



UNIVERZITET U NOVOM SADU
POLJOPRIVREDNI FAKULTET



**MOGUĆNOSTI POBOLJŠANJA KONKURENTEŠKE POZICIJE
REPUBLIKE SRBIJE NA MEĐUNARODNOM
TRŽIŠTU MESA**

-DOKTORSKA DISERTACIJA-

Mentor:

Prof. dr Branislav Vlahović

Kandidat:

mr Milorad Mažić

Novi Sad, 2018.

UNIVERZITET U NOVOM SADU

POLJOPRIVREDNI FAKULTET

KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA

Redni broj:	
RBR	
Identifikacioni broj:	
IBR	
Tip dokumentacije:	Monografska dokumentacija
TD	
Tip zapisa:	Tekstualni štampani materijal
TZ	
Vrsta rada:	Doktorska disertacija
VR	
Ime i prezime autora:	Mr Milorad Mažić
AU	
Mentor:	Dr Branislav Vlahović, redovni profesor,
MN	Poljoprivredni fakultet Novi Sad
Naslov rada:	Mogućnosti poboljšanja konkurentske pozicije
NR	Republike Srbije na međunarodnom tržištu mesa
Jezik publikacije:	Srpski
JP	
Jezik izvoda:	Srpski / Engleski
JI	
Zemlja publikovanja:	Republika Srbija
ZP	
Uže geografsko područje:	Vojvodina
UGP	
Godina:	2018.
GO	
Izdavač:	Autorski reprint
IZ	
Mesto i adresa:	Poljoprivredni Fakultet, Trg Dositeja Obradovića 8,
MA	Novi Sad
Fizički opis rada:	10 poglavlja / 249 strana / 37 tabela / 38 grafikona /
FO	1 slika / 110 referenci
Naučna oblast:	Ekonomika poljoprivrede
NO	
Naučna disciplina:	Tržište poljoprivredno
ND	prehrambenih proizvoda
Predmetna odrednica, ključne reči:	Meso, proizvodnja, izvoz, Republika Srbija,

PO konkurentnost, marketing
UDK: 339.137.2:637.5(043.3)
Čuva se: Biblioteka poljoprivrednog fakulteta, Novi Sad
ČU
Važna napomena: Nema
VN
Izvod:
IZ

Osnovni cilj istraživanja jeste da se na osnovu originalnih i izvedenih podataka utvrde relevantni elementi koji su od značaja za razvoj stočarstva u Republici Srbiji. Istraživanjem je obuhvaćena analiza faktora koji su determinisali proizvodnju, ali i izvoz mesa u analiziranom periodu. Takođe, cilj je da se analiziraju i drugi faktori koji su determinisali dosadašnji izvoz kako bi se ukazalo na osnovne smernice ekspanzije izvoza, kao i da se formuliše odgovarajuća izvozna strategija koja je najprilagođenija međunarodnom okruženju, odnosno pojedinim tržišnim segmentima.

U radu su korišćene kvantitativne i kvalitativne metode istraživanja. Primenjeni instrumentarijum sastoji se iz analize vremenskih serija i komparativnog metoda. Istraživanje se najvećim delom zasniva na primeni raspoloživih podataka, dok je jedan deo istraživanja baziran na istraživanju na terenu putem ličnog komuniciranja sa odgovarajućim privrednim subjektima – proizvođačima, prerađivačima i izvoznici mesa u Republici Srbiji. Vremenski period koji je obuhvaćen istraživanjem je od 2005 do 2014. godine.

Broj grla analiziranih vrsta stoke u okvirima ukupne stočarske proizvodnje u Republici Srbiji imao je tendenciju rasta, sa izuzetkom broja goveda koji je zabeležio trend opadanja. U proizvodnji mesa goveda i svinja zabeleženo je smanjenje i tendencija pada, dok je proizvodnja ovčijeg i kozijeg mesa zabeležila trend rasta. Proizvodnja pilećeg mesa imala je izražen trend rasta, što je u skladu sa rastućom tražnjom za ovom vrstom mesa u svetu.

Posmatrano sa stanovišta količine i vrednosti koja je ostvarena u izvozu mesa iz Republike Srbije najveći značaj ima goveđe meso. Slede svinjsko i pileće mesto, dok je najmanja vrednost ostvarena u izvozu ovčijeg i kozijeg mesa. Količine mesa koje su bile predmet izvoza u analiziranom periodu predstavljaje su mali deo ukupne proizvodnje mesa u Republici Srbiji. Najveće učešće izvezenih količina u odnosu na ukupnu proizvodnju zabeleženo je kod goveđeg mesa. Sledi izvoz pilećeg i svinjskog mesa, dok je najmanje učešće izvoza u ukupno proizvedenim količinama zabeleženo kod ovčijeg i goveđeg mesa.

Konkurentnost izvoza nije zadovoljavajuća, a na navedeno, između ostalog, ukazuje i izvozna cena pojedinih vrsta mesa koja na međunarodnom tržištu ostvaruje značajno višu vrednost u odnosu na prosečnu svetsku cenu, ali i cene koje ostvaruju vodeći izvoznici.

Datum prihvatanja teme od strane NN veća:

09.12.2015.

DP

Datum odbrane:

DO

Članovi Komisije:
KO

Dr Branislav Vlahović, redovni profesor (mentor)
Poljoprivredni fakultet, Univerzitet u Novom Sadu
Uža naučna oblast: Tržište i marketing
poljoprivredno prehrambenih proizvoda, mentor

Dr Vlade Zarić, redovni profesor (član)
Poljoprivredni fakultet, Univerzitet u Beogradu
Uža naučna oblast: Komercijalno i spoljnotrgovinsko
poslovanje

Dr Miroslav Plavšić, redovni profesor (član)
Poljoprivredni fakultet, Univerzitet u Novom Sadu
Uža naučna oblast: Stočarstvo

UNIVERSITY OF NOVI SAD
FACULTY OF AGRICULTURE

KEY WORD DOCUMENTATION

Accession number:	
ANO	
Identification number:	
INO	
Document type:	Monograph documentation
DT	
Type of record:	Textual printed material
TR	
Contents code:	PhD Thesis
CC	
Author:	Milorad Mažić, MSc
AU	
Mentor:	Branislav Vlahović, PhD full professor,
MN	Faculty of Agriculture Novi Sad
Title:	Opportunities for improving the competitive position
TI	of the Republic of Serbia in international meat market
Language of text:	Serbian
LT	
Language of abstract:	Serbian / English
LA	
Country of publication:	Republic of Serbia
CP	
Locality of publication:	Vojvodina
LP	
Publication year:	2018.
PY	
Publisher:	Author's reprint
PU	
Publication place:	Faculty of Agriculture, Sq. Dositej Obradovića 8,
PP	Novi Sad
Publication description:	10 chapters / 249 pages / 37 tables / 38 graphs /
PD	1 images/ 110 references
Scientific field:	Economics of Agriculture
SF	
Scientific discipline:	Market of agricultural and food products
SD	
Subject, Key words:	Meat, production, export, Republic of Serbia,
SKW	competitiveness, marketing

UC:

339.137.2:637.5 (043.3)

Holding data:

Library, Faculty of Agriculture, Novi Sad

HD

Note:

None

N

Abstract:

AB

The main research objective is to determine the relevant elements important for the growth of animal husbandry in the Republic of Serbia on the basis of original and derived data. The research included the analysis of the factors that determined the production, but also the export of meat in the analyzed period. In addition, the aim is to analyze other factors that have determined previous exports, in order to point out the basic directions of export expansion, as well as to define the corresponding export strategy the most suitable for the international environment, i.e. certain segments of market.

Quantitative and qualitative research methods have been used in this paper. The applied instrumentarium consists of the time series analysis and the comparative method. The research is mostly based on the use of available data, while one part of the research is based on field research through personal communication with appropriate business entities - producers, processors and exporters of meat in the Republic of Serbia. The time period covered by the research is from 2005 to 2014.

The number of heads of analyzed cattle in terms of total livestock production in the Republic of Serbia recorded a rising trend line, with the exception of the number of cattle that recorded a declining trend. The production of meat of cattle and pigs recorded a decrease and declining trend, while production of sheep and goat meat recorded growth trend. The production of chicken meat had a pronounced growth trend, which is in line with the growing demand for this type of meat in the world.

From the point of view of the quantity and value achieved in the export of meat from the Republic of Serbia, the beef meat was the most significant. It is followed by pig and chicken meat, while the smallest value was realized in the export of sheep and goat meat. The quantities of meat that were exported in the analyzed period represented a small part of the total meat production in the Republic of Serbia. The biggest share in exported quantities in relation to total production was recorded for beef meat. It is followed by chicken and pig meat, while the smallest share in exports in relation to total production was recorded for sheep and goat meat.

The export competitiveness is not satisfactory, which is indicated, among other things, by the export price for individual types of meat, which on the international market achieve significantly higher value in relation to the average global price, as well as the prices achieved by the leading exporters.

Accepted on Scientific Board on: 09/12/2015

AS

Defended: _____

DE

Thesis Defend Board:

DB

Branislav Vlahović, PhD, Full Professor (mentor)
Faculty of Agriculture, University in Novi Sad
Scientific field: Market and marketing of
agricultural and food products

Vlade Zarić, PhD, Full Professor (member)
Faculty of Agriculture, University in Belgrade
Scientific field: Commercial and foreign trade business

Miroslav Plavšić, PhD, Full Professor (member)
Faculty of Agriculture, University in Novi Sad
Scientific field: Animal husbandry

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. MEĐUNARODNO TRŽIŠTE I MEĐUNARODNO POSLOVANJE	3
1.2. SPOLJNOTRGOVINSKO POSLOVANJE	8
1.3. PREDNOSTI INTEGRISANIH TRŽIŠTA	11
1.4. EVROPSKA UNIJA	16
1.4.1. Status Republike Srbije u procesu evrointegracije	17
1.5. MEĐUNARODNI STANDARDI KVALITETA I BEZBEDNOSTI	19
1.5.1. HACCP standard	19
1.5.2. ISO standard	21
1.5.3. BRC standard	24
1.5.4. HALAL Standard	25
1.5.5. IFC standard	27
1.5.6. Košer standard	28
1.5.7. GlobalGAP standard	29
1.5.8. GOST-R standard	30
2. PREDMET ISTRAŽIVANJA	32
3. CILJ I ZNAČAJ ISTRAŽIVANJA	34
4. PREGLED DOSADAŠNJIH ISTRAŽIVANJA	35
5. RADNA HIPOTEZA	40
6. IZVORI PODATAKA I METODOLOGIJA RADA	41
7. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	43
7.1. PROIZVODNJA MESA U SVETU	44
7.1.1. Proizvodnja goveđeg mesa u svetu	44
7.1.2. Proizvodnja svinjskog mesa u svetu	46
7.1.3. Proizvodnja ovčijeg i kozijeg mesa u svetu	48
7.1.4. Proizvodnja živinskog mesa u svetu	50
7.2. UZGOJ STOKA ZA KLANJE I PROIZVODNJA MESA U REPUBLICI SRBIJI	52
7.2.1. Uzgoj stoke za klanje u Republici Srbiji	52
7.2.2. Proizvodnja mesa u Republici Srbiji	56
7.3. SPOLJNOTRGOVINSKA RAZMENA GOVEĐEG MESA	63
7.3.1. Izvoz goveđeg mesa u svetu	63
7.3.2. Uvoz goveđeg mesa u svetu	67
7.3.3. Položaj Republike Srbije na tržištu goveđeg mesa	70
7.4. SPOLJNOTRGOVINSKA RAZMENA SVINJSKOG MESA	77
7.4.1. Izvoz svinjskog mesa u svetu	77
7.4.2. Uvoz svinjskog mesa u svetu	81
7.4.3. Položaj Republike Srbije na tržištu svinjskog mesa	84
7.5. SPOLJNOTRGOVINSKA RAZMENA OVČIJEG I KOZIJE MESA	95
7.5.1. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa u svetu	95
7.5.2. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u svetu	98
7.5.3. Položaj Republike Srbije na tržištu ovčijeg i kozijeg mesa	102
7.6. SPOLJNOTRGOVINSKA RAZMENA ŽIVINSKOG MESA	106
7.6.1. Izvoz živinskog mesa u svetu	106
7.6.2. Uvoz živinskog mesa u svetu	110
7.6.3. Položaj Republike Srbije na tržištu živinskog mesa	114
7.7. SWOT ANALIZA PLASMANA MESA IZ REPUBLIKE SRBIJE	124
7.8. ANALIZA STANJA I KONKURENTNOSTI PROIZVODNJE I IZVOZA MESA REPUBLIKE SRBIJE	126
7.8.1. Faktori koji ograničavaju primarnu proizvodnju u stočarstvu i imaju uticaj na izvoz	128
7.8.2. Perspektive proizvodnje i izvoza stoke za klanje i mesa	132
7.8.3. Konkurentnost stočarstva i proizvodnje mesa	134

7.8.4. Preduslovi konkurentske prednosti.....	138
7.8.5. Načini ostvarivanja konkurentske prednosti	140
7.8.5.1. Registrovana poljoprivredna gazdinstva	141
7.8.5.2. Zadruga.....	142
7.8.5.3. Klasteri.....	143
7.8.5.4. Kooperacije	144
7.8.6. Mala i srednja preduzeća i veliki agroindustrijski sistemi u funkciji intenzivnije operacionalizacije izvoza	145
7.8.7. Mere za povećanje konkurentnosti na međunarodnom tržištu.....	147
7.9. ULOGA AGRARNE POLITIKE U CILJU POVEĆANJA PROIZVODNJE I IZVOZA MESA	155
7.10. MARKETING STRATEGIJA IZVOZA STOKE ZA KLANJE I MESA IZ REPUBLIKE SRBIJE	161
7.11. ORGANIZACIONI NIVOI PLANIRANJA I BIZNIS PLANOVI	170
8. ZAKLJUČAK	174
9. LITERATURA	183
10. PRILOG	192

1. UVOD

Stočarstvo i mesno-prerađivački kompleks, kao grana privrednog sistema, smatra se glavnom karikom koja interesno spaja ostale grane poljoprivrede, posebno ratarstvo i povrtarstvo, sa proizvodnim sistemima u prehrambenoj industriji. Dok je proizvodni proces u stočarstvu u neposrednoj zavisnosti od inputa koje obezbeđuje ratarska proizvodnja, stočarska proizvodnja predstavlja elementarnu sirovinsku bazu outputima proizvodnih sistema koji se bave preradom mesa. Posmatrano u širem kontekstu, stočarstvo je okosnica sveukupne ekonomije hrane.

Kovanica, ruralni razvoj, suštinski koincidira sa širom upotrebom kovanice održivi razvoj. Iz ovih kovanica proizilazi kovanica razvijeno stočarstvo. To znači da nije moguće ostvariti značajniji ruralni razvoj bez razvoja stočarstva. Osnovni preduslov razvoja stočarstva je moderna industrija za preradu mesa. Shodno potrebama tržišta, stočarska proizvodnja i industrija mesa, motivisani sopstvenim interesima i međusobnim, interaktivnim uslovljavanjima, u stanju su da podstiču i usmeravaju jedna drugu.

Veća konkretna korist i realni benefiti od industrije mesa, na domaćim i stranim tržištima, mogu se očekivati tek nakon što razvoj primarne proizvodnje u stočarstvu bude visoko kotiran na listi prioriteta agrarne politike.

Tendencija izrazite stabilnosti, proizvodnje i izvoza mesa, u neposrednoj je zavisnosti od ambijenta, uslova, organizovanosti i kulture poslovanja, sa jedne strane, i makrookruženja i tržišnih uslova, sa druge strane. Konkretno odgovore, koji predisponiraju iznalaženje optimalnih rešenja predmetne problematike, moguće je dobiti samo racionalnom, kompleksnom marketing analizom svih relevantnih, kontinualno prikupljenih, podataka i informacija.

Klimatski i agroekološki uslov, specifičnost proizvodnje, dugoročnost investicionog i proizvodnog ciklusa, potencijalna isplativost i profitabilnost usled povećane tražnje za ovim proizvodima kod nas i u svetu, dovoljni su argumenti za nastojanja da se stočarstvu posveti veća pažnja.

Potreba da se stočarstvu i industriji mesa posveti veća pažnja je i činjenica da jedan od osnovnih indikatora nivoa životnog standarda građana jedne zemlje je prosečna potrošnja mesa per capita. Meso važi za veoma poželjnu namirnicu na trpezi potrošača. Nutritivna vrednost, organoleptička svojstva, izvor proteina, minerala i vitamina, posebno B12 (antipernicin), uz specifičan ukus i prepoznatljivu aromu, karakteristike su mesa i razlozi preferencija potrošača. Efikasnost fiziološke sposobnosti da proteine biljnog porekla transformiše u proteine životinjskog porekla, najviše je izražena kod preživara. Tako od preživara najpoželjnije meso je teletina, dok od živine tu privilegiju ima ćuretina. Upravo ove dve vrste mesa, ukoliko su proizvedene na našim farmama, uz poštovanje standarda proizvodnje,

predisponiraju pretpostavke za stvaranje geografski zaštićene i prepoznatljive robne marke, kojom je moguće targetirati strana tržišta.

Sa obzirom na to da viši stepen finalizacije velikog broja proizvoda prehrambene industrije, namenjene domaćem i stranom tržištu, u neposrednoj je zavisnosti od stočarstva i industrije mesa, neophodno je revitalizovati postojeće i izgraditi nove proizvodne i prerađivačke kapacitete u ovom sektoru. Revitalizacijom i tehničko-tehnološkim osavremenjavanjem postojećih i izgradnjom novih prostornih kapaciteta u stočarstvu i industriji mesa, ne samo da bi domaće tržište bilo kvalitativno i kvantitativno zadovoljeno širim asortimanom sveže proizvedenog mesa i prerađevina od mesa iz primarne proizvodnje, već bi se stvorili uslovi da značajne količine u kontinuitetu egzistiraju kao izvozni potencijal.

Osavremenjavanje stočarske proizvodnje i industrije mesa nije moguće ukoliko nije zasnovano na naučnim multidisciplinarnim osnovama. Samo implementacijom naučnih saznanja iz oblasti genetike, agrotehnike, tehnologije, marketinga i sl. u proizvodnu praksu, moguće je pospešiti modernizaciju stočarske proizvodnje i industrije mesa. Uvođenjem naprednih tehnologija i automatizacije u niz procesnih radnji u proizvodnji, smanjuje se potreba za radno intenzivnim angažovanjem a povećava produktivnost i efikasnost poslovanja.

Savremena proizvodno-tehnološka i kadrovska-organizaciona rešenja, u skladu sa marketing saznanjima dostignućima, mogu dati novi impuls efikasnosti i konkurentnosti stočarske proizvodnje i industrije mesa na domaćim i stranim tržištima.

U cilju povećanja konkurentnosti, odnosno, podizanja nivoa efikasnosti i efektivnosti proizvodnje i prodaje u stočarstvu, od značaja je da se stočari u svom specijalizovanom programu uzgoja, zasnovanom na marketing konceptu, opredele za kvalitetan sortiment grla. Od rase, njenog genetskog potencijala i fenotipskih karakteristika, reproduktivnih osobina, selekcije jedinki (odabira kroz kontrolu prirasta i reproduktivnih kapaciteta), klimatskih i prostornih uslova uzgoja jedinki, kvaliteta hrane, profilakse (preventivna zaštita od bolesti, predohrana, vakcinacija) i pomotehničkih mera (zaštita od bolesti, prenosioca bolesti i štetočina) u potpunosti zavisi prirast jedinki, kvalitet mesa, kao i profitni efekti proizvođača.

Profitni efekti u stočarstvu i stabilnost tržišta utiču na odluku primarnog proizvođača o aglomeraciji (nagomilavanju) grla jedne rase date vrste, iz širokog spektra raznorodnih životinjskih vrsta, pogodnih za ljudsku ishranu. Veća koncentracija odabranih grla stoke ukazuje na bolju poslovnu organizovanost i specijalizaciju uzgoja što je pretpostavka konkurentnosti, pokazatelja uspešnosti u ostvarivanju poslovnih ciljeva.

Kvalitetan sortiment grla stoke, jedinki svinja, ovaca, koza i peradi predstavlja izvanrednu sirovinsku osnovu industriji mesa za čitavu paletu osnovnih proizvoda i linija proizvoda.

Danas, stranim poljoprivrednim proizvođačima, domaći proizvođači mogu da pariraju i u segmentu organske poljoprivredne proizvodnje. Strateški, prednost je na strani domaćih poljoprivrednih proizvođača, jer za organsku proizvodnju poseduju resurse i tradicijski stečena iskustva. Pored navedenog, očuvan je ekološki balans biotopa (biološki proizvodni sistem) i biodiverziteta (flora, fauna, insekti, zemljišni mikroorganizmi), tj. balans ekosistema uopšte,

što ide u prilog konstataciji da stočarska proizvodnja u Srbiji, velikim delom, poseduje kvalitete organske proizvodnje.

Povećana tražnja za organski proizvedenim mesom i prerađevinama od mesa na svim tržištima, čija sirovinska baza je pošteđena GMO komponenti (stoka uzgajana zdravstveno bezbednom hranom), realno predstavlja izazov domaćim proizvođačima da se usredsredi na proizvodnju autohtonih rasa goveda, ovaca, svinja i peradi.

Strana tržišta su po pravilu zasićena gotovo svim proizvodima, pa i organski proizvedenim. To nikako ne znači da nije moguće proizvodima, iz naše organske proizvodnje, zadovoljiti i najzahtevnije kupce koji imaju definisane potrebe, želje, i teško donose odluku o kupovini sličnog proizvoda. Organski proizvedeno meso i prerađevine od mesa su proizvodi po kojima Srbija može biti, za veoma kratko vreme, prepoznatljiva u svetu. Kao primer i kuriozitet svoje vrste može se izdvojiti mangulica.

Imajući u vidu pretpostavku da će potražnja za mesom, posebno organski proizvedenom, na međunarodnom tržištu i u buduće rasti, kao i da izvoz ovih proizvoda može postati značajna stavka prihodne strane domaćeg budžeta, imperativno nameće se potreba za prestrukturiranjem proizvodnje i uvećanjem ekonomije obima proizvodnje i izvoza mesa.

Upravo, ova činjenica može biti uvodna konstatacija upotpunjavanja argumentacije da je poljoprivrednim proizvođačima neophodno pružiti šansu da pokažu ono što nesporno znaju i, ukoliko im se omogućе uslovi, mogu. Poljoprivredni proizvodi i prerađevine od istih, koji su i do sada nalazili kupce na stranim tržištima, najbolje govore o proizvodima “Made in Serbia“ i najefikasniji su njihovi promoteri.

1.1. MEĐUNARODNO TRŽIŠTE I MEĐUNARODNO POSLOVANJE

Tržište je odraz nacionalnog potencijala jedne države, odnosno, indikator njene političke i ekonomske moći. Kao društveno-ekonomska kategorija, tržište je determinisano ponudom i tražnjom. Determinante tržišta, uslovljene potrošnjom, daju tržištu tehničko-kvantitativnu dimenziju i predstavljaju kriterijume za određenje cene bez čijeg ustanovljenja proces transakcije (prodaje i kupovine) ne bi bio moguć, bez obzira na to da li su u pitanju materijalna ili nematerijalna dobra. Materijalna dobra su proizvodi, tehnologije, kapital, novac, a nematerijalna dobra su znanje, veštine i informacije.

Tipologija (forma i oblik) tržišta u neposrednoj je zavisnosti od predmeta razmene dobara. Shodno navedenom, razlikujemo tržišta proizvoda, tržišta usluga i finansijska tržišta. Finansijska tržišta, tržišta kapitala i proizvoda ustanovila su berzansko poslovanje.

U ekonomskoj terminologiji pod pojmom Berza podrazumeva se institucija i mesto na kome se u određeno vreme i prema ustanovljenim pravilima sastaje poslovni i trgovački svet radi zaključivanja poslova (trgovine preko posrednika). Na berzi trguje se efektivom (menice, hartije od vrednosti, devize) ili proizvodima. Berze mogu biti i mešovite (trgovanje i efekti-

vom i proizvodima). Berza rada utiče na tržište radne snage time što evidentira i uravnotežava ponudu i tražnju.

Tipologiju tržišta upotpunjavaju Jober i Fahy (2006) navodeći šest tipova tržišta potrošača:

- Tržište potrošača – kupovinu za ličnu potrošnju od strane pojedinaca.
- Poslovna tržišta – kupovine obavljaju proizvodne i uslužne organizacije.
- Tržišta preprodavaca – predstavljeno je aktivnostima veleprodavaca i maloprodavaca.
- Institucijska tržišta – predstavljaju institucije koje kupuju proizvode za osobe o kojima brinu (vojska, policija, vatrogasci, škole, bolnice).
- Vladina tržišta – sastoje se od vladinih agencija koje kupuju robe i usluge kako bi proizvele javne usluge ili ostvarile transfer roba i usluga onima kojima je potrebno.
- Međunarodna tržišta – sastoje se od potrošača, proizvođača, preprodavaca i vlada u drugim zemljama.

Pored fizičkih i pravnih lica i država se pojavljuje na tržištu u ulozi neposrednog učesnika u robnoj razmeni. Ona može da prodaje viškove poljoprivrednih proizvoda, da nabavlja iste radi stvaranja robnih rezervi ili da interveniše na tržištu u cilju zaustavljanja nepovoljnih kretanja. Državna trgovina može da se kreće od apsolutnog monopola u spoljnoj trgovini, do trgovine samo određenim proizvodima od strateškog značaja za nacionalnu privredu. Osnovni nedostatak državne trgovine jeste u tome što ona ne vrši izbor najpovoljnijih ponuda za kupovinu ili prodaju, jer prilikom izbora ne uzima u obzir samo ekonomske faktore, već i političke (Cvijanović i sar., 2011).

Međunarodno tržište je svako nacionalno tržište samostalnih država ili ekonomskih oblasti zajednica država kojima privredni subjekti žele da pristupe i na njima posluju a nalazi se izvan granica njihovog domicilnog okruženja.

Međunarodno poslovanje podrazumeva transfer proizvoda, usluga, tehnologija, finansijskog kapitala i znanja između zemalja.

Tehnološki razvoj industrije, inovativno organizovanje i strukturiranje privrednih subjekata, napredak informacionih i komunikacionih tehnologija, značajno su doprinele razvoju društva uopšte ali i izrazitom raslojavanju nivoa ekonomske moći među državama. Ustanovljena tehnološka moć predisponirala je uslove za transfer kapitala, utemeljenje berzanskog poslovanja i tržišta finansijskog kapitala. Ovakva tržišta nisu mogla funkcionisati u uslovima ograničenosti tržišta po kriterijumima po kojima funkcionišu tržišta nacionalno utemeljenih država.

Pojam globalizacija je izraz, usvojen krajem osamdesetih godina prošlog veka. Strategiju o globalizaciji izradio je Institut za međunarodnu ekonomiju iz Vašingtona. Strategija je sročena u deset reformskih tačaka ili reformskih politika, među kojima su najbitnije - privatizacija državnih preduzeća i prirodnih resursa, liberalizacija trgovine, liberalizacija finansijskog tržišta, ukidanje subvencija, deregulacija propisa koji ometaju ulazak na tržište, liberalizacija stranih direktnih investicija (Drobnjak, 2013).

Pojam globalizacija postepeno doživljava istu sudbinu kao sintagma „novi svetski poređak“. Izaziva oprečna mišljenja i negativne konotacije. Naime, mnogi smatraju da globalizacijom društvo se udaljava od etike i humanih principa. *Kovačević (2014)* ističe da je vreme razotkriti licemerje političkih sistema koji doprinose da demokratija nalazi uporište u principima globalizacije. *Drobnjak (2013)* navodi da je globalizacija sinonim za latentni oblik novog imperijalizma. Ovakva mišljenja verovatno se temelje na dalekosežnim posledicama ekonomske krize 2008. godine za koju se smatra da je izazvana spekulativnim poslovnim aktivnostima na globalnom tržištu finansijskog kapitala.

Međutim, ekonomska kriza ne može se direktno vezivati za proces globalizacije. U politici i ekonomiji, uopšte, eksponirani pojmovi poput: stabilnost, razvoj, recesija, standardi, protekcionizam, ali i integracije, često se identifikuju sa sintagmom ekonomska održivost, koja se vezuje za uslove, uvek u nekom obliku, prisutne ekonomske krize. Navedeni pojmovi dobili su na značaju i ušli u širu upotrebu početkom i sredinom dvadesetog veka.

Recesija je blaži oblik za krizu i pretpostavlja realan pad ekonomskih aktivnosti sa moguće dubokim ali, istovremeno, i nepredvidivim efektima. Kriza je ekonomskim parametrima definisana kategorija i, kao takva, ima svoj tok i neoročen vek trajanja. Može biti lokalna (u jednoj državi), regionalna (ekonomske oblasti) i globalna (svetska). Uzima svoj danak. Uzroci ekonomskih kriza mogu biti različiti. Ideološke i rasne predrasude, ratni sukobi i elementarne nepogode samo su jedni od mogućih uzroka kriza. U poslednje vreme, finansijski kapital se prepoznaje kao uzročnik poremećaja ustaljenih ekonomskih tokova. Mešetarenje na finansijskom tržištu pretpostavlja situaciju u kojoj se korporacijama omogućava da bez relevantnih pokazatelja olako prikazuju kapital i nerealan profit (dugovi veći od vrednosti kapitala). Ovakve aktivnosti su štetne i iniciraju krizu. Naime, medijski se eksponira teza da SAD i EU u cilju unapređenja modela ekonomskog razvoja slobodnog tržišta i želje da pojačaju ekonomske performanse svojih kompanija i korporacija, političkom složnošću storile su alternativne finansijske organizacije koje su kupovale državne obveznice velikog broja zemalja razvijenog sveta. Smatra se da upravo ove finansijske organizacije su izazvale veliku ekonomsku krizu 2008 godine.

Pretpostavka da države okrenute sebi i svojoj ekonomiji ne mogu ući u zamku finansijskog mešetarenja na globalnom nivou nije tačna. Kriza ne deluje selektivno. Posledice ekonomske krize osećaju svi, a najviše one države koje uzrocima krize ničim nisu doprinele. Prevazilaženje posledica krize i relaksacija stanja ekonomskih tokova zahteva mnogo vremena, rada, napora i strpljenja.

Za države tzv. „malih“ ekonomija, pronaći u razloge nastanka krize manje je smisleno, u odnosu na razmišljanja kako ublažiti njene posledice. Ovakav stav, kao univerzalnu vrednost, države koje nisu imale kapaciteta (proizvodnih i finansijskih), da izazovu krizu, ali trpe posledice, trebalo bi da implementiraju u svoje institucionalne programe. U prvom redu, tu se misli na favorizovanje principa samodovoljnosti, kada je u pitanju proizvodnja hrane za domicilno

stanovništvo. Naravno, primena ovakvog principa, u uslovima globalizacije, izaziva oprečne reakcije i povod je diskusija čiji smisao često je diskutabilan.

Sintagma održivi razvoj i reč globalizacija, ne samo da se poklapaju u vremenu kada su definisane, već i suštinski se podudaraju. Oba izraza podrazumevaju progresivan i kontinuiran rast, razvoj, širenje i pomeranje ekonomskih aktivnosti na svetski (globalni) nivo. Robni tokovi, transferi znanja, tehnologija, kapitala i novca, ranije limitirani nacionalnim (države) i multinacionalnim determinacijama (integrisane političko-ekonomske oblasti, na primer, Evropska unija) sada se suočavaju sa globalnim uticajima.

Proces internacionalizacije bio je osnova za afirmisanje međunarodnog marketing koncepta počev od izvoznog marketing pristupa, kao polaznog, do multinacionalnog, kao razvijenijeg i kompleksnijeg i globalnog, kao složenog, koji je još uz to nužno uslovljen kompletnim marketing strateškim zaokretom gde se polazi od poslovnotržišnog okruženja na globalnom nivou, ne uzimajući u obzir što je svetsko tržište ispresecano nacionalnim granicama (*Jović, 2002*).

Prema istom autoru relevantnost nacionalnih ekonomskih prostora, kao konstatacija je diskutabilna i kao takva mora se uzeti sa rezervom i prihvatiti kao uopštena, jer državne granice na globalnim tržištima mogu uticati samo na operativni nivo tokova internacionalnog poslovanja.

Postojanje konzistentnog trenda standardizacije uopštenih kriterijuma (univerzalnih vrednosti), prema kojima se zanemaruju pojedinačne različitosti među državama, omogućava povezivanje ekonomskih i finansijskih tokova na svetskom nivou i fundamentalizuje celovitost svetskog tržišta. Svetsko tržište, imajući u vidu da na njemu vlada princip univerzalnosti i sveobuhvatnosti, kolokvijalno nazvane „moćne“ nacionalne ekonomije svrstalo je u položaj sve izraženije međusobne ekonomske zavisnosti. Tokove novca, valorizovane vrednosti korisnosti poslovanja u prometu proizvoda, kapitala i znanja na svetskom tržištu, sve više kontrolišu multinacionalne korporacije i kompanije, a sve manje nacionalne države i politički uređene političko-ekonomske zajednice država.

Države i ekonomsko-političke oblasti, nastale objedinjavanjem nacionalnih ekonomskih prostora država članica, kao fragmenti globalne tržišne celine, trend globalizacije prihvataju kao nužnost u međunarodnom poslovanju koju nije moguće osporiti, niti ignorisati, čak i u slučajevima kada se suočavaju sa ekonomskim i političkim uslovljavanjima koja se kose sa tradicijskim i kulturološkim vrednostima, makar i jedne, države članice integrisane u ekonomsku oblast. Najčešće, energetska i tehnološka zavisnost ili dominantnost su predmet bi i multilateralnih uslovljavanja. Ekonomija hrane i energetske sektor u ekonomiji na globalnom nivou, pored ekonomskog, postaje sve više političko pitanje i sredstvo političkih pritisaka.

Globalizacija se ne može više definisati kao trend već kao nužnost efektivnog poslovanja i efikasnog prilagođavanja (*Cvijanović i sar., 2011*).

Efikasno pilagođavanje uslovima globalizacije, koje podrazumeva sve širu integraciju tržišta roba, usluga, novca i kapitala u svetu, i savremeni marketing informacioni sistemi

omogućavaju efektivno globalno poslovanje multinacionalnih korporacija i kompanija. One raspolažu superiornim društvenim, materijalnim i finansijskim resursnim potencijalima i u stanju su, primenom sistema međunarodnog marketinga, da identifikuju poslovne i profitne mogućnosti targetiranog tržišta, bez obzira na to da li je u pitanju segment tržišta, podsegment, mikrosegment ili pak, da li je u pitanju tržište države tzv. „male“ ekonomije ili države „moćne“ ekonomije.

Multinacionalne kompanije, ali i kompanije koje žele da internacionalizuju svoje poslovanje, prema *Jobber i Fahy (2006)*, na osnovu procenjenih mogućnosti zadovoljenja nivoa svojih interesa i razvojnih intencija (težnji), donose odluku o strategijskom poslovnom angažmanu (alokaciji / izmeštanju ili diverzifikaciji / grananju) i investicionim ulaganjima. To znači da će one proizvoditi u državi koja je u stanju da prihvati investicije, podstiče strane investitore, poseduje prihvatljiv poslovni ambijent i poslovno okruženje, i u mogućnosti je da obezbedi funkcionalno obrazovanu radnu snagu. Potencijalnim investitorima je bitno da su radnici, koji bi eventualno bili angažovani u proizvodnom procesu, spremni na prilagođavanje novim uslovima rada, i uz to su jeftiniji od radne snage u državi iz koje potiču strane kompanije ili države u kojoj trenutno posluju. Od izuzetnog značaja za ove kompanije su mogućnosti izvoza eventualno proizvedenih proizvoda iz njihovih proizvodnih jedinica na tržišta koja su za njih posebno atraktivna.

Osnovni trendovi na međunarodnom tržištu hrane su sledeći (*Vlahović, 2010*):

- Svetsko tržište apsorbuje značajne količine primarnih poljoprivrednih proizvoda (sirovina), ali po relativno niskim cenama, jer se radi o sirovinama neophodnim za industrijsku preradu.
- Svetsko tržište traži visoki kvalitet proizvoda. Samo visoko-kvalitetni proizvodi mogu pronaći izbirljive kupce u razvijenim zemljama sveta.
- Svetsko tržište traži što svežije primarne poljoprivredne proizvode, čemu treba da se prilagodi proizvodnja, saobraćaj i robni promet.
- Svetsko tržište traži za kupca prepoznatljiv proizvod odnosno robnu marku (*brand*), ona garantuje visok kvalitet proizvoda.
- Svetsko tržište traži praktičnu ambalažu (kako za trgovinu, tako i za sve učesnike u procesu prometa), kao i da je ista napravljena od materijala koji ne zagađuje životnu okolinu (da je ekološki kompatibilna).
- Povećava se promet specijalno proizvedene hrane koja je namenjena specifičnoj populaciji. To su Halal i Košer hrana.

Međunarodna zajednica je u septembru 2007. godine usvojila Globalni akcioni plan za životinjske genetičke resurse i Interlaken deklaraciju (*FAO, 2007*) koji se sastoji od dvadeset tri strateška prioriteta usmerena na borbu protiv smanjenja genetičke raznovrsnosti životinja i na održivo korišćenje životinjskih genetičkih resursa. Sprovođenje ovog Globalnog akcionog plana značajno će doprineti postizanju Milenijumskih ciljeva razvoja 1 (iskorenjivanje

ekstremnog siromaštva i gladi) i 7 (obezbeđenje opstanka životne sredine). Globalni akcioni plan predstavlja vrhunac proširenog procesa u kome učestvuje 169 država. Delegacije 109 država su ga usvojile na Međunarodnoj tehničkoj konferenciji o životinjskim genetičkim resursima, koja je održana u Interlakenu, Švajcarska, od 3. do 7. septembra 2007. godine. One su takođe usvojile Deklaraciju iz Interlakena o životinjskim genetičkim resursima, kojom su potvrdile zajedničke i pojedinačne odgovornosti za očuvanje, održivo korišćenje i razvoj životinjskih genetičkih resursa za hranu i poljoprivredu; za obezbeđenje hrane u svetu; za poboljšanje stanja ljudske ishrane; i za ruralni razvoj. Oni su se obavezali da olakšaju pristup ovim resursima i da obezbede pravednu i ravnomernu podelu dobiti od njihovog korišćenja. Deklaracija o životinjskim genetičkim resursima iz Interlakena poziva na blagovremenu akciju da bi se sprečilo da se ovako nešto dogodi i preporučuje Globalni akcioni plan kao odgovarajući instrument za bavljenje ovim izazovom. Vlade moraju sada da pokažu neprekidnu političku volju i da angažuju značajne resurse potrebne za uspešno sprovođenje Globalnog akcionog plana. Ovo će zahtevati široku međunarodnu i regionalnu saradnju. Organizacija za hranu i poljoprivredu (FAO), ostale značajne međunarodne organizacije, države, naučna zajednica, donatori, organizacije civilnog društva i privatni sektor, svi oni imaju važnu ulogu. Štaviše, tu su i moralni i praktični imperativi da se obezbedi podrška držaocima i odgajivačima stoke, koji se brinu o velikom broju raznovrsnih životinjskih genetičkih resursa u svetu, posebno u zemljama u razvoju i čija sredstva za život zavise od njih. Njihove uloge i potrebe ne mogu da se ignorišu, ako se očekuje da Globalni akcioni plan bude uspešan. Deklaracija o životinjskim genetičkim resursima iz Interlakena (FAO, 2007) potvrđuje da postoji značajan nesklad i slabosti kod nacionalnih i međunarodnih nadležnih institucija za obavljanje popisa, praćenja, karakterizacije, održivo korišćenje, razvoj i očuvanje životinjskih genetičkih resursa, kojima se hitno treba posvetiti. Takođe je potrebno angažovanje značajnih finansijskih sredstava i dugoročna podrška nacionalnim i međunarodnim programima za životinjske genetičke resurse. Nakon istorijskog prodora koji je postigla Konferencija u Interlakenu, mi moramo da održavamo zamajac i da idemo napred istovremeno na mnogo frontova. Treba ojačati tehničke kapacitete, posebno u zemljama u razvoju; treba uspostaviti i ojačati nacionalne programe i mere za održivo korišćenje i razvoj, očuvanje i karakterizaciju životinjskih genetičkih resursa; mora takođe da se izgradi jedan efikasan okvir međunarodne politike za životinjske genetičke resurse, na način koji će da oslikava specifične osobine ovih resursa i stvarne potrebe odgajivača životinja i držaoca stoke u celom svetu.

1.2. SPOLJNOTRGOVINSKO POSLOVANJE

Uključivanje u međunarodne tokove razmene, odnosno trgovine, zamenilo je međunarodnu pomoć kao sredstvo za industrijalizaciju i opšti ekonomski prosperitet u slučajevima mnogih manje razvijenih zemalja. Liberalizacija trgovinskih režima, zasnovana na davanju

prednosti tržišnim podsticajima i izvozno orijentisanim programima, ključni je okvir izgrađivanja kompatibilnosti sa svetskim ekonomskim okruženjem (Jović, 2002).

Izvoz podrazumeva prodajnu transakciju između prodavca proizvoda proizvedenog u državi stvarnog sedišta preduzeća i kupca na tržištu izvan državnih granica. Uvoz je kupovna transakcija suprotnog toka (strani prodavac → domaći kupac).

Prema *Joberu i Fahyu (2006)* marketing pristup prodajnoj i kupovnoj transakciji (izvoz i uvoz) u postupku prekograničnog plasmana roba i usluga polazni je oblik međunarodnog marketing koncepta. On podrazumeva poslovanje uz poštovanje određenih zakonskih i tržišnih kriterijuma zadovoljenja procedura, usklađenih sa regulativama zemlje izvoznice i zemlje uvoznice.

Spoljnotrgovinsko poslovanje predstavlja tehniku obavljanja međunarodnog prometa odnosno razmene koja može biti dominantna aktivnost pojedinih firmi (tzv. spoljnotrgovinske organizacije) ili deo poslovne aktivnosti preduzeća koja su razvila odgovarajući proces međunarodnog marketinga na osnovama konceptijskih okvira međunarodnog marketinga. Samim tim međunarodni marketing pristup širi je pojam od spoljnotrgovinskog poslovanja. Izvozni marketing pristup takođe prevazilazi spoljnotrgovinsko poslovanje i može se kvalifikovati kao polazni oblik međunarodnog marketing koncepta (Jović, 2002).

Proizvodnja i razmena, kao ključni procesi u prometu roba i kapitala, ušli su u fazu intenzivne internacionalizacije na globalnom nivou. Konvencionalan izvoz i uvoz proizvoda i usluga između zemalja praktikuju najčešće države takozvanih „malih“ ekonomija i države nerazvijenih tržišta i ograničenih resursnih potencijala.

Obim međutrgovinske razmene i nivo investicija elementarni su pokazatelji konkurentnosti jedne zemlje.

Tradicionalni izvoz i uvoz zasnivaju se na defanzivnoj ili pasivnoj varijanti ostvarivanja funkcije međunarodne prodaje, dok se u procesu internacionalizacije i globalizacije razvija ofanziva ili aktivna varijanta kombinovanja funkcije proizvodnje i razmene u međunarodnim tokovima (Jović, 2002).

Konvencionalni izvoz i uvoz između država, prema *Cvijanoviću i sar. (2011)*, postao je prevaziđen internacionalizacijom proizvodnje i razmene. Kompanije prihvataju nužnost prilagođavanja pasivne varijante ostvarivanja funkcija izvoza i uvoza aktivnim varijantama kombinovanja funkcija proizvodnje i razmene u međunarodnim tokovima.

Mogućnosti internacionalizacije poslovanja su: izvoz (indirektan, direktan i kooperativan), ugovorni sporazumi (tehnološki transferi i licence, franšizing, proizvodno-poslovna saradnja, ugovorna proizvodnja i zajednička ulaganja) i specifični oblici investicionih ulaganja (ugovorno proizvodno učešće, kupovina postojećih kompanija i osnivanje novih). *Cvijanoviću i sar. (2011)*.

Spoljna trgovina ima mnoge specifičnosti koje je razlikuju od unutrašnje trgovine. Prema *Andrijaniću (2001)*, između ostalog, mogu se izdvojiti glavne karakteristike spoljne trgovine:

- Spoljna trgovina proteže se na različite spoljnotrgovinske i monetarne sisteme, što uslovljava njeno regulisanje međunarodnim trgovinskim i platnim sporazumima,
- Spoljna trgovina u svim zemljama nailazi na razna ekonomsko-politička ograničenja koja se sprovode kontrolom spoljnotrgovinske razmene, carinskim režimom (carinama i carinskim barijerama), uvođenjem kontigenata kojima se ograničava količina ili vrednost robe koja se sme uvoziti u zemlju ili izvoziti iz zemlje, obavezom prodaje ostvarenih deviza nadležnoj domaćoj banci, merama državnih tela kojima se često preterano štiti domaća proizvodnja i sl., čime svaka zemlja reguliše ukupan promet roba i usluga sa inostranstvom i štiti interese sopstvenog privrede,
- Sopstvenim deviznim sistemom svaka zemlja reguliše platni promet i kreditne odnose sa inostranstvom, sprečavajući tako nekontrolisan odliv i korišćenje konvertibilnih deviznih sredstava,
- Spoljnu trgovinu prate mnoge međunarodne konvencije, običaji i pravila, nakon što ih je određena zemlja ratifikovala i tako se ravnopravno uključila u međunarodnu razmenu,
- Spoljnu trgovinu karakterišu i složene tehnike plaćanja (različiti načini i instrumenti međunarodnog platnog prometa) i osiguranja plaćanja i naplate ugovorenih spoljnotrgovinskih poslova,
- Spoljna trgovina je podvrgnuta posebnom sistemu nadzora nad kretanjem roba i usluga u međunarodnoj razmeni i o njoj se vodi zasebna spoljnotrgovinska statistika, koja daje podatke za praćenje i upoređivanje razmene robe i usluga sa inostranstvom (prema robnim grupama, privrednim uslugama, vrednostima, količinama, zemljama izvoza i uvoza i dr.),
- Spoljnu trgovinu prati posebna dokumentacija, poseban način izračunavanja cene različitim metodama spoljnotrgovinske kalkulacije, posebni troškovi i posebne procedure,
- Izvoz robe u inostranstvo ima za posledicu da se unutrašnja (domaća) cena robe mora preoblikovati na cenu koja se formira na svetskom tržištu, a svetska cena nastaje pod delovanjem ponude i tražnje između učesnika iz raznih zemalja u njihovoj međusobnoj konkurenciji,
- Poslovni rizici su u spoljnoj trgovini mnogo izraženiji nego u unutrašnjoj trgovini i postoje u svim vrstama i oblicima spoljnotrgovinskog poslovanja, stoga je politika osiguranja od robnih i finansijskih rizika u spoljnoj trgovini sastavni i izuzetno važan deo poslovne politike preduzeća koje se bavi delatnošću spoljnotrgovinskog prometa,
- Uspostavljanje trajnih poslovnih veza u spoljnoj trgovini vezano je uz dobru poslovnu informisanost spoljnotrgovinskih preduzetnika, koji na raspolaganju imaju različite izvore informacija iz čitavog sveta o ponudi, tražnji, uslovima kupoprodaje, o komercijalnim i nekomercijalnim rizicima, bonitetu poslovnih partnera, privrednim i političkim predviđanjima za određeno inostrano tržište, mogućnostima finansiranja i kreditiranja spoljnotrgovinskih poslova, o kretanju cena na međunarodnom tržištu i dr.

Izvozna marketing poslovna orijentacija, kao poslovno opredeljenje, logično sledi ukoliko rezultati analiza proisteklih iz marketing istraživanja stranih tržišta, ukazuju na postojanje

konkurentne prednosti u odnosu na konkurenciju. Međutim, proces internacionalizacije sveukupnih poslovnih aktivnosti, svojom specifičnošću, nosi rizik i zahteva visoki stepen opreza pri realizaciji proklamovanih ciljeva. Nivoi konkurentne prednosti određuju stepene participativnosti nekih proizvoda na stranim tržištima i impliciraju pretpostavljeni profit (dobit – razlika između ukupnog prihoda i ukupnog troška).

Međunarodna ekonomska razmena bavi se problemima optimalne alokacije resursa sa zadatkom da objasne kako međunarodna razmena utiče na njihovu alokaciju unutar zemlje i među zemljama u cilju maksimalnog zadovoljavanja proizvodnih i ljudskih potreba (rast, razvoj, tehnološki napredak, znanje, životni standard) (*Jović, 2002*).

Slobodna, unutrašnja i spoljna trgovina od višestrukog društvenog je interesa jer podstiče zadovoljenje potreba, ostvarenje profita i uvećanje životnog standarda građana.

Strukturalna organizovanost, kadrovska i tehnološka osposobljenost i produktivnost, kao faktori konkurentnosti privrednih subjekata ukazuju na kapacitet i potencijal države u spoljno-trgovinskoj razmeni. Nivo razvijenosti proizvodnih snaga i proizvodnih odnosa određuju obim i kvalitet spoljne trgovine jedne države.

Države diplomatskim aktivnostima unapređuju spoljno-trgovinsku razmenu, trudeći se da ona bude, što je moguće više, vrednosno recipročna. One bilateralnim i multilateralnim sporazumima o slobodnoj trgovini sa drugim državama otvaraju tržišta za poslovanje svojih kompanija. Međudržavni sporazumi su garant zaštite kompanija od mogućih protekcionističkih mera. Bi/multilateralni sporazumi, pored toga što doprinose boljem razumevanju političkih i ekonomskih kretanja unutar svake od zemalja potpisnica, unapređuju ekonomske odnose između zemalja i stvaraju uslove za znatno uvećavanje trgovinske razmene.

Savremeno i nacionalno organizovanje spoljnotrgovinske delatnosti u zemlji i inostranstvu važan je uslov za uspešan nastup i poslovanje na međunarodnom tržištu (*Andrijanić, 2001*).

Operacionalizaciju spoljnotrgovinskih poslova treba da kreira osposobljen menadžment. Od iskustva, poznavanja marketinga, organizacionih sposobnosti, komunikacionih i informacionih veština menadžmenta zavisi uspešnost poslovanja. Drugim rečima, poslovno informisanje, podržano informacionom komunikacionom tehnologijom, od izuzetne je važnosti za autoritativnost menadžment odluka. Top menadžeri su lideri i od njih se očekuje da budu garant uspešnosti međunarodnih marketing poslovnih transakcija. *Kotler i Keler (2006)* navode kako je marketing “umetnost prodaje proizvoda” i tu svoju definiciju navode kao menadžersku definiciju marketinga.

1.3. PREDNOSTI INTEGRISANIH TRŽIŠTA

Ideja integrisanih tržišta datira iz davnih vremena. Razlika između integrisanih tržišta ranije i sada je u motivima i načinima uspostavljanja integrativnosti. Nekada jasno ispoljavan motiv integracija je bio eksploatacija društvenih i materijalnih resursa, kao i nametanje

ideoloških, konfesionalnih i kulturoloških standarda. Načini dostizanja cilja bili su ratovi, pritisci i ucene, ali i brakovi između porodica koje su vladale pojedinim državama. Najčešće kombinacijom mogućih načina stvarane su integrisane političko-ekonomske oblasti sa jedinstvenim tržištem, ekonomskom i bezbednosnom politikom.

Prema *Dedijeru (1947)* potreba zaštite nacionalnih i nadnacionalnih političkih i ekonomskih interesa datira iz vremena habzburškog konglomerata država (druga polovina 19-tog i početak 20 veka).

Nakon drugog svetskog rata integracija tržišta u ekonomske oblasti doživljava ekspanziju. Genezu ustanovljenja integrisanih tržišta moguće je pratiti elaboracijom sistema mera koje su ograničavale, ali i danas ograničavaju, slobodan spoljnotrgovinski promet materijalnih i nematerijalnih dobara između država, ali i ekonomskih oblasti integrisanih tržišta.

U poslovnom svetu princip održanja i razvoja međunarodnog tržišnog poslovanja svodi se na poštovanje neophodnosti poznavanja topografije tržišnih zidova i prolaza. Pozitivna legislativa jedne države ustanovljava pravce puteva dobara ali nema ingerencija nad oba smera kretanja dobara. Izvoz, kao pasivna varijanta međunarodne prodaje, je smer prodajne transakcije nad kojim ingerencije ima država kojoj je predmet izvoza namenjen. Ona može prihvatiti transakciju, ograničiti je ili u celosti odbiti.

Imajući u vidu da najveći nacionalni potencijal jedne države je njeno tržište, država ima interesa da svoju proizvodnju i sopstveno tržište zaštiti.

Posebno države respektabilnih društvenih i materijalnih resursa (tzv. „moćne ekonomije“), u svako vreme, sopstvenu privredu i svoje tržište štite merama koje se podvode pod termin protekcionizam. Protekcionizam nije inovativni ekonomski mehanizam regulacije tržišta kome neka država pribegava. Kao političko-ekonomski instrument zaštite tržišta, javlja se u ranim fazama kapitalističkog formatiranja društva.

Živadinović i Milovanović (2010) navodi da su se još 1870 godine, posle Francusko-pruskog rata, sve zemlje okrenule merama protekcionizma, koje postaju zajednički imenitelj nacionalnih politika.

Protekcionizam se u ekonomskoj teoriji definiše kao sistem mera ekonomske politike kojima se štite domaći proizvođači i proizvodi na domaćem tržištu od strane konkurencije nametanjem visokih uvoznih carina na stranu robu.

Ekonomija hrane je najbitniji segment sveukupnih ekonomskih aktivnosti jedne države. Države, koje se ponose životnim standardom svojih građana, upravo ovom segmentu ekonomije posvećuju posebnu pažnju. Što je moguće viši stepen samodovoljnosti u proizvodnji hrane, ma koliko zvučalo kontraverzno i u suprotnosti sa promovisanim i javno deklariranim principima, je težnja svake države. Međutim, za maksimalno angažovanje društvenih i materijalnih resursa u pravcu zadovoljenja te i takve težnje, ne postoji ni elementarna ekonomska opravdanost.

Mankiw i Taylor (2008) ističu da efekti slobodne trgovine mogu se ustanoviti poređenjem domaće cene bez trgovine sa svetskom cenom. Niska domaća cena ukazuje na to da zemlja

ima komparativnu prednost u proizvodnji proizvoda i da će postati izvoznik. Visoka domaća cena ukazuje na to da ostatak sveta ima komparativnu prednost u proizvodnji dobra i da će zemlja postati uvoznik.

Kod razvijenih država ("moćnih ekonomija") efikasnost niza mera agrarnog protekcionizma u cilju zaštite tržišta, impozantna je, dok kod država "malih ekonomija" simbolična je.

U novije vreme, domaće tržište se štiti od uvoznih proizvoda sistemom mera, kao što su kvote, sertifikati, standardi proizvodnje i proizvoda koji je potencijalno predmet uvoza iz inostranstva, i sl. Carine i prelevmani, smatraju se deplasiranim shodno zagovaranim stavovima o neminovnosti liberalizacije tržišta u skladu sa neoliberalnim konceptom organizovanja tržišnog poslovanja. Ipak, mere protekcionizma nisu u potpunosti eliminisane. U ekonomskoj teoriji elaborirane, u praksi su našle primenu sofisticirane mere protekcionizma. Skraćivanje lanaca snabdevanja, uvođenje posebnih kriterijuma zadovoljenja standarda proizvodnje (proizvodnih, ekoloških i socijalnih) i standarda proizvoda, vanstandardno i vanredno utvrđeni kriterijumi kontrole kvaliteta proizvoda, povećanje taksi na fitopatološke i veterinarsko-sanitarne analize, samo su neke od novih mera protekcionizma.

Sistem mera kojima se definiše protekcionizam, upotpunjava se standardizacijom proizvodnje i proizvoda. Standarizacija je najveća barijera slobodnom protoku roba i način da se veliki broj potencijalnih izvoznika demoralise uslovima zadovoljenja neophodnih kriterijuma koje propisuje zemlja uvoznica. Kriterijume standarizacije i kontrole, donosi zemlja uvoznica i oni su svakako viši nego što sama zemlja, koja definiše standarde, zahteva/kontroliše kod svojih proizvođača.

Zemlje koje najviše zagovaraju neoliberalno uređenje tržišta, razvojnim planovima sopstvenih poljoprivredno-prehrambenih resursa (kapaciteta), otelotvoruju, na državnom nivou, princip idikativnog planiranja, načina uravnoteženja ponude i tražnje na svojim tržištima prehrambenih proizvoda. Indikativno planiranje je fenomenološki pristup ekonomiji hrane i kontroli tržišta prehrambenih proizvoda. Ono se koristi u slučajevima kada tržište svojom „nevidljivom rukom“ ne uspeva da održi ekonomsku ravnotežu privređivanja i regulacije tržišta. Legalitet mehanizama države da usmerava znatna investiciona sredstva u stimulaciju sopstvene poljoprivredne proizvodnje nije sporan, ali legitimitet instrumenta kontrole i uticaja na tržišne tokove je upitan.

Sistem vrednosti aktuelnog neoliberalizma zagovara poštovanje kriterijuma koji se, velikim delom, kose sa kriterijumima pojmovno deklariranih vrednosti. Napraviti izuzetak, ignorisati deklarirani sistem vrednosti, podrazumeva izuzeti društvo države koja zagovara takav stav. Da li takvo ponašanje u suprotnosti je sa osnovnim principima demokratije, koji su u EU, više nego imperativno naglašeni. Sagledavajući vrednosni sistem neoliberalno konceptualno prihvaćenih kategorija poslovnih aktivnosti, samo po sebi, nameće se pitanje postojanja idikativnog planiranja unutar država EU, i njihovog uzročno-posledičnog uticaja na efektivnost mera protekcionizma. Uveliko negirane mere protekcionizma, posebno u visoko razvijenim državama, pa i državama EU, bez obzira na to što su u bilateralnoj i multilateralnoj

diplomatskoj korespondenciji ignorisane, značajno su prisutne. Modeli mera koje ukazuju na protekcionizam u tržišnom poslovanju, značajno su unapređeni i činjenično, sve više sofisticirani.

Jedan od najznačajnijih elemenata koji ima presudan uticaj na obim i dinamiku međunarodnog prometa agroindustrijskih proizvoda jeste delovanje agrarnog protekcionizma. Na promet deluju, i brojne multinacionalne kompanije, a značajan upliv u sferu prometa imaju i asocijacije zemalja čiji je osnovni cilj unapređenje trgovine. Na obim svetske trgovine deluju tehničko-tehnološki i politički faktori. Veliki deo spoljnotrgovinske razmene odvija se pod neposrednim dejstvom pojedinih zemalja, odnosno Vlada, tako da se može reći da je situacija na svetskom tržištu u velikoj meri posledica državnih intervencija, a manjim delom rezultanta delovanja tržišnih zakonitosti. Agrarni intervencionizam je činjenica savremenog života, uprkos pokušajima teorijskog dokazivanja preimućstava ekonomskog liberalizma i političkih deklarisanja na delovanje tržišnih snaga (Vlahović, 2010).

Interesi su kategorija od značaja u svim sferama života, pa tako i u međunarodnom tržišnom poslovanju. Interesi se ne smu zanemarivati niti relativizovati. Aktuelizacijom i favorizovanjem interesa razvijenih država, druge razvijene države ili manje razvijene države mogu ozbiljno dovesti u pitanje sopstvene nacionalne interese. Odbrana interesa, tim pre što zavisi više od „onoga ko ih brani“ nego od „onoga zašto ih brani“, u ovoj konstalaciji snaga na svetskoj sceni, često pretpostavlja misiju koja unapred ima prepoznatljiv ishod. Ukoliko se interesi, koje „male“ ekonomije pokušavaju da brane, kose sa interesima „moćnih“, iluzorno je nastojanje pridobijanja podrške drugih „moćnih“ u odbrani istih. Ovakvim stavom, države „moćnih“ ekonomija, načela demokratije i jednakopravnosti, koje sami plediraju i deklarativno proklamuju, u praksi negiraju i svrstavaju u okvir institucionalnog sveopšteg eksperimenta. Konstatacija proističe iz činjenice da države razvijenih ekonomija visoko subvencionišu sopstvenu poljoprivrednu proizvodnju i institucionalno vrše kontrolu tzv. slobodnog tržišta, koje to i nije ukoliko je u okvirima granica države „moćne“ ekonomije. Ovakvo ponašanje razvijenih zemalja samo potvrđuje pravilo da pravo i pravda, mada pripadaju istoj vrednosnoj kategoriji, nemaju isti uzročno-posledični, konsekvencni potencijal.

Ipak, treba imati u vidu da održivo ne postoje jedinstveni, a da su istovremeno samo jednostrani interesi. Do jedinstvenih interesa se dolazi konsenzusom uz uvažavanje prioriteta, ali i različitosti. Shodno ovoj konstataciji, u stručnoj javnosti se opravdano proteže teza da kritičko, stihijsko, i po svaku cenu neprihvatanje stavova, načela i regulativa poslovanja koje zastupaju države „moćnih“ ekonomija, posebno ako se ona ne kose sa interesima druge strane, može biti kontraproduktivno.

Ekonomije država nisu samoodrživi, izolovani sistemi već fragmenti multifunkcionalne i multidisciplinarnne celine oličene u makrookruženju. Države su upućene jedna na drugu da slobodno trguju, bez obzira na to koliko su im „moćne“ ekonomije. Zajednički interes svih država je slobodno, i bez bilo kakvih ograničenja poslovanje, na što je moguće većem tržištu. Da bi se stvorilo veliko tržište sa stotinama miliona potencijalnih kupaca neophodno je bilo

integrisati tržišta pojedinačnih država u jedinstveno zajedničko tržište, integrisanu ekonomiku oblast. Međusobno države članice u svakoj od formiranih ekonomskih oblasti su ravnopravne. Vode zajedničku ekonomsku politiku. Spoljnu i bezbednosnu politiku usaglašavaju i zajednički nastupaju sa stavom za koji je postignut konsensus. Pravi primer potrebe da se zaštite nacionalni i nadnacionalni interesi je Evropska Unija.

Integracijama u ekonomske oblasti rizik poslovanja na zajedničkom tržištu, kao i rizik na inicijative konkurencije iz okruženja, sveden je na minimum. Poslovanje za države članice na zajedničkom tržištu je predvidivo, efikasno i profitno efektivno. U slučaju zainteresovanosti poslovanja sa drugom ekonomskom oblastu zemlje članice probleme eventualnog tržišnog poslovanja sagledavajuće sa aspekta celovitosti ekonomske oblasti a ne sa aspekta pojedinačne države članice. Isto tako pojedinačno država zainteresovana za poslovanje sa državom članicom integrisane ekonomske oblasti, eventualnu perspektivnost poslovne saradnje sagledavajuće na nivou mogućnosti ekonomija svih država članica celokupne ekonomske oblasti.

U svim delovima sveta, u cilju omogućavanja lakše internacionalizacije svojih ekonomskih aktivnosti, slobodnog preduzetništva i slobodne konkurencije, države se međusobno povezuju u ekonomske oblasti. Uslov za otpočinjanje procesa integracija je kompatibilnost i funkcionalnost privrednih sistema država, politička stabilnost i prepoznavanje zajedničkih interesa pri nastupima na drugim tržištima. Političku dimenziju usaglašanih stavova u oblasti ekonomije upotpunjava mogućnost participiranja i koordiniranja svake države članice u kreiranju zajedničke spoljne i bezbednosne politike. Forma pridruživanja već formiranim ekonomskim oblastima je formalno-pravni akt sporazuma o saradnji, kojim se naglašava opšte društvena korisnost integrativnog procesa. Cilj integracija svakako se svodi na zadovoljavanje zajedničkih ekonomskih, političkih i bezbednosnih interesa i zaštite nacionalnih i nadnacionalnih interesa u svim sferama interaktivnih društvenih odnosa, od prava, sloboda do ekologije.

Kao najbolji primer pozitivnih efekata integrisanih nacionalnih ekonomija može se izdvojiti Evropska unija. Postoji i nekoliko značajnih integrisanih ekonomskih oblasti koje se nalaze izvan područja Evrope:

- NAFTA - zemlje Severne Amerike koje su grupisane u ekonomsku oblast;
- BRICS za ekonomsko zajedništvo i saradnju komplementarnih ekonomija Brazila, Rusije, Indije, Kine i Južne Afrike
- MIKT (poznat i kao MIST) odnosi na ekonomije Meksika, Indonezije, Južne Koreje, i Turske.
- ASEAN ili Savez država Jugoistočne Azije (engl. Association of Southeast Asian Nations) je regionalna međunarodna organizacija država u Jugoistočnoj Aziji,
- EAEC ili EurAsEC je evroazijska ekonomska zajednica Zajednice Nezavisnih Država (ZND) i carinske unije između Belorusije, Rusije i Kazahstana.
- CARICOM je tzv. Karipska zajednica 15 karipskih naroda.
- MERCOSUR je interesna zajednica država Brazila, Kolumbije i Meksika.

1.4. EVROPSKA UNIJA

Dobar primer integriranih nacionalnih ekonomija specifičnog interesnog ustrojstva, koje karakteriše međuzavisna usklađenost uslova poslovanja i sveopštih privrednih aktivnosti je Evropska Unija. Proces evropskih integracija započeo je Planom evropske obnove, tzv. Marshallovim planom. To je službeni plan Stejt departmenta SAD-a o obnovi posleratne Evrope, koji je počeo da se primenjuje 1947. godine. Već nakon tri godine, Francuska, Holandija i Danska, zahvaljujući pomoći SAD-a, uspele su da proizvedu značajne količine tržišnih viškova proizvoda. Shodno svojim interesima viškove, naročito poljoprivrednih proizvoda, izvozile su u Veliku Britaniju i Zapadnu Nemačku. Međutim, pomoć su dobijale i druge države koje su u integraciji tržišta poljoprivrednih proizvoda prepoznale i svoje i zajedničke interese. Već 1951. godine, integracijom tržišta poljoprivrednih proizvoda Belgije, Francuske, Zapadne Nemačke, Italije, Luksemburga i Holandije počelo je da funkcioniše zajedničko tržište. 1957. godine Rimskim sporazumom verifikovana je integracija tržišta i ujedinjenje država u Evropsku Zajednicu, koja je 1992. godine preimenovana u Evropsku Uniju. 1993. godine, Ugovorom iz Mاستrihta, Evropska unija formalno je uspostavljena.

Evropska unija nema pravo da premesti dodatna ovlašćenja drugih članica na sebe bez dopuštenja određene članice. Isto tako, određeni broj članica rukovodi samostalno svojim politikama od nacionalnog interesa, kao što su inostrani poslovi, odbrana i valuta. Zahvaljujući ovakvom ustrojstvu, Evropska unija se ne može definisati ni kao internacionalna organizacija ni kao konfederacija ili federacija. Moglo bi se reći da je sui generis celina (nešto između konfederacije i federacije). U pravu, sui generis je izraz koji se koristi da identifikuje pravnu klasifikaciju koja postoji nezavisno od drugih kategorizacija usled svoje jedinstvenosti (*European Commission, 2016*).

U suštini, Evropska unija predstavlja geopolitički entitet “entitet sui generis”, tj. ekonomsku oblast specifičnih kompetencija i založnih ingerencija.

Evropska Unija funkcioniše kao politički uređena društveno-ekonomska zajednica država članica. Svaka od država članica svoje prerogativne atribute, teritorijalni integritet i nacionalni suverenitet, je zadržala. Međutim, kada su u pitanju međunarodne političko-pravne relacije ekonomskih odnosa i poljoprivredne politike, kompetencije se prenose sa država članica na Evropsku komisiju Saveta parlamenta EU-e, kao regulacionog tela. Drugim rečima, postoji jedinstvena spoljna politika i, isto tako, jedinstvena poljoprivredna politika EU-e.

Zajedničku poljoprivrednu politiku karakteriše institucionalna harmonizacija poljoprivrednih politika svih zemalja članica.

Principi na kojima se zasniva zajednička poljoprivredna politika Evropske Unije, a koji su utvrđeni još 1958. godine, su sledeći (*Živadinović i Milovanović, 2010*):

- Jedinstveno tržište – sve zemlje članice Evropske Unije obrazuju jedinstveno tržište. Jedinstveno tržište ogleda se kako na unutrašnjem, tako i na spoljnom planu. Unutrašnje je-

dinstvo znači da se roba može slobodno, bez carinskih i drugih dažbina kretati između zemalja članica. Na spoljnom planu to znači da za sve važi ista carinska zaštita za uvozne proizvode koja se utvrđuje na nivou Unije.

- Prvenstvo Unije – ovaj princip oslikava težnju da se izbegnu tržišni poremećaji i uspostavi stabilnost u snabdevanju. Takođe, njime se, putem posebnih instrumenata, vrši zaštita domaćeg tržišta (posebne uvozne dažbine). Pored toga, ovaj princip omogućava pomoć u plasmanu robe proizvedene u Evropskoj Uniji na strana tržišta, putem izvoznih subvencija (ukoliko roba nije konkurentna cenom).
- Finansijska solidarnost – sve zemlje članice Evropske Unije, bez izuzetka, učestvuju u troškovima Zajedničke poljoprivredne politike, iako udeo u finansiranju dela troškova nije jednak za sve države članice.

Sledeće reforme usledile su 1999. godine i nazvane su Agenda 2000. Ove reforme zasnovane su na sledećim elementima (*Živadinović i Milovanović, 2010*):

- Konkurentnom poljoprivrednom sektoru,
- Proizvodnji usmerenoj na kvalitetne proizvode i očuvanje životne sredine,
- Diverzifikaciji poljoprivrede,
- Aktivnoj ruralnoj zajednici,
- Razumnoj i jedinstvenoj poljoprivrednoj politici, jasnijem razdvajanju odgovornosti između Evropske unije i država članica,
- Jasnoj korisnosti društva od trošenja budžeta Evropske unije na poljoprivredu.

Na sastanku Evropskog veća u Kopenhagenu, održanom 1993. godine, postavljena su tri kriterijuma koje svi budući kandidati moraju ispunjavati da bi ispunili uslove za punopravno članstvo (www.wikipedia.org):

- Stabilnost institucija koje osiguravaju demokratiju, vladavinu prava, poštovanje ljudskih prava, prava manjina i prihvatanje ciljeva Evropske unije.
- Postojanje funkcionalnog tržišta i sposobnost nosioca tržišnih aktivnosti da se suočavaju sa konkurentskim pritiscima i tržišnim zakonima unutar EU.
- Usvajanje celokupne pravne regulative EU.

U suštini, Evropska unija poljoprivredne proizvođače štiti tako što im daje novčane dotacije, garantuje minimalne cene nekih proizvoda i tako što sprečava uvoz tj. konkurenciju državama koje nisu članice EU. Zajednička briga svih država članica EU je održivost i razvoj poljoprivredne proizvodnje, uvođenje modernih tehnologija po sistemu kontinuitentnog tehnološkog osavremenjavanja proizvodnje, proizvoda i pakovanja uz uvažavanje utvrđenih kriterijuma za ekološku zaštitu životne sredine.

1.4.1. Status Republike Srbije u procesu evrointegracije

Zadovoljavanje političkih, ekonomskih i ekoloških standarda, fundamentalizovanih u evropskim vrednostima, predisponira mogućnost da države koje nisu članice EU, postanu kandi-

dati za punopravno članstvo u integrisanoj ekonomsko-političkoj oblasti, specifičnog ustrojstva.

Kada će Republika Srbija postati punopravni član Evropske unije ne zavisi samo od Srbije, već od Evropske unije i političkih prilika u svakoj državi članici Evropske unije. Praksa bivših socijalističkih država koje su ulazile u Evropsku uniju pokazuje da su pravo na punopravno članstvo u EU sticale u različitim vremenskim intervalima i različitim političkim prilikama koje su vladale kako u njihovim zemljama, tako i na nivou ove grupacije zemalja.

Potrebno je napomenuti da 2007. godine postignut je opšte-društveni konsensus o prioritetima investicionih ulaganja u sve sektore privrede i posebno poljoprivrede. Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju (SSP) sa EU potpisan je 29. aprila 2008. godine (verifikovan u Skupštini Srbije 30. septembra 2008.). SSP predstavlja formalni akt institucionalizacije odnosa Srbije sa EU. Njime se prvenstveno regulišu međusobni ekonomski odnosi, ali i svi drugi aspekti međusobnih odnosa EU i Republike Srbije (vladavina prava, zakonodavstvo, ekologija i sl.).

Pristupanje Evropskoj uniji je pregovarački proces sa Evropskom unijom, kao međunarodnom organizacijom i institucijom, njenim organima, ali, pošto se odluke u Evropskom parlamentu donose konsensusom, pregovarački proces odnosi se i na pregovore sa državama članicama Evropske unije koje nemaju podjednak stav o svim političkim i ekonomskim pitanjima, bitnim za Republiku Srbiju.

Kancelarija za evropske integracije Republike Srbije, odnosno za pridruživanje, pristupanje punopravnom članstvu u EU, bavi se pregovorima sa EU i vrši koordinaciju sa ostalim resornim ministarstvima svih poslova koji se odnose na pripremanje akcionih planova za otvaranje i zatvaranje pregovaračkih poglavlja.

Konstituisane radne grupe, Kancelarije za evropske integracije, bave se izradom, primenom i implementacijom akcionih planova za priključivanje Srbije Evropskoj uniji, kao i koordinacijom aktivnosti sa ostalim resornim ministarstvima i njihovim radnim grupama, u onim delovima njihovog rada koji se tiču pristupanja Srbije Evropskoj uniji, odnosno svih aktivnosti koje se odnose na otvaranje i zatvaranje svih 35 pregovaračkih poglavlja sa Evropskom unijom.

Zadatak kancelarije za evropske integracije nije samo vođenje pregovora sa Evropskom unijom oko punopravnog članstva, u smislu da li su ispunjeni svi uslovi iz pregovaračkih poglavlja. Ukazivanje na prednosti koje ovaj proces donosi privrednicima u vidu dobijanja određenih sredstava iz predpristupnih fondova EU zaslužuje posebnu pažnju. Potrebno je edukovati privrednike da bi mogli na kvalitetan način da apliciraju za dobijanje sredstava iz predpristupnih fondova. Neophodno je ispuniti određene preuslove koji se odnose na pravilno elaborirane projekte, kvalitetno urađene biznis planove, formalno-pravno regulisan organizacioni status i rešenu imovinsku i vlasničku strukturu privrednog subjekta.

Zakoni treba da budu usklađeni sa sistemom evropskih vrednosti. Ove vrednosti podrazumevaju integritet i nezavisnost u formi konsolidovane interaktivne ingerentnosti institucija sistema (izvršne, zakonodavne i sudske vlasti). Uprošćavanje administrativnih procedura, pre-

dvidljivosti poreskog sistema i njegove usklađenosti sa principom, kojim je stopa oporezivanja ekvivalentno indeksirana ustanovljenom dobiti, i svest o neophodnosti zaštite životne sredine su obaveze koje donose korist. Drugim rečima, reforma i razgraničavanje zakonodavne, sudske i izvršne vlasti, osnovni su preduslov demokratičnosti društva. Vladavina prava, u smislu jednakopravnosti, sloboda govora, izražavanja, etničkih i konfesionalnih opredeljenja, podrazumevaju se. Kompatibilnost institucionalnih sistema, od pravosuđa do sveukupnih privrednih aktivnosti (proizvodnje, usluga, trgovine) sa zemljama EU je nešto što se nameće kao prioritet ukoliko se ova problematika posmatra sa stanovišta korisnosti.

Republike Srbija predstavlja poželjnu izveznu platformu obzirom na to da sa Evropskom unijom, zemljama CEFTA, Ruskom Federacijom, Belorusijom i drugim državama, ima potpisane spoljno-trgovinske ugovore koji omogućavaju liberalan izvoz na tržišta koja broje od nekoliko stotina hiljada, do nekoliko desetina i stotina miliona potencijalnih potrošača. Poslovanje u Srbiji omogućava stranim kompanijama da izvoze svoje proizvode bez ograničenja na tržišta na koja, ukoliko bi poslovale u mnogim drugim državama, to ne bi bile u mogućnosti. Sama činjenica povoljnih uslova poslovanja i međunarodne trgovine bez bitnih ograničenja je privilegija koja pretpostavlja konkurentsku prednost.

1.5. MEĐUNARODNI STANDARDI KVALITETA I BEZBEDNOSTI

Standardi za bezbednost hrane, kako navodi *Fulponi (2006)*, predstavljaju pitanje od primarnog značaja, jer namirnice koje su nesigurne mogu lako uticati na zdravlje potrošača i uništiti njihovo poverenje u dobavljača, uz značajan porast negativnih uticaja na buduće prodaje. Za izvoz mesa i prerađevina od mesa najznačajniji su sledeći standardi:

1.5.1. HACCP standard

HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points) predstavlja sistem bezbednosti hrane koji se zasniva na analizi i kontroli potencijalnih bioloških/mikrobioloških, hemijskih i fizičkih opasnosti kojima su izložene sirovine, mogućih opasnosti pri rukovanju, proizvodnji, distribuciji i konzumiranju krajnjeg proizvoda. HACCP sistem je prilagođen svim vrstama prehrambenih proizvoda i svim vrstama proizvodnje i rukovanja hranom (www.siepa.gov.rs/_haccp).

HACCP sistem zasniva se na sledećih sedam principa:

Codex alimentarius komisija je, kao smernice, definisala 7 principa koji se moraju primeniti tokom razvoja HACCP plana i implementacije HACCP sistema.

HACCP principi su sledeći:

1. *Analiza rizika* - identifikovanje rizika koji mogu da se pojave u procesu proizvodnje, predstavlja osnovu za izradu HACCP plana i osnovu za definisanje svih daljih faza.

2. *Određivanje kritičnih kontrolnih tačaka (CCP)* - tačaka u procesu gde postoji mogućnost pojave rizika.
3. *Određivanje kritičnih granica* za svaku kritičnu kontrolnu tačku. Kritična granica predstavlja kriterijum koji mora da se ispuni u svakoj CCP, odnosno minimalne i maksimalne vrednosti za svaku kontrolnu tačku, za biološke, hemijske i fizičke rizike. Kritične granice se usklađuju sa zahtevima propisa u oblastima u kojima oni postoje.
4. *Monitoring*, odnosno određivanje postupaka za nadzor u CCP kojima se osigurava da CCP ostane u kritičnim granicama. Postupci nadzora mogu da zahtevaju instrumente i opremu za merenje ili drugi način ocene procesa u CCP.
5. *Određivanje korektivnih mera* - mera u slučaju da nadzor pokaže da CCP nije u okviru kritičnih granica. Kada se problem pojavi, moraju biti definisane korektivne mere kako bi sprečile pojavu zdravstvenog rizika za potrošače.
6. *Uspostavljanje postupaka za verifikaciju* – postupaka čiji je cilj potvrđivanje da je HACCP sistem efektivan i da funkcioniše dobro. Postupci verifikacije mogu da uključe preispitivanje HACCP planova, zapisa u vezi sa CCP, kritičnih granica kao i uzorkovanja za laboratorijska ispitivanja. U verifikacione aktivnosti treba da budu uključena ovlašćena lica zaposlena u pogonu i predstavnici inspekcije u pogonu.
7. *Dokumentovanje*, odnosno kreiranje i vođenje efektivne evidencije o funkcionisanju HACCP sistema. Zapisi treba da dokumentuju podatke dobijene praćenjem – nadzorom nad CCP uključujući i odstupanja i postupke verifikacije.

HACCP predstavlja sistem za identifikaciju, ocenjivanje i kontrolu opasnosti od značaja za bezbednost hrane (definicija komisije *Codex Alimentarius*). Ovaj sistem je naučni, racionalan i sistematski pristup utvrđivanja, ocene i kontrole opasnosti u toku proizvodnje, prerade, obrade, pripreme i upotrebe hrane kako bi se obezbedilo da hrana bude zdravstveno ispravna za konzumiranje.

HACCP je savremeni, preventivni koncept koji obezbeđuje higijensku, toksikološku i svaku drugu bezbednost namirnica. Najkraće definisano, HACCP sistem predstavlja niz postupaka za kontrolu procesa i kritičnih tačaka u lancu proizvodnje hrane, sa krajnjim ciljem da potrošač konzumira namirnicu u stanju i na način koji će biti bezbedan po njegovo zdravlje.

HACCP je sistem upravljanja u kome se bezbednost hrane razmatra kroz analizu i kontrolu bioloških, hemijskih i fizičkih opasnosti (hazarda) od ulaznih sirovina, preko rukovanja, proizvodnje, distribucije, pa sve do konzumiranja krajnjeg proizvoda. Nakon toga, vrši se procena štetnosti identifikovanih hazarda po ljudsko zdravlje, a zatim se definišu postupci u proizvodnji kojima se može sprečiti ili eliminisati rizik po sigurnost hrane ili se njegov uticaj svesti na prihvatljiv nivo.

HACCP sistem podrazumeva uspostavljanje odgovornosti svih učesnika u lancu proizvodnje hrane za bezbednost namirnica. Svaki proizvod je neophodno pratiti u svim fazama proizvodnje, prerade i distribucije, odnosno važno je da postoji sledljivost. Zahvaljujući obimnoj

evidenciji koja se vodi na svim nivoima, moguće je tačno utvrditi od kog dobavljača je nabavljena određena sirovina od koje je proizvedena neispravna namirnica.

HACCP je potreban svim preduzećima koja se bave:

- proizvodnjom, preradom i pakovanjem prehrambenih proizvoda;
- skladištenjem, transportom i distribucijom namirnica;
- pripremom i distribucijom hrane za potrebe bolnica, dečijih ustanova, hotela, restorana;
- trgovinom prehrambenih proizvoda i ugostiteljstvom;
- organskom hranom.

Ovakav sistem primenjuje se i u kontroli bezbednosti hrane za životinje, jer samo zdravstveno ispravna i kvalitetna hrana za životinje garantuje da će namirnica životinjskog porekla biti pogodna za ishranu ljudi.

Primena HACCP-a je kompatibilna s primenom sistema upravljanja kvalitetom, kao što su standardi serije ISO 9000.

Po okončanju uvođenja neophodno je sprovesti: stalno održavanje i nadgradnju sistema, stalan interni i eksterni nadzor, korigovanje sistema kod promena u tehnološkom postupku ili promeni sirovina i, napokon, sertifikaciju sistema.

Primena HACCP je široko rasprostranjena u razvijenim privredama, dok je u Evropskoj uniji i zakonski obavezujuća direktivom Saveta Evrope (Council Directive 93/43/EEC). Iako se direktiva ne odnosi na zemlje koje nisu članice Evropske unije, ovaj akt indirektno ima značajan uticaj na preduzeće ukoliko izvozi ili planira da izvozi u Evropsku uniju. Primena HACCP sistema je takođe i zakonska obaveza u Republici Srbiji na osnovu Zakona o veterinarstvu (*Sl. glasnik RS br. 91/2005*) i Zakona o bezbednosti hrane (*Sl. glasnik RS br. 41/2009*).

Prednosti primene ovog sistema su odnose se i na potrošače i na preduzeće koje ga sprovodi. Za potrošače to znači da se obezbeđuje snabdevanje potrošača zdravstveno bezbednim prehrambenim proizvodima i redukuje pojava bolesti izazvanih hranom. Za preduzeće HACCP sistem znači sledeće: omogućuje efektivniji i efikasniji rad prehrambenih preduzeća, povećava konkurentnost preduzeća na svetskom tržištu, uklanja barijere internacionalne trgovine, omogućava efikasno uvođenje novih tehnologija i proizvoda i sl.

1.5.2. ISO standard

ISO (International Organisation for Standardization) je međunarodna organizacija za standardizaciju - predstavlja mrežu nacionalnih instituta u 162 zemlje i ujedno je najveća svetska institucija za razvoj standarda. Ključni ISO standardi razrađeni u okviru ove organizacije i koji su primenljivi u prehrambenoj industriji, na teritoriji Republike Srbije su (www.siepa.gov.rs/_iso_standardi):

ISO 9001:2000 - Sistem menadžmenta kvalitetom - sertifikat predstavlja jedini međunarodno priznat dokaz kvaliteta koji izdaje nezavisno međunarodno sertifikaciono telo. Implementacija Sistema menadžmenta kvalitetom ima izuzetan strateški značaj za sve vidove poslovanja. U tom smislu, standard ISO 9001:2000 je primenljiv na sve organizacije nezavisno od tipa, veličine, proizvodne ili uslužne delatnosti i jedini se može koristiti za sertifikaciju menadžmenta u poslovnom svetu. Proces sertifikacije započinje tako što sistem menadžmenta kvaliteta - QMS (Quality Management System) mora biti u potpunosti dokumentovan, proveren i odobren od strane menadžmenta, a potom implementiran u organizaciji. QMS sadrži: poslovnik kvaliteta - opis načina zadovoljenja zahteva ISO 9001:2000, procese - opisi aktivnosti kroz sve procesne faze, procedure kvaliteta - metodi upravljanja procesima, radne instrukcije, odnosno uputstva za obavljanje individualnih zadataka i aktivnosti.

ISO 14001:2004 - Sistem ekološkog menadžmenta - predstavlja sistem menadžmenta zaštite životne sredine javio se kao reakcija na neodgovorno ponašanje velikog broja kompanija i organizacija, oslikavajući urgentnu potrebu tržišta za očuvanjem životne sredine. Implementacija Sistema ekološkog menadžmenta može se odnositi na čitavu kompaniju, jedan ogranak ili čak na samo jedan proces. Suština ovog standarda nije u zamenjivanju mašina, proizvoda ili procesa koji imaju negativan učinak na životnu sredinu, već je reč o postepenom smanjenju zagađenja zasnovanog na dužim vremenskim intervalima.

ISO 22000 - Sistem menadžmenta bezbednosti hrane - predstavlja međunarodni standard koji obuhvata sve organizacije u lancu ishrane i definiše zahteve Sistema menadžmenta bezbednosti hrane. Novi standard ISO 22000:2005 ima za osnovu principe HACCP sistema za dobijanje finalnog prehrambenog proizvoda u potpunosti poštujući standarde bezbednosti: praćenje, proučavanje i opis proizvodnog procesa radi preventive ili uspostavljanja kontrole u slučaju rizika za bezbednost hrane, sprovođenje analize, procena i uspostavljanje kontrole, menadžment i raspolaganje resursima. ISO 22000 može se uspešno primeniti na primarne proizvođače hrane, uključujući i prerađivače hrane.

Bezbednost hrane u svim prehrambenim granama industrije dobija sve veći značaj, ne samo zbog zakonskih obaveza i novčanih kazni zbog nepoštovanja istih, već i zbog ozbiljnih finansijskih posledica koje mogu biti rezultat smanjena potražnje, ili čak potpunog bojkota proizvoda određenog proizvođača, ukoliko se ustanovi da je svojim proizvodom doveo u pitanje zdravlje potrošača. U septembru 2005. godine Međunarodna organizacija za standardizaciju (ISO) objavila je standard ISO 22000 ili Sistem upravljanja bezbednošću hrane (www.iso.org).

ISO 22000 je prvi međunarodni standard za upravljanje bezbednošću hrane (Food safety management systems) Međunarodne organizacije za standardizaciju (ISO) i u mnogim evropskim zemljama je već uveliko zauzeo mesto HACCP-a u oblasti prehrambene industrije. ISO 22000 standard se odnosi na sve organizacije u lancu ishrane i definiše zahteve Sistema upravljanja bezbednošću hrane. Osnova ovog standarda su principi HACCP sistema za pružanje bezbednog krajnjeg prehrambenog proizvoda.

Još važnije, ISO 22000 je prvi standard koji mogu koristiti svi članovi lanca snabdevanja hranom. To uključuje i dobavljače neprehrambenih proizvoda i usluga, kao što su proizvođači opreme i ambalaže, kao i davaoci logističkih usluga. ISO 22000 je pogodan za organizacije svih veličina i kao što je prikladan za pekare sa 10 zaposlenih, tako je prikladan i za međunarodne proizvođače hrane ili supermarkete koji zapošljavaju hiljade radnika (www.eurostandard.rs).

ISO 22000:2005 može da se implementira samostalno ili integralno sa drugim sistemima kvaliteta kao što su ISO 9001:2000 ili ISO 14001:2004 sa kojima je potpuno kompatibilan, a postoji mogućnost nadogradnje već postojećeg sistema kvaliteta.

S obzirom na to da je HACCP kao sistem teško primenljiv na velike proizvodne ili prodajne lance, da bi mogao uspešno da funkcioniše zahteva implementaciju ISO 9001, a samim tim i dodatne rashode za preduzeće. Da bi se izbegli ovi nedostaci HACCP-a u primeni, u velikim preduzećima u prehrambenoj industriji, došlo je do izražene potrebe za stvaranjem jednog novog standarda kao što je ISO 22000. On u sebi integriše ne samo HACCP i ISO 9001 već se bavi predviđanjima i analizom velikog broja spoljnih faktora i opasnosti koji, ne samo što mogu da ugroze bezbednost hrane, već mogu negativno da utiču i na proizvodni proces, finansije preduzeća i zaposlene.

Ovim standardom se utvrđuju zahtevi za Sistem upravljanja bezbednošću hrane i mogu ga primeniti sve organizacije u lancu snabdevanja hranom, uključujući i one koje imaju udela i uticaja na njih, što znači da se može uspešno primeniti na (www.kvalitet.org.rs):

- proizvođače hrane;
- primarne proizvođače;
- sekundarne proizvođače;
- proizvođače stočne hrane;
- veleprodaje vezane za hranu;
- maloprodaje vezane za hranu;
- preduzeća za transport i skladištenje hrane;
- proizvođače mašina i opreme;
- proizvođače materijala za pakovanje;
- proizvođače sredstava za higijenu;
- proizvođače sredstava za dezinfekciju;
- proizvođače dodataka i sastojaka.

Prednosti uvođenja standarda ISO 22000 su sledeće (www.eurostandard.rs)

- Poboljšanje bezbednosti hrane,
- Poboljšanje kvaliteta proizvoda,
- Jačanje zaštite i poverenja potrošača,
- Povećanje troškovne efikasnosti u lancu proizvodnje i prometa hrane,
- Interaktivna komunikacija,

- Sprovođenje takozvanih preduslovnih programa (prerequisite programs, PRP) kao osnove funkcionalnog HACCP-a.

U okviru implementacije ISO 22000 potrebno je obezbediti sve neophodne informacije potrebne za analizu opasnosti, kako bi se mogućim opasnostima moglo upravljati i kako bi se uspostavio sistem za njihovo kontrolisanje. Kombinacije kontrolnih mera se sprovode uz pomoć preduslovnih programa i/ili uz pomoć HACCP planova. Takođe, neophodna je primena sistema za sledljivost radi brzog i efikasnog povlačenja proizvoda u slučaju identifikacije opasnosti u bilo kom stadijumu upravljanja hranom.

1.5.3. BRC standard

BRC standard razvijen je 1998. godine od strane vodećeg udruženja trgovaca u Velikoj Britaniji - BRC (British Retail Consortium), koje zastupa sve prodavce od malih, nezavisnih privatnih prodavnica, do velikih prodajnih lanaca i robnih kuća, kao alat maloprodajama za evaluaciju isporučilaca prehrambenih proizvoda koji su se prodavali pod njihovim robnim markama i pomoć u poštovanju propisa.

Januara 2003. godine, BRC je prepoznao potrebu da se izmeni naziv standarda, ističući i promenu u njegovoj primeni, pa je tako BRC tehnički standard za hranu, postao BRC opšti standard za hranu. Danas je ovaj standard prihvaćen širom sveta od strane mnogih kompanija, čak i onih koje nisu u industriji hrane, kao osnova za procenu dobavljača i robe koja se prodaje pod privatnim robnim markama. Standard zahteva usvajanje i primenu HACCP principa, uspostavljanje dokumentovanog sistema upravljanja kvalitetom, kao i primenu standarda za kontrolu fabričkog okruženja, proizvoda, procedura i osoblja (www.tehnologijahrane.com).

Zbog uspeha i globalnog prihvatanja BRC standarda za hranu, danas postoje BRC standardi za sledeće četiri oblasti (www.kvalitet.org.rs):

- Bezbednost hrane,
- Krajnji proizvodi,
- Pakovanje i ambalaža,
- Skladištenje i distribucija.

Na šta se odnose pojedinačni standardi, prikazano je na slici ispod:

Slika 1. Oblasti na koje se odnose različiti BRC standardi



Izvor: <http://www.kvalitet.org.rs/standardi/brc>

Prednosti BRC Globalnog standarda prema su da je sveobuhvatan i fokusiran na bezbednost, zakonitost i kvalitet, da su zahtevi jasni, detaljni i zasnovani na HACCP principima koje podržava sistem dokumentacije, da se zaključak sa svim neusaglašenostima uočenim tokom provere zajedno sa dokazima uključuje u izveštaj, a zatim i da je komplementaran sa drugim sistemima upravljanja kvalitetom kao što su npr. ISO i HACCP.

Ciljevi standarda (www.kvalitet.org.rs):

- Pomoć trgovcima na malo u ispunjavanju zakonskih propisa,
- Zaštita potrošača držanjem pod kontrolom značajnih opasnosti po zdravlje koje mogu biti izazvane hranom,
- Veća bezbednost proizvoda i manji rizici od odgovornosti po osnovu proizvoda,
- Motivacija zaposlenih,
- Povećanje zadovoljstva korisnika,
- Osiguranje konkurentnosti.

Principi BRC standarda su (www.tehnologijahrane.com):

- Umanjenje mogućnosti dvostrukog ocenjivanja,
- Rad i saradnja sa akreditacionim telima radi obezbeđivanja da proces akreditacije rezultira efektivnom kontrolom i održavanjem standarda,
- Ohrabrivanje internog ocenjivanja,
- Obezbeđivanje otvorenosti, transparentnosti i usklađenosti sa propisima,
- Promocija direktnog učešća vlasnika maloprodaja prilikom razvoja i održavanja sistema, učešćem u odboru za tehnički nadzor,
- Stalno preispitivanje i poboljšanje standarda i pomoćnih procesa.

1.5.4. HALAL Standard

Halal kvalitet podrazumeva skup primenjenih postupaka u procesu proizvodnje hrane, koji su u skladu sa islamskim propisima i tada proizvod ili usluga postaju prihvatljivi za korišćenje ili konzumaciju od strane potrošača islamske veroispovesti. Halal koncept (standard) pokriva faze u lancu proizvodnje i prometa: klanje stoke, skladištenje, izlaganje, priprema, higijena i sanitetske uslove. Sertifikat halal označava da su svi proizvodni procesi od odabira životinje, preko klanja do obrade i dolaska finalnog proizvoda na tržište usklađeni sa prehrambenim standardima koje nalaže pomenuti sertifikat.

Kontrolu kvaliteta ovih postupaka obavljaju kompetentne institucije koje su za to ovlašćene od nadležne islamske zajednice. Halal standard potvrđuje se odgovarajućim dokumentom kojim se odobrava isticanje odgovarajuće oznake.

Halal između ostalog zabranjuje upotrebu: svinjskog mesa, krvi, alkohola, mesa mrtvih životinja, mesoždera, magarca, psa, ptica grabljivica; hrane koja se priprema sa vinom, kolača sa bilo kojom vrstom alkohola, hrane koja sadrži emulgatore na bazi svinjske ili životinjske masti itd (www.ras.gov.rs.).

Najveći broj zahteva Halal standarda su identični sa HACCP sistemom i ISO 9001 standardom, što organizacijama koje su uspostavile neki od ova dva sistema znatno olakšava pripremu za sertifikaciju.

Halal je primenljiv na različite vrste proizvoda i usluga: hranu, kozmetiku, lekove, odeću, obuću, nameštaj, turizam i ugostiteljstvo, špediciju, bankarstvo i berzansko poslovanje..., a najčešće se primenjuje u prehrambenoj i farmaceutskoj industriji, kao i proizvodnji kozmetike.

Zahtevi koje Halal stavlja pred proizvođače su najstriktniji kada je u pitanju mesna industrija. Da bi meso bilo Halal, klanje dozvoljenih životinja mora biti u skladu sa sledećim zahtevima: životinja koja se kolje mora biti pažljivo tretirana, zdrava i živa, a osoba koja obavlja čin klanja mora biti psihički zdrav i osposobljen za tu aktivnost. Zabranjeno je da to radi osoba pod dejstvom alkohola, a takođe je zabranjeno da to radi neko ko nije musliman jer samo oni znaju šta znači pomen božijeg imena prilikom klanja. Propisane su i metode obuzdavanja prilikom klanja (www.kvalitet.org.rs).

Da bi jedan proizvodni proces dobio Halal sertifikat potrebno je da se primeni niz kontrolisanih postupaka koji su u skladu sa islamskim propisima, kako bi proizvod ili usluga muslimanima bili prihvatljivi za konzumiranje ili korišćenje.

Da bi proizvođači pristupili postupku sertifikacije potrebno je da dostave (www.ras.gov.rs):

1. Dokument o opredeljenosti menadžmenta za Halal sertifikat,
2. Dokument kojim se potvrđuje da se u proizvodnji primenjuju odredbe o zdravstvenim, higijenskim i sanitarnim merama u koje spadaju i međunarodni standardi (HACCP i ISO standardi),
3. Dokument kojim se potvrđuje da se delatnost obavlja u skladu sa važećim propisima.

Za razliku od ostalih standarda i HACCP sistema, Halal sertifikacija nije u klasičnom sistemu sertifikacije i akreditacije. Sertifikate za ovaj sistem dodeljuju organizacije ovlašćene od strane islamske verske zajednice. U Srbiji postoji zvanična organizacija za dodelu Halal sertifikata Halal agencija Islamske zajednice Srbije. Firma koja je zainteresovana za uvođenje ovog standarda mora aplicirati Agenciji Islamske zajednice. Tom prilikom zainteresovana firma daje izjavu da su joj poznati svi zakoni koji se odnose na Halal standard, kao i sve zabrane koje proističu iz njega.

Nakon toga se sprovodi postupak u kome se utvrđuje da li su sirovine koje se koriste u proizvodnji dozvoljene prema zakonu muslimana. Nakon ispunjenja predviđenih uslova izdaje se Halal sertifikat koji potvrđuje Halal status proizvoda i odobrava se upotreba Halal znaka na pakovanju proizvoda.

Sertifikat važi jednu godinu i u toku trajanja sertifikata vrši se redovna kontrola od strane Halal kontrolora, kao i uzorkovanje proizvoda sa tržišta. Na taj način se obezbeđuje sigurnost da neće doći do oharamljenja (religijskog sknavljenja) proizvoda u bilo kojoj fazi proizvodnje.

Halal znak doprinosi prepoznatljivosti Halal proizvoda na tržištu. U slučaju bilo kakvog odstupanja od standarda, Agencija oduzima sertifikat, proizvodi se povlače sa tržišta i pokreće se odgovarajući postupak. Halal znakom mogu se koristiti Agencija, proizvođači koji su uspešno ispunili osnovni Halal standard, prodavci i distributeri Halal proizvoda, kao i drugi korisnici po odobrenju Agencije (www.kvalitet.org.rs).

1.5.5. IFC standard

IFS (International Food Standard – Internacionalni standard za hranu) predstavlja standard kvaliteta i standard za bezbednost hrane u jednom, razvijen kako bi proverio kompetentnost proizvođača hrane u pogledu bezbednosti, ali i kvaliteta hrane uz pomoć jednog instrumenta, odnosno standarda, čime se štedi i vreme i novac (www.eurostandard.rs).

Usled rastućih zahteva potrošača, povećane odgovornosti prodavaca, globalizacije, kao i pooštavanja zakonskih obaveza, bilo je neophodno razviti uniformni standard za obezbeđenje kvaliteta i osiguranje bezbednosti hrane (www.kvalitet.org.rs).

Cilj IFS standarda je da kreira konzistentan sistem evaluacije za sve kompanije koje snabdevaju trgovine na malo hranom. To se pre svega odnosi robne marke velikih trgovinskih lanaca.

Osnovni ciljevi IFS-a su (www.kvalitet.org.rs):

- da uspostavi opšti standard sa jedinstvenim sistemom ocenjivanja,
- da radi sa akreditovanim sertifikacionim telima i visoko kvalifikovanim i ovlašćenim ocenjivačima,
- da obezbedi uporedivost i transparentnost kroz ceo lanac snabdevanja,
- da smanji troškove i uštedi vreme, kako dobavljačima tako i trgovinskim lancima.

Uniformni standard i jednoobrazni način procene nivoa kvaliteta dobavljača, smanjuje potrebu trgovaca na malo za nezavisnim proverama. Za trgovce na malo, upravljanje lancem snabdevanja postaje konzistentno i efikasno. Ono smanjuje troškove procesa i povećava nivo bezbednosti za kupce, dobavljače i korisnike. Implementacija IFS standarda može biti ulaznica u krug dobavljača velikih trgovinskih lanaca, ali je takođe i šansa da se demonstrira opredeljenost za bezbednost hrane, njen kvalitet i legalnost, kao i za rad na stalnom unapređenju.

Standard se može primeniti na dobavljače u svim koracima prerade hrane osim za poljoprivrednu proizvodnju. Zahtevi su u vezi sa sistemom upravljanja kvalitetom i HACCP sistemom, u koji spadaju i preduslovni programi: dobra proizvođačka praksa - GMP (Good Manufacturing Practice), dobra laboratorijska praksa - GLP (Good Laboratory Practice) i dobra higijenska praksa - GHP (Good Hygiene Practice). Struktura IFS standarda odgovara stru-

kturi ISO 9001, sa fokusom na bezbednost hrane, HACCP, higijenu, proces proizvodnje i poslovno okruženje.

Članovi Nemačke asocijacije trgovaca na malo - Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) i njen francuski pandan - Fédération des entreprises du Commerce et de la Distribution (FCD), kao i slične italijanske organizacije (COOP, CONAD i Federdistribuzione) su zajedno kreirale IFS standard kvaliteta i bezbednosti hrane, pre svega za svoje robne marke, čija namera je ocenjivanje dobavljača hrane i sistema kvaliteta u skladu sa zajedničkim pristupom

U ovom trenutku najviše IFS sertifikata izdato je u Evropi, ali se zahvaljujući globalizaciji, broj IFS sertifikata u svetu stalno povećava. Neki od trgovaca na malo koji su prihvatili IFS standard su: Metro Group, Edeka, Rewe Group, Aldi, Lidl, Auchan, Carrefour Group, EMC - Groupe Casino, Leclerc, Monoprix, Picard Surgelés, Provera (Cora and Supermarchés Match), Système U, COOP, CONAD i Unes. Devet od deset najvećih evropskih lanaca prodaje hrane koristi IFS kao svoj standard za bezbednost hrane i rade zajedno na njegovom unapređenju. Svi oni učestvovali su u izradi IFS verzije 5 (www.kvalitet.org.rs).

1.5.6. Košer standard

Reč Košer u izvornom (širem) značenju može se prevesti kao odgovarajući, u skladu, ispravan. Ujedno, to je i naziv sertifikata u industriji hrane i pića kojim se garantuje da je određeni prehrambeni proizvod ispunio zahteve propisane Torahom (poznatijim kao pet proroka Mojsijevih knjiga) i da kao takav može biti konzumiran od strane pripadnika jevrejske verske zajednice (<http://ras.gov.rs>). Košer standard propisuje proizvodnju i pripremu hrane prema posebnim jevrejskim propisima i običajima. Košer sertifikat (heb. Kashrus - odgovarajući, ispravan) garantuje da određeni prehrambeni proizvod ispunjava zahteve propisane Torahom (poznatijim kao pet proroka Mojsijevih knjiga). Torah propisuje koji proizvodi su prihvatljivi za ishranu i način na koji moraju biti pripremljeni kako bi bili dozvoljeni za konzumiranje (www.kvalitet.org.rs).

Meso i mesni proizvodi samo određenih vrsta životinja smatraju se Košer. To su životinje koje se hrane iz posebnih posuda i žvaću hranu, te tako teletina i ovčetina spadaju u kategoriju dozvoljenih vrsta mesa, dok npr. meso zeca i svinje ne spada u Košer namirnice. Da bi meso pojedinih životinja bilo Košer, životinje moraju biti zaklane na tačno određen i ritualan način, koji takođe mora biti sertifikovan kao Košer. Suština je da životinja mora da bude ubijena na način koji ne zadaje bol, a takav obred isključivo obavlja specijalno obučeno osoblje koje se zove „šočet" (shochet). Nakon što životinja ne daje znakove života, pristupa se ispitivanju na bolesti i odstranjivanju iznutrica, krvi i nerava. Posebna pažnja se posvećuje plućima životinje koja moraju biti zdrava i čista. Košer živinom smatraju se samo kokoška, ćurka, guska i patka, a živinsko meso se ne sme mešati sa mlečnim proizvodima. I u ovom slučaju, klanje živine može da obavi samo „šočet" (<http://ras.gov.rs>).

Sertifikat koji garantuje da su proizvodi u skladu sa Košer zahtevima izdaje ovlašćeni Rabin, dok odluku o odobrenju Košer sertifikata donosi ECK (European Central Kashrut). Dokumentacija, koja sadrži nameru proizvođača, tehnologiju proizvodnje, spisak sirovina koje ulaze u proces proizvodnje i dr, šalje se u ECK. U slučaju tehnološki jednostavnijih proizvoda Rabin sam kontroliše proizvod, dok tehnološki složenije proizvode kontroše predstavnik ECK-a. Do Košer sertifikata se lakše dolazi ukoliko proizvođač već ima implementirane standarde kao što su HACCP, Halal i sl. Ukoliko proizvod ispunjava Košer zahteve izdaju se dva sertifikata, jedan od lokalnog Rabina i jedan od ECK-a. Za vreme važenja sertifikata, ECK vrši proveru kako bi se održao kredibilitet sertifikata. Zahvaljujući posebnoj kontroli koju ovaj standard propisuje, Košer hrana se smatra zdravijom. S obzirom na to da se Košer sertifikat prepoznaje sve više kao znak zdrave i kvalitetne hrane, pored pripadnika jevrejske zajednice, hranu sa "Košer" oznakom konzumiraju i pripadnici muslimanske veroispovesti, vegeterijanci, kao i ljudi koji su alergični na različite vrste hrane (www.kvalitet.org.rs).

1.5.7. GlobalGAP standard

GlobalGAP predstavlja privatno telo koje je osnovano 1997. godine, pod nazivom EurepGAP, od strane Euro Retailer Produce Working Group (EUREP) kao inicijativa britanskih i evropskih lanaca supermarketa, a 2007. godine menja ime u GlobalGAP. GlobalGAP postavlja dobrovoljne standarde dobre poljoprivredne prakse za sertifikaciju poljoprivrednih proizvodnih procesa, a danas predstavlja asocijaciju trgovaca na veliko i malo, proizvođača i svih drugih učesnika u procesu proizvodnje, distribucije i maloprodaje poljoprivrednih proizvoda. Osnovni razlozi koji su doveli do razvoja šeme GlobalGAP su sledeći (www.globalgap.org):

- Potreba trgovaca da bez tehničkih barijera obavljaju promet poljoprivrednih proizvoda i da uživaju poverenje svojih kupaca,
- Potreba odgovornih poljoprivrednih proizvođača da imaju sertifikate kojima dokazuju da su se pridržavali pravila dobre poljoprivredne prakse i da su njihovi proizvodi bezbedniji od poljoprivrednih proizvoda koji nisu sertifikovani,
- Potreba potrošača da kupuju poljoprivredne proizvode za koje postoje garancije da su zdravstveno ispravni, proizvedeni na gazdinstvima gde se vodilo računa, zaštititi prava zaposlenih i dobrobiti životinja, kao i zaštititi čovekove okoline.

GlobalGAP je prisutan u 120 zemalja, zbog čega su prepoznatljivi od strane velikih trgovinskih lanaca koji radije plasiraju tako sertifikovane proizvode, a neki u potpunosti uslovljavaju kupovinu posedovanjem sertifikata.

Prednosti koje izvozno orijentisano preduzeće ima posedovanjem sertifikata GlobalGAP su sledeće (<http://ras.gov.rs>):

- naglašava se efikasnost i bezbednost u proizvodnji hrane,
- povećava se konkurentnost preduzeća na svetskom tržištu,
- smanjuju se barijere internacionalne trgovine,
- povećava se profit,
- daje se akcenat na efikasnosti kompanije koja prati najzahtevnije svetske standarde.

1.5.8. GOST-R standard

Gost R (*государственный стандарт России* – Nacionalni standard Rusije) je sistem standarda kojima se propisuju zahtevi za kvalitet proizvoda i usluga koji se plasiraju na teritoriji Ruske Federacije. Sistem je nastao iz GOST sistema, koji je bio na snazi tokom postojanja Sovjetskog Saveza, a nakon raspada je nastavio da važi na području ZND (Zajednica Nezavisnih Država). Samim tim, GOST standard još uvek važi na teritoriji ZND, dok je GOST R aktuelan samo na području Ruske Federacije. Osnovna karakteristika standarda je da propisuje zahteve koji se moraju ispuniti u cilju ulaska na rusko tržište, a koji se odnose samo na finalne proizvode. To znači da svaki proizvod koji se želi plasirati na rusko tržište mora posedovati sertifikat o ispunjavanju zahteva ovog standarda. ISO sertifikati i CE znak nisu dovoljni za ulazak na rusko tržište. Spisak svih proizvoda koji podležu obaveznoj sertifikaciji je obuhvaćen Rezolucijom No. 982, usvojenom od strane ruske vlade. (www.kvalitet.org.rs). Prema odluci Državnog carinskog komiteta Ruske Federacije od 1. oktobra 2000. godine, roba stranog porekla koja se uvozi u Rusku Federaciju treba da bude sertifikovana u skladu sa važećim standardima sertifikacije u Rusiji (www.gost-r.ru).

U okviru GOST R sistema postoji nekoliko vrsta sertifikata. U zavisnosti od samog proizvoda, postoje dve vrste sertifikacije, i to (www.tikrf.org):

- 1) Obavezna sertifikacija (odnosi se na proizvode za koje je zakonom obavezno sertifikovanje);
- 2) Dobrovoljna sertifikacija (odnosi se na proizvode koji ne podležu obaveznoj sertifikaciji u skladu sa ruskim zakonom).

Obaveznu sertifikaciju u sistemu GOST R vrši sertifikaciona kuća, na osnovu ugovora sa podnosiocem zahteva za sertifikaciju. Rok važenja sertifikata usklađenosti određuje sertifikaciona kuća, i on može biti od 1 do 3 godine.

Dobrovoljna sertifikacija može se primeniti na proizvode koji ne podležu obaveznoj sertifikaciji u skladu sa ruskim zakonom. Uvoznici ili izvoznici iniciraju dobrovoljnu sertifikaciju sa ciljem da formalno dokažu usklađenost svojih proizvoda sa važećim ruskim standardima i tehničkim normama. Drugim rečima, ova vrsta sertifikata predstavlja marketinški alat za pridobijanje ruskih korisnika.

Ruski državni organ zadužen za poslove standardizacije, akreditacije i sertifikacije se naziva Gosstandart (*Gosudarstvenny standart*). Pod njihovim nadzorom se nalaze svi zvanični sertifikacioni organi, laboratorije za testiranje i autorizovani revizori u Rusiji. Svi relevantni organi su stacionirani u Moskvi, svaki od ovih organa ima tačno utvrđenu oblast u kojoj se može baviti poslovima sertifikacije, tako da je mešanje poslova onemogućeno i svi proizvođači koji žele da budu sertifikovani, unapred znaju kome treba da se obrate.

Takođe, svi relevantni organi u nadležnosti Gosstandart-a su zaduženi i za redovnu inspekciju, koja se odnosi samo na proizvode koji su sertifikovani na tri godine u serijskoj proizvodnji. Proizvođač pokriva sve troškove posete proverivača, slanja uzoraka i laboratorijskih testova. Detalji u vezi sa inspekcijom se utvrđuju posebnim ugovorom, nakon izdavanja GOST R sertifikata. Ukoliko proizvođač odbije da postupa u skladu sa ugovorom o inspekciji, nadležni sertifikacioni organ prosleđuje zvanično pismo Gosstandart-u, kako bi bio ozvaničen prekid važenja ugovora i sertifikata na teritoriji Rusije.

Osnovna prednost posedovanja Gost R sertifikata za preduzeće je otvaranje novog, ogromnog tržišta - Rusije. S obzirom na to da se prema Gost R standardu sertifikuje finalni proizvod, preduzeća koja nemaju implementirane ISO standarde nemaju poteškoće u dobijanju Gost R sertifikata, ukoliko njihovi proizvodi ispunjavaju zahteve pomenutog standarda. Sa druge strane, ukoliko kompanija poseduje odgovarajuće ISO sertifikate, proces dobijanja GOST R standarda je olakšan (www.kvalitet.org.rs).

2. PREDMET ISTRAŽIVANJA

Stočarstvo kao značajna grana poljoprivredne proizvodnje ima veliku ulogu u razvoju sektora poljoprivrede Republike Srbije. Stočarska proizvodnja dobija sve veći društveno-ekonomski značaj kako za brdska tako i za ravničarska područja. Republika Srbija spada u područja sa povoljnim prirodnim uslovima za gajenje stoke, ali se i pored ove činjenice stočarstvo nalazi u relativno lošem stanju. Na porodičnim domaćinstvima, koji su glavni nosioci ove proizvodnje i gde se nalazi većina kapaciteta, proizvodnja je još uvek u velikoj meri ekstenzivna.

Upravo u uslovima nepovoljnog stanja celokupnog stočarstva u Republici Srbiji izvoz treba da postane osnovna poluga razvoja. U trenutnoj situaciji izvoz je još značajniji jer mala kupovna moć stanovišta ne može biti zamajac veće proizvodnje. Izvoz poljoprivredno-prehrambenih proizvoda predstavlja osnovu razvoja poljoprivrede u celini (Vlahović, 2003). Situacija u kojoj se domaća privreda nalazi, nije povoljna, međutim poljoprivreda predstavlja granu privrede koja može da postigne najviše strukturnih viškova gotovo svih strateških proizvoda. Meso i njegova potrošnja indikator su kvaliteta ishrane i ujedno ekonomskog standarda jedne zemlje. U novije vreme dolazi do ekspanzije međunarodne trgovine poljoprivrednoprehrambenih proizvoda pod snažnim uticajem visoko razvijenih zemalja. Agrarni protekcionizam gubi na značaju zbog definisane politike i pravila Svetske Trgovinske organizacije (STO).

Evidentno je da žitarice gube sve više na značaju u međunarodnim tokovima dok stoka, meso i prerađevine dobijaju na značaju. Samim tim neophodno je konstatovati da stočarstvo predstavlja intenzivnu granu poljoprivredne proizvodnje, tj. rast poljoprivredne proizvodnje snažno je uslovljen porastom učešća stočarstva u istoj, pa se ono javlja kao značajan faktor razvijenosti poljoprivrede i uopšte privrede u celini. Upravo zbog toga sve zemlje posvećuju posebnu pažnju stočarstvu i proizvodnji mesa u cilju snabdevanja sopstvenog tržišta i stvaranja viškova za izvoz. Da bi izvoz bio uspešan neophodno je da se proizvodnja odvija prema standardima koji će zadovoljavati potrebe potrošača zemalja uvoznica, a adekvatnom politikom finansiranja, povoljnim paritetima cena, stabilnim kursom dinara i pridobijanjem kvota za izvoz ovih proizvoda u EU, usvajanjem odgovarajućih standarda, može se povećati proizvodnja i izvoz stočarskih proizvoda. Istraživanjem se želi dati teoretski i praktičan doprinos kako bi institucije na makroekonomskom nivou zadužene za problematiku izvoza proizvoda koji proističu iz procesa stočarske proizvodnje i mesne industrije imale smernice za preduzimanje adekvatnih mera u cilju unapređivanja izvoza i izvozno orijentisane politike. Dobijeni rezultati treba da skrenu pažnju na elemente koji su od značaja za povećanje domaće proizvodnje, perspektive i moguće destinacije izvoza.

Razlikuju se dva osnovna koncepta konkurentnosti: mikrokonkurentnost, koja se odnosi na konkurentnost preduzeća odnosno privrednih subjekata, kao njihova relativna prednost nad

drugim preduzećima; i makrokonkurentnost, koja podrazumeva konkurentnost jedne nacionalne privrede u celini. Trenutno se u svetu posvećuje izuzetna pažnja kako povećati konkurentnost na međunarodnom tržištu. Visoko razvijene zemlje trude se da kvalitetom povećaju svoje konkurentne pozicije. To se nameće kao imperativ i za Republiku Srbiju. Zadatak, je, pored ostalog da se kvantifikuju nastale promene, kako bi se dobio uvid o kretanju i ostvarenim tendencijama, kao i da se utvrde međusobne uslovljenosti faktora koji su dominantno uticali na ispoljene tendencije. Ovim radom se, takođe, želi dati teoretski i praktičan doprinos u definisanju dugoročne razvojne strategije razvoja stočarstva u Republici Srbiji i povećanju izvoza stoke za klanje i mesa na međunarodno tržište. Osnovni faktori konkurentnosti su sledeći:

- Devizni kurs – različita su mišljenja o istom. Radno intenzivne firme, sa velikim brojem radnika, smatraju da je devizni kurs potcenjen. Manje radno intenzivne firme, sa velikim učešćem izvoza u ukupnoj Konkurentnost privrede Srbije preferiraju stabilan, u odnosu na promenljivi devizni kurs.

- Bankarski sektor - treba da bude u funkciji razvoja poljoprivrede i prehrambene industrije. Krediti moraju biti povoljniji za stočarsku proizvodnju. Očekuje se veća uloga državne podrške izvoznju ekspanziji, kroz čitav niz mera državnih subvencija u kreditiranju izvoza i proizvodnje.

- Marketing concept poslovanja – na žalost, veliki broj privrednih subjekata nema razvijen marketing, odnosno nisu preterano orijentisani na zadovoljenje potreba potrošača. Veliki je broj primera da se naši proizvodi izvoze pod stranom markom.

- Etnocentrizam potrošača - veliki deo potrošača u Srbiji pokazuje sklonost ka stranim robnim markama.

- Barijere u spoljnoj trgovini - postoje carinske barijere sa kojima se suočavaju izvoznici (visoke carinske stope na repromaterijal, niske carinske stope na finalni proizvod), uvozna zavisnost, sporost procedure i spor povraćaj carina na uvozne sirovine.

- Bilateralni sporazumi o trgovinskim preferencijalima (ugovori o slobodnoj trgovini) su potpisani sa svega nekoliko država. S obzirom da Republika Srbija nije članica STO (WTO), zaključenjem ovakvih bilateralnih sporazuma sa pojedinim zemljama unapredila bi se spoljna trgovina mesa Srbije. Država nije u dovoljnoj meri jasno formulisala strategiju spoljne trgovine.

- Dampinški izvoz-uvoz u spoljnotrgovinskoj praksi Republike Srbije - problem predstavlja uvoz po dampinškim cenama, od izvoza po dampinškim cenama. Osnovni problem istraživanja jeste odsustvo, odnosno nizak nivo primene upravljanja marketingom i sprovođenja povezanih marketing aktivnosti u poslovnoj praksi privrednih subjekata koji posluju u oblasti proizvodnje mesa. Primena marketing koncepta jeste neophodan uslova za unapređenje ukupne ponude na domaćem, a pogotovo na inostranim tržištima.

3. CILJ I ZNAČAJ ISTRAŽIVANJA

Osnovni cilj istraživanja jeste da se na osnovu originalnih i izvedenih podataka utvrde relevantni elementi koji su od značaja za razvoj stočarstva u Republici Srbiji. Istraživanjem će biti obuhvaćena analiza faktora koji su determinisali proizvodnju, ali i izvoz stoke za klanje i mesa u analiziranom periodu. Takođe, cilj je da se analiziraju i drugi faktori koji su determinisali dosadašnji izvoz kako bi se ukazalo na osnovne smernice ekspanzije izvoza, kao i da se formuliše odgovarajuća izvozna strategija, koja je najprilagođenija međunarodnom okruženju, odnosno pojedinim tržišnim segmentima.

Vremensko određenje predmeta istraživanja obuhvatiće period od 2005. godine do 2014. godine. Tabele i grafikoni sa određenim parametrima odnose se na period 2005-2014. godina.

Rad obuhvata sledeću problematiku:

- Stanje na međunarodnom tržištu mesa.
- Analiza međunarodne trgovine pojedinih vrsta mesa (goveđe, svinjsko, živinsko i ovčije).
- Analiza trendova kretanja na međunarodnom tržištu mesa.
- Identifikacija najvećih izvoznika i uvoznika pojedinih vrsta mesa.
- Kretanje (trend) stočarske proizvodnje i proizvodnje mesa u Republici Srbiji,
- Kretanje (trend) izvoza stoke za klanje i mesa,
- Struktura izvoza po vrstama stoke i kategorijama mesa,
- Promene u strukturi izvoza,
- Izvoz prema vrstama stoke i mesa po zemljama odredišta,
- Regionalna destinacija izvoza,
- Promene u regionalnoj destinaciji izvoza,
- Mere za povećanje konkurentnosti na međunarodnom tržištu,
- Analiza i primena odgovarajućih strategija i iznalažanje optimalne strategije izvoza mesa.

4. PREGLED DOSADAŠNJIH ISTRAŽIVANJA

Hoffmann, R. (2000) obajašnjava potrebu isticanja skrivenih osobina robe, koje potrošači ne mogu da vide pre kupovine ili kroz upotrebu. Stoga, imajući u vidu da potrošači traže kvalitet, informacija mora da bude dostupna potrošaču. Što se tiče hrane, takvi kvaliteti mogu biti, na primer, standardi procesa dobrobit životinja ili dugoročne opasnosti po zdravlje. Prethodno istraživanje je zaključio da spoljašnji znaci kao što su zemlje porekla (COO) su važni u procesu evolucije potrošača. Rad istražuje švedsko tržište za sveže meso, tokom 1990-ih. Ova studija ispituje koji su faktori primarni koji doprinose tome da li potrošači smatraju COO. Intervjui su rađeni sa kupcima u domaćinstvima koji troše meso. Rezultati pokazuju da su žene i potrošači sa niskim primanjima imaju tendenciju da koriste COO mnogo intenzivnije od muškaraca i potrošača sa višim primanjima. Osim toga, potrošači koji naglašavaju specifičnosti akreditivna dobrobiti životinja, antibiotika i salmonela češće doživljavaju kao COO izrazito važnu podršku.

Kees-Jan van Dorp (2003): konstatuje da u ranijem periodu detaljne informacije o goveđim proizvodima nisu bile potrebne. Međutim, nakon izbijanja BSE, vlada je osećala potrebu da štiti interes potrošača kroz uvođenje zakonskih normativa. Informacija o sledljivosti u proizvodnji goveđeg mesa postala je obavezna. Rad opisuje stanje u sektoru proizvodnje goveđeg mesa u periodu pre i posle krize.

Bernabéu, R., Tendero, A. (2005) navode da postoji tendencija u zemljama članicama Evropske unije da smanji potrošnju mesa, ali da se poveća potrošnja jagnječeg mesa. Ova tendencija nije toliko zbog cene koliko zbog sledećih značajnih faktora: kvalitet, slike, zdravlje, bezbednost hrane i promene u ukusu naroda. Pored toga, relativni značaj različitih atributa u vrednosti od potrošača mora biti odmerena u cilju razvoja marketinške strategije koje povećavaju potrošnju jagnječeg mesa.

Bakucs, L. Z., Fertő, I. (2005) istraživali su uticaj cena na Mađarskom tržištu goveđeg mesa. Zaključak ukazuje da neovisno od cene na tržištu postoji konstantnost u potrošnji goveđeg mesa. Hornibrook, S., McCarthy, M., Fearne, A. (2005) navode da je bitan cilj obezbediti bezbednost i kvalitet goveđeg mesa u supermarketima u Evropskoj uniji. Strateški značaj jeste da svaki maloprodajni brend ima sopstvenu etiketu.

O'Connell, M. K., Lynch, P. B. O'Doherty, J. V. (2005): navode da potrošači danas daju povećan značaj bezbednosti hrane, zaštite životne sredine i zdravstvenim problemima i kvaliteta. Veliki broj potrošača spreman je da kupi organsku meso. Modeli evolucije se koriste u istraživanju organske hrane kao što su: briga o životnoj sredini, dobrobiti životinja i prihoda kao bitne odrednice organske hrane. Cilj ovog istraživanja je bio da se ispita Irska potrošačka percepcija ka upotrebi organskog mesa. Upitnik je obuhvatao 250 ispitanika, koji su bili predstavnici Irske populacije. Identifikovane su tri grupe potrošača. Ispitanici koji su kupili ili su imali nameru da kupe organsko meso imaju veći nivo svesti o značaju za bezbednost hrane

pri kupovini mesa, u odnosu na one bez namere da kupe organsko meso. Pored toga, kupci organskog mesa su više zabrinuti za svoje zdravlje, nego kupci kojima nije važno da li je organska proizvodnja mesa. Kupci organskog mesa takođe veruje da je takav proizvod superioran u odnosu na konvencionalne vrste mesa u pogledu kvaliteta, sigurnosti, označavanja, proizvodnih metoda i vrednosti. Dostupnost i cena organskog mesa su bili ključni za kupovinu. Viši socio-ekonomske grupe bile su više spremni da kupe organsko meso. Podizanje svesti o bezbednosti hrane i zagađenja pitanja su bitne odrednice u kupovinu organskog mesa.

Windhorst, H., W. (2006): Sagledavajući globalnu trgovinu mesom došlo se do zaključka da živinsko meso, kao i trgovina živinskim proizvodima su pokazali izuzetanu dinamiku u poslednjih 35 godina. Između 1970. i 2005. trgovina živinskog mesa je povećana u odnosu na govedinu i svinjsko meso. Dok Severna i Centralna Amerika, kao i Evropa je izgubila tržišni udeo, Kina i Brazil postali su novi centri proizvodnje u Aziji i Južnoj Americi. Povećanje regionalne koncentracije je uglavnom zbog dominantne uloge Kine. Epidemije ptičjeg gripa imaće uticaj na proizvodnju i potrošnju, što je rezultiralo ozbiljnim finansijskim problemima velikih proizvođača i novih prostornih obrazaca proizvodnje i trgovinskih tokova.

Aleksić, S., Petrović, M., Sretenović, L., Pantelić, V., Tomašević, D., Ostojić-Andrić, D. (2007) navode da na osnovu zvaničnih statističkih podataka stanje u govedarstvu se ocenjuje kao nepovoljno. Broj grla poslednjih deset godina konstantno opada. Proizvodnja mesa je, takođe, u stalnom opadanju što je posledica opadanja ukupnog broja goveda kao i nedovoljan broj klanica koje imaju sertifikat EU. U 2006. godini registrovane su samo 4 klanice sa EU sertifikatima. Autori ističu da je, polazeći od postojećeg stanja u govedarskoj proizvodnji, kao i na osnovu dosadašnje domaće i međunarodne prakse i razvoja govedarstva, neophodna brza i efikasna transformacija govedarske proizvodnje u cilju ukрупnjavanja zemljišnih poseda i stvaranja specijalizovanih farmara za proizvodnju mleka i mesa. Na specijalizovanim farmama treba uvesti sisteme sertifikacije i registracije koje povećavaju vrednost proizvoda. Gazdinstva koja su specijalizovana za proizvodnju mesa imaju za cilj proizvodnju junećeg mesa za domaće potrebe i za izvoz. Budućnost srpskog izvoza mesa leži pre svega u proizvodnji junećeg mesa takvog kvaliteta koji odgovara zahtevima odgovarajućeg tržišta (Italija, Grčka i dr).

Vlahović, B., Tomić, D., Radojević V. (2007) ističu da su se u međunarodnoj trgovini agroindustrijskih proizvoda dogodile značajne promene koje se ogledaju u povećanju prometa stočarskih proizvoda (stoke za klanje, mesa i mesnih prerađevina). Ove promene pogoduju, pre svega, visokorazvijenim zemljama, koje imaju modernu klaničnu industriju. Autori navode da u analiziranom periodu goveđe meso ima najznačajnije učešće u strukturi međunarodnog prometa, da najintenzivnije povećanje prometa ostvaruje pileće meso, usled dobrih nutritivnih i dijetetskih osobina i najnižih cena, kao i da visoko razvijene zemlje snažno stimulišu izvoz mesa raznim merama izvoznih subvencija.

Dekić, S. (2007) navodi da se pozitivne tendencije u razvoju stočarske proizvodnje u Srbiji mogu očekivati uz ostvarenje povoljnih makroekonomskih uslova privređivanja. Tako-

đe, na nivou mikroekonomije, smanjenje troškova proizvodnje rezultiralo bi po-boljšanjem ekonomskih pokazatelja. Autor ističe da je neophodno favorizovanje merama agrarne politike gazdinstava koja gaje određeni broj grla stoke po hektaru, ili ostvaruju određeni nivo proizvodnje po hektaru i (ili) grlu stoke. Ostvarenje dugoročne stabilnosti tržišta stoke i stočarskih proizvoda uz bolju organizovanost kanala prodaje osnova je stabilnosti u ukupnoj poljoprivrednoj proizvodnji. Poštovanje zahteva za višim standardima kvaliteta stočarskih proizvoda je jedan od prioriteta u unapređenju stočarske proizvodnje, radi povećanja učešća proizvoda iz Srbije na svetskom tržištu.

Vlahović, B., Tepavac, D., Lovrić, D. (2008) ističu da proizvodnju treba orijentisati prema potrebama i zahtevima inostranog tržišta. Pošto je međunarodno tržište veoma heterogeno, znači da se proizvodnja mora planirati i prilagoditi odgovarajućim potrebama i zahtevima pojedinih segmenata tržišta. Proizvodnja u stočarstvu treba da bude tako diverzifikovana da zadovoljava zahteve različitih potrošača, kako bi naše šanse za ulazak u tokove svetske razmene bile realnije i veće. U radu se navodi da je neophodna je primena koncepta kontrole proizvodnje kao što su TQM i HACCP kako bi se zadovoljili strogi kriterijumi izvoza, pre svega, u visoko razvijene zemlje.

Aleksić, S., Pantelić, V., Radović, Č. (2009) ukazuju da broj grla kod svih vrsta domaćih životinja i živine u poslednjih dvanaest godina konstantno opada. Republika Srbija u bližoj budućnosti postaće član Evropske unije i Svetske trgovinske organizacije što znači da se stočarska proizvodnja mora pripremiti za konkurenciju na jedinstvenom razvijenom tržištu, na kome neće postojati državne trgovinske barijere. Pristupanje u EU i STO podrazumeva veću liberalizaciju trgovine stočarskim proizvodima, malu mogućnost zaštite od uvoza, implementaciju standarda kvaliteta, smanjenje nivoa domaće podrške, ukidanje izvoznih subvencija, povećanje profitabilnosti i sposobnost da se izdrži konkurencija na međunarodnom tržištu.

Dorović M., Stevanović, S., Lazić, V. (2009) ističu da relativno skromna zastupljenost mesa u međunarodnom prometu u odnosu na obim svetske proizvodnje istog, rezultanta je, pre svega, specifičnih tehnološko-komercijalnih karakteristika proizvoda, široke rasprostranjenosti proizvodnje i nastojanja svih zemalja, a posebno nerazvijenih i zemalja u razvoju da domaće potrebe za mesom prvenstveno podmiruju sopstvenom proizvodnjom. Autori ističu da dominaciju razvijenih zemalja, kako u izvozu tako i u uvozu analiziranih proizvoda (osim kod uvoza živinskog mesa), uzrokuju, pre svega, viši nivo ekonomske razvijenosti, odnosno veća kupovna moć potrošača, potrebe za bogatijim asortimanom ponude na domaćem tržištu, razvijenija prehrambena industrija, uvoz sirovina radi prerade i izvoza skupljih finalnih proizvoda, reeksportni poslovi, mogućnosti sticanja većeg profita na bazi razlika u cenama na domaćem i inostranom tržištu i sl.

Duffy, R., Fearne, A. (2009) na osnovu uvida u britanskoj industriji goveđeg mesa analizirali su razvoj partnerstva u lancu snabdevanja mesom. Na osnovu analize došli su do zaključka da značaj uspostavljanja poverenja u lancu snabdevanja, kako bi se promenile po-

trošačke tražnje u trgovinskom okruženju koje karakteriše robnim tržištem i fokusiranje na inicijativu za dodatnu vrednost kao izvor konkurentske prednosti i diferencijala.

Vukasović, T. (2009): navodi da razvoj globalnog tržišta živinskog mesa je, u poslednjih nekoliko godina, obeležena brzim, neočekivanim i kompleksnim promenama. Mesna industrija živine je jedna od najkonkurentnijih međunarodnih sektora i trenutno je u svojoj zreloj fazi razvoja. U cilju održavanja svoje konkurentske pozicije na tržištu, kompanije moraju stalno da se dokažu u snabdevanju sa inovativnim proizvodima i procesima. Ovaj pregled se fokusira na najnovijim trendovima u Sloveniji, a cilj je da se pokaže kako trenutna situacija u Sloveniji se uklapa u opšte trendove unutar Evropske unije. Članak se koncentriše na rezultatima primarne kvantitativnom istraživanju, koje je sprovedeno putem pojedinačnih ličnih intervjua. Uzorak se sastojao od 600 slovenačkih potrošača živinskog mesa, starosti između 18 i 65 godina. Posebna pažnja je posvećena poreklu mesa u procesu donošenja odluka potrošača. Pozitivna percepcija živinskog mesa i značaj njenog porekla u procesu kupovine-donošenja odluka bila evidentna iz ankete i znajući da poreklo mesa igra ključnu ulogu u procesu kupovine-odlučivanja.

Jevtić, S. i Stanković, V. (2011) navode da se na globalnom tržištu mesa i u narednoj dekadi očekuju izuzetno, održivo visoke cene, zbog visokih cena stočne hrane, u situaciji stabilne tražnje, posebno iz zemalja u razvoju. Signali o visokim cenama u prvoj polovini projektovane dekade, doprineće će ekspanziji stočnog fonda, a kao posledica, očekuje se rast globalne trgovine u drugoj polovini dekade. Globalna proizvodnja mesa trebalo bi da u projektovanom periodu ostvari rast od 1,8% na godišnjem nivou. Projektovani rast za osnovu ima rast proizvodnje živinskog i svinjskog mesa u zemljama u razvoju. Autori navode da se globalni rast potrošnje, prema projekcijama, održava zahvaljujući rastu potrošnje u Aziji, Latinskoj Americi i u zemljama proizvođačima nafte, a da je sporija dinamika rasta izvoza rezultat smanjene uvozne tražnje mesa od strane Ruske Federacije, u kojoj se merama poljoprivredne politike podstiče proizvodnja mesa.

Petrović M. i sar. (2012) ističu da članstvo Srbije u međunarodnim organizacijama, liberalizacija trgovine stočarskih proizvoda, mala mogućnost zaštite od uvoza, implementacija standarda kvaliteta (HACCP, ISO, GLOBALGAP), smanjeni nivo domaće podrške, eliminisanje izvoznih subvencija, rast profitabilnosti i sposobnost da budu konkurentna na međunarodnom tržištu, su još dodatni izazovi sa kojima se suočava ili će se suočiti stočarstvo Srbije. Na osnovu ovih okolnosti, neophodno je da se izgrade principi za efikasan razvoj stočarske proizvodnje, koja može da se takmiči na evropskom tržištu i doprinosi rastu poljoprivrede i nacionalnog dohotka.

Aleksić S. i sar. (2012) navode da trenutno stanje u govedarstvu Republike Srbije nije zadovoljavajuće sa stanovišta proizvodnje po grlu i broju grla koji je u stalnom padu zadnjih godina. Na osnovu zvaničnih statističkih podataka, trenutno stanje u govedarstvu se smatra veoma nepovoljnim. Proizvodnja mesa je u konstantnom padu, što je posledica smanjenja ukupnog broja goveda kao i nedovoljnog broja klanica sa EU sertifikatom. Proizvodnja mesa

u 2011. godini je bila 81.000 t. Srbija, iako bez razvijenog govedarstva, bila je tradicionalni izvoznik goveđeg odnosno junećeg mesa, proizvoda od mesa i tovne junadi u mnoge zemlje, čak i najrazvijenije. Danas, postoji samo nekoliko klanica sa EU sertifikatom, a odobrena kvota za izvoz mesa od 8.000 tona junetine ne može da se realizuje. Očekuje se da govedarska proizvodnja obezbedi kvalitetne proizvode za izvoz, na prvom mestu juneće meso definisanog porekla i kvaliteta.

Petrović, Z., Milićević, D., Parunović, N. (2013) ukazuju da je primena principa TQM u proizvodnji goveđeg mesa opravdana i primenljiva u industriji mesa. Svetska iskustva govore da se TQM primenjuje kao alternativni model upravljanja kvalitetom, jer se celokupan proces sagledava tako da se definišu svi faktori koji utiču na krajnji kvalitet proizvoda, u ovom slučaju ukus goveđeg mesa definisanog kao krajnja odrednica kvaliteta. Autori navode da se na osnovu analize tržišta i definisanja parametara kvaliteta definišu kontrolne tačke kvaliteta na koje se može direktno uticati u samom procesu, kao i organizacione mere i podizanje nivoa menadžmenta u smislu delovanja na faktore koji direktno mogu uticati na kvalitet krajnjeg proizvoda.

Vlahović, B., Puškarić, A., Mažić, M. (2014) navode da u strukturi ukupnog svetskog izvoza mesa, svinjsko meso ima najveće učešće. Prosečan svetski izvoz iznosio je 9,8 miliona tona, sa tendencijom umerenog rasta po stopi od 3,65% godišnje. Vrednosno izvoz je prosečno iznosio 27 milijardi US dolara, što ovu vrstu mesa svrstava u proizvode sa najvećim učešćem u strukturi svetskog prometa agroindustrijskih proizvoda. Autori navode da će se u narednim godinama, prema prognozama Organizacija za hranu i poljoprivredu Ujedinjenih nacija (FAO), globalna trgovina svinjskim mesom smanjiti za oko 300 hiljada tona (4%). To je epilog očekivanog pada proizvodnje u zemljama izvoznicama u kombinaciji sa povećanom proizvodnjom u zemljama uvoznicama koja će smanjiti tražnju za svinjskim mesom.

U strukturi pregleda vladajućih stavova dominiraju domaći autori usled specifične teme koja se bavi proizvodnjom i izvozom mesa iz Srbije.

5. RADNA HIPOTEZA

U radu polazi se od sledećih pretpostavki:

- Međunarodni promet mesa ima značajnu ekspanziju.
- Tražnja za svim vrstama mesa u svetu značajno raste. Uslovljena je, pre svega, ekonomskim faktorima.
- Stanje stočarske proizvodnje u Republici Srbiji nije na zadovoljavajućem nivou.
- Izvoz stoke za klanje i mesa rezultanta je obima i dinamike stočarske proizvodnje u Republici Srbiji.
- Ukupan izvoz stoke za klanje i mesa iz nije na zadovoljavajućem nivou, sa stanovišta količine i vrednosti.
- Nepovoljna je konkurentska pozicija Republike Srbije na međunarodnom tržištu mesa.
- Povećanje konkurentnosti predstavlja imperativ bolje pozicije Republike Srbije na međunarodnom tržištu mesa.
- Neophodno je prestrukturiranje proizvodnje u skladu sa zahtevima međunarodnog tržišta.
- Segmentacija međunarodnog tržišta neophodna je mera u cilju povećanja izvoza mesa.
- Povećanje izvoza uslovljeno je primenom odgovarajuće marketing strategije.

Posebne hipoteze rada trebalo bi da pruže konkretne odgovore i predisponiraju iznalaženje optimalnih rešenja predmetne problematike.

6. IZVORI PODATAKA I METODOLOGIJA RADA

Izvori podataka su:

- Interni podaci Zavoda za statistiku Republike Srbije,
- Statistička baza podataka međunarodnih podataka - ITC (*Trade statistics for international business development*)
- Statistička baza podataka Organizacije Ujedinjenih Nacija za hranu i poljoprivredu – FAO (*Food and Agricultural Organization*),
- Rezultati dosadašnjih istraživanja; podaci i informacije iz različitih istraživanja koji su objavljeni u knjigama, časopisima i drugim publikacijama, kao i informacije objavljene na internetu.

U radu su korišćene kvantitativne (statističko-matematičke) i kvalitativne metode. Primjenjeni instrumentarijum sastoji se iz analize vremenskih serija i komparativnog metoda. Istraživanje se najvećim delom zasniva na tzv. “istraživanju za stolom” (“*desk research*”), tj. na primeni raspoloživih podataka. Vremenski period istraživanja je od 2005 do 2014. godine.

Jedan deo istraživanja bazira se na „istraživanju na terenu (“*field research*”) putem ličnog komuniciranja sa odgovarajućim privrednim subjektima - proizvođačima, prerađivačima i izvoznocima mesa. Za prikupljanje podataka korišćen je metod ispitivanja ličnim komuniciranjem uz primenu polustrukturiranog upitnika. Na ovaj način dobijene su značajne informacije vezane za problematiku istraživanja.

Raspoloživi podaci, na kojima se bazira istraživanje, obrađeni su standardnim matematičko - statističkim metodama:

- Aritmetička sredina (\bar{x}), za utvrđivanje prosečnih vrednosti:

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

- Koeficijent varijacije (V), za određivanje procenta variranja obeležja u odnosu na srednje vrednosti

$$V = \frac{\sigma * 100}{\bar{x}}$$

- Stopa promene (Y), koja pokazuje procenat povećanja, odnosno smanjenja, a rađena je na bazi eksponencijalnog trenda oblika:

$$Y = a * b^x$$

- Linearna regresija

$$\hat{y} = a + bx$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

$$b = \frac{\Sigma(x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\Sigma(x - \bar{x})^2}$$

- Standardna greška regresije (Se), koja pokazuje koliko je prosečno odstupanje originalnih vrednosti zavisno promenljive ocenjenih vrednosti:

$$Se = \sqrt{\frac{\Sigma(y - \hat{y})^2}{n - 2}}$$

- Interval varijacije (minimalna i maksimalna vrednost za određeno područje u analiziranom periodu)

Prikupljeni i analizirani podaci biće prezentovani u vidu slika, grafikona i tabela.

7. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Pod pojmom mesa, u najširem smislu, podrazumevaju se meso trupa i ostali jestivi delovi životinja. Pod ovim pojmom meso se posmatra u oblasti regulative proizvodnje, prerade i prometa mesa i proizvoda od mesa i u slučajevima kada nije racionalno ili tehnički moguće razdvajanje pojedinih tkiva, kao kod trupova pernate živine, sitne ribe, mekušaca i ljuskara. Nešto uži pojam mesa definiše ga kao poprečno-prugasto skeletno tkivo, s pripadajućim kostima, hrskavicama, grubim vezivnim tkivom i naslagama masnog tkiva. Ovaj pojam najčešće se koristi za meso u prometu, kada se ono nalazi u formi obrađenog trupa goveda ili svinja. U najužem smislu, meso se može definisati kao skeletna muskulatura sa uraslim masnim i vezivnim tkivom, krvnim i limfnim sudovima i živcima. Ovaj pojam odnosi se na „krto” meso. Meso grade mišićno, masno i vezivno tkivo. Njegovi neodvojivi delovi su nervno tkivo, tkivo krvnih i limfnih sudova i krv, dok su koštano i hrskavično tkivo odvojivi delovi. Nije moguće izučavati meso bez poznavanja najopštijih pojmova o ćeliji i tkivima (*Živković i Perunović, 2012*).

Meso ima značajnu ulogu u ljudskoj evoluciji i neophodno je za pravilan rast i razvoj organizma, pre svega jer predstavlja značajan izvor proteina, ali i vitamina B grupe, folne kiseline i vitamina A i D. Crveno meso takođe sadrži velike količine gvožđa, ali i cinka i drugih mineralnih materija, a njihova iskoristivost iz mesa je mnogo veća nego iz biljnih izvora (*Bošković i sar. 2015*).

Živković i Perunović (2012) navode da je poljoprivredna proizvodnja limitirana, pre svega, klimom i dostupnim zemljištem. Ovi faktori imaju ogroman uticaj na celokupnu primarnu poljoprivrednu proizvodnju, te na ponudu i cenu hrane za domaće životinje, a samim tim na proizvodnju i cenu životinja koje služe za proizvodnju mesa. Optimalne uslove za stočarsku proizvodnju pruža umerena klimatska zona, dok je u tropskom ili polarnom pojasu veoma teško i skupo gajiti stoku. Proizvodnju hrane, a naročito proizvodnju mesa, karakterišu hiperprodukcija i tržišni viškovi u privredno razvijenim zemljama, a nestašice u nerazvijenom delu sveta. Visok životni standard u razvijenim zemljama utiče na tražnju kvalitetnijih kategorija mesa, stoga se više konzumira juneće nego goveđe meso. Takođe, veća je i potražnja kvalitetnijih partija mesa, kao što su belo meso kokoši i ćurke, dok je ostale partije trupa relativno teško plasirati. Stoga se značajne količine mesa nižeg kvaliteta, a samim tim i niže cene, prelivaju ka siromašnijim zemljama. Najmnogoljudnije zemlje sveta, pre svega Kina, prevazišle su probleme siromaštva i gladi i njihovo stanovništvo može sebi da omogući veće količine hrane, a time i mesa, što rezultira njegovom povećanom potražnjom. S druge strane, kako navode isti autori, površina poljoprivrednog zemljišta je ograničena, a stočarska proizvodnja je napredovala do blizu biološkog maksimuma, pa je teško očekivati da će se proizvodnja mesa moći dovoljno brzo povećavati i u budućnosti pratiti potražnju. Dodatni problem vezan za proizvodnju mesa jeste zagađenje čovekove okoline, i to kako u oblasti stočarske proizvodnje, tako i

u oblastima klanja i prerade mesa. Pored toga, kako navodi *Vlahović (2015)*, povećana trgovina i unapređenje transporta, infrastrukture i tehnologije predstavlja potencijalni rizik od brzog širenja stočnih bolesti širom sveta.

7.1. PROIZVODNJA MESA U SVETU

7.1.1. Proizvodnja govedeg mesa u svetu

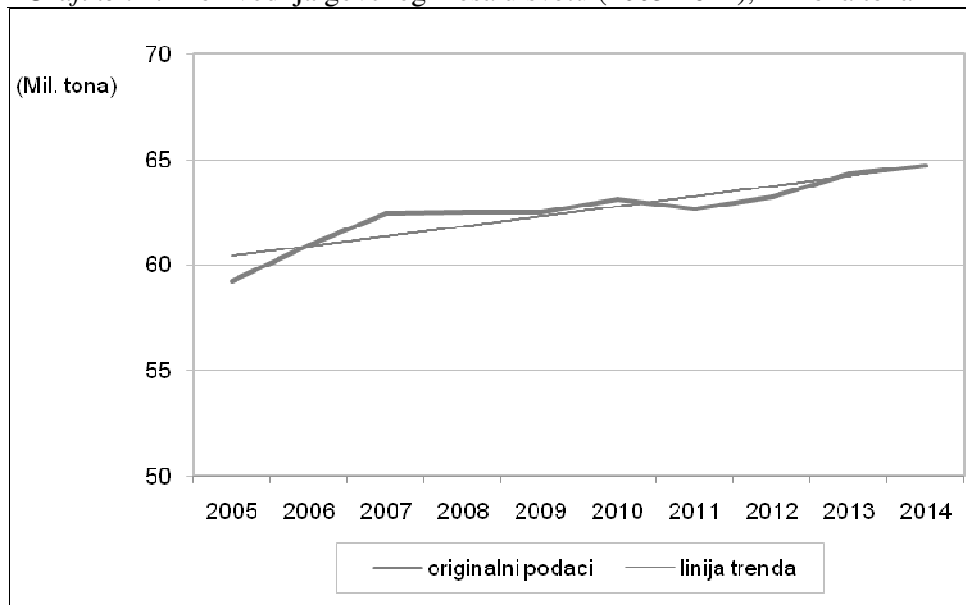
Prisutnost mesa u ljudskoj i hrani je veoma izražena. Smatra se da prisutnost mesa u ishrani ljudi je nezamenljiva i najkvalitetnija komponenta pravilne i dobro izbalansirane ishrane. Posebno mesto zauzima goveđe meso, za razliku od drugih vrsta mesa, goveđe meso se izdvaja po svojoj nutritivnoj vrednosti. Nutritivni sastav govedeg mesa karakteriše prisustvo proteina visoke biološke vrednosti, vitamina B12 i drugih vitamina B kompleksa, kao i mineralnih materija, posebno magnezijuma, gvožđa, cinka, fosfora, kalijuma i selena. Krto goveđe meso sadrži oko 23% proteina, 2,8% masti, 73% vode i 1,2% mineralnih materija, a energetska vrednost mu je 494 KJ (116 kcal) na 100 g (*Williams, 2007*).

Niska konkurentnost govedeg mesa uslovljena je, pre svega, dugim proizvodnim ciklusom i većim utroškom hrane za kilogram prirasta. Porast potrošnje govedeg mesa u azijskim zemljama, koje beleže jak ekonomski rast, potvrđuje značaj ovog ekonomskog kriterijuma. Sa druge strane, na nivo potrošnje govedeg mesa značajan uticaj imaju religijski faktor, zdravstveni aspekti, pojava novih i ponovljenih zoonoznih bolesti, sve razvijenija svest potrošača o zaštiti životne sredine i dobrobiti životinja, kao i veća dostupnost govedeg mesa u pojedinim zemljama (*Hocquette i Chatellier, 2011*).

U analiziranom desetogodišnjem periodu proizvodnja govedeg mesa u svetu prosečno je iznosila 62,5 miliona tona i imala je tendenciju rasta po stopi od 0,76% godišnje, uz blago variranje u odnosu na prosečnu vrednost od 2,49% (*grafikon 1*).

Najveća proizvodnja ostvarena je u poslednjoj godini analiziranog period kada je ostvareno 64,7 miliona tona, dok je najmanja proizvodnja ostvarena 2005. godine kada je iznosila 59,2 miliona tona.

Grafikon 1. Proizvodnja goveđeg mesa u svetu (2005-2014), miliona tona



Zemlja sa najvećom proizvodnjom goveđeg mesa u svetu su Sjedinjene Američke Države, koje sa prosečnom količinom od 11,8 miliona tona u svetskoj proizvodnji učestvuju sa 18,9%. Proizvodnja ove vrste mesa u Sjedinjenim Američkim Državama bila je stabilna a na navedeno ukazuje i koeficijent varijacije od svega 2,43% (tabela 1).

Tabela 1. Zemlje sa najvećom proizvodnjom goveđeg mesa u svetu (2005-2014), 000 tona

Zemlje	Prosečna vrednost (000 tona)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	62.556	59.246	64.681	2,49	0,76	100,0
Sjedinjene Am. Države	11.804	12.163	11.453	2,43	0,01	18,9
Brazil	9.172	8.592	9.723	3,79	0,99	14,7
Kina	6.015	5.336	6.552	6,55	2,15	9,6
Argentina	2.912	2.499	3.378	10,49	-2,35	4,7
Australija	2.199	2.077	2.586	6,92	1,31	3,5
Meksiko	1.718	1.558	1.827	5,64	1,85	2,7
Ruska federacija	1.698	1.793	1.633	3,48	-0,86	2,7
Francuska	1.494	1.532	1.400	3,53	-0,59	2,4
Kanada	1.224	1.056	1.464	10,77	-3,26	2,0
Nemačka	1.171	1.116	1.205	2,45	-0,53	1,9
Ostale zemlje	23.147	21.329	24.558	4,42	1,45	37,0

Izvor: Organizacije za hranu i poljoprivredu (FAO)

Brazil sa proizvodnjom od 9,2 miliona tona predstavlja značajnog proizvođača goveđeg mesa u svetu, sa učešćem od 18,9%. Kina u globalnoj proizvodnji ima učešće od 9,6%, odnosno prosečna proizvodnja iznosi 6,0 miliona tona, dok sve ostale zemlje pojedinačno učestvuju sa manje od 5% u ukupnoj svetskoj proizvodnji goveđeg mesa.

7.1.2. Proizvodnja svinjskog mesa u svetu

Osnovna svrha gajenja svinja jeste proizvodnja mesa, dok je u prošlosti ne manji značaj imala i proizvodnja masti. Genetska osnova i ishrana najbitniji su faktori koji utiču na to koje će proizvodno svojstvo preovladati. Selekcijom i sastavom hrane može se potencirati ili ublažiti predispozicija svinja da deponuju velike naslage potkožnog masnog tkiva. U osnovi, mast se može dobiti i od plemenitih rasa za proizvodnju mesa, ako se intenzivno hrane ugljenohidratnim hranivima, ali od rase za proizvodnju masti ne može se očekivati obrnuto ni u uslovima najkvalitetnije ishrane (*Živković i Perunović, 2012*).

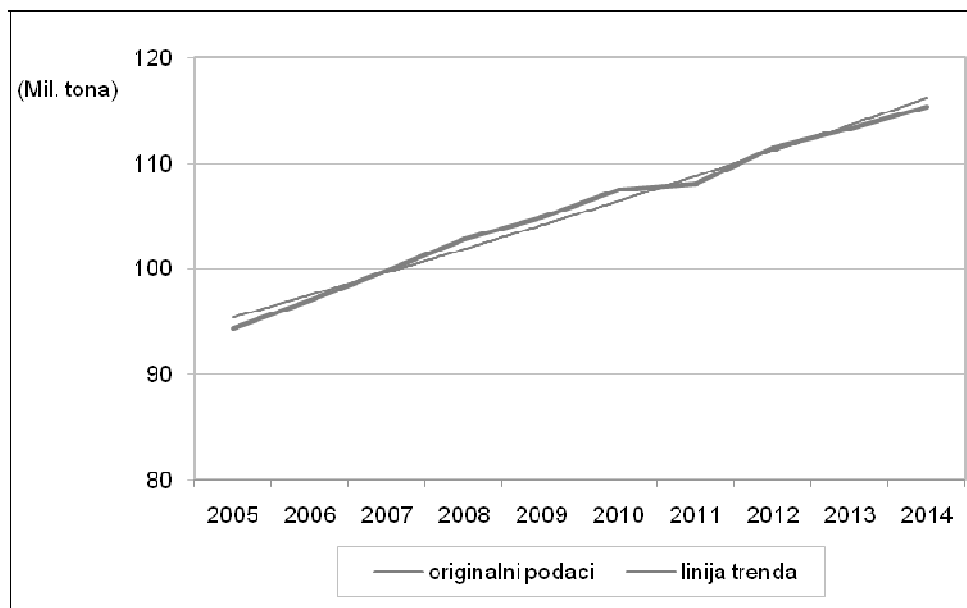
Svinjsko meso je sve kvalitetnije i sadrži sve manje masti. Sadržaj intramuskularne masti u kareu i butu je ispod minimalne granice od 1,6%, koju su potrošači u Danskoj ocenili kao optimalnu za ukus i jestivost mesa (*Teodorović i Radović, 2004*). Isti autori navode da je kod današnjih selekcionisanih svinja značajno povećan sadržaj nezasićenih masnih kiselina u krtom mesu. Medicinska istraživanja ukazuju da bi trebalo težiti da se u mesu za ljudsku ishranu postigne odnos nezasićenih i zasićenih masnih kiselina od 0,45. Kod svinja sa debljom leđne slanine od 8 mm, što ne predstavlja redak slučaj, može se očekivati da odnos nezasićenih i zasićenih masnih kiselina bude čak 0,40, tako da ovo meso može da bude i suviše „suvo“ sa stanovišta potrošača.

Svinjsko meso je poznato kao namirnica kvalitetnih nutritivnih svojstava zbog značajnog učešća proteina visoke biološke vrednosti, bogatog sadržaja esencijalnih aminokiselina, vitamina B grupe, minerala i mikroelemenata (*Toldra i Reig, 2011*). Masti u svinjskom mesu predstavljaju značajan izvor polinezasićenih masnih kiselina koje su esencijalne za čoveka. (*Baltić i sar., 2010*). Svinjsko meso u 100 g sadrži: 62 g vode, 17,4 g proteina i 18,9 g masti. Energetska vrednost iznosi 245 kcal / 1024 kJ na 100 g. Izvrstan je izvor fosfora, kojeg sadrži prosečno 199 mg i cinka, kojeg sadrži prosečno 1,93 mg. Izvrstan je izvor tiamina, kojeg sadrži u proseku 0,74 mg (67% preporučenog dnevnog unosa), niacina sadrži prosečno 4,6 mg (29% preporučenog dnevnog unosa), prosečan sadržaj vitamina B6 je 0,4 mg (24% preporučenog dnevnog unosa), vitamina B12 sadrži prosečno 0,7 µg (28% preporučenog dnevnog unosa). Ovo meso je i dobar izvor riboflavina, kojeg sadrži prosečno 0,2 mg (18% preporučenog dnevnog unosa) i pantotenske kiseline u prosečnoj količini od 0,7 mg (14% preporučenog dnevnog unosa) (*Kulier, 1994*).

Svinja poseduje izuzetne biološke karakteristike i, kako navode *Živković i Perunović (2012)*, ima najveći biološki potencijal za proizvodnju mesa među domaćim sisarima. Prasi se dva puta godišnje, ili pet puta tokom dve godine, a od jedne krmače može se dobiti i do 30 prasića godišnje (2,5 puta godišnje po 12 prasića). Tokom jedne godine, po jednoj krmači, moguće je othraniti 20 tovljenika od 110 kg, ili oko 2.000 kg žive vage, što je oko četiri puta više nego po jednoj kravi, iako krmača ima dvostruko ili trostruko manju masu od krave

Proizvodnja svinjskog mesa u svetu prosečno je iznosila 105,4 miliona tona i imala je tendenciju rasta po stopi od 2,21% godišnje, uz variranje u odnosu na prosečnu vrednost od 6,61% (grafikon 2). Najveća proizvodnja ostvarena je u poslednjoj godini analiziranog perioda kada je ostvareno 115,3 miliona tona, dok je najmanja proizvodnja ostvarena 2005. godine kada je iznosila 94,3 miliona tona.

Grafikon 2. Proizvodnja svinjskog mesa u svetu (2005-2014), miliona tona



Najvećeg proizvođača svinjskog mesa u svetu predstavlja Kina, u kojoj je u analiziranom periodu prosečno proizvedeno 47,3 miliona tona, što čini 44,9% ukupne svetske proizvodnje ovog mesa (tabela 2). Proizvodnja u Kini zabeležila je rast po godišnjoj stopi od 3,24%, uz variranje u odnosu na prosečnu vrednost od 9,72% godišnje.

Tabela 2. Zemlje sa najvećom proizvodnjom svinjskog mesa u svetu (2005-2014), 000 tona

Zemlje	Prosečna vrednost (000 t)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	105.442	94.352	115.314	6,61	2,21	100,0
Kina	47.341	40.766	54.445	9,72	3,24	44,9
Sjedinjene Am. Države	10.189	9.382	10.599	4,19	1,07	9,7
Nemačka	5.215	4.499	5.616	7,47	2,33	4,9
Španija	3.391	3.168	3.556	3,62	0,91	3,2
Brazil	3.065	2.800	3.227	4,94	1,42	2,9
Vijetnam	2.913	2.288	3.330	11,64	3,91	2,8
Ruska federacija	2.235	1.520	2.974	21,46	7,52	2,1
Francuska	2.175	2.011	2.274	4,52	0,03	2,1
Kanada	1.947	1.898	2.004	1,80	0,48	1,8
Poljska	1.915	1.736	2.151	6,95	-1,42	1,8
Ostale zemlje	25.058	23.778	26.076	3,07	0,96	23,8

Izvor: Organizacije za hranu i poljoprivredu (FAO)

Značajnog proizvođača predstavljaju i Sjedinjene Američke Države koje su proizvode prosečno 10,2 miliona tona svinjskog mesa, što čini 9,7% globalne proizvodnje. Zemlje koje slede su Nemačka sa učešćem od 4,9%, Španija sa 3,2%. Brazil sa 2,9% i Vijetnam koji sa 2,8% učestvuje u ukupnoj svetskoj proizvodnji svinjskog mesa.

7.1.3. Proizvodnja ovčijeg i kozijeg mesa svetu

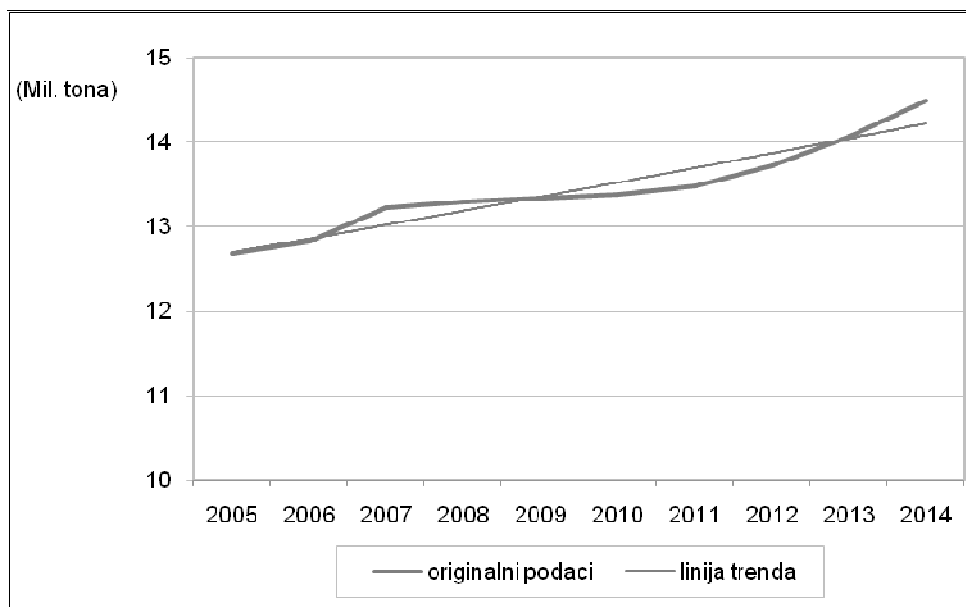
Zajednička karakteristika namirnica životinjskog porekla jeste velika biološka vrednost koja potiče od proteina, pa je zbog toga od velikog značaja korišćenje ovčijeg i kozjeg mesa u ishrani ljudi.

Vrednost ovaca i koza za klanje zavisi od rase i uhranjenosti. *Jakšić (2011)* navodi da, ukoliko se ima u vidu da je težina koza po rasama sledeća: sanske koze 40-70kg, togenburške 50-70kg, bele nemačke plemenite koze 50-70kg, domaće meležene koze 30-50kg, domaće balkanske koze 30-45kg, računajući da je njihov randman 45-48% a da količina loja varira do 10% u odnosu na živu telesnu masu, onda se dobija orijentaciona predstava o količini mesa sa kostima (od 15-30kg).

Isti autor navodi da iako kozije meso ima otprilike istu hranljivu vrednost kao i ovčije (ima više proteina, a manje masti u odnosu na ovčije meso), ono je ipak manje cenjeno zbog specifičnog mirisa i ukusa koji se osećaju više ukoliko je životinja starija. Boja kozijeg mesa uglavnom je svetlije crvena nego kod ovčijeg mesa. Na bazi organoleptičkih svojstava u tehnološkom pogledu i mogućnosti za tehnološku pripremu jarećeg i kozjeg mesa za ishranu ljudi može se koristiti kao meso za kulinarsku pripremu i kao meso za proizvodnju mesnih prerađevina. Na osnovu hemijskog sastava, jareće i kozje meso u pogledu hranljive i biološke vrednosti ne zaostaje za ostalim vrstama mesa drugih vrsta stoke za klanje, a organoleptička svojstva mirisa i ukusa prigodnim tehnološkim postupkom mogu se svesti na nivo koji potrošači rado prihvataju.

U analiziranom periodu proizvodnja ovčijeg i kozjeg mesa u svetu prosečno je iznosila 13,4 miliona tona. Proizvodnja je imala trend rasta po stopi od 1,26% godišnje, uz blago variranje u odnosu na prosečnu vrednost od 3,99% (grafikon 3). Značajno je navesti da je najveća proizvodnja ostvarena u poslednjoj godini analiziranog perioda kada je bila na nivou od 14,5 miliona tona, dok je najmanja proizvodnja ostvarena u prvoj godini perioda, odnosno 2005. godini, kada je iznosila 12,7 miliona tona.

Grafikon 3. Proizvodnja ovčijeg i kozjeg mesa u svetu (2005-2014), miliona tona



Kina je najveći proizvođač ovčijeg i kozjeg mesa. U ovoj zemlji prosečna proizvodnja u analiziranom periodu iznosila je 3,9 miliona tona i imala je tendenciju rasta po stopi od 2,04%. učešće Kine u ukupnoj proizvodnji ovih vrsta mesa u svetu je visoko i iznosi 28,8%, dok pojedinačno učešće drugih proizvođača značajno manje i proizvodnja je u svim godinama analiziranog perioda manja od milion tona.

Tabela 3. Zemlje sa najvećom proizvodnjom ovčijeg i kozjeg mesa u svetu (2005-2014), 000 tona

Zemlje	Prosečna vrednost (000 t)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	13.445	12.679	14.484	3,99	1,26	100,0
Kina	3.869	3.450	4.282	6,29	2,04	28,8
Indija	767	740	799	2,59	-0,44	5,7
Australija	644	747	747	9,82	0,25	4,8
Pakistan	445	399	532	8,77	0,46	3,3
Turska	319	274	376	8,93	1,20	2,4
V. Britanija	309	287	333	7,05	-1,94	2,3
Iran	305	230	440	22,39	-4,72	2,3
Alžir	237	191	310	19,67	6,17	1,8
Bangladeš	189	158	213	10,14	3,42	1,4
Sirija	188	175	213	6,99	-1,32	1,4
<i>Ostale zemlje</i>	6.173	5.711	6.577	4,54	1,50	45,9

Izvor: Organizacije za hranu i poljoprivredu (FAO)

Posle Kine, najznačajniji proizvođač je Indija u kojoj se prosečno proizvede 767 hiljada tona, što predstavlja 5,7% ukupne proizvodnje ovčijeg i kozjeg mesa u svetu. Zemlje koje

slede su Australija sa učešćem od 4,8%, Pakistan sa 3,3%, Turska sa 2,4% i Velika Britanija i Iran koji sa po 2,3% učestvuju u ukupnoj svetskoj proizvodnji ovčijeg i kozijeg mesa.

7.1.4. Proizvodnja živinskog mesa svetu

Zbog svog sastava, pre svega količine visoko vrednih proteina, meso živine ima važnu ulogu u ishrani stanovništva. Od svih vrsta mesa živine najviše se za jelo troši meso tovljenih pilića (brojlera) koje je lako svarljivo i ne utiče na povećanje telesne mase zbog male količine masti. Ovakva svojstva mesa živine uslovlila su da se njegova potrošnja iz dana u dan povećava. Savremeni čovek bira hranu koja mu daje potrebne hranljive sastojke, a istovremeno ga ne opterećuje, a omogućava mu da bude pokretljiviji i brže obavlja raznovrsne poslove u svakodnevnom životu, koji je iz dana u dan sve dinamičniji. Živinsko meso se dobija klanjem domaće živine: a to su kokoši, guske, patke, ćurke, morke i golubovi (*Rašeta i Dakić, 1984*).

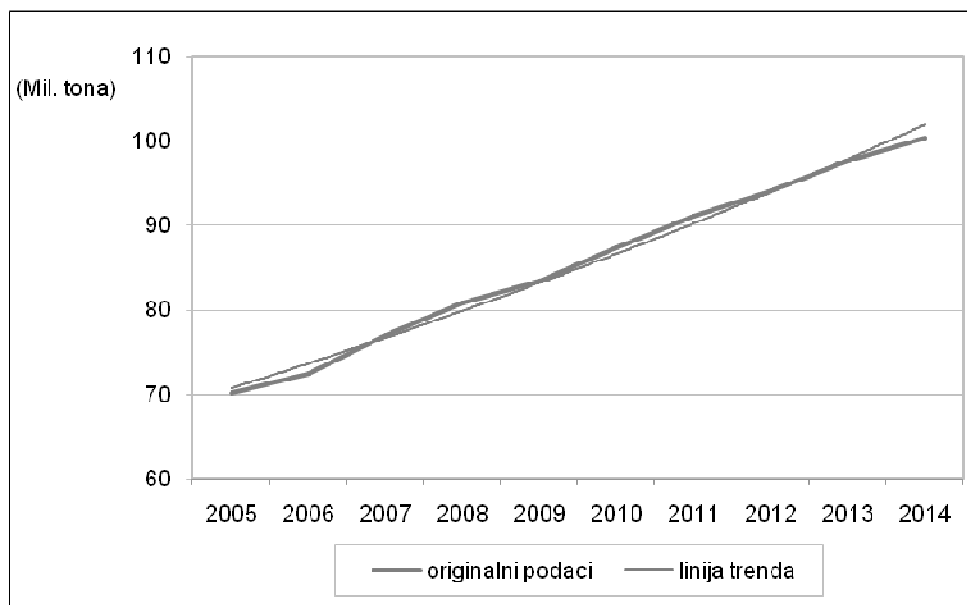
Meso živine, uglavnom, ima isti sastav kao i meso sisara, s tom razlikom što meso živine sadrži manje vezivnog tkiva, usled čega je mekše. Boja mesa zavisi od vrste živine. Kokoš, ćurka i morka imaju svetlije meso, a patka, guska i golub tamnije. Međutim, kako navode *Rašeta i Dakić (1984)* postoji i različita boja mesa kod jedne iste vrste živine. Tako, npr., u kokoši je miškulatura grudi vrlo svetla, dok je kod vrata i nogu tamnija. Zbog ove razlike u boji može se govoriti o dve kategorije živinskog mesa: svetlijem i tamnijem. Svetlije meso živine je sačinjeno od većeg broja belih mišićnih vlakana, dok je kod tamnijeg mesa suprotan slučaj. Razlike u osnovnom hemijskom sastavu svetlijeg i tamnijeg mesa su u tome što tamnije meso ima više masti, a svetlije više proteina.

Mast se u mesu ne taloži u većoj količini, već u depoima (peritoneum, jetra). Interesantna su ispitivanja *Ktihna (2005)*, prema kojima se u pilićima holesterol u najvećoj količini nalazi u jetri - 555 mg/100 g (kod ćurke 435 mg) u svetlijem mesu 67 mg/100 g (kod ćurke 60 mg), u tamnijem mesu - 88 mg/100 g (kod ćurke 75 mg). Meso gusaka ima manje proteina (oko 12%) od mesa ćuraka (20 - 24%).

Pfeifer i sar. (1992) su uporedo ispitivali hemijski sastav svetlijeg (grudi) i tamnijeg (bataci) mesa brojlera Nickols i Hybro, starih 55 - 61 dan i utvrdili da svetlije meso ima ne samo više proteina, a manje masti od tamnijeg, već da su proteini svetlijeg mesa fiziološki kvalitetniji, jer je manje proteina vezivnog tkiva. U svetlijem mesu ima 1,91% (Nickols) i 2,04% (Hybro), a u tamnijem 4,95%, odnosno 5,80% vezivnog tkiva.

Proizvodnja živinskog mesa u svetu prosečno je iznosila 85,4 miliona tona i u analiziranom periodu je zabeležila trend rasta po stopi od 4,14% godišnje, uