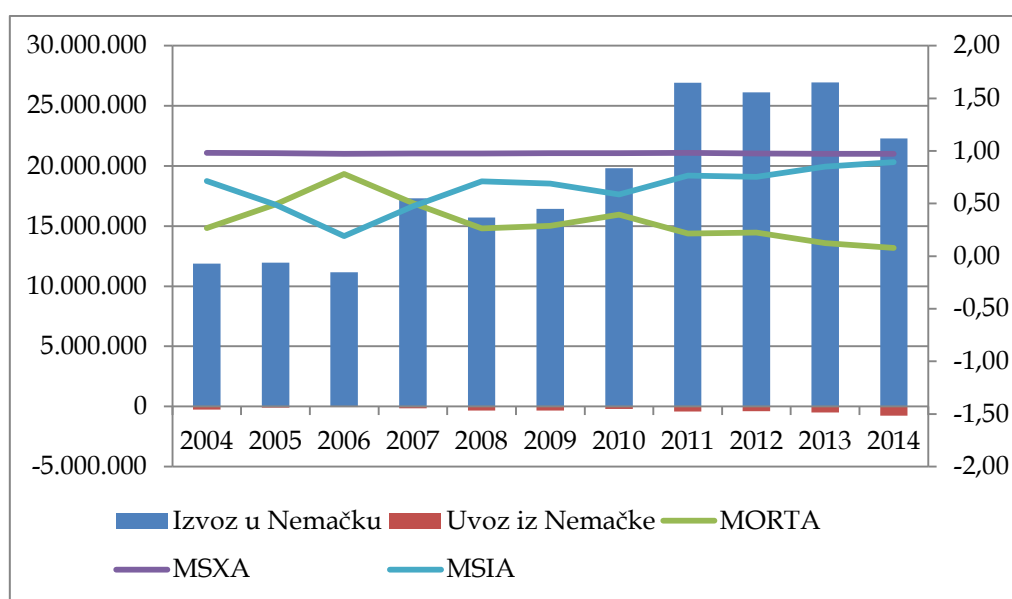
Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

PRILOG VI - Relativna komparativna prednost Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 05839

Najznačajniji trgovinski partner Srbije među državama EU je Nemačka sa ostvarenom vrednošću trgovine od 210,1 milion EUR što čini 43,4% ukupne trgovine ostalim smrznutim voćem od čega je 98,3% rezultat izvoza Srbije. Značajnost tržišta Nemačke u izvozu Srbije manifestuje se i kroz uočenu relativnu trgovinsku prednost Srbije sa pozitivnim vrednostima *MORTA* indeksa u čitavom periodu sa prisutnim oscilacijama i tendencijom pada vrednosti indeksa (*Grafikon 54.*). Stabilnost izvoza reflektuje se i na izuzetno visoke vrednosti *MSXA* indeksa koje ukazuju na uočenu relativnu komparativnu prednost u izvozu Srbije koje su u posmatranom periodu na nivou od 0,97 do 0,98. Vrednost izvoza Srbije na tržište Nemačke dostigao je nivo od 206,5 miliona EUR uz značajnu prosečnu godišnju stopu rasta od 9,6% i relativno slabu varijabilnost od 29% stavljajući Srbiju na četvrto mesto najvećih izvoznika. Nemačka je uvozno orijentisana pri čemu se gotovo 2/3 vrednosti uvoza realizuje u trgovini sa državama koje su članice EU. Sa druge strane, vrednosti *MSIA* indeksa variraju tokom perioda pri čemu je u svim posmatranim godinama zabeležen relativno visok stepen penetracije na tržište Srbije uz primetnu tendenciju porasta vrednosti indeksa koji u 2014. iznosi 0,89. Vrednost uvoza u posmatranom periodu dostigla je nivo od 3,6 miliona EUR koji raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 15,4% uz relativno jaku varijabilnost od 58,6%. Najveće vrednosti uvoza zabeležene su u poslednje posmatranim godinama. Najznačajniji trgovinski partner Nemačke u uvozu je Poljska koja u ukupnom uvozu u Nemačku učestvuje sa 18,7% i zabeleženom vrednošću uvoza od 467 miliona EUR uz primetnu blagu tendenciju pada vrednosti uvoza od 1,4%. Drugi najznačajniji trgovinski partneri Nemačke beleže nešto niže učešće u ukupnom uvozu, od koji je najznačajnija Holandija koja sa ostvarenom vrednošću izvoza od 245,7 milion EUR učestvuje sa 9,9% ukupnog uvoza uz nisku, ali stabilnu prosečnu godišnju stopu rasta od 2,7%. Kanada, sa

ostvarenom vrednošću izvoza od 229,1 miliona EUR, ostvaruje učešće od 9,2% u ukupnom uvozu Nemačke uz prisutnu tendenciju rasta vrednosti izvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 3,3% i relativno slabu varijabilnost od 17,2%. Tržište Nemačke raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 1,1% i slabu varijabilnost od 9% s tim da je rast vrednosti uvoza primetan kako u trgovini sa državama članicama EU, tako i sa državama van EU.

Grafikon 54. Obim trgovine SMTK 05839 Srbije i Nemačke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti

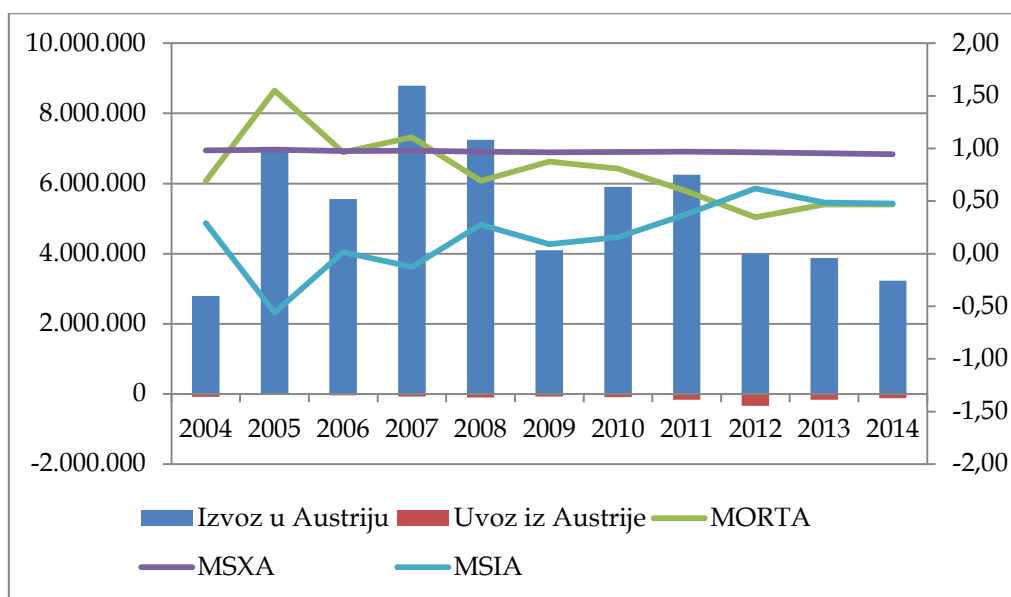


Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Drugi najznačajniji trgovinski partner Srbije u trgovini ostalim smrznutim voćem sa EU je Austrija sa ostvarenom vrednošću trgovine od 60,1 milion EUR što čini 12,4% ukupne trgovine od čega je 97,9% rezultat izvoza Srbije. U trgovini sa Austrijom, uočena je relativna komparativna trgovinska prednost Srbije u svim posmatranim godinama, pri čemu se uočava pad vrednosti MORTA indeksa tokom perioda (Grafikon 55.). Relativna komparativna prednost u izvozu Srbije je na izuzetno visokom nivou, uz uočen blagi pad vrednosti MSXA indeksa tokom perioda. Srbija je drugi najznačajniji trgovinski partner Austrije u uvozu sa ostvarenom vrednošću izvoza od 58,8

miliona EUR, uz pad vrednosti izvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 3,5% i umerenoj varijabilnosti od 33,9%. Austrija se prevashodno snabdeva ostalim smrznutim voćem iz država unutar EU sa kojima se realizuje 65% ukupnog uvoza. Sa druge strane, oscilacije relativnog stepena penetracije na tržište Srbije doprinose promenama vrednosti *MORTA* indeksa, odnosno promenama relativne komparativne trgovinske prednosti. U svim posmatranim godinama, osim u 2005.g i 2007.g, uočen je relativno visok stepen penetracije koji tokom posmatranog perioda beleži tendenciju rasta. Vrednost uvoza tokom posmatranog perioda raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 20,8% i jakoj varijabilnosti od 72,2% što u značajnoj meri doprinosi i povećanju relativnog stepena penetracije. Najznačajniji trgovinski partner Austrije u uvozu je Nemačka sa ostvarenom vrednošću izvoza od 73,2 miliona EUR što čini 15% ukupnog uvoza u Austriju. Iako je trend rasta izvoza Nemačke na tržištu Austrije primetan u prvoj polovini posmatranog perioda, od 2011. primetan je pad vrednosti izvoza koji je najniži u poslednje posmatranoj godini i iznosi 4,4 miliona EUR. Značajniji pad vrednosti uvoza, doprineo je da u posmatranom periodu dolazi do pada vrednosti uvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 0,9%. Pored Nemačke i Srbije, značajan trgovinski partner Austrije je i Ukrajina koja je u posmatranom periodu ostvarila vrednost izvoza od 52,8 miliona EUR što čini 10,8% ukupnog uvoza Austrije. Kao i u slučaju izvoza Ukrajine na tržište EU, primetna je tendencija pada vrednosti izvoza na tržište Austrije po prosečnoj godišnjoj stopi od 6,8%, pri čemu je najniža ostvarena vrednost izvoza zabeležena u poslednjoj godini i iznosi 1,9 miliona EUR. Uvoz ostalog smrznutog voća u Austriju, zbog pada vrednosti uvoza u poslednje tri posmatrane godine, obezbeđuje rast po prosečnoj godišnjoj stopi od dvega 0,2% uz slabu varijabilnost od 11,7% uz uočen pad vrednosti uvoza iz država van EU tokom perioda.

Grafikon 55. Obim trgovine SMTK 05839 Srbije i Austrije u periodu 2004-2014 izrazeno u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti

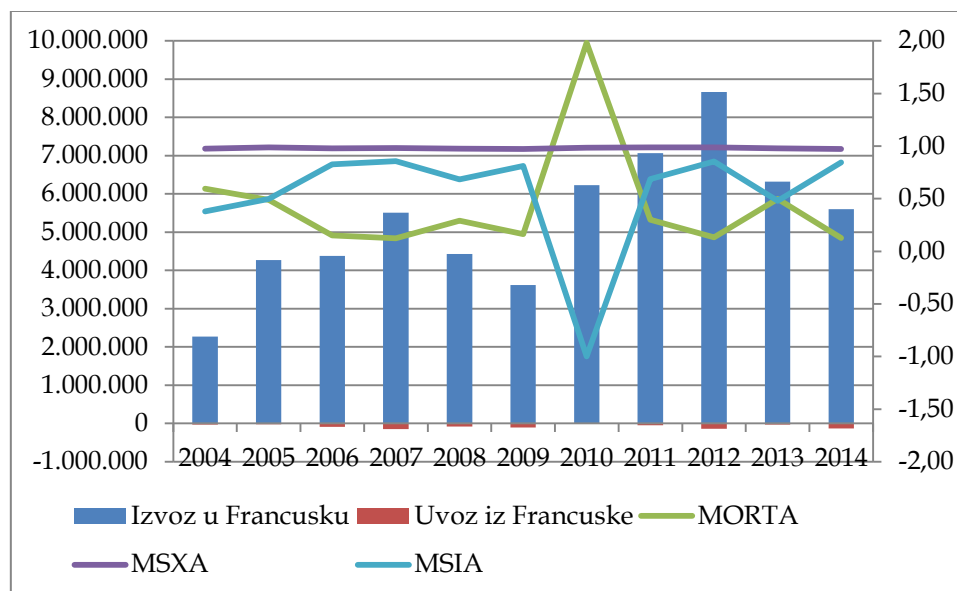


Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Pored Nemačke i Austrije, u grupu najznačajnijih trgovinskih partnera Srbije spada i Francuska sa ostvarenom vrednošću trgovine od 59,2 miliona EUR, što čini 12,2% ukupne trgovine od čega je 98,6% rezultat izvoza Srbije. U trgovini sa Francuskom, relativna komparativna trgovinska prednost uočena je u svim posmatranim godinama uz primetne oscilacije vrednosti *MORTA* indeksa (*Grafikon 56.*). Stabilnost *MSXA* indeksa tokom čitavog perioda prisutna je i u izvozu na tržište Francuske, dok su vrednosti *MSIA* indeksa te koje dovode do promena *MORTA* indeksa. Naime, relativni stepen penetracije na tržište Srbije je relativno visok u svim posmatranim godinama, osim u 2010. kada nije zabeležen uvoz iz Francuske u Srbiju. Sveukupno posmatrano, uvoz ostalog smrznutog voća iz Francuske oscilira tokom vremena od potpunog odsustva uvoza do najveće ostvarene vrednosti uvoza od 145 hiljada EUR u 2007. Uvoz iz Francuske raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 5,7% uz primetnu relativno visoku varijabilnost od 64,6%. Tri najznačajnija trgovinska partnera Francuske u uvozu ostalog smrznutog voća su države članice EU imajući u vidu da se Francuska prevashodno snabdeva sa internog tržišta EU (70% uvoza

potiče iz EU). Najznačajniji partner među njima je Belgija koja je ostvarila vrednost izvoza od 185,6 miliona EUR što čini 14,8% ukupnog uvoza Francuske. Izvoz Belgije veoma je stabilan tokom posmatranog perioda uz ostvarenu prosečnu godišnju stopu rasta od 6,9% i relativno slabu varijabilnost od 22,5%. Holandija, sa ostvarenom vrednošću izvoza od 159,1 miliona EUR i udelom u ukupnom uvozu Francuske od 12,7%, drugi je najznačajniji trgovinski partner čija vrednost izvoza raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 2,3% i relativno slaboj varijabilnošću od 15,7%. Italija, kao treći najznačajniji izvoznik na tržište Francuske ostvaruje vrednost izvoza od 155,4 miliona EUR što čini 12,4% ukupnog uvoza Francuske. Međutim, tokom perioda, dolazi do pada vrednosti izvoza Italije i to po prosečnoj godišnjoj stopi od 4,2% i relativno slabu varijabilnost od 25,6%. Potrebe za ostalim smrznutim voćem u Francuskoj rastu veoma stabilno po prosečnoj godišnjoj stopi od 3,2% i relativno slaboj varijabilnošću od 12,1%, pri čemu se uočava rast kako u internom, tako i u eksternom uvozu.

Grafikon 56. Obim trgovine SMTK 05839 Srbije i Francuske izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti (2004-2014)

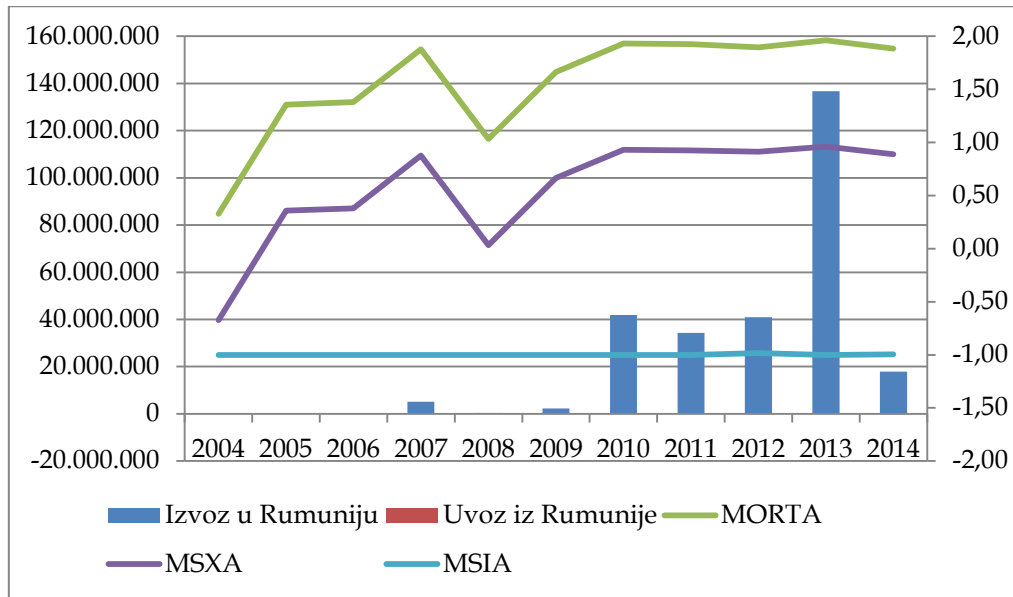


Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

PRILOG VII - Relativna komparativna prednost Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 04120

Sa udelom od 77,7% ukupne trgovine, Rumunija je najznačajniji trgovinski partner Srbije čiji su međusobni odnosi prevashodno bazirani na izvozu Srbije. U svim posmatranim godinama, uočena je relativna komparativna trgovinska prednost Srbije u trgovini sa Rumunijom, kao posledica maksimalnih vrednosti *MSIA* indeksa u svim godinama, osim u 2012.g, sa jedne strane i uočene relativne komparativne prednosti u svim godinama, osim u 2004.g (*Grafikon 57.*). Vrednosti *MSXA* indeksa u poslednje posmatranim godinama dostižu visoke vrednosti indeksa preko 0,9 kao posledica rasta vrednosti izvoza i sve veće prisutnosti Srbije na tržištu Rumunije. Srbija je najznačajniji partner Rumunije u uvozu van granica EU pokrivajući 61,7% ukupnog uvoza van EU (udeo Srbije u ukupnom uvozu u Rumuniju čini 21,8%) što Srbiju stavlja na treće mesto najvećih izvoznika na tržištu Rumunije. Pored Srbije, značajniji udeo u uvozu imaju i SAD sa 17% učešća u uvozu van EU (6% ukupnog uvoza), ali je celokupan uvoz realizovan samo u jednoj, i to prvoj posmatranoj. Ipak, najznačajniji partneri u izvozu u Rumuniju su države članice EU i to Mađarska koja je u posmatranom periodu izvezla 360,3 miliona EUR vrednosti ostale pšenice što čini 30% ukupnog uvoza Rumunije (46,4% internog uvoza) i Bugarska sa ostvarenom vrednošću izvoza od 343,2 miliona EUR, što čini 28,6% ukupnog uvoza (44,2% internog uvoza). Uvoz iz Mađarske oscilira tokom vremena, uz prisustvu stagnacije. Sa druge strane, izvoz Bugarske na tržište Rumunije raste po visokoj prosečnoj godišnjoj stopi od 30%.

Grafikon 57. Obim trgovine SMTK 04120 Srbije i Rumunije u periodu 2004-2014 izrazeno u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

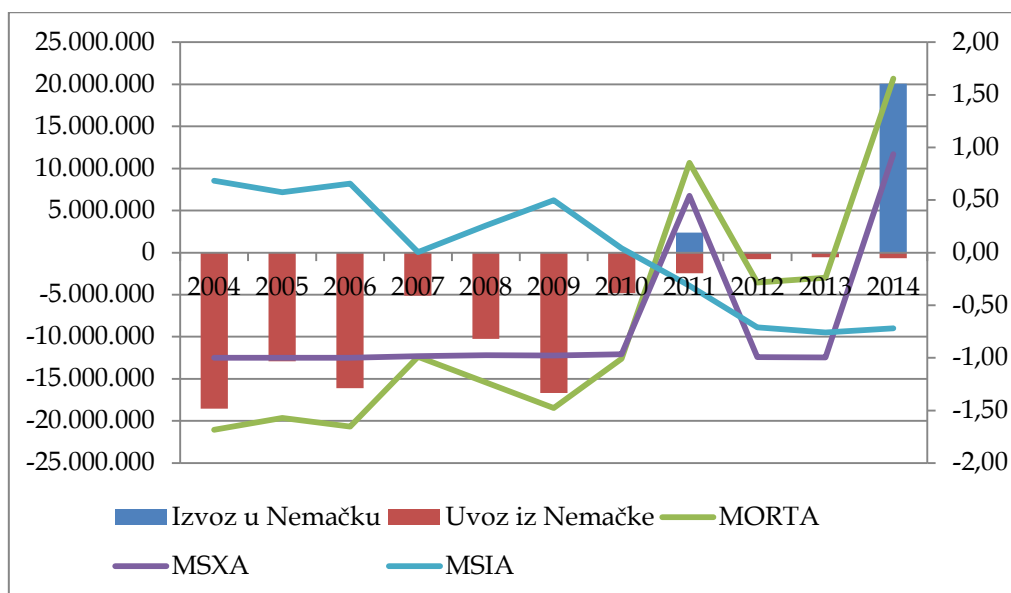
PRILOG VIII - Relativna komparativna prednost Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 12220

Najznačajniji trgovinski partner Srbije među državama EU je Nemačka, koja je svoju titulu najznačajnijeg trgovinskog partnera u izvozu Srbije ostvarila tek u 2014. kada je zabeležena vrednost izvoza od 20,7 miliona EUR. U trgovini sa Nemačkom, Srbija je ostvarila obim trgovine od 111,4 miliona EUR što čini 38,8% ukupne trgovine cigaretama koje sadrže duvan sa EU od čega je 79,8% rezultat uvoza u Srbiju. U međusobnoj trgovini, uočava se odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti u svim posmatranim godinama, osim u 2011. i 2014., sa vrlo niskim vrednostima *MORTA* indeksa u prvoj polovini posmatranog perioda, koje rastu u poslednje posmatranim godinama, prevashodno kao rezultat pada vrednosti *MSIA* indeksa (*Grafikon 58.*). Naime, sve do 2011., uočava se relativno visok stepen penetracije cigareta koje sadrže duvan iz Nemačke, da bi u poslednje posmatranim godinama relativni stepen penetracije opao. Nakon najveće ostvarene vrednosti uvoza iz Nemačke u 2004. od 18,5 miliona EUR, uočava se pad vrednosti uvoza po izuzetno visokoj prosečnoj godišnjoj stopi od 30,8% uz jaku varijabilnost od 82,8%. Sa druge strane, u 2011. i 2014. uočena je relativna komparativna prednost u izvozu na tržište Nemačke prevashodno kao posledica rasta vrednosti izvoza. U svim ostalim posmatranim godinama, vrednosti *MSXA* indeksa su gotovo na maksimalnoj negativnoj vrednosti od -1 kao rezultat potpunog odsustva izvoza ili zanemarljivih vrednosti izvoza na tržištu Nemačke.

Sa 32,5 milijardi EUR ukupno ostvarenog izvoza cigareta koje sadrže duvan, Nemačka je u pretežno izvozno orijentisana. Na strani uvoza, Nemačka gotovo u potpunosti zadovoljava svoje potrebe kroz uvoz iz država članica EU koji iznosi 6,3 milijardi EUR, dok je uvoz iz država van EU značajno manji i iznosi svega 36,6 milion EUR. Uvoz Nemačke tokom posmatranog perioda

beleži blagi pad vrednosti uvoza po prosečnoj stopi od 1,2% uz relativno slabu varijabilnost od 11,8%⁵⁷.

Grafikon 58. Obim trgovine SMTK 12220 Srbije i Nemačke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



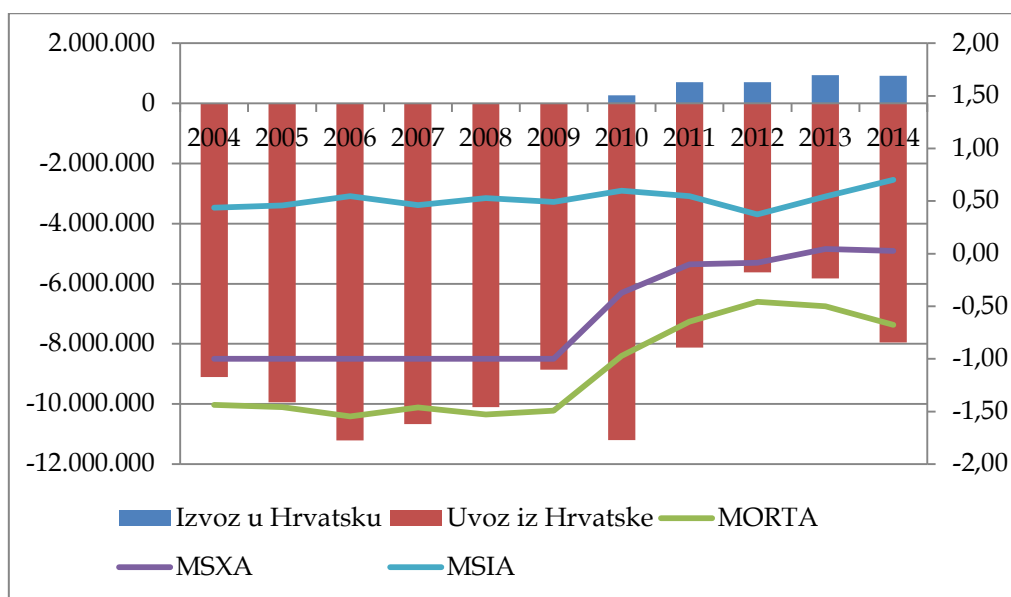
Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

⁵⁷ Najznačajniji trgovinski partner Nemačke u uvozu je Francuska sa ostvarenom vrednošću od 1,4 milijarde EUR što čini 22,7% ukupnog uvoza cigareta koje sadrže duvan u Nemačku. Uvoz iz Francuske pada po prosečnoj godišnjoj stopi od 12,7% uz umerenu varijabilnost od 46,7%. Pored Francuske, značajnu ulogu na tržištu Nemačke imaju i Poljska, Holandija i Belgija. Izvoz Poljske u posmatranom periodu beleži vrednost od 994,5 miliona EUR što čini 15,8% ukupnog uvoza u Nemačku uz značajnu prosečnu godišnju stopu rasta od 31,9% i jaku varijabilnost od 73,2%. Holandija sa ostvarenom vrednošću izvoza od 879,9 miliona EUR i udelom od 14%, beleži slične rezultate u odnosu na Poljsku. Međutim, za razliku od Poljske gde je primetan dosta stabilan izvoz tokom vremena, izvoz Holandije prati jaka varijabilnost od 82,1%, te tokom perioda beleži značajne promene u vrednostima izvoza. Primera radi, vrednost izvoza Holandije u 2008.godini iznosila je svega 1,8 miliona EUR, dok je u 2011.godini vrednost izvoza dostigla 223,7 miliona EUR. Izvoz Holandije raste po relativno niskoj prosečnoj godišnjoj stopi od 7%. Za razliku od navedenih najznačajnijih izvoznika na tržište Nemačke, Belgija kao četvrti najznačajniji trgovinski partner Nemačke ostvarila je vrednost izvoza od 688 miliona EUR uz učešće od 10,5%, ali uz značajnu prosečnu godišnju stopu pada od 31,6% i jaku varijabilnost od 116,6%. Vrednost izvoza u 2014.godini iznosila je svega 143 hiljade EUR.

Drugi najznačajniji partner Srbije u trgovini cigaretama sa EU jeste Hrvatska. U trgovini sa Hrvatskom, Srbija je ostvarila obim trgovine od 102,2 miliona EUR što čini 35,6% ukupne trgovine cigaretama koje sadrže duvan sa EU od čega je 96,5% rezultat uvoza u Srbiju. U međusobnoj trgovini, uočava se odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti u svim posmatranim godinama sa vrlo niskim vrednostima *MORTA* indeksa, koje rastu u poslednje posmatranim godinama, prevashodno kao rezultat rasta vrednosti *MSXA* indeksa (*Grafikon 59.*). Naime, u posmatranom periodu uočava se relativno visok stepen penetracije Hrvatske na tržište Srbije sa pozitivnim vrednostima *MSIA* indeksa u svim posmatranim godinama uz primetnu tendenciju rasta vrednosti indeksa. Iako je primetna tendencija rasta vrednosti *MSIA* indeksa, vrednost uvoza cigareta koje sadrže duvan iz Hrvatske opadaju po prosečnoj godišnjoj stopi od 4,7% i relativno slabu varijabilnost od 20,7%. Sa druge strane, uočavaju se negativne vrednosti *MSXA* indeksa sve do poslednje dve posmatrane godine, kada je uočena relativna komparativna prednost Srbije u izvozu na tržištu Hrvatske kao posledica rasta vrednosti izvoza koji u posmatranom periodu raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 34,3% i jaku varijabilnost od 120,5%. Hrvatska je prevashodno izvozno orijentisano tržište uz pokrivenost uvoza izvozom od 66,6% u trgovini van granica EU. Na strani uvoza, u potpunosti dominira uvoz iz država članica EU koji iznosi 289,1 milion EUR, dok je uvoz iz država van EU značajno manji i iznosi svega 10,8 miliona EUR. Uvoz Hrvatske tokom posmatranog perioda raste po prosečnoj stopi od 20% uz relativno jaku varijabilnost od 64,5%, što uspešno prate najveći partneri Hrvatske u uvozu, kao i Srbija koja beleži dinamičan rast u drugoj polovini posmatranog perioda⁵⁸.

⁵⁸ Najznačajniji trgovinski partner Hrvatske u uvozu je Holandija sa ostvarenom vrednošću od 176,1 milion EUR što čini 58,7% ukupnog uvoza cigareta koje sadrže duvan u Hrvatsku. Uvoz iz Holandije raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 13,2% uz relativno jaku varijabilnost od 62,6%. Pored Holandije, značajnu ulogu na tržištu Hrvatske imaju i Poljska koja beleži vrednost izvoza od 76,4 miliona EUR uz učešće u ukupnom uvozu Hrvatske od 25,5% uz rast vrednosti uvoza

Grafikon 59. Obim trgovine SMTK 12220 Srbije i Hrvatske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



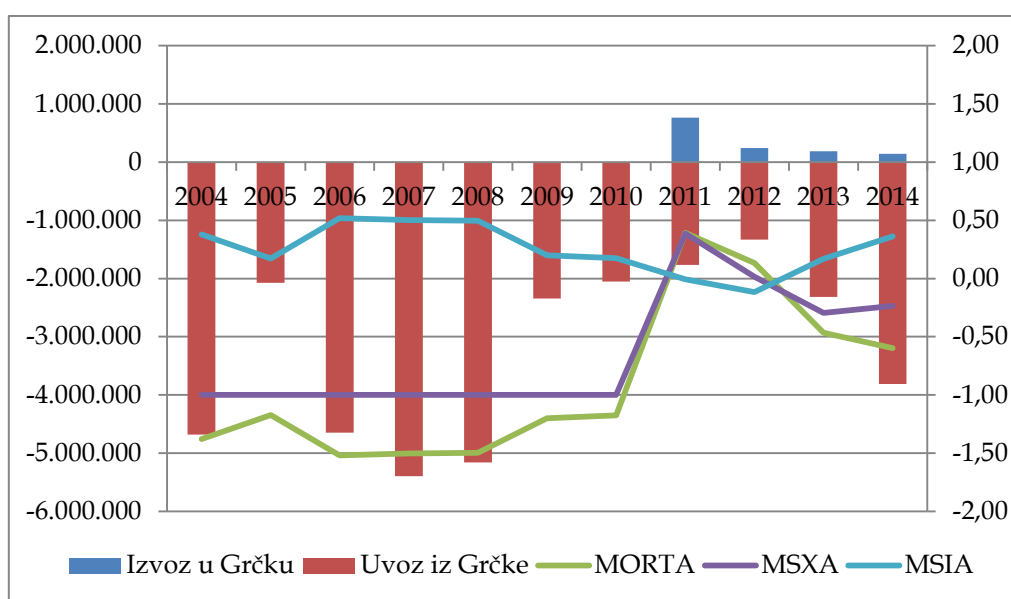
Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Grčka, sa ostvarenim obimom trgovine od 36,9 miliona EUR i učešćem u ukupnoj trgovini cigaretama koje sadrže duvan od 12,9%, predstavlja trećeg po značaju trgovinskog partnera Srbije. I u slučaju Grčke, trgovinski odnosu prevashodno su uvozno orijentisani kada je u pitanju Srbija imajući u vidu da je 96,4% trgovine sa Grčkom rezultat izvoza na tržište Srbije. U međusobnoj trgovini nije uočena komparativna trgovinska prednost Srbije u svim posmatranim godinama osim u 2011.g i 2012.g kada je po prvi put uočena pozitivna vrednost MORTA indeksa (Grafikon 60.). U poslednje posmatranim godinama zabeležen je izvoz cigareta koje sadrže duvan, ali nakon prve i rekordne 2011. sa ostvarenom vrednošću izvoza od 763 hiljade EUR, dolazi do pada vrednosti izvoza. Sa druge strane, vrednosti MSIA indeksa ukazuju da je uočen relativno visok stepen penetracije na tržište Srbije u svim, osim upravo u 2011. i 2012. Najviše vrednosti MSXA indeksa, sa jedne strane i najniže vrednosti MSIA indeksa sa druge strane, doprineli su dostizanju pozitivnih

po prosečnoj stopi od 33,5% i Nemačka koja sa ostvarenom vrednošću izvoza od 25,5 miliona EUR učestvuje u ukupnom uvozu Hrvatske sa 8,5% uz prosečnu stopu rasta od 26%.

vrednosti *MORTA* indeksa. Uvoz cigareta koje sadrže duvan iz Grčke tokom perioda opada po prosečnoj godišnjoj stopi od 10,3% uz umerenu varijabilnost od 44,7%. Posmatrajući trgovinu sa državama van EU, Grčka je u potpunosti izvozno orijentisana, ali je u internoj trgovini uvezno zavisna⁵⁹. Potrebe tržišta Grčke za cigaretama koje sadrže duvan, beleži trend pada vrednosti uvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 9,1% uz relativno umerenu varijabilnost do 31,5%.

Grafikon 60. Obim trgovine SMTK 12220 Srbije i Grčke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

⁵⁹ Imajući u vidu da je uvoz van EU veoma nizak, dominantno trgovinski partneri u uvozu su države članice EU. Nemačka, kao najveći izvoznik u EU, ujedno je i najveći izvoznik u Grčku sa ostvarenom vrednošću od 778 miliona EUR i udelom od 42,7%, ali uz primetan pad vrednosti izvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 5% uz umerenu varijabilnost od 31,1%. Poljska i Velika Britanija ostvaruju slične rezultate u izvozu i to sa realizovanim izvozom od 223,5 miliona EUR (udeo 12,3%) i 215,2 miliona EUR (udeo 11,8%) respektivno. Međutim, u slučaju Poljske, vrednost izvoza raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 30,1% uz jaku varijabilnost od 73,2%, dok u slučaju Velike Britanije dolazi do pada vrednosti izvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 19,2% i relativno jaku varijabilnost od 68,6%. Međutim, u slučaju Poljske, nakon najveće ostvarene vrednosti izvoza u 2008.g i 2009.g, dolazi do pada vrednosti izvoza što u budućnosti može ugroziti poziciju Poljske na tržištu Grčke.

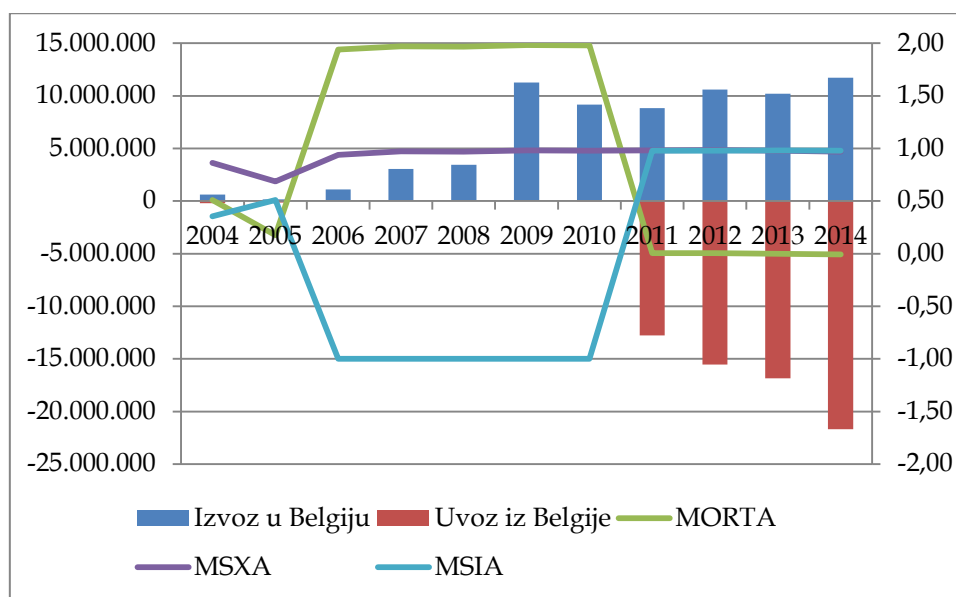
PRILOG IX - Relativna komparativna prednost Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 12120

Najznačajniji trgovinski partner Srbije među državama EU je Belgija sa ostvarenom vrednošću trgovine od 137,4 miliona EUR što čini 54,1% ukupne trgovine duvanom od čega je 51,1% rezultat izvoza Srbije. U toku čitavog posmatranog perioda, uočava se relativna komparativna trgovinska prednost uz značajne promene vrednosti *MORTA* indeksa tokom perioda (*Grafikon 61.*). Minimalne granične vrednosti *MSIA* indeksa u periodu 2006.-2010.godina od -1, ukazuju na potpuno odsustvo uvoza, da bi vrednosti *MSIA* indeksa u periodu nakon 2011.g dostigle gotovo maksimalne vrednosti usled značajnog prisustva Belgije na tržištu Srbije. Osim u periodu potpunog odsustva uvoza, u svim ostalim godinama uočen je relativno visok stepen penetracije na tržište Srbije. Vrednost uvoza duvana iz Belgije u posmatranom periodu iznosi 67,2 miliona EUR uz visoku stopu rasta od 36,7% i jaku varijabilnost od 135%. Sa druge strane, vrednosti *MSXA* indeksa su stabilne tokom posmatranog perioda, posebno u drugoj polovini dostižući gotovo maksimalne vrednosti *MSXA* indeksa. Vrednost izvoza na tržište Belgije tokom posmatranog perioda dostigla je nivo od 70,2 miliona EUR uz prosečnu godišnju stopu rasta od 20,2% i jaku varijabilnost od 69,8%.

Belgija je uvozno orijentisana pri čemu se 57% vrednosti uvoza realizuje u trgovini sa državama koje nisu članice EU. Uvoz Belgije raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 7,4 % i relativno slabu varijabilnost od 29,7% s tim da je rast vrednosti uvoza primetan kako u trgovini sa državama članicama EU, tako i sa državama van EU⁶⁰.

⁶⁰ Iako Belgija većinu duvana nabavlja iz država van EU, najznačajniji trgovinski partner u uvozu je Italija koja je ostvarila vrednost izvoza od 753,2 miliona EUR čineći 27,1% ukupnog uvoza duvana u Belgiju. Iako izvoz Italije raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 6,3%, primetne su oscilacije u vrednosti izvoza tokom perioda, pri čemu su najveće vrednosti izvoza zabeležene sredinom posmatranog perioda. Pored Italije, naviše duvana Belgija uvozi iz Brazila i SAD-a.

Grafikon 61. Obim trgovine SMTK 12120 Srbije i Belgije u periodu 2004-2014 izrazeno u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

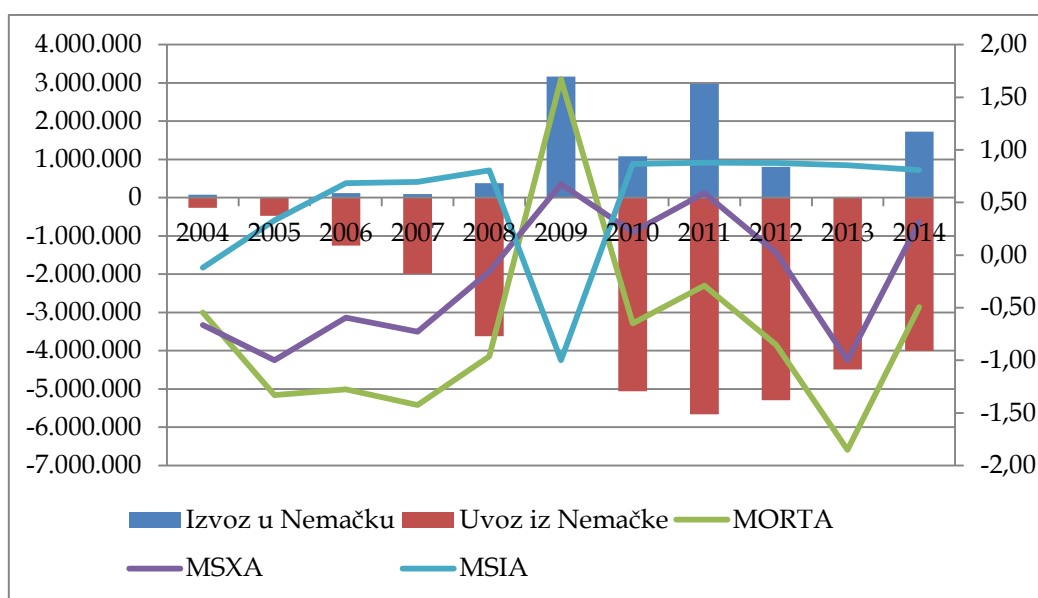
Trgovina duvanom sa Nemačkom, kao drugim najznačajnijim trgovinskim partnerom Srbije i najvećim uvoznikom duvana u EU, u posmatranom periodu dostiže vrednost od 42,5 miliona EUR što čini 17,6% ukupne trgovine duvanom čega je svega 16,7% rezultat izvoza Srbije. U toku čitavog posmatranog perioda, uočava se odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti osim u 2009. kada je u istovremeno Srbija ostvarila najveću vrednost izvoza, sa jedne strane, dok uvoz u Srbiju nije zabeležen, sa druge strane (Grafikon 62.). Relativna komparativna prednost u izvozu uočava se u drugoj polovini posmatranog perioda sa izuzetkom 2013. u kojoj nije gotovo da nije zabeležen izvoz⁶¹. Vrednost izvoza Srbije na tržište Nemačke raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 17,5% uz jaku varijabilnost od 119%.

Vrednost izvoza duvana Brazila na tržište Belgije iznosi 291,2 miliona EUR što čini 10,5% ukupnog uvoza duvana u Belgiju, dok je vrednost izvoza SAD-a 238,3 miliona EUR uz učešće od 8,6%.

⁶¹ U 2013. godini zabeležena je vrednost izvoza duvana od 146 EUR, te se iz tog razloga ukazuje na gotovo potpuno odsustvo izvoza u pomenutoj godini

Najznačajnije izvozne godine su 2009.g i 2011.g, ali Srbija još uvek ne uspeva da održi vrednost izvoza na tom nivou, te čak u 2013.g u potpunosti izostaje izvoz. Sa druge strane, tokom posmatranog perioda uočava se relativno visok stepen penetracije, osim u 2004.g i 2009.g kada su vrednosti *MSIA* indeksa negativne. Tokom perioda, rast vrednosti *MSIA* indeksa nastaje kao posledica sve veće prisutnosti Nemačke na tržištu Srbije dostižući vrednost uvoza od 32,1 milion EUR, što čini 24,4% uvoza duvana u Srbiju iz EU. Vrednost uvoza duvana tokom perioda rasta po značajnoj i stabilnoj stopi rasta od 17,3% uz jaku varijabilnost od 70,8%.

Grafikon 62. Obim trgovine SMTK 12120 Srbije i Nemačke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Nemačka je u trgovini duvanom uvozno orijentisana, pri čemu se gotovo celokupna vrednost uvoza (88% vrednosti uvoza) realizuje u trgovini sa državama koje nisu članice EU. Uvoz Nemačke opada po prosečnoj godišnjoj stopi od 0,5% uz slabu varijabilnost od 8,1% s tim da je pad vrednosti uvoza

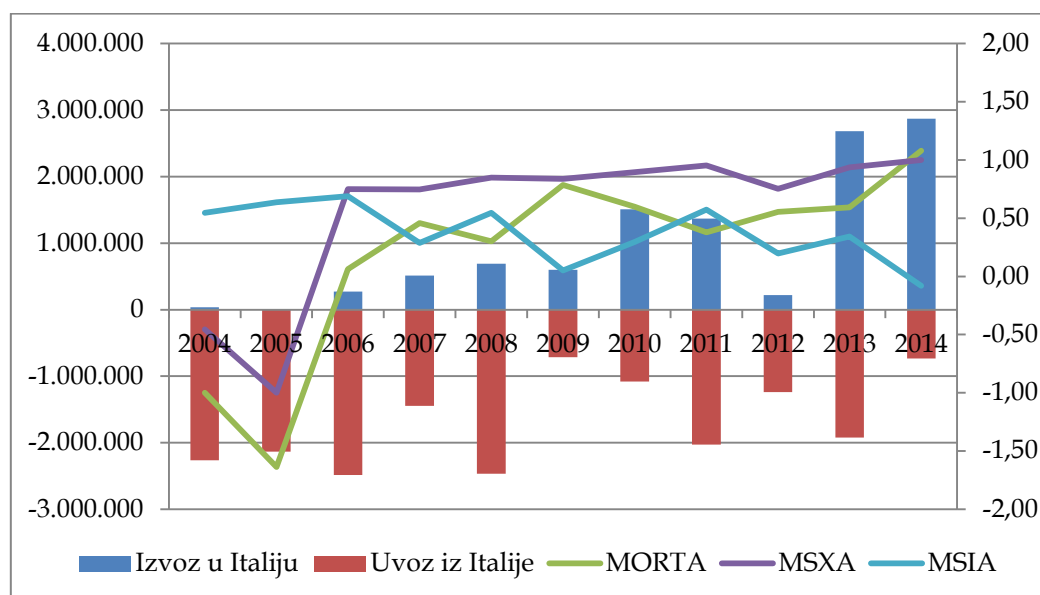
primetan kako u trgovini sa državama članicama EU, tako i sa državama van EU⁶².

Za Srbiju, tržište Italije od velikog je značaja imajući u vidu da je u posmatranom periodu zabeležena vrednost trgovine od 29,3 miliona EUR što čini 11,5% ukupne trgovine duvanom. U međusobnoj trgovini dominira uvoz iz Italije koji čini 63,2% trgovine. Odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti uočeno je samo u prve dve posmatrane godine u kojima je i vrednost izvoza bila najniža, s tim da u 2005. izvoz nije ni ostvaren (*Grafikon 63.*). Osim u prve dve posmatrane godine, uočava se relativna komparativna prednost u izvozu sa vrlo visokim vrednostima *MSXA* indeksa tokom perioda. Ukupno ostvarena vrednost izvoza Srbije na tržište Italije u posmatranom periodu iznosila je 10,8 miliona EUR što čini 8,8% ukupnog izvoza duvana u EU. Vrednost izvoza tokom perioda raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 25,4% uz jaku varijabilnost od 98,9%. Visoke vrednosti *MSXA* indeksa obezbeđuju bazičnu stabilnost *MORTA* indeksa, ali varijacije u vrednostima *MORTA* indeksa određene su prevashodno promenama *MSIA* indeksa. Naime, relativni stepen penetracije na tržište Srbije u svim posmatranim godinama je na visokom nivou uz primetnu tendenciju pada vrednosti indeksa. Vrednost uvoza duvana iz Italije u posmatranom periodu iznosi 18,5 miliona EUR što čini 14,1% ukupnog uvoza duvana iz EU. Pad vrednosti *MSIA* indeksa, determinisan je i padom vrednosti uvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 6,7% uz relativno slabu varijabilnost od 37,7%.

⁶² Najznačajniji izvoznici duvana na tržište Nemačke su Brazil i SAD koje zajedno čine gotovo polovinu ukupnog uvoza duvana u Nemačku (44,7%). Brazil, kao najveći izvoznik duvana u Nemačku u posmatranom period ostvaruje vrednost izvoza od 1,9 milijardi EUR čineći 24,8% ukupnog uvoza duvana u Nemačku. Vrednost izvoza Brazila na tržište Nemačke raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 1,8% uz relativno slabu varijabilnost od 13,4%. U slučaju SAD-a, vrednost izvoza na tržište Nemačke koje u posmatranom periodu iznosi 1,5 milijardi EUR, opada po prosečnoj godišnjoj stopi od 6,2% uz relativno slabu varijabilnost od 23%.

Za razliku od Belgije i Nemačke koje su prevashodno uvozno orijentisane, Italija je dominantno izvozno orijentisana. Ukupan uvoz Italije čini svega 1,1% ukupnog uvoza EU, pri čemu je 76% uvoza Italije uvoz iz država van EU. Uvoz Italije, ukupno posmatrano, opada po prosečnoj godišnjoj stopi od 11,1% uz relativno jaku varijabilnost od 61,2% s tim da je pad vrednosti uvoza primetan kako u trgovini sa državama članicama EU, tako i sa državama van EU⁶³.

Grafikon 63. Obim trgovine SMTK 12120 Srbije i Italije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



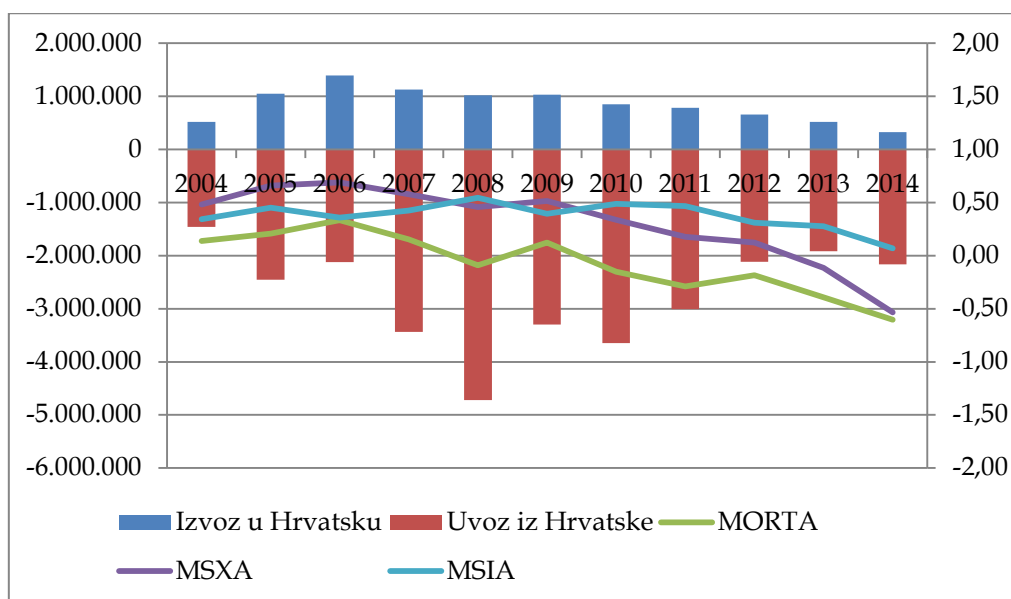
Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

⁶³ I u slučaju Italije, duvan se dominantno uvozi iz Brazila i SAD-a. Ostvarena vrednost uvoza iz Brazila dostiže nivo od 76,2 miliona EUR uz udeo u ukupnom uvozu duvana u Italiju od 24,3%, dok je vrednost uvoza iz SAD-a na nivou od 44,3 miliona EUR uz udeo od 14,1% respektivno. Pored navedenih, značajan izvoznik je i Malavi sa realizovanim izvozom od 25,5 miliona EUR uz udeo u uvozu od 8,1%. Kod svih najznačajnijih izvoznika na tržište Italije, uočava se trend pada vrednosti izvoza pri čemu je u slučaju SAD-a došlo do značajnog pada vrednosti izvoza u posmatranom periodu, nakon rekordnog izvoza u prvoj posmatranoj godini od 29,1 milion EUR.

PRILOG X - Relativna komparativna prednost Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 07330

Najznačajniji trgovinski partner Srbije među državama EU je Hrvatska sa ostvarenom vrednošću trgovine od 9,6 miliona EUR što čini 20,6% ukupne trgovine ostalim prehrambenih proizvodima od kakaa od čega je 76,4% rezultat uvoza Srbije. U prvoj polovini posmatranog perioda, uočava se relativna komparativna trgovinska prednost Srbije, uz prisutnu tendenciju pada vrednosti indeksa, koji u drugoj polovini perioda ulazi u zonu negativnih vrednosti. Vrednosti *MORTA* indeksa prevashodno su determinisane vrednostima *MSXA* indeksa koji tokom perioda beleži tendenciju pada vrednosti, da bi u poslednje dve posmatrane godine vrednost indeksa bila negativna, što ukazuje na odsustvo relativne komparativne prednosti u izvozu Srbije (*Grafikon 64.*). Pad komparativne prednosti u izvozu uočava se tokom čitavog perioda, ali je posebno interesantno ukoliko pogledamo uporedimo rezultate u 2004.g i 2013.g gde su vrednosti izvoza gotovo identične, ali vrednosti *MSXA* indeksa se značajno razlikuju, što ukazuje da Srbija gubi svoju komparativnu prednost na tržištu Hrvatske. Izvoz Srbije na tržište Hrvatske opada po prosečnoj godišnjoj stopi od 6,6% i relativno slabu varijabilnost od 35,8%. Sa druge strane, relativni stepen penetracije je visok uz uočenu tendenciju pada vrednosti *MSIA* indeksa tokom perioda. Vrednost uvoza tokom perioda dostiže nivo od 30,3 miliona EUR uz prosečnu godišnju stopu rasta vrednosti uvoza od 0,4%. Iako se u posmatranom periodu beleži blagi rast vrednosti uvoza iz Hrvatske, neophodno je istaći da uvoz iz Hrvatske nakon najviših zabeleženih vrednosti sredinom posmatranog perioda, beleže pad vrednosti uvoza u drugoj polovini posmatranog perioda.

Grafikon 64. Obim trgovine SMTK 07330 Srbije i Hrvatske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti

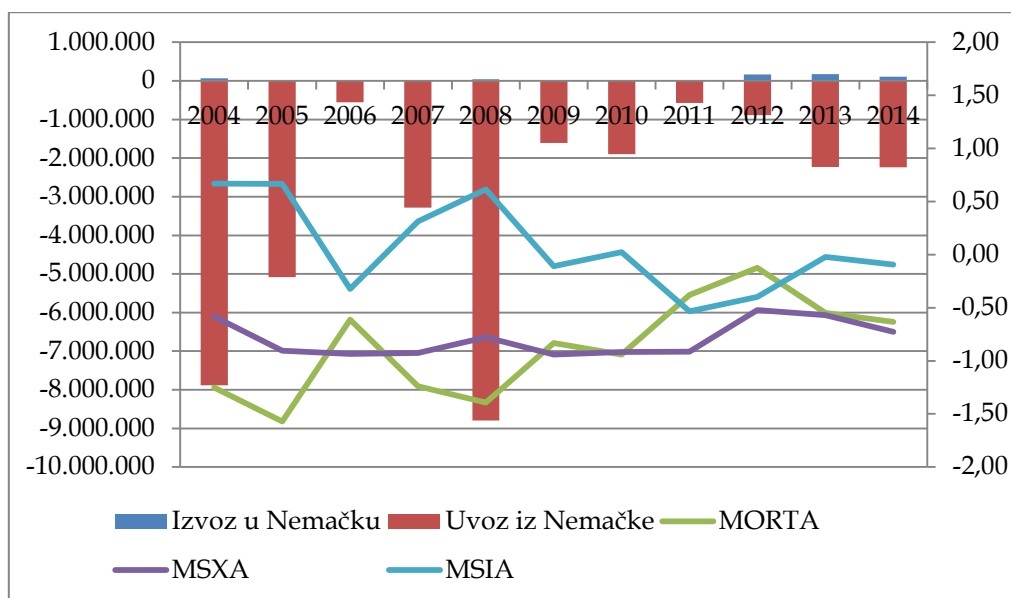


Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Sa ostvarenim obimom trgovine od 35,7 miliona EUR i udelom od 18,5% u ukupnoj trgovini ostalim prehrambenih proizvodima od kakaa Srbije i EU, Nemačka predstavlja drugog najznačajnijeg trgovinskog partnera. Međusobna razmena gotovo u potpunosti je bazirana na uvozu iz Nemačke imajući u vidu da je 91,7% međusobne trgovinske razmene rezultat uvoza. Dominacija uvoza u međusobnoj trgovini doprinosi odsustvu relativne komparativne trgovinske prednosti u svim posmatranim godinama uz prisutnu tendenciju pada vrednosti MORTA indeksa (Grafikon 65.). U izvozu, nije uočena relativna komparativna prednost imajući u vidu da je u svim godinama vrednost MSXA indeksa negativna, ali se uočava tendencija rasta vrednosti indeksa. Ukupna vrednost izvoza Srbije dostiže nivo od 651 hiljadu EUR uz visoku prosečnu godišnju stopu rasta od 20,8% i jaku varijabilnost od 103,5% kao posledica značajnog povećanja vrednosti izvoza u poslednje tri posmatrane godine. Sa druge strane, relativni stepen penetracije visok je u prvoj polovini posmatranog perioda, da bi u poslednje posmatranim godinama vrednost MSIA indeks dostigla negativne vrednosti. Uvoz u Srbiju iz Nemačke, dostigao je nivo od 35

miliona EUR, ali je tendencija pada vrednosti uvoza veoma značaja uz prosečnu godišnju stopu od 14,5% i jaku varijabilnost od 85,8%.

Grafikon 65. Obim trgovine SMTK 07330 Srbije i Nemačke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti

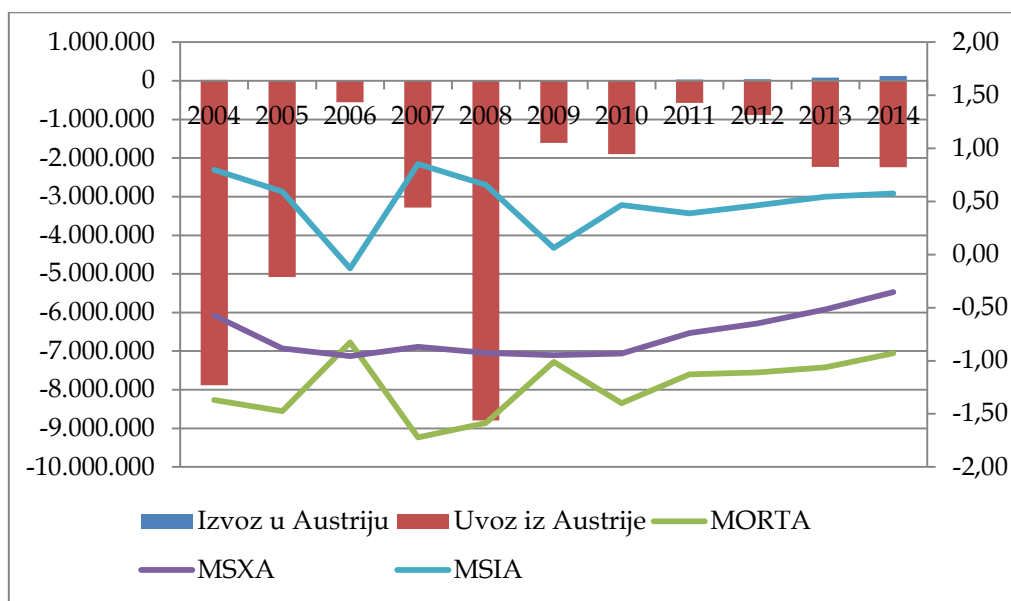


Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Austrija spada u grupu država sa kojima Srbija ostvaruje najveće vrednosti trgovine ostalim prehrambenim proizvodima od kaka. U posmatranom periodu, vrednost trgovine dostigla je nivo od 35,4 miliona EUR što čini 18,4% ukupne vrednosti trgovine između Srbije i EU. Relativna komparativna trgovinska prednost nije uočena ni u jednoj posmatranoj godini sa vrlo niskim vrednostima MORTA indeksa (Grafikon 66.). Međusobna razmena gotovo u potpunosti je bazirana na uvozu iz Austrije imajući u vidu da je 99% međusobne trgovinske razmene rezultat uvoza. U izvozu, nije uočena relativna komparativna prednost imajući u vidu da je u svim godinama vrednost MSXA indeksa negativna, ali se uočava tendencija rasta vrednosti indeksa. Vrednost izvoza Srbije dostiže nivo od 243 hiljada EUR uz visoku prosečnu godišnju stopu rasta od 26,5% i jaku varijabilnost od 109,6% kao posledica značajnog povećanja vrednosti izvoza u poslednje posmatranim

godinama. Sa druge strane, relativni stepen penetracije visok je u svim posmatranim godinama, osim u 2006.g kada je zabeležena i najniža vrednost uvoza. Tokom posmatranog perioda, vrednost uvoza dostiže nivo od 35 miliona EUR, ali je i u slučaju Austrije primetna tendencija pada vrednosti uvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 14,5% uz jaku varijabilnost od 85,8%.

Grafikon 66. Obim trgovine SMTK 07330 Srbije i Austrije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



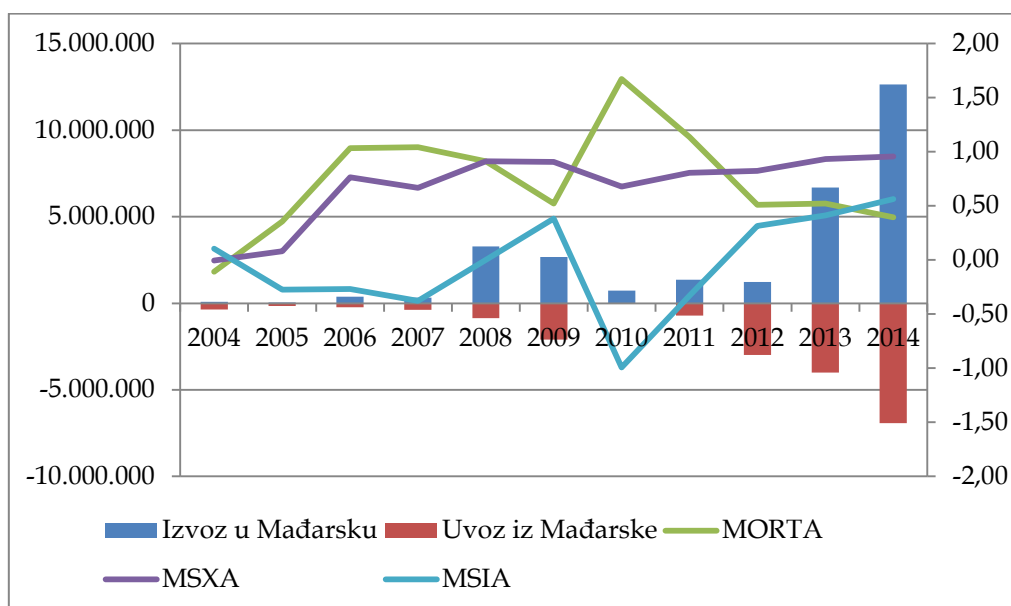
Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

PRILOG XI - Relativna komparativna prednost Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 04410

Najznačajniji trgovinski partner Srbije među državama EU u trgovini semenskim kukuruzom je Mađarska sa ostvarenom vrednošću trgovine od 48,2 miliona EUR što čini 26,1% ukupne trgovine semenskim kukuruzom od čega je 61,2% rezultat izvoza Srbije. Osim u prvoj posmatranoj godini, u toku čitavog perioda, uočava se relativna komparativna trgovinska prednost uz značajne promene vrednosti *MORTA* indeksa tokom perioda (*Grafikon 67.*). Najveće vrednosti *MORTA* indeksa zabeležene su u sredini posmatranog perioda, da bi u poslednje posmatranim godinama vrednost indeksa opala, s tim da je najniža vrednost indeksa uočena u 2014. Relativna komparativna prednost u izvozu Srbije na tržište Mađarske uočena je tokom čitavog perioda uz prisutnu tendenciju rasta vrednosti indeksa. Upravo je najviša vrednost indeksa zabeležena u 2014.g i iznosila je 0,96. Rast vrednosti *MSXA* indeksa prevashodno je rezultat rasta vrednosti izvoza semenskog kukuruza na tržište Mađarske po veoma značajnoj prosečnoj godišnjoj stopi od 56,6% uz jaku varijabilnost od 136,8% kao posledica značajnog rasta vrednosti izvoza u poslednje posmatranim godinama. Sa druge strane, u trgovini Srbije i Mađarske relativni stepen penetracije varira tokom posmatranog perioda, te je u pojedinim godinama uočen relativno nizak stepen penetracije, dok je u drugim uočen relativno visok stepen penetracije. Najniža vrednost *MSIA* indeksa zabeležena je u 2010. i iznosila je -0,99 kao posledica najniže zabeležene vrednosti uvoza, dok je u 2014. zabeležena najveća vrednost indeksa od 0,56 kada je zabeležen i najveći uvoz. Vrednost uvoza semenskog kukuruza iz Mađarske, tokom perioda beleži rast po prosečnoj godišnjoj stopi od 30,1% uz jaku varijabilnost od 121,7% kao posledica značajnog rasta vrednosti uvoza u poslednje posmatranim godinama.

Mađarska je izvozno orijentisana pri čemu se 56,3% vrednosti izvoza realizuje u trgovini sa državama koje su članice EU. I u uvozu, Mađarska je pretežno okrenuta uvozu iz država članica EU koje čine 78,4% ukupnog uvoza. Uvoz Mađarske raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 8,3% uz umerenu varijabilnost od 37,2% s tim da je pad vrednosti uvoza primetan u trgovini sa državama van EU uz značajne oscilacije, dok je u slučaju uvoza iz država članica EU primetna tendencija rasta⁶⁴.

Grafikon 67. Obim trgovine SMTK 04410 Srbije i Mađarske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Sa vrednošću trgovine od 32,3 miliona EUR i udelom u ukupnoj trgovini semenskim kukuruzom od 17,5%, Francuska je drugi najznačajniji trgovinski

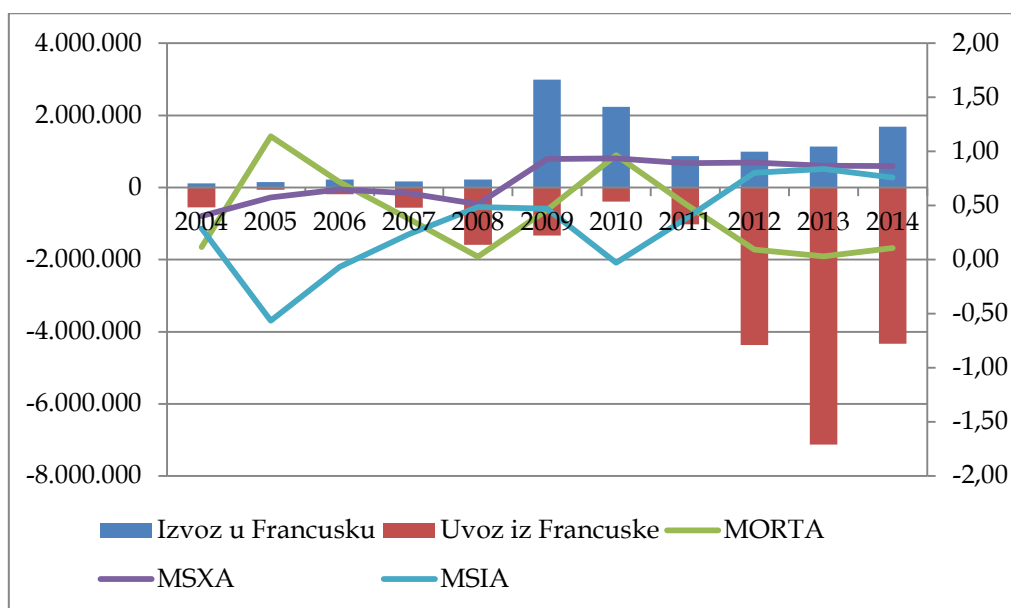
⁶⁴ Najznačajniji izvoznik na tržište Mađarske je Francuska sa ostvarenom vrednošću izvoza od 209,5 miliona EUR što čini 46% ukupnog uvoza semenskog kukuruza u Mađarsku uz prosečnu godišnju stopu rasta vrednosti izvoza od 13,9% i umerenu varijabilnost od 41,2%. Pored Francuske, značajan izvoznik na tržište Mađarske je i Rumunija sa ostvarenom vrednošću izvoza od 80,7 miliona EUR što čini 17,7% ukupnog uvoza semenskog kukuruza Mađarske. Vrednost izvoza Rumunije raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 25% uz relativno jaku varijabilnost od 66,8%.

partner Srbije. Međutim, za razliku od Mađarske, trgovina sa Francuskom je prevashodno uvozno orijentisana imajući u vidu da uvoz čini 66,6% ukupne međusobne trgovine semenskim kukuruzom. U svim posmatranim godinama, uočava se relativna komparativna trgovinska prednost uz značajne promene vrednosti *MORTA* indeksa tokom perioda (*Grafikon 68.*). Najveće vrednosti *MORTA* indeksa zabeležene su u 2005.g i 2010.g, dok su najniže vrednosti zabeležene u poslednje posmatranim godinama doprinoseći tendenciji pada vrednosti indeksa tokom perioda. Na strani izvoza, uočena je relativna komparativna prednost Srbije na tržištu Mađarske uz primetnu tendenciju rasta vrednosti *MSXA* indeksa koji je i najviši u drugoj polovini posmatranog perioda. Vrednost izvoza raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 33,1% uz jaku varijabilnost od 94,2%. Sa druge strane, u trgovini Srbije i Francuske relativni stepen penetracije varira tokom posmatranog perioda uz primetnu tendenciju rasta vrednosti *MSIA* indeksa. Relativni nizak stepen penetracije uočen je u 2005., 2006. i 2010., dok je najviši relativni stepen penetracije uočen u poslednje posmatranim godinama kao posledica značajnog rasta vrednosti uvoza semenskog kukuruza na tržište Srbije. Vrednost uvoza semenskog kukuruza iz Francuske kao najvećeg izvoznika u EU, tokom perioda beleži značajan rast po prosečnoj godišnjoj stopi od 41,6% uz jaku varijabilnost od 111,9% kao posledica značajnog rasta vrednosti uvoza u poslednje posmatranim godinama.

Francuska je izvozno orijentisana pri čemu se 89% vrednosti izvoza realizuje u trgovini sa državama koje su članice EU. I u uvozu, Francuska je pretežno okrenuta uvozu iz država članica EU koje čine 74,7% ukupnog uvoza. Uvoz Francuske relativno je stabilno tokom perioda i raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 2,2% i relativno slabu varijabilnost od 28,2% s tim da je pad vrednosti uvoza primetan u trgovini sa državama van EU uz značajne oscilacije tokom perioda, dok je u slučaju uvoza iz država članica EU primetna tendencija rasta⁶⁵.

⁶⁵ Francuska kao drugi najveći uvoznik semenskog kukuruza u EU, ima dosta široku paletu partnera uvoznika. Najznačajniji partner Francuske u uvozu je Holandija sa ostvarenom

Grafikon 68. Obim trgovine SMTK 04410 Srbije i Francuske izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti (2004-2014)



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Susedna Rumunija je treći najznačajniji partner Srbije u trgovini semenskim kukuruzom sa ostvarenom vrednošću trgovine od 35,2 miliona EUR što čini 19,1% ukupne trgovine semenskim kukuruzom između Srbije i EU. Trgovina između Srbije i Rumunije je pretežno uvozno orijentisana sa udelom uvoza u ukupnoj trgovini od 53,4%. Osim u 2005.g, tokom celokupnog perioda uočava se relativna komparativna trgovinska prednost u trgovini Srbije sa Rumunijom uz primetne značajne oscilacije vrednosti *MORTA* indeksa tokom perioda. Poslednje posmatrane godine beleže najniže vrednosti *MORTA* indeksa što u značajnoj meri doprinosi trendu pada vrednosti indeksa tokom

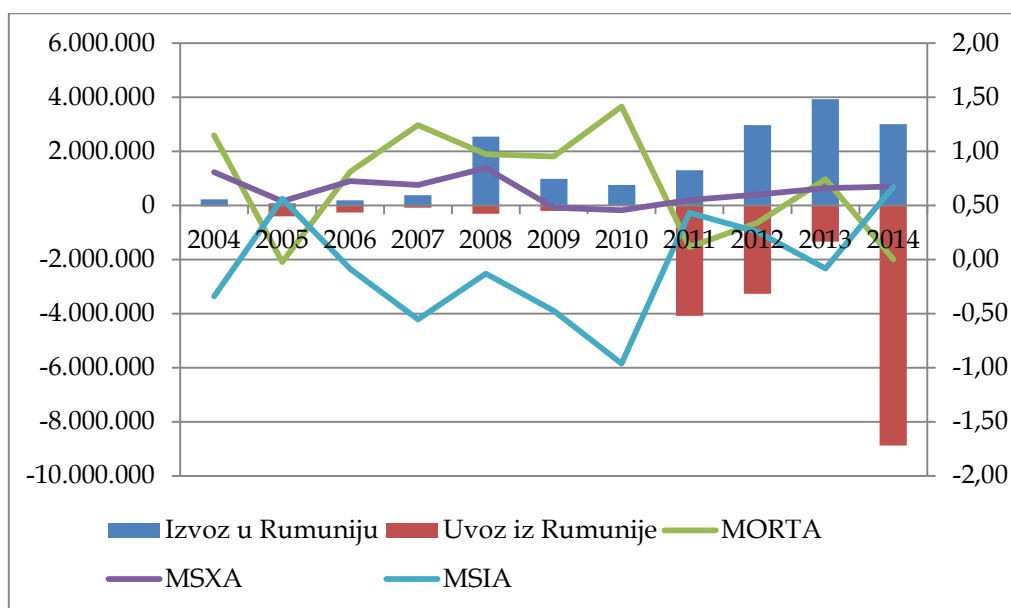
vrednošću izvoza od 281,5 miliona EUR i udelom u ukupnom uvozu Francuske od 17,1%. Iza Holandije, sa vrednošću izvoza od 210,4 miliona EUR i udelom u ukupnom uvoz od 12,7% je Mađarska koja je ujedno i jedan od najvećih izvoznika u EU. Posmatrano van granica EU, najveći izvoznici su Čile sa ostvarenom vrednošću izvoza od 171 miliona EUR uz udeo od 10,4% i SAD sa ostvarenom vrednošću izvoza od 129,4 miliona EUR i udelom od 7,8%. Rast vrednosti uvoza najznačajnijih partnera unutar EU raste, dok je uvoz iz najznačajnijih partnera van EU u padu.

posmatranog perioda. Najniža vrednost indeksa zabeležena je u 2014. (*Grafikon 69.*). Relativna komparativna prednost Srbije u izvozu na tržište Rumunije uočena je u svim posmatranim godinama, s tim da vrednosti *MSXA* indeksa tokom perioda beleže trend pada, s tim da je nakon drastičnog pada vrednosti izvoza u 2009., uočen trend rasta u drugoj polovini posmatranog perioda. Najviša zabeležena vrednost *MSXA* indeksa uočena je u 2008. i iznosila je 0,85 uz ostvarenu vrednost izvoza Srbije od 2,6 miliona EUR. Vrednost izvoza Srbije u posmatranom periodu raste po značajno visokoj prosečnoj godišnjoj stopi od 40,6% uz jaku varijabilnost od 87,8%, dok je udeo Srbije u ukupnom uvozu semenskog kukuruza Rumunije na nivou od 4,4%. Sa druge strane, u trgovini Srbije i Rumunije relativni stepen penetracije varira tokom posmatranog perioda uz primetnu tendenciju rasta vrednosti *MSIA* indeksa. Relativno nizak stepen penetracije uočen je u svim posmatranim godinama, osim u 2005., 2011., 2012. i 2014. Relativno visok stepen penetracije nastaje kao posledica značajnog rasta vrednosti uvoza u poslednje posmatranim godinama. Naime, vrednost uvoza semenskog kukuruza iz Rumunije tokom perioda beleži značajan rast po prosečnoj godišnjoj stopi od 34,4% uz jaku varijabilnost od 153,7%. Najviša vrednost uvoza zabeležena je u 2014.g i iznosila je 8,9 miliona EUR što čini 47,2% ukupnog uvoza iz Rumunije u čitavom posmatranom periodu.

Rumunija je izvozno orijentisana pri čemu se 49% vrednosti izvoza realizuje u trgovini sa državama koje su članice EU. U uvozu, Rumunija je pretežno okrenuta uvozu iz država članica EU koje čine 86,5% ukupnog uvoza. Uvoz Rumunije izuzetno je dinamično i raste po značajnoj prosečnoj godišnjoj stopi od 26,5% uz relativno jaku varijabilnost od 60,5%. Rast vrednosti uvoza, primetan je i u trgovini sa državama članicama EU i sa državama van EU, ali je evidentno da trgovina sa članicama EU gotovo u potpunosti dominira uz uočenu višu stopu rasta vrednosti uvoza⁶⁶.

⁶⁶ Najznačajniji partneri Rumunije u uvozu semenskog kukuruza su Francuska i Mađarska koje zajedno čine gotovo 2/3 ukupnog uvoza Rumunije, a koje su ujedno i najveći izvoznici u EU. U posmatranom periodu, vrednost uvoza kukuruza iz Francuske iznosi 146,3 miliona EUR što čini

Grafikon 69. Obim trgovine SMTK 04410 Srbije i Rumunije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Srbija u trgovini sa državama EU pretežno ostvaruje relativnu komparativnu trgovinsku prednost. Pored navedenih najznačajnijih trgovinskih partnera, značajno je istaći i trgovinsku saradnju sa Austrijom i Hrvatskom koje čini 10% i 9,8% ukupne trgovine semenskim kukuruzom Srbije sa EU, respektivno. U slučaju Austrije, Srbija beleži relativnu komparativnu trgovinsku prednost u svim posmatranim godinama uz značajan rast relativne komparativne prednosti u izvozu, ali uz prisutan trend rasta vrednosti MSIA indeksa koji dostiže pozitivne vrednosti u poslednje posmatranim godinama kao posledica rasta vrednosti uvoza (osim u 2014.). Dostizanje gotovo maksimalnih vrednosti MSXA indeksa u poslednje posmatranim godinama,

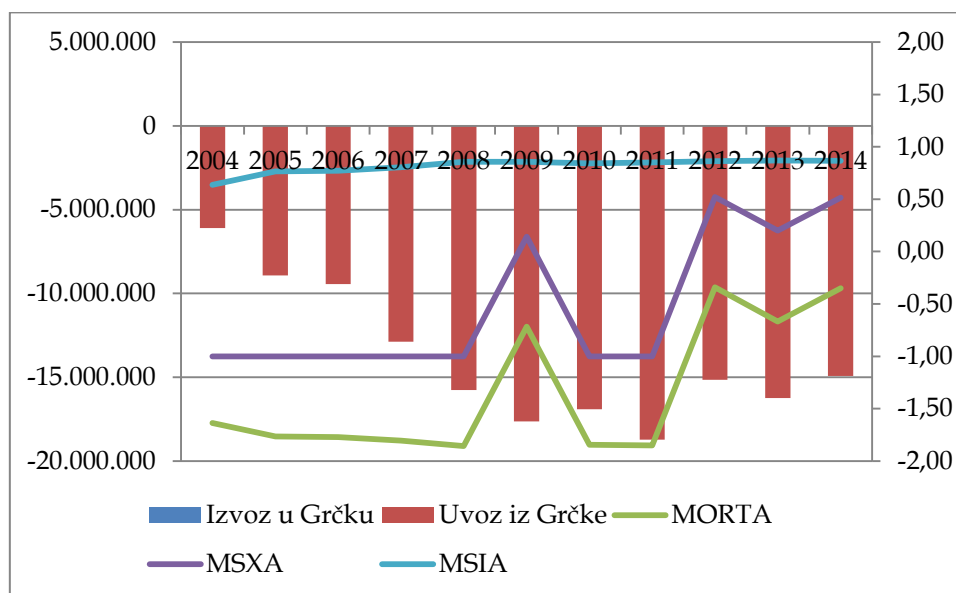
38,8% ukupnog uvoza semenskog kukuruza Rumunije. U istom periodu, vrednosti uvoza iz Mađarske dostiže vrednost od 93,1 milion EUR čineći 24,7% ukupnog uvoza semenskog kukuruza. Posebno značajan je uvoz semenskog kukuruza u Rumuniju iz Francuske imajući u vidu da vrednost uvoza raste po značajno visokoj prosečnoj godišnjoj stopi od 36,9% uz jaku varijabilnost od 76,7%, dok je u slučaju uvoza iz Mađarske uočena značajna, ali nešto niža prosečna godišnja stopa rasta od 14,4% uz umerenu varijabilnost od 43,4%.

rezultat je značajnog rasta vrednosti izvoza. Sa druge strane, u slučaju Hrvatske Srbija ostvaruje relativnu komparativnu trgovinsku prednost u svim godinama osim u 2004.g i 2009.g kada su zabeležene najveće vrednosti *MSIA* indeksa. Kako u izvozu na tržište Hrvatske Srbija beleži značajan rast vrednosti izvoza, trend vrednosti *MSXA* indeksa postepeno raste uz najviše zabeležene vrednosti u poslednje posmatranim godinama.

PRILOG XII - Relativna komparativna prednost Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 05711

Uvoz narandži gotovo u potpunosti se odvija u saradnji sa Grčkom, kao trećim najvećim proizvođačem narandži u EU, koja čini 92,5% ukupnog uvoza iz EU. Ukupna vrednost uvoza u posmatranom periodu dostigla je nivo od 152,7 miliona EUR. Vrednost uvoza tokom perioda raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 8,6% uz relativno slabu varijabilnost od 27,8%. Relativna komparativna trgovinska prednost nije uočena tokom perioda uz vrlo niske vrednosti *MORTA* indeksa sve do poslednje posmatranih godina (*Grafikon 70.*). Naime, niske vrednosti *MORTA* indeksa prevashodno su rezultat nepostojanja izvoza, da bi vrednosti indeksa značajno porasle upravo u poslednje posmatranim godinama.

Grafikon 70. Obim trgovine SMTK 05711 Srbije i Grčke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Iako je zabeležena vrednost izvoza narandži iz Srbije u 2009., 2012., 2013. i 2014. godina, što je doprinelo snižavanju vrednosti *MORTA* indeksa, ipak se

može zaključiti da izvoz nije rezultat realne tržišne pozicije Srbije imajući u vidu da Srbija nema proizvodnju narandži, već da je posledica reeksporta. Sa druge strane, u svim posmatranim godinama uočen je relativno visok stepen penetracije sa relativno visokim vrednostima *MSIA* indeksa koji beleže tendenciju rasta tokom perioda. Stabilne vrednosti *MSIA* indeksa uočavaju se u drugoj polovini posmatranog perioda.

Pored Grčke kao apsolutno dominantnog trgovinskog partnera Srbije kada su u pitanju narandže, na tržištu Srbije se pojavljuju i Španija i Italija koji su ujedno i najveći proizvođači narandži u EU. Vrednost uvoza narandži iz Španije dostiže nivo od 9,8 miliona EUR što čini 6% ukupnog uvoza narandži u Srbiju iz EU, dok je u slučaju Italije vrednost uvoza 1,9 miliona EUR što čini 1,2% ukupnog uvoza narandži iz EU. Vrednost uvoza iz Španije raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 4,5% i umerenu varijabilnost od 46,1%. Uvozno orijentisana trgovina Srbije i Španije manifestuje se kroz vrednosti *MORTA* indeksa koje su u svim posmatranim godinama negativne, uz uočene varijacije tokom perioda kao posledica promena vrednosti *MSIA* indeksa. Naime, u 2004., 2005., 2010. i 2012. relativni stepen penetracije na tržište Srbije je nizak kao posledica nižih vrednosti uvoza, dok je u ostalim godinama vrednost *MSIA* indeksa pozitivna. Sa druge strane, relativni stepen penetracije Italije na tržište Srbije u trgovini narandžama relativno je nizak sa negativnim vrednostima *MSIA* indeksa, osim u 2007. i 2008. kada su vrednosti *MSIA* indeksa pozitivne. Reč je o godinama u kojima je ostvarena najveća vrednost uvoza narandži iz Italije.

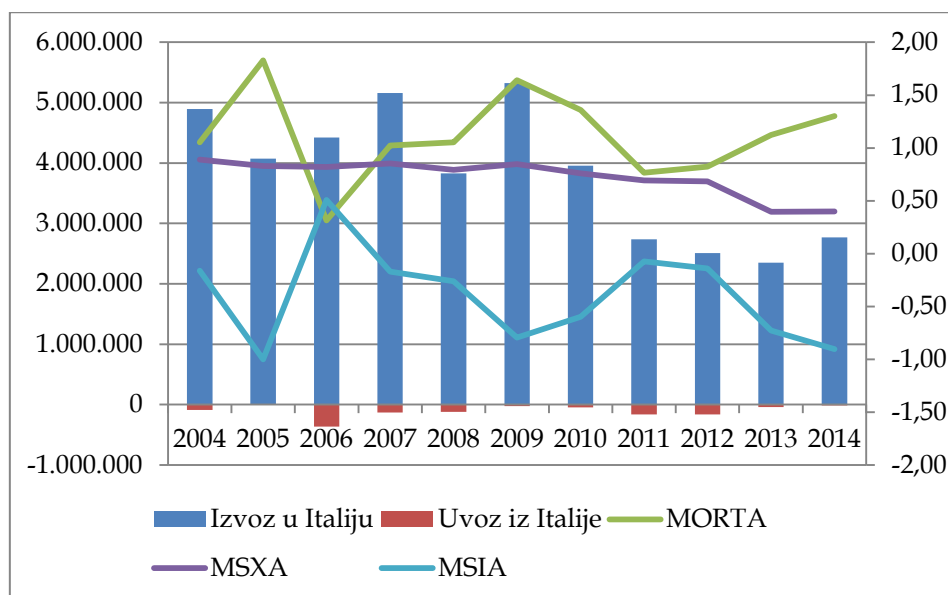
PRILOG XIII - Relativna komparativna prednost Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 05469

Najznačajniji trgovinski partner Srbije među državama EU je Italija sa ostvarenom vrednošću trgovine od 43,2 miliona EUR što čini 27,1% ukupne trgovine ostalim povrćem od čega je 97,3% rezultat izvoza Srbije. U toku čitavog posmatranog perioda, uočava se relativna komparativna trgovinska prednost uz značajne promene vrednosti *MORTA* indeksa tokom perioda i primetnu blagu tendenciju pada vrednosti indeksa. Relativna komparativna prednost u izvozu Srbije na tržište Italije uočena je tokom čitavog perioda, ali je pad vrednosti *MSXA* indeksa prisutan u čitavom periodu, a posebno u poslednje posmatranim godinama (*Grafikon 71.*). Vrednost izvoza tokom perioda opada po prosečnoj godišnjoj stopi od 7% uz relativno slabu varijabilnost od 27,1% pri čemu je udeo Srbije na tržištu Italije u posmatranom periodu na nivou od 1,8% u ukupnog uvoza. Najniže vrednosti *MSXA* indeksa u poslednje posmatranim godinama prevashodno su rezultat pada vrednosti izvoza na tržište Italije. Sa druge strane, u trgovini Srbije i Italije uočava se relativno nizak stepen penetracije na tržište Srbije u svim posmatranim godinama osim u 2006. Karakteristika uvoza ostalog povrća jesu značajne oscilacije vrednosti *MSIA* indeksa tokom perioda od najniže moguće vrednosti od -1 u 2005.g kao posledica potpunog odsustva uvoza, do najveće vrednosti od 0,51 u 2006.g u kojoj je ostvarena i najveća vrednost uvoza od 363 hiljade EUR. U periodu primene SSP-a, uočavaju se oscilacije u uvozu, ali je sveukupno posmatrano, nivo relativnog stepena penetracije nizak. Vrednost uvoza ostalog povrća iz Italije, tokom perioda beleži pad po prosečnoj godišnjoj stopi od 7,1% uz jaku varijabilnost od 94,5%.

Italija je uvozno orijentisana pri čemu se 74,7% vrednosti uvoza realizuje u trgovini sa državama koje su članice EU. Uvoz Italije opada po prosečnoj godišnjoj stopi od 0,4% i slabu varijabilnost od 6,3% s tim da je pad vrednosti

uvoza primetan samo u trgovini sa državama članicama EU, dok je u slučaju uvoza van EU primetna tendencija rasta⁶⁷.

Grafikon 71. Obim trgovine SMTK 05469 Srbije i Italije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Pored Italije, značajnu ulogu u trgovini ostalim povrćem Srbija ostvaruje sa severnim susedom-Mađarskom. U posmatranom periodu, vrednost trgovine iznosi 21,6 miliona EUR što čini 13,6% ukupne trgovine ostalim povrćem pri čemu u trgovini dominira izvoz Srbije koji u ukupnoj trgovini učestvuje sa 95,2%. U toku čitavog posmatranog perioda, uočava se relativna komparativna trgovinska prednost uz značajne promene vrednosti *MORTA* indeksa tokom perioda i primetnu tendenciju pada vrednosti indeksa (*Grafikon 72.*). Relativna

⁶⁷ Najznačajniji izvoznik na tržište Italije je Belgija sa ostvarenom vrednošću izvoza od 555,8 miliona EUR što čini 23,6% ukupnog uvoza ostalog povrća u Italiju uz blagu prosečnu godišnju stopu rasta od 1% i slabu varijabilnost od 7,9%. Pored Belgije, gotovo podjednak značaj u izvozu imaju Francuska i Kina koje su u posmatranom periodu ostvarile vrednost izvoza od 273,2 miliona EUR i 264,8 miliona EUR, respektivno. Međutim, za razliku od Francuske gde je uočen trend pada vrednosti izvoza, u slučaju Kine trend je pozitivan s tim da je uočen pa vrednosti izvoza u poslednje posmatranim godinama.

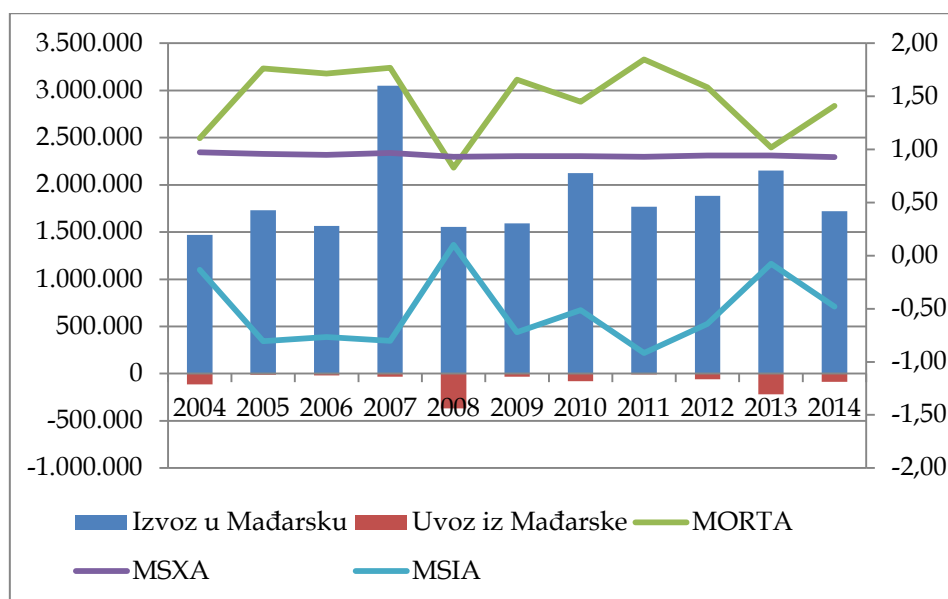
komparativna prednost u izvozu Srbije na tržište Mađarske uočena je tokom čitavog perioda, uz gotovo maksimalne vrednosti *MSXA* indeksa koji se kreće u rasponu od 0,93 do 0,97 i primetnu tendenciju blagog pada vrednosti indeksa. Srbija je najznačajniji trgovinski partner Mađarske u uvozu van granica EU⁶⁸ sa ostvarenom vrednošću izvoza tokom perioda od 20,6 miliona EUR uz prosečnu godišnju stopu rasta od 2,2% i relativno slabu varijabilnost od 23,6%. Blaga tendencija pada vrednosti *MSXA* indeksa, uz istovremeni blagi rast vrednosti izvoza Srbije na tržište Mađarske ukazuje na relativni pad komparativne prednosti Srbije u odnosu na konkurente na tržištu Mađarske. Sa druge strane, u trgovini Srbije i Mađarske uočava se relativno nizak stepen penetracije na tržište Srbije u svim posmatranim godinama osim u 2008. Karakteristika uvoza ostalog povrća jesu značajne oscilacije vrednosti *MSIA* indeksa tokom perioda od najniže moguće vrednosti od -0,92 u 2011.g kao posledica najniže zabeležene vrednosti uvoza, do najviše vrednosti od 0,1 u 2008.g u kojoj je ostvarena i najveća vrednost uvoza od 368 hiljada EUR. Vrednost uvoza ostalog povrća iz Mađarske, tokom perioda beleži rast po prosečnoj godišnjoj stopi od 9,4% uz jaku varijabilnost od 111,5%.

Mađarska je izvozno orijentisana pri čemu se 86,8% vrednosti izvoza realizuje u trgovini sa državama koje su članice EU. Sa druge strane, posmatrajući uvoz, 85,7% uvoza Mađarske realizuje se sa internog tržišta EU. Uvoz ostalog povrća u Mađarskoj raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 2% uz relativno slabu varijabilnost od 15,6% s tim da je rast vrednosti uvoza primetan samo u trgovini sa državama članicama EU, dok je u slučaju uvoza van EU primetna tendencija pada⁶⁹.

⁶⁸ 76,2% uvoza ostalog povrća Mađarske van granica EU je rezultat izvoza Srbije što ujedno čini i 10,9% ukupnog uvoza Mađarske

⁶⁹ Najznačajniji trgovinski partneri Mađarske u uvozu su Poljska sa ostvarenom vrednošću izvoza od 37,7 miliona EUR i udelom u ukupnom uvozu Mađarske od 20%, zatim Belgija sa ostvarenom vrednošću izvoza od 26,2 miliona EUR i udelom u ukupnom uvozu od 13,8% i Nemačka sa vrednošću izvoza od 23,3 milion EUR i udelom u ukupnom uvozu od 12,3%. U

Grafikon 72. Obim trgovine SMTK 05469 Srbije i Mađarske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Pored Italije i Mađarske, među najznačajnije trgovinske partnere Srbije spada i Belgija sa kojom je u posmatranom periodu realizovano 17,1 milion EUR vrednosti trgovine ostalim povrće što čini 10,7% ukupne trgovine ostalim povrćem. U međusobnoj trgovinskoj razmeni dominira izvoz Srbije sa udelom od 80%. U toku čitavog posmatranog perioda, osim u 2005. uočava se relativna komparativna trgovinska prednost pri čemu su najviše zabeležene vrednosti MORTA indeksa u sredini posmatranog perioda (Grafikon 73.). U poslednje posmatranim godinama dolazi do pada vrednosti MORTA indeksa, odnosno dolazi do pada relativne komparativne trgovinske prednost, koja je najniža u poslednje posmatranoj godini. U izvozu, vrednosti MSXA indeksa rastu tokom posmatranog perioda i to od najniže vrednosti -1 u 2005. do najviših vrednosti zabeleženih u poslednje posmatranim godinama. Nakon niskih vrednosti izvoza u prvim posmatranim godinama uz potpuno odsustvo izvoza u 2005.g,

posmatranom periodu, izvoz navedenih najznačajnijih trgovinskih partnera raste, pri čemu je najznačajniji rast uočeni u izvozu Belgije i Nemačke.

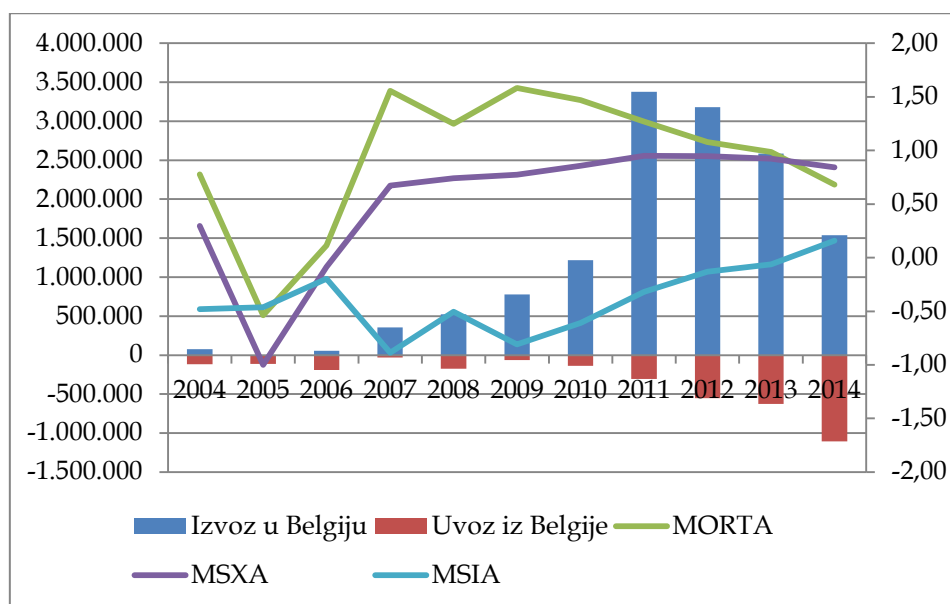
dolazi do rasta vrednosti *MSXA* indeksa, odnosno rasta relativne komparativne prednosti u izvozu. Vrednost izvoza ostalog povrća Srbije na tržište Belgije raste po značajnoj prosečnoj godišnjoj stopi od 24,7% i jaku varijabilnost od 97% kao posledica značajnog rasta vrednosti izvoza u poslednje posmatranim godinama. Međutim, nakon rekordne vrednosti izvoza u 2011., dolazi do pada vrednosti izvoza do kraja posmatranog perioda.

Iako je Belgija za Srbiju značajan trgovinski partner, sa druge strane Srbija spada u red država sa najmanjim učešćem u ukupnom uvozu Belgije sa svega 0,4%. Sa druge strane, u trgovini Srbije i Belgije uočava se relativno nizak stepen penetracije na tržište Srbije u svim posmatranim godinama. Karakteristika uvoza ostalog povrća jesu značajne oscilacije vrednosti *MSIA* indeksa tokom perioda od najniže zabeležene vrednosti od -0,89 u 2007.g kao posledica najniže zabeležene vrednosti uvoza, do najveće vrednosti od 0,16 u 2014.g kada je po prvi put uočen visok stepen penetracije u kojoj je ostvarena i najveća vrednost uvoza od 1,1 milion EUR. Vrednost uvoza ostalog povrća iz Belgije, tokom perioda beleži rast po značajnoj prosečnoj godišnjoj stopi od 25,2% uz jaku varijabilnost od 100,5%.

Belgija je izvozno orijentisana pri čemu se 92% vrednosti izvoza realizuje u trgovini sa državama koje su članice EU. Posmatrajući uvoz, 88,2% uvoza Belgija realizuje sa internog tržišta EU. Uvoz ostalog povrća u Belgiju raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 1,6% uz slabu varijabilnost od 8,7% s tim da je rast vrednosti uvoza primetan i u trgovini sa državama članicama EU i van EU⁷⁰.

⁷⁰ Najznačajniji izvoznici na tržište Belgije su država članice EU. Francuska je najveći izvoznik ostalog povrća sa ostvarenom vrednošću izvoza od 879,7 miliona EUR i udelom u ukupnom uvozu Belgije od 28,1%. Španija je ostvarila vrednost izvoza od 530,8 miliona EUR čineći 17% ukupnog uvoza ostalog povrća Belgije, dok je Holandija, kao treći najznačajniji izvoznik ostalog povrća na tržištu Belgije ostvarila vrednost izvoza od 508,3 miliona EUR uz udeo od 16,2%. U sva tri slučaja, vrednost izvoza gotovo stagnira tokom perioda sa veoma blagim prosečnim godišnjim stopama pada od 0,6% u slučaju Francuske i Holandije, odnosno potpune stagnacije (u proseku posmatrano) u slučaju Španije. U sva tri slučaja, u poslednje posmatranim godinama se uočava blagi pad vrednosti izvoza na tržište Belgije. Van granica EU, najznačajniji trgovinski

Grafikon 73. Obim trgovine SMTK 05469 Srbije i Belgije u periodu 2004-2014 izražen u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

partner je Kina sa vrednošću izvoza od 168,8 miliona EUR i Turska sa izvozom od 88,7 miliona EUR. Vrednost izvoza Turske beleži značajan trend pada po prosečnoj godišnjoj stopi od 16,1%, dok je u slučaju Kine zabeležen rast vrednosti izvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 4,4%.

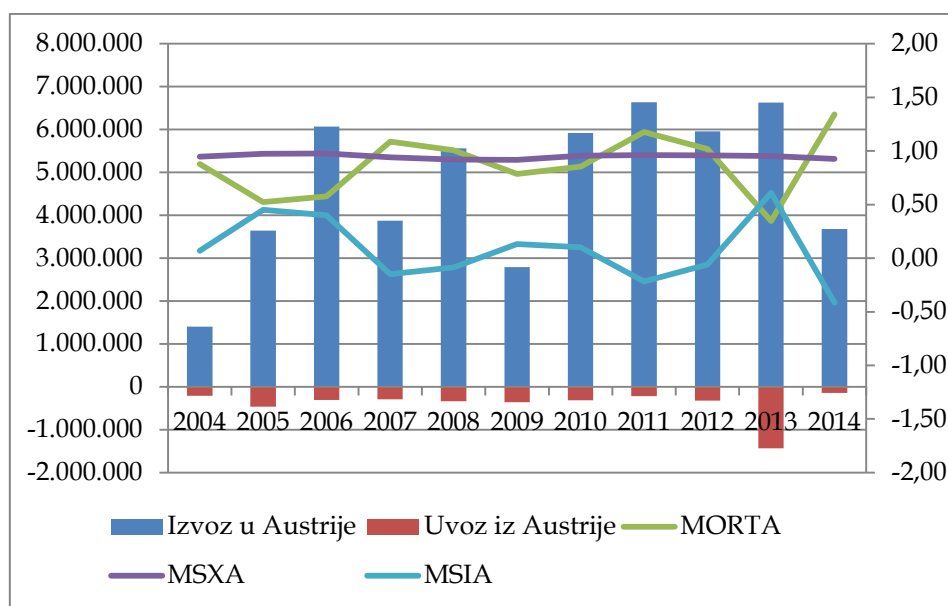
PRILOG XIV - Relativna komparativna prednost Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 05995

U trgovini sokovima od ostalog voća i povrća, Austrija i Nemačka zajedno čine 71,7% ukupne trgovine i predstavljaju najznačajnije trgovinske partnere Srbije. Vrednost trgovine sa Austrijom u posmatranom periodu dostiže nivo od 56,6 miliona EUR što čini 37,2% ukupne trgovine sokovima od ostalog voća i povrća od čega je 92,2% rezultat izvoza Srbije. U svim posmatranim godinama uočava se relativna komparativna trgovinska prednost Srbije u trgovini sa Austrijom uz blagi rast vrednosti *MORTA* indeksa tokom perioda i pored značajnog pada vrednosti indeksa u 2013.g na nivo od 0,35 (*Grafikon 74.*). Relativna komparativna prednost Srbije u izvozu na tržište Austrije je na veoma visokom nivou sa vrednostima *MSXA* indeksa od preko 0,9 i relativno je stabilan tokom vremena. Srbija je značajan uvozni partner Austrije van granica EU imajući u vidu da Srbija čini 37% uvoza van EU, odnosno 7,2% ukupnog uvoza sokova od ostalog voća i povrća u Austriju. Vrednost izvoza Srbije raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 7,8% uz umerenu varijabilnost od 35,1%. Sa druge strane, relativni stepen penetracije na tržište Srbije varira tokom perioda uz uočen pad vrednosti *MSIA* indeksa. Iako je relativni stepen penetracije u pojedinim godinama nizak, poslednje dve posmatrane godine beleže ujedno i najvišu vrednost indeksa od 0,61 u 2013. i najnižu vrednost indeksa od -0,41 u 2014. Tokom perioda, vrednost uvoza sokova od ostalog voća i povrća bio je stabilan sve do 2013.g kada dolazi do značajnog povećanja vrednosti uvoza što je doprinelo da prosečna godišnja stopa rasta dostigne nivou od 7,7% te je uticalo da varijabilnost bude jako izražena sa 84,5%. Međutim, već u 2014. dolazi do stabilizacije vrednosti uvoza na prethodni nivo.

Austrija je izvozno orijentisana pri čemu se 75,4% vrednosti izvoza realizuje u trgovini sa državama koje su članice EU. I u uvozu, Austrija je pretežno okrenuta uvozu iz država članica EU koje čine 80,6% ukupnog uvoza.

Uvoz Austrije raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 4% i relativno slabu varijabilnost od 18,5% s tim da je rast vrednosti uvoza primetan i u trgovini sa državama van EU i u trgovini sa državama članicama EU⁷¹.

Grafikon 74. Obim trgovine SMTK 05995 Srbije i Austrije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Vrednost trgovine sa Nemačkom, kao drugim najznačajnijim trgovinskim partnerom Srbije, u posmatranom periodu dostiže nivo od 52,5 miliona EUR što čini 34,5% ukupne trgovine sokovima od ostalog voća i povrća uz dominaciju izvoza Srbije od 94,8%. U svim posmatranim godinama uočava se relativna komparativna trgovinska prednost Srbije u trgovini sa Nemačkom uz uočen pad vrednosti MORTA indeksa tokom perioda (Grafikon 75.). Najniža

⁷¹ Dominantan izvoznik sokova od ostalog voća i povrća na tržište Austrije je Poljska koja sa ostvarenom vrednošću izvoza od 232,4 miliona EUR čini 31,9% ukupnog uvoza u Austriju. Svoju leadersku poziciju na tržištu Austrije obezbeđuje kroz značajan rast vrednosti izvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 10,7% uz umerenu varijabilnost od 37,1%. Pored Poljske, značajni izvoznici su Nemačka sa vrednošću izvoza od 100,7 miliona EUR i Italija sa vrednošću izvoza od 80,8 miliona EUR. Međutim, i slučaju Nemačke i u slučaju Italija, beleži se trend pada vrednosti izvoza koji je izraženiji u izvozu Italije.

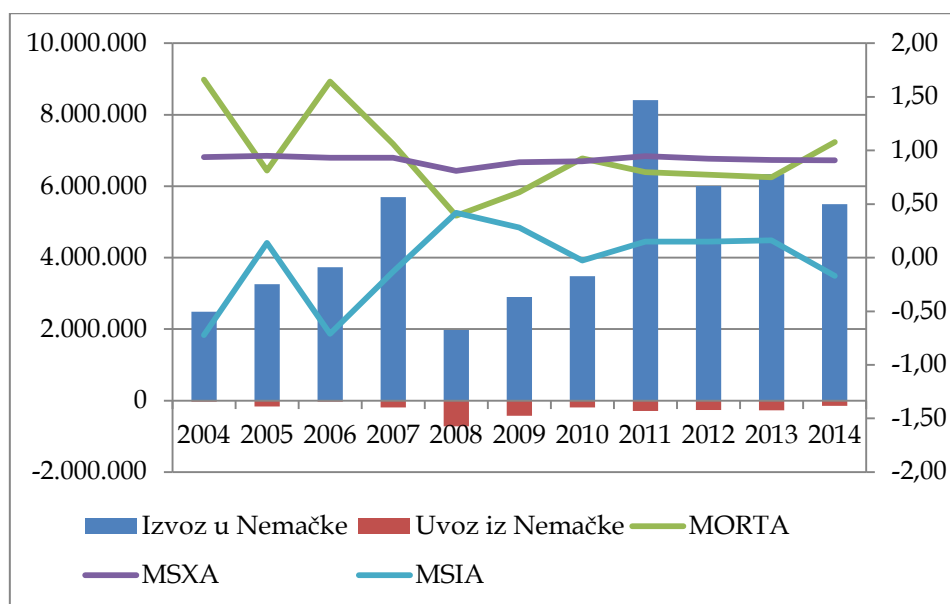
vrednost *MORTA* indeksa zabeležena je u 2008.g kada je iznosila svega 0,39. Međutim, u drugoj polovini posmatranog perioda, dolazi do rasta vrednosti indeksa, da bi u 2014. vrednost indeksa dostigla nivo od 1,06. Relativna komparativna prednost Srbije u izvozu na tržište Nemačke je na visokom nivou, ali je trend pada vrednosti *MSXA* indeksa prisutan. Najniža zabeležena vrednost *MSXA* je u 2008.g sa vrednošću od 0,81, nakon čega dolazi do ponovnog rasta održavajući vrednost indeksa na nivo većem od 0,9. Vrednost izvoza Srbije raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 8,9% uz umerenu varijabilnost od 41,9%.

Relativni stepen penetracije na tržište Srbije varira tokom posmatranog perioda s tim da je u drugoj polovini perioda uočen relativno visok stepen penetracije (izuzev 2010. i 2014.). Najviša vrednost *MSIA* indeksa zabeležena je u 2008.g kada je iznosila 0,42, dok su najniže vrednost zabeležene u prvoj polovini perioda. Najviša vrednost *MSIA* indeksa u 2008.g uz istovremeno najnižu vrednost *MSXA* indeksa u istoj godini, doprinelo je dostizanju najnižeg nivoa relativne komparativne prednosti u trgovini sa Nemačkom. Rast vrednosti *MSIA* indeksa posledica su rasta vrednosti uvoza u Srbiju koji raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 16,3% uz jaku varijabilnost od 74,8%. Međutim, neophodno je istaći da nakon rekordne vrednosti uvoza u 2008., dolazi do pada vrednosti uvoza.

Nemačka je uvozno orijentisana pri čemu se 82,1% vrednosti uvoza realizuje u trgovini sa državama koje su članice EU. Uvoz Nemačke raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 1,8% i relativno slabu varijabilnost od 12% s tim da je rast vrednosti uvoza primetan i u trgovini sa državama van EU i u trgovini sa državama članicama EU⁷².

⁷² Najznačajniji trgovinski partner Nemačke u uvozu sokova od ostalog voća i povrća je Holandija sa ostvarenom vrednošću izvoza od 664,5 miliona EUR što čini 31,3% ukupnog uvoza u Nemačku uz stabilan rast po prosečnoj godišnjoj stopi od 6,5%. Nemačka, zajedno sa Poljskom zadovoljava više od polovine potreba Nemačkog tržišta. Naime, vrednost izvoza Poljske dostiže nivo od 432,2 miliona EUR što čini 20,3% ukupnog uvoza u Nemačku. I u

Grafikon 75. Obim trgovine SMTK 05995 Srbije i Nemačke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

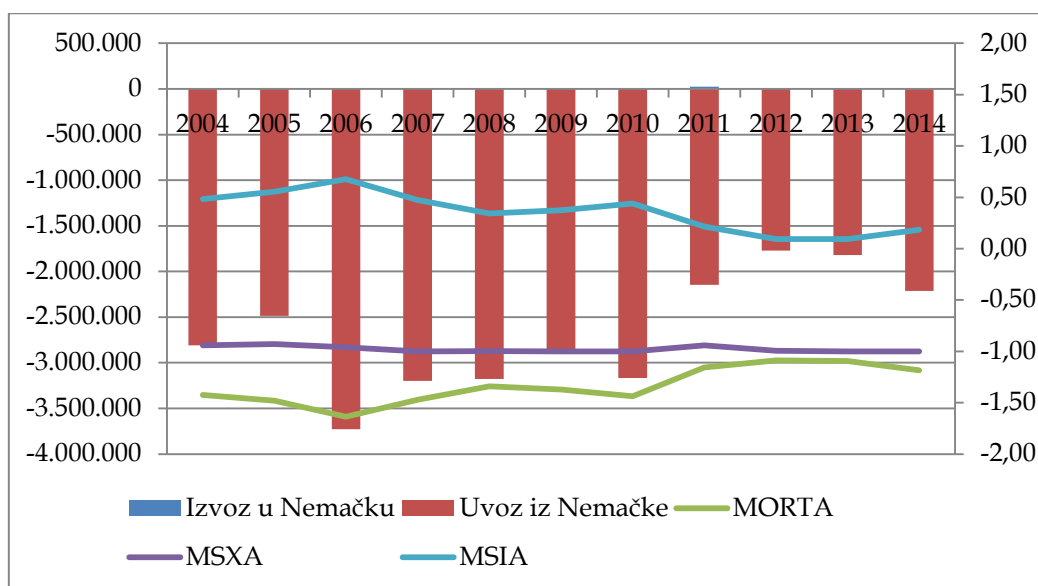
slučaju Poljske beleži se trend rasta vrednosti izvoza, ali po nižoj prosečnoj stopi rasta od 1% uz nešto veću varijabilnost u izvozu od 26,1%. Najznačajniji trgovinski partner Nemačke van EU je Turska sa vrednošću izvoza od 101,3 miliona EUR što čini 4,8% ukupnog uvoza (71,6% iznosi udeo u uvozu van granica EU).

PRILOG XV - Relativna komparativna prednost Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 08199

Najznačajniji trgovinski partner Srbije među državama EU je Nemačka sa ostvarenom vrednošću trgovine od 29,4 miliona EUR što čini 19,6% ukupne trgovine proizvodima za ishranu životinja od čega je 99,8% rezultat uvoza Srbije. U toku čitavog posmatranog perioda, uočava se odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti uz uočenu tendenciju rasta vrednosti *MORTA* indeksa koji je najveći u poslednje posmatranim godinama (*Grafikon 76.*). Veoma niske vrednosti *MORTA* indeksa tokom posmatranog perioda u velikoj meri su rezultat veoma niskih vrednosti *MSXA* indeksa kao posledica potpunog odsustva izvoza u pojedinim godinama, dok je u godinama zabeleženog izvoza, ostvarena vrednost na veoma niskom nivou. Sa druge strane, relativni stepen penetracije na tržište Srbije je visok uz primetnu tendenciju pada vrednosti *MSIA* indeksa tokom perioda koji u poslednje posmatranim godinama dostiže najniže vrednosti. Pad vrednosti indeksa, u značajnoj meri je rezultat pada vrednosti uvoza u Srbiju koji pada po prosečnoj godišnjoj stopi od 4,9% uz relativno slabu varijabilnost od 22,6%.

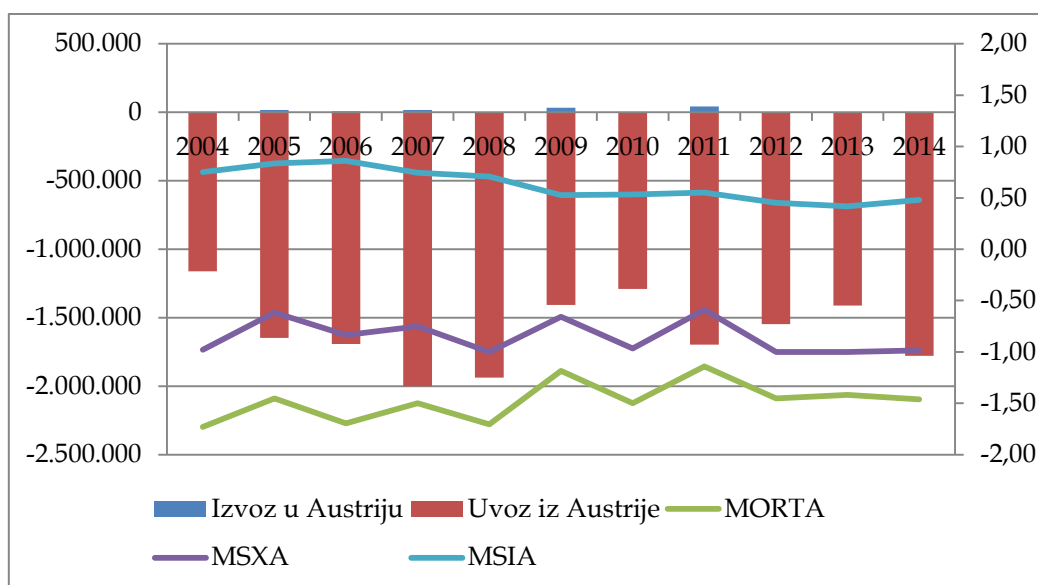
Sa ostvarenom vrednošću trgovine od 17,7 miliona EUR i učešćem od 11,8% u ukupnoj trgovini proizvodima za ishranu životinja, Austrija je drugi najznačajniji trgovinski partner Srbije. I u slučaju Austrije, dominira uvoz u Srbiju koji čini 99,3% međusobne trgovine. U međusobnoj trgovini u svim posmatranim godinama uočava se odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti uz veoma niske vrednosti *MORTA* indeksa koji tokom periodu beleži tendenciju rasta (*Grafikon 77.*).

Grafikon 76. Obim trgovine SMTK 08199 Srbije i Nemačke u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Grafikon 77. Obim trgovine SMTK 08199 Srbije i Austrije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

U čitavom posmatranom periodu, uočava se odsustvo relativne komparativne prednosti u izvozu uz primetnu tendenciju pada vrednosti

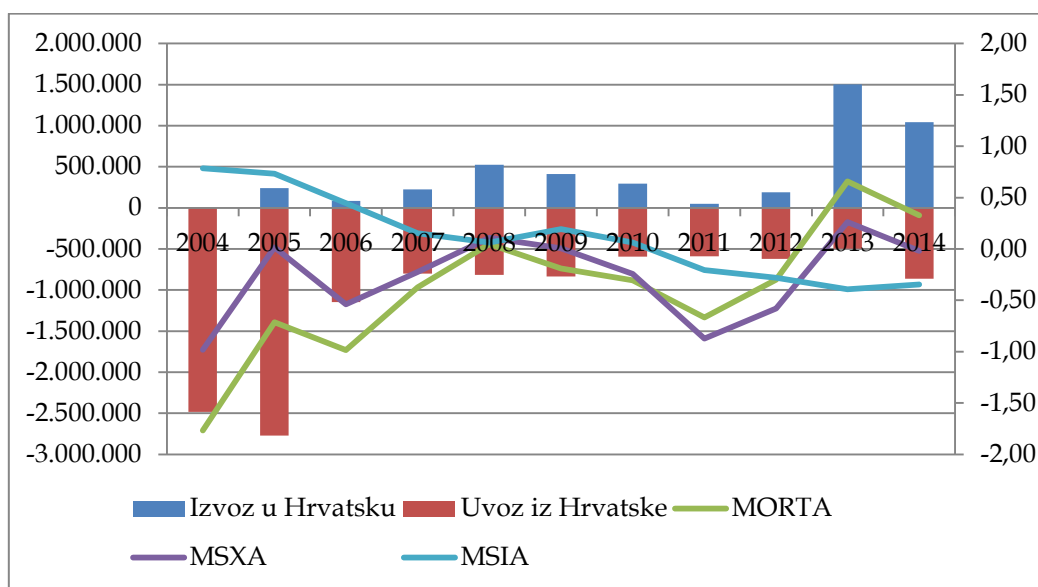
MSXA indeksa, kao posledica niskih vrednosti izvoza Srbije na tržište Austrije, kao i odsustva izvoza u pojedinim godinama. U poslednje posmatranim godinama, Srbija nije ostvarila izvoz proizvoda za ishranu životinja uz zanemarljiv izvoz u 2014. Na strani uvoza iz Austrije, uočava se relativno visok stepen penetracije u svim posmatranim godinama, uz primetnu tendenciju pada vrednosti MSIA indeksa tokom perioda. Vrednost uvoza raste po veoma niskoj prosečnoj godišnjoj stopi od 0,5% i relativno slabu varijabilnost od 15,7%.

Trgovina proizvodima za ishranu životinja sa Hrvatskom značajna je zbog ostvarene vrednosti trgovine, ali i zbog strukture trgovine koja se značajno razlikuje u odnosu na dva najznačajnija, gore pomenuta, trgovinska partnera Srbije. Vrednost međusobne trgovine u posmatranom periodu dostigla je nivo od 16,6 miliona EUR što čini 11% ukupne trgovine proizvodima za ishranu životinja sa EU. Iako je i u slučaju Hrvatske, međusobna razmena uvozno orijentisana, 27,5% međusobne razmene rezultat je izvoza Srbije u Hrvatsku. Relativna komparativna trgovinska prednost Srbije u trgovini sa Hrvatskom u posmatranom periodu varira od najniže zabeležene vrednosti MORTA indeksa u prvoj posmatranoj godini od -1,77 do najveće vrednosti MORTA indeksa od 0,66 u 2013. (*Grafikon 78.*). Relativna komparativna prednost u izvozu Srbije na tržište Hrvatske varira tokom perioda, pri čemu preovlađuje broj godina u kojima se uočava odsustvo relativne komparativne prednosti u izvozu Srbije. Najniža vrednost MSXA indeksa uočena je u prvoj posmatranoj godini kada je iznosila -0,98 što ukazuje na gotovo potpuno odsustvo relativne komparativne prednosti u izvozu. Najveća vrednost MSXA indeksa, zabeležena je u 2013. kada je iznosila 0,26 kao posledica značajnog rasta vrednosti izvoza. Tokom perioda, vrednost izvoza Srbije na tržište Hrvatske raste značajnoj prosečnoj godišnjoj stopi od 21,9% uz jaku varijabilnost od 106%. Značajan rast vrednosti izvoza doprineo je da Hrvatska postane najznačajniji izvozni partner Srbije sa udelom od 27,4% u izvozu proizvoda za ishranu životinja u EU. Sa druge strane, relativni stepen penetracije na tržište Srbije, visok je u prvoj polovini posmatranog perioda uz uočenu tendenciju pada vrednosti MSIA indeksa što

dovodi do negativnih vrednosti *MSIA* indeksa u poslednje posmatranim godinama. Od 2011.g relativni stepen penetracije je nizak, što je posledica najnižih vrednosti uvoza iz Hrvatske koji u posmatranom periodu beleži pad vrednosti po prosečnoj godišnjoj stopi od 12,7% uz relativno jaku varijabilnost od 68,2%.

Hrvatska je uvozno orijentisana pri čemu se 96,1% vrednosti uvoza realizuje u trgovini sa državama koje su članice EU. Uvoz Hrvatske raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 8,9% i relativno slabu varijabilnost od 28,8% s tim da je rast vrednosti uvoza primetan i u trgovini sa državama van EU i u slučaju uvoza iz država članica EU⁷³.

Grafikon 78. Obim trgovine SMTK 08199 Srbije i Hrvatske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

⁷³ Najznačajniji partner Hrvatske u uvozu je Italija sa ostvarenom vrednošću izvoza od 113,6 miliona EUR i udelom u ukupnom uvozu Hrvatske od 31,2%. Sa značajno manjom vrednošću izvoza, od 51 milion EUR, Austrija učestvuje u uvozu Hrvatske sa 14%, dok je uvoz iz Nemačke na nivou od 43,4 miliona EUR, odnosno 11,9% udela u uvozu. Jedino u slučaju uvoza iz Nemačke, beleži se pad vrednosti uvoza, dok se u slučaju Italije i Austrije beleži stalan rast vrednosti izvoza.

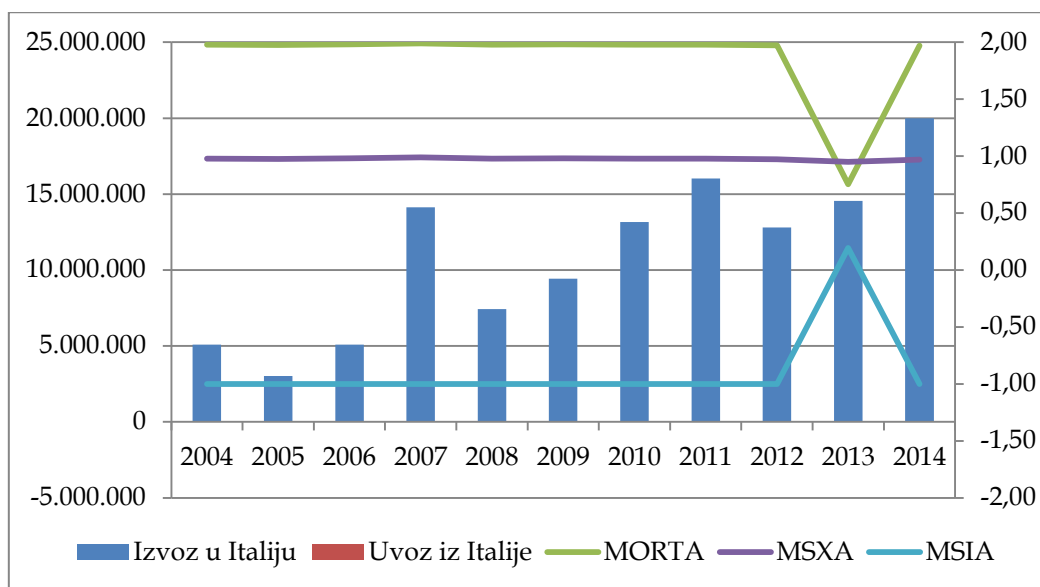
PRILOG XVI - Relativna komparativna prednost Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 08152

U potpunosti dominantan trgovinski partner Srbije u trgovini rezancima od šećerne repe među članicama EU je Italija sa kojom je u posmatranom periodu realizovana vrednost trgovine dostigla nivo od 120,7 miliona EUR što čini 85,8% ukupne trgovine rezancima od šećerne repe sa EU. Trgovina sa Italijom je gotovo u potpunosti izvozno orijentisana imajući u vidu da je 99,99% trgovine rezultat izvoza Srbije, pri čemu je udeo Srbije u ukupnom uvozu Italije 22% (40% udela u uvozu van granice EU). Relativna komparativna trgovinska prednost Srbije u trgovini sa Italijom uočava se u čitavom posmatranom periodu uz izuzetno visoke vrednosti *MORTA* indeksa koji u pojedinim godinama teži dostizanju maksimalnih mogućih vrednosti (*Grafikon 79.*). Relativna komparativna prednost u izvozu Srbije na tržište Italije uočava u svim posmatranim godinama sa vrednostima koje, teže dostizanju maksimalnih mogućih vrednosti *MSXA* indeksa što ukazuje na značajnu relativnu poziciju Srbije na tržištu Italije. Vrednost izvoza Srbije na tržište Italije raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 12,7% uz umerenu varijabilnost od 46,4%. Sa druge strane, vrednosti *MSIA* indeksa su u svim posmatranim godinama, osim u 2013.g, na minimalno mogućoj negativnoj vrednosti od -1 kao posledica odsustva uvoza. Vrednost uvoza je registrovana jedino u 2013. što je doprinelo povećanju vrednosti indeksa na 0,2.

U trgovini rezancima od šećerne repe, Italija je dominantno uvezno orijentisana pri čemu se većina vrednosti uvoza od 54,9% realizuje u trgovini sa državama koje nisu članice EU. Uvoz Italije raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 9,9% uz umerenu varijabilnost od 39% s tim da je rast vrednosti uvoza

primetan i u trgovini sa državama van EU i u slučaju uvoza iz država članica EU⁷⁴.

Grafikon 79. Obim trgovine SMTK 08152 Srbije i Italije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

⁷⁴ Najznačajniji partneri Italije u uvozu su države van EU. Pojedinačno najznačajniji trgovinski partner je, već spomenuta, Srbija, dok se na drugom mestu nalazi Rusija sa ostvarenom vrednošću izvoza od 96,4 miliona EUR uz ukupan uvoz Italije od 17,5% (udeo van EU iznosi 31,9%). Na trećem mestu nalazi se Egipat sa ostvarenom vrednošću izvoza od 85,1 milion EUR i udelom od 15,5% ukupno uvoza Italije. Od država članica EU, najznačajniji trgovinski partner u uvozu Italije je Slovenija koja sa vrednošću izvoza od 89,1 milion EUR čini 16,2% ukupnog uvoza Italije. Iako je kod svih najznačajnijih trgovinskih partnera Italije u uvoz rezanaca od šećerne repe uočen trend rasta vrednosti izvoza, kod Slovenije i Rusije se uočavaju izuzetno visoke prosečne godišnje stope raste od 27,4% i 24,1%, respektivno.

PRILOG XVII - Relativna komparativna prednost Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 04842

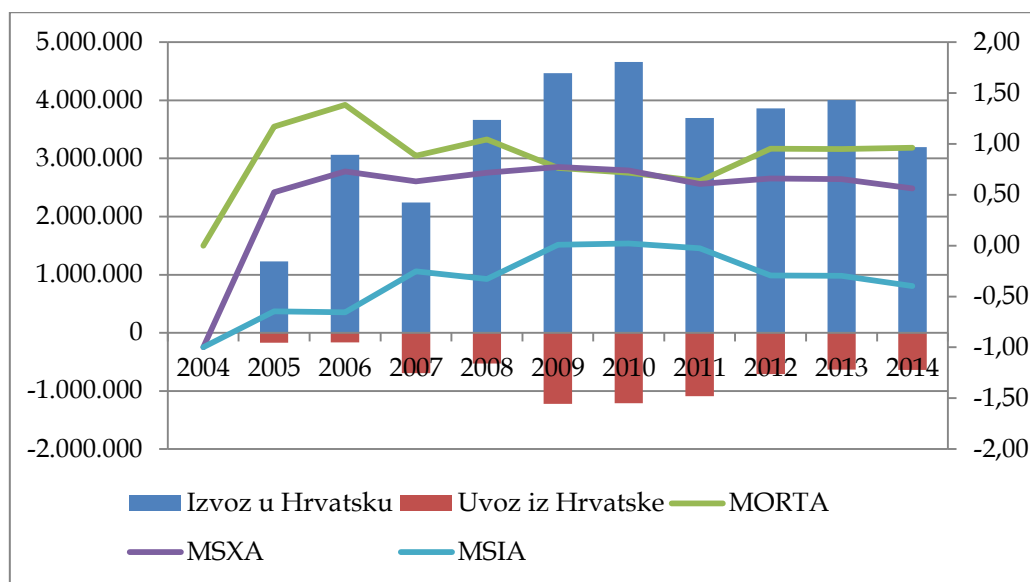
Najznačajniji trgovinski partner u EU je Hrvatska sa kojom je u posmatranom periodu realizovana vrednost trgovine dostigla nivo od 41,2 miliona EUR što čini 29,4% ukupne trgovine slatkim biskvitima sa EU. Trgovina sa Hrvatskom je prevashodno izvozno orijentisana imajući u vidu da je 82,8% trgovine rezultat izvoza Srbije, pri čemu je udeo Srbije u ukupnom uvozu Hrvatske 7,5%. Relativna komparativna trgovinska prednost Srbije u trgovini sa Hrvatskom u posmatranom periodu uočava se u čitavom posmatranom periodu uz primetne oscilacije vrednosti *MORTA* indeksa (*Grafikon 80.*). Nakon najniže vrednosti indeksa u 2009. (ukoliko izuzmemo 2004.), dolazi do rasta vrednosti indeksa u drugoj polovini perioda.

Relativna komparativna prednost u izvozu Srbije na tržište Hrvatske uočava se tokom posmatranog perioda i relativno je stabilan uz uočenu tendenciju pada vrednosti indeksa u drugoj polovini perioda. Najveća vrednost *MSXA* indeksa zabeležena je u 2009. i iznosila je 0,77, da bi u 2014. dostigla nivo od 0,56. Vrednost izvoza Srbije raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 9,8% uz umerenu varijabilnost od 43,8%. Sa druge strane, relativni stepen penetracije na tržište Srbije, nizak je tokom posmatranog perioda, osim u 2009.g i 2010.g kada su zabeležene pozitivne vrednosti *MSIA* indeksa. Upravo u navedenim godinama, vrednost uvoza iz Hrvatske je bila najveća. Vrednost uvoza slatkih biskvita iz Hrvatske u posmatranom periodu raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 11,5% uz relativno jaku varijabilnost od 61,9%, s tim što je u drugoj polovini perioda uočen trend pada vrednosti uvoza.

U trgovini slatkim biskvitima, Hrvatska je uvozno orijentisana pri čemu se 54,6% vrednosti uvoza realizuje u trgovini sa državama koje su članice EU. Uvoz Hrvatske raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 2,6% uz relativno slabu

varijabilnost od 10,6% s tim da je rast vrednosti uvoza primetan i u trgovini sa državama van EU i u slučaju uvoza iz država članica EU⁷⁵.

Grafikon 80. Obim trgovine SMTK 04842 Srbije i Hrvatske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



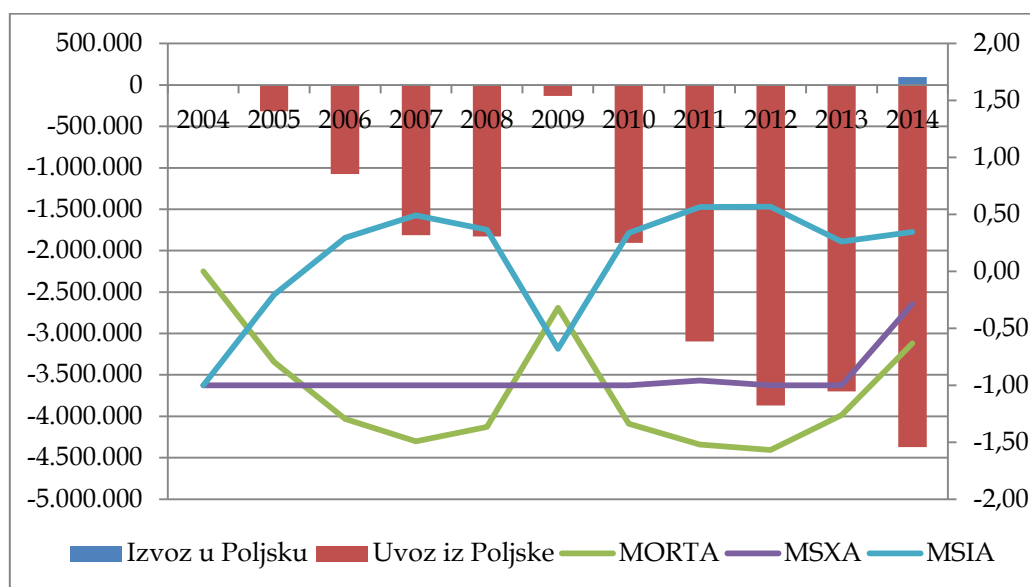
Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Značajan partner Srbije u trgovini slatkim biskvitima je Poljska sa kojom je u posmatranom periodu ostvarena vrednost trgovine od 22,2 miliona EUR što čini 15,8% ukupne trgovine slatkim biskvitima sa EU. Za razliku od trgovine sa Hrvatskom, trgovina sa Poljskom je pretežno uvozno orijentisana imajući u vidu da izvoz Srbije u Poljsku praktično ne postoji. Upravo ovaj podatak nedvosmisleno ukazuje da je uočeno odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti Srbije u trgovini sa Poljskom u čitavom posmatranom

⁷⁵ Najznačajniji partner Hrvatske u uvozu je Bosna i Hercegovina sa ostvarenom vrednošću izvoza od 94,5 miliona EUR i udelom u ukupnom uvozu Hrvatske od 23%. Pored Bosne i Hercegovine, najznačajniji trgovinski partneri su države članice EU, i to Nemačka sa vrednošću izvoza od 63,5 miliona EUR i udelom u ukupnom uvozu Hrvatske od 15,5%, zatim Poljska sa vrednošću izvoza od 51,3 miliona EUR i udelom od 12,5% i Italija sa vrednošću izvoza od 43,1 milion EUR i udelom od 10,5%. Osim u slučaju Italije gde se uočava blagi pad vrednosti izvoza na tržište Hrvatske, svi ostali najznačajniji izvoznici beleže stabilan rast vrednosti izvoza.

periodu uz primetnu tendenciju rasta vrednosti *MORTA* indeksa, prevashodno kao posledica promena vrednosti *MSIA* indeksa (*Grafikon 81.*). Relativna komparativna prednost u izvozu Srbije na tržištu Poljske nije uočena ni u jednoj posmatranoj godini. Srbija gotovo u svim posmatranim godinama nije zabeležila izvoz slatkih biskvita na tržište Poljske, osim zanemarljivog izvoza u 2011. i 2014. Sa druge strane, relativni stepen penetracije na tržište Srbije je relativno visok u tokom dužeg vremenskog perioda sa najvećom zabeleženom vrednošću *MSIA* indeksa u 2012. od 0,57 kada je ostvarena i najveća vrednost uvoza. Vrednost uvoza slatkih biskvita iz Poljske na tržište Srbije raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 21% uz jaku varijabilnost od 74,2%.

Grafikon 81. Obim trgovine SMTK 04842 Srbije i Poljske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Sa ostvarenom vrednošću trgovine slatkim biskvitima od 19,1 milion EUR i udelom od 13,6% ukupne trgovine slatkim biskvitima sa EU, Slovenija spada u grupu najznačajnijih trgovinskih partnera Srbije. Trgovina sa Slovenijom je gotovo u potpunosti izvozno orijentisana imajući u vidu da je 99,7% trgovine rezultat izvoza Srbije, pri čemu je udeo Srbije u ukupnom uvozu

Slovenije 4,5%⁷⁶. Relativna komparativna trgovinska prednost Srbije u trgovini sa Slovenijom u posmatranom periodu uočava se gotovo u čitavom posmatranom periodu uz primetne oscilacije vrednosti *MORTA* indeksa (*Grafikon 82.*). Relativna komparativna prednost u izvozu Srbije na tržište Slovenije uočava se tokom posmatranog perioda i relativno je stabilna uz primetnu tendenciju rasta. Najveća vrednost *MSXA* indeksa zabeležena je u 2006. i iznosila je 0,69 uz ostvarenu vrednost izvoza od 2 miliona EUR. Iako je najveća vrednost izvoza ostvarena u 2013.g kada je iznosila 2,4 miliona EUR, vrednost *MSXA* indeksa iznosila je 0,6 što ukazuje da i pored rasta vrednosti izvoza, relativna komparativna pozicija na tržištu Slovenije beleži tendenciju pada. Vrednost izvoza Srbije raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 9,8% uz umerenu varijabilnost od 38,7%. Sa druge strane, relativni stepen penetracije na tržište Srbije nizak je tokom posmatranog perioda, s tim da u pojedinim godinama nije ostvarena vrednost uvoza. Tokom perioda, vrednost *MSIA* indeksa beleži trend rasta, iako je neophodno imati u vidu da je vrednost uvoza u ukupnom periodu na nivou od 50 hiljada EUR što svrstava Sloveniju među države EU sa najnižom vrednošću izvoza na tržište Srbije kada je reč o slatkim biskvitima⁷⁷.

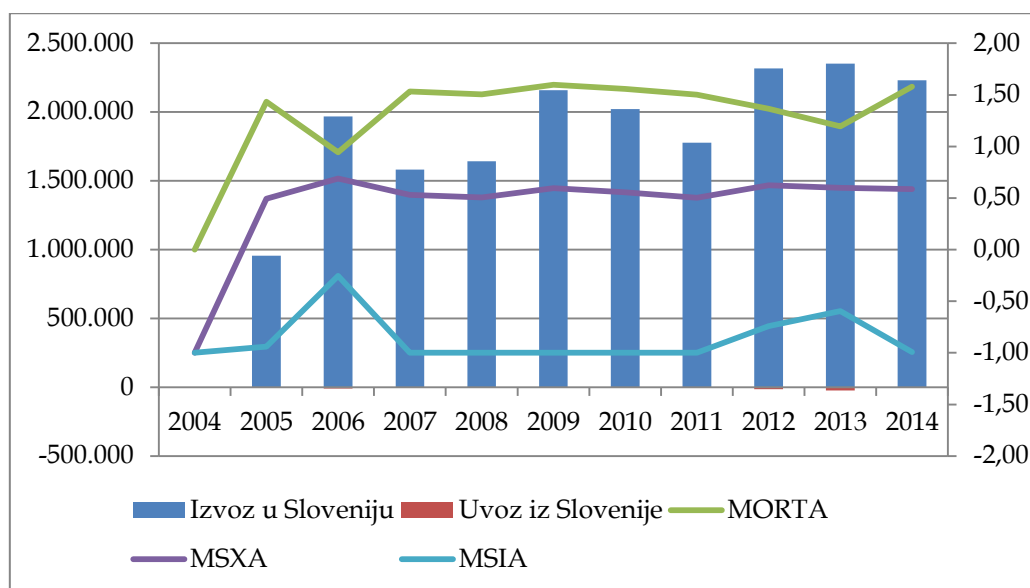
U trgovini slatkim biskvitima, Slovenija je dominantno uvozno orijentisana pri čemu se 88,2% vrednosti uvoza realizuje u trgovini sa državama koje su članice EU. Uvoz Slovenije raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 2,4% uz slabu varijabilnost od 8,8% s tim da je rast vrednosti uvoza primetan i u trgovini sa državama van EU i u slučaju uvoza iz država članica EU⁷⁸.

⁷⁶ Srbija predstavlja najznačajnijeg trgovinskog partnera Slovenije u uvozu slatkih biskvita van granica EU

⁷⁷ Izuzimajući države sa kojima uvoz u Srbiju nije realizovan ni u jednoj posmatranoj godini.

⁷⁸ Najznačajniji partner Slovenije u uvozu je susedna Austrija sa ostvarenom vrednošću izvoza od 102,7 miliona EUR i udelom u ukupnom uvozu Slovenije od 24,2%. Pored Austrije, značajnu ulogu na tržištu ima istočni sused Hrvatska sa ostvarenom vrednošću izvoza od 75,2 miliona EUR i udelom u uvozu od 17,8%. Sa nešto slabijim rezultatima, Nemačka se nalazi na trećem mestu sa udelom od 15,9%, dok Italija i Poljska ostvaruju sa udelima od 11,8% i 11,2%,

Grafikon 82. Obim trgovine SMTK 04842 Srbije i Slovenije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Srbija u trgovini sa slatkim biskvitima sa pojedinačnim državama EU beleži različite rezultate kada je u pitanju uočavanje relativne komparativne trgovinske prednosti, pri čemu sa sedam država članica EU nije ostvarena trgovina ni u jednoj posmatranoj godini. U trgovini sa trinaest država članica EU, nije uočena relativna komparativna trgovinska prednost posmatrano u proseku, dok je u trgovini sa devet država članica EU prosečna vrednost MORTA indeksa pozitivna.

respektivno. Pored Srbije, kao najznačajnijeg trgovinskog partnera u uvozu van granica EU, Bosna i Hercegovina ostvaruje udeo u ukupnom uvozu slatkih biskvita Slovenije od 3,6%, dok u uvozu van granica EU Bosna i Hercegovina ostvaruju udeo od 30%.

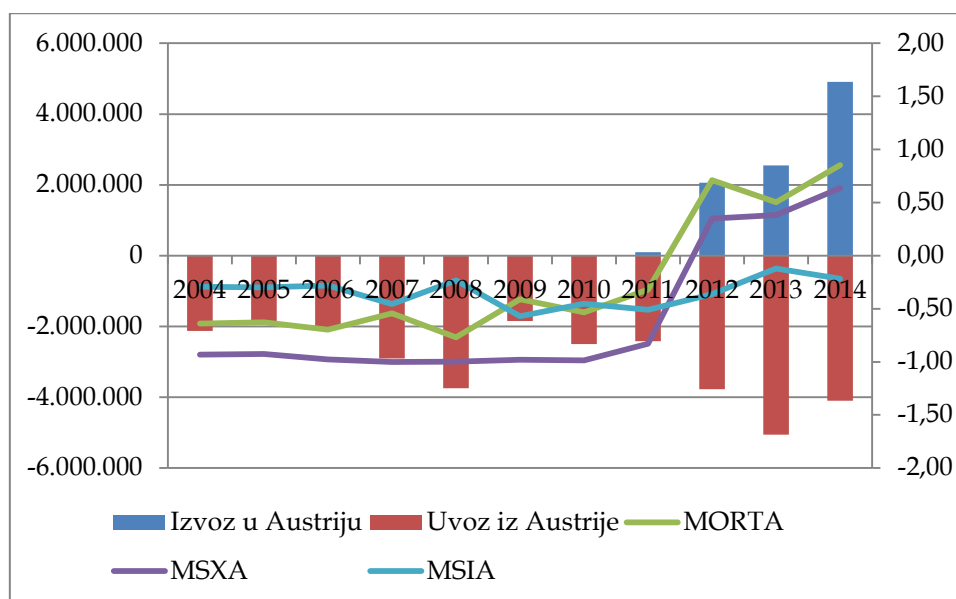
PRILOG XVIII - Relativna komparativna prednost Srbije u odnosu na najznačajnije trgovinske partnere na tržištu EU u slučaju SMTK 11102

U trgovini vodom, najznačajniji trgovinski partner Srbije je Austrija sa kojom je u posmatranom periodu ostvarena vrednost trgovine od 42,1 milion EUR što čini 30,3% ukupne trgovine vodom sa EU, od čega je 77,1% rezultat uvoza Srbije. Tokom perioda, pretežno se uočavaju negativne vrednosti *MORTA* indeksa uz uočenu tendenciju rasta vrednosti indeksa, koje u poslednje tri posmatrane godine dobijaju pozitivan predznak (*Grafikon 83.*). Relativna komparativna prednost Srbije u izvozu na tržište Austrije uočava se u poslednje tri posmatrane godine kao posledica značajnog rasta vrednosti izvoza koji je do tog perioda bio na skromnom nivou. Najveća vrednost *MSXA* indeksa uočena je u 2014. kada je dostigao nivo od 0,64. Sa druge strane, tokom čitavog perioda se uočava nizak relativni stepen penetracije u uvozu iz Austrije koji je najniži sredinom posmatranog perioda, da bi u drugoj polovini perioda bio uočen trend rasta vrednosti *MSIA* indeksa. Najviše vrednosti indeksa uočene su u poslednje dve posmatrane godine.

Austrija je izvozno orijentisana pri čemu se 54,2% vrednosti izvoza realizuje u trgovini sa državama koje su članice EU. Međutim, u uvozu, Austrija je pretežno okrenuta uvozu iz država koje nisu članice EU, a koje čine 80,2% ukupnog uvoza. Uvoz Austrije raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 10,2% i umerenu varijabilnost od 38,7% s tim da je rast vrednosti uvoza primetan i u trgovini sa državama van EU i u trgovini sa državama članicama EU (uz dinamični rast u uvoz van EU)⁷⁹.

⁷⁹ Apsolutno dominantan izvoznik vode na tržište Austrije je Švajcarska koja sa ostvarenom vrednošću izvoza od 4 milijarde EUR čini 79,1% ukupnog uvoza u Austriju, a čak 98,7% uvoza van granica EU. Svoju leadersku poziciju na tržištu Austrije obezbeđuje kroz značajan rast vrednosti izvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 12,2% uz umerenu varijabilnost od 48%. Drugi najznačajniji izvoznik na tržište Austrije je nemačka koja sa ostvarenom vrednošću izvoza od

Grafikon 83. Obim trgovine SMTK 11102 Srbije i Austrije u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



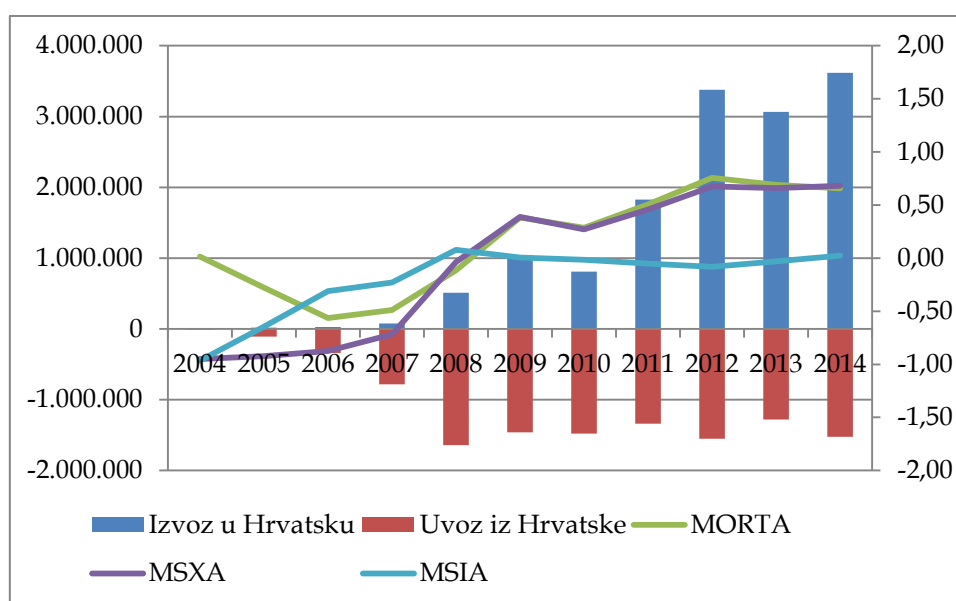
Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

Drugi najznačajniji trgovinski partner Srbije je Hrvatska sa kojom je u posmatranom periodu ostvaren obim trgovine od 25,9 miliona EUR što čini 18,7% ukupne vrednosti trgovine sa EU. U prvoj polovini perioda, uočeno je odsustvo relativne komparativne trgovinske prednosti Srbije, da bi od 2009. Srbija uspevala da obezbedi pozitivne vrednosti *MORTA* indeksa koji do kraja perioda imaju tendenciju rasta (*Grafikon 84.*). Najveće vrednosti *MORTA* indeksa zabeležene su u poslednje tri posmatrane godine kao posledica najveće ostvarene vrednosti izvoza Srbije. Vrednosti *MSXA* indeksa tokom čitavog perioda imaju tendenciju rasta vrednosti, od gotovo potpunog odsustva izvoza i vrednosti indeksa od -0,95 u 2004., do najveće vrednosti indeksa u 2014. od 0,68. Sa druge strane, relativni stepen penetracije tokom perioda varira, ali je pretežno nizak. Druga polovina perioda okarakterisana je vrednostima *MSIA* indeksa koji se kreću oko nule.

590 miliona EUR čini 59% uvoza Austrije na internom tržištu EU (11,7% iznosi udeo u ukupnom uvozu Austrije).

Hrvatsko tržište je gotovo ujednačeno kada je u pitanju uvoz i izvoz vode uz malu prednost na strani uvoza. U uvozu, Hrvatska se pretežno oslanja na trgovinu sa državama članicama EU koje čine 79% ukupnog uvoza vode u Hrvatsku. U posmatranom periodu, tržište Hrvatske beleži blagu tendenciju pada vrednosti uvoza po prosečnoj godišnjoj stopi od 0,5% i slabu varijabilnost od 8,3%⁸⁰.

Grafikon 84. Obim trgovine SMTK 11102 Srbije i Hrvatske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti

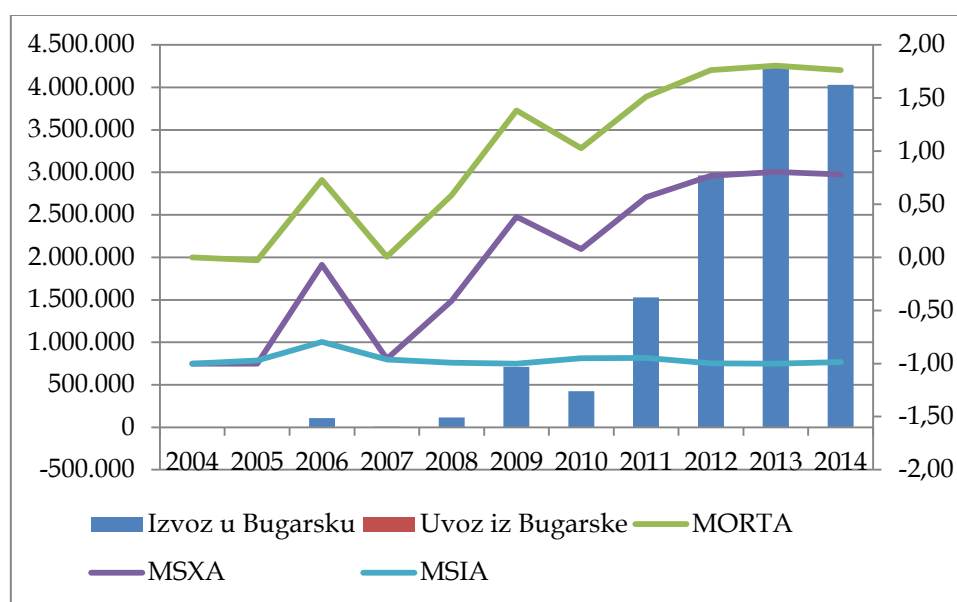


Izvor: Kalkulacija autora na bazi kombinovanih podataka Eurostat-a i RZS-a

⁸⁰ Najznačajniji izvoznik vode na tržište Hrvatske je Austrija sa ostvarenom vrednošću izvoza od 100,4 miliona EUR što čini 23% ukupnog uvoza u Hrvatsku, dok je drugi najznačajniji izvoznik Mađarska sa 61,6 miliona EUR i udelom od 14,1% ukupnog uvoza. U oba slučaja se uočava trend pada vrednosti uvoza tokom perioda. Posmatrano van granica EU, najznačajniji izvoznik je Bosna i Hercegovina koja sa ostvarenom vrednošću izvoza od 59,9 miliona EUR čini 48,1% uvoza Hrvatske van granica EU (13,7% ukupnog uvoza). Tokom perioda, vrednost izvoza Bosne i Hercegovine na tržište Hrvatske raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 14,2%. Srbija, sa ostvarenom vrednošću izvoza od 14,4 miliona EUR čini 11,5% uvoza Hrvatske van granica EU (3,3% ukupnog uvoza) uz rast vrednosti izvoza od 93,2% prosečno godišnje.

Konačno, treći najznačajniji trgovinski partner Srbije je Bugarska sa ostvarenom vrednošću trgovine od 14,2 miliona EUR od kojih je 99,8% rezultat izvoza Srbije. Nakon potpunog odsustva trgovine u 2004., dolazi do uspostavljanja trgovinskih odnosa, pri čemu Srbija od 2009. značajnije nastupa na tržištu Bugarske da bi u poslednje dve posmatrane godine dostigla maksimalne vrednosti izvoza od preko 4 miliona EUR. Druga polovina perioda, usled pozitivnih vrednosti *MSXA* indeksa i gotovo potpunog odsustva uvoza iz Bugarske, obezbeđuje pozitivne vrednosti *MORTA* indeksa uz maksimalne vrednosti ostvarene u poslednje tri posmatrane godine (*Grafikon 85.*). Bugarska je pretežno uvozno orijentisana, pri čemu se 91,6% vrednosti uvoza obavlja na internom tržištu EU. Uvoz Bugarske raste po prosečnoj godišnjoj stopi od 12% uz umerenu varijabilnost od 41,8%⁸¹.

Grafikon 85. Obim trgovine SMTK 11102 Srbije i Bugarske u periodu 2004-2014 izraženo u stalnim cenama sa pripadajućim indeksima komparativne prednosti



⁸¹ Najznačajniji uvozni partneri Bugarske su države EU, a pre svega Rumunija koja sa vrednošću izvoza od 127,6 miliona EUR pokriva 35,2% ukupnog uvoza vode i Austrija koja uz vrednost izvoza od 90,7 miliona EUR čini 25% uvoza. Najznačajniji partner Bugarske u uvozu vode van granica EU je Srbija koja sa čini 46,1% ukupnog uvoza van EU (3,9% ukupnog uvoza). U sva tri navedena slučaja, uočava se značajan trend rasta izvozan na tržište Bugarske.

BIOGRAFIJA Autora

Rođen 1979.godine u Novom Sadu gde i danas živi i radi. Osnovnu školu Vasa Stajić u Novom Sadu pohađao je u periodu od 1986. do 1994. nakon koje upisuje Gimnaziju Svetozar Marković, Novi Sad. Nakon završetka Gimnazije, upisuje Ekonomski fakultet Subotica, odeljenje u Novom Sadu, smer Finansije, koji 2003. godine završava sa prosečnom ocenom 8,33 odbranom diplomskog rada pod nazivom "Krizna dugova i njeno rešavanje na primeru Srbije i Crne Gore" na predmetu Međunarodna ekonomija, čime sam stekao zvanje diplomirani ekonomista.

Nakon završetka osnovnih studija, 2003. upisuje magistarske studije na Fakultetu tehničkih nauka u Novom Sadu, oblast Industrijsko inženjerstvo i menadžment, smer Preduzetni menadžment, da bi 2008. stekao zvanje magistra tehničkih nauka u oblasti industrijskog inženjerstva i menadžmenta odbranom magistarstskog rada pod nazivom "Analiza primene ekonomskih instrumenata u oblasti zaštite životne sredine u Republici Srbiji". Magistarske studije završio je sa prosečnom ocenom 9.

Krajem osnovnih akademskih studija, otpočinje svoju poslovnu karijeru radom u različitim privatnim i republičkim državnim institucijama, da bi poslednjih godina osnovao sopstvenu firmu koja se danas bavi pružanjem konsultantskih usluga u oblasti finansijskog i projektnog menadžmenta u oblastima finansije, poljoprivrede i zaštita životne sredine.

Nakon završetka magistarskih studija, interesovanja su pretežno usmerena na ekonomske aspekte razvoja tržišta agroindustrijskih proizvoda uključujući i primenu različitih vidova nacionalnih i međunarodnih finansijskih instrumenata. U tom pravcu, publikovao je sledeće radove (selekcija):

1. Kuzman B., Stegić M., Subić J. (2016): *Market oriented approach of revealed comparative advantage in international trade*, Economics of Agriculture, The Balkan Scientific Association of Agrarian Economists, Belgrade, Serbia (M24)

2. Kuzman B., Stegić M., Puškarić A. (2016): *IS Serbia and EFTA FTA contributes to trade of agro-food products?*, Food Science, Production, and Engineering in Contemporary Economies, IGI Global, Hershey, Pennsylvania (USA) (M14)
3. Stegić M. (2016): *Spoljnotrgovinska razmena agro-industrijskih proizvoda između Srbije i Evropske unije*, Ekonomija-Teorija i praksa, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment, Novi Sad, Srbija (M53)
4. Kuzman B., Stegić M. (2015): *Agro-food trade between Serbia and EU with focus on countries of Danube region*, International Scientific Conference - Sustainable agriculture and rural development in terms of Republic of Serbia strategic goals realization within the Danube region, December 10th-11th 2015, Belgrade, Serbia, p.330-346 (M14)
5. Kuzman B., Stegić M., Jeločnik M. (2015): *Impact of the foreign trade of agro-industrial products between Serbia and Russian Federation*, Proceedings, VIII International scientific conference - Modern problems of national economic development, 19th May 2015, Stavropol, Russia, Stavropol State Agrarian University, SEQUOIA 2015, ISBN 978-5-9906853-7-6, УДК 330.34), ББК 65.9(2)-97, C23, pp. 6-16. (M33)
6. Stegić M., Filipović S. (2013): *Analiza EU fondova namenjenih ruralnom razvoju i razvojne mogućnosti za Srbiju*, Poslovna ekonomija, vol.13, broj 2, p.55-74 Univerzitet EDUCONS, Fakultet poslovne ekonomije, Sremska Kamenica, Srbija (M51)
7. Dragin S., Milošević M., Stegić M., Milovanović M., Ivkov I. (2010): *Agroprivreda Srbije na mapi puta pridruživanja Evropskoj Uniji*, Agroprivreda Srbije i evropske integracije- (ne)prilagođenost obostranoj primeni Prelaznog trgovinskog sporazuma Tematski zbornik, str.9-26, Beograd, Srbija (M14)
8. Stegić M. (2010): *Pred-pristupni fondovi EU u oblasti poljoprivrede i ruralnog razvoja*, Izazovi evropskih integracija vol.8, Službeni glasnik, Beograd, Republika Srbija 2010

Izjava o autorstvu

Potpisani mr Milan Stegić

Broj upisa ST-DD/110

Izjavljujem

Da je doktorska disertacija pod naslovom

**„ UTICAJ SPOLJNOTRGOVINSKE RAZMENE AGROINDUSTRIJSKOG
SEKTORA SRBIJE SA EVROPSKOM UNIJOM KAO INDIKATOR RAZVOJA “**

- rezultat sopstvenog istraživačkog rada,
- da predložena disertacija u celini, ni u delovima, nije bila predložena za dobijanje bilo koje diplome prema studijskim programima drugih visokoškolskih ustanova,
- da su rezultati korektno navedeni i
- da nisam kršio autorska prava i koristio intelektualnu svojinu drugih lica.

Novi Sad, 08.03.2016.

Potpis

Izjava o istovetnosti štampane i elektronske verzije doktorskog rada

Ime i prezime autora: mr Milan Stegić

Broj upisa ST-DD/110

Studijski program: Agroekonomija

Naslov rada: „ **UTICAJ SPOLJNOTRGOVINSKE RAZMENE
AGROINDUSTRIJSKOG SEKTORA SRBIJE SA EVROPSKOM UNIJOM KAO
INDIKATOR RAZVOJA** “

Mentor: Prof.dr Marko Carić, redovni profesor

Potpisani

Izjavljujem da je štampana verzija mog doktorskog rada istovetna elektronskoj verziji koju sam predao za objavljivanje na portalu Digitalna biblioteka disertacija Univerziteta Privredna akademija u Novom Sadu.

Dozvoljavam da se objave moji lični podaci vezani za sticanje naučnog naziva doktor nauka, kao što su ime i prezime, godina i mesto rođenja i datum odbrane rada.

Ovi lični podaci mogu se objaviti na mrežnim stranicama Digitalne biblioteke disertacija, u elektronskom katalogu i u publikacijama Univerziteta Privredna akademija u Novom Sadu.

Novi Sad, 08.03.2016.

Potpis

Izjava o korišćenju

Ovlašćujem Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu da u Digitalnu biblioteku disertacija Univerziteta Privredna akademija u Novom Sadu unese moju doktorsku disertaciju pod naslovom:

**„UTICAJ SPOLJNOTRGOVINSKE RAZMENE AGROINDUSTRIJSKOG
SEKTORA SRBIJE SA EVROPSKOM UNIJOM KAO INDIKATOR RAZVOJA“**

Disertaciju sa svim prilogima predao sam u elektronskom formatu pogodnom za trajno arhiviranje.

Moju doktorsku disertaciju pohranjenu u Digitalnu biblioteku disertacija Univerziteta Privredna akademija u Novom Sadu mogu da koriste svi koji poštuju odredbe sadržane u odabranom tipu licence Kreativne zajednice (Creative Commons) za koju sam se odlučio.

1. Autorstvo
2. Autorstvo – nekomercijalno
3. Autorstvo – nekomercijalno – bez prerade
4. Autorstvo – nekomercijalno – deliti pod istim uslovima
5. Autorstvo – bez prerade
6. Autorstvo – deliti pod istim uslovima

Novi Sad, 08.03.2016.

Potpis

1. **Autorstvo** – Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, i prerade, ako se navede ime autora na način određen od strane autora ili davaoca licence, čak i u komercijalne svrhe. Ovo je najslobodnija od svih licenci.

2. **Autorstvo – nekomercijalno**. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, i prerade, ako se navede ime autora na način određen od strane autora ili davaoca licence. Ova licenca ne dozvoljava komercijalnu upotrebu dela.

3. **Autorstvo – nekomercijalno – bez prerade**. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, bez promena, preoblikovanja ili upotrebe dela u svom delu, ako se navede ime autora na način određen od strane autora ili davaoca licence. Ova licenca ne dozvoljava komercijalnu upotrebu dela. U odnosu na sve ostale licence, ovom licencom se ograničava najveći obim prava korišćenja dela.

4. **Autorstvo – nekomercijalno – deliti pod istim uslovima**. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, i prerade, ako se navede ime autora na način određen od strane autora ili davaoca licence, i ako se prerada distribuira pod istom ili sličnom licencom. Ova licenca ne dozvoljava komercijalnu upotrebu dela i prerada.

5. **Autorstvo – bez prerade**. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, bez promena, preoblikovanja ili upotrebe dela u svom delu, ako se navede ime autora na način određen od strane autora ili davaoca licence.

Ova licenca dozvoljava komercijalnu upotrebu dela.

6. **Autorstvo – deliti pod istim uslovima**. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, i prerade, ako se navede ime autora na način određen od strane autora ili davaoca licence i ako se prerada distribuira pod istom ili sličnom licencom. Ova licenca dozvoljava komercijalnu upotrebu dela i prerada. Slična je softverskim licencama, odnosno licencama otvorenog koda.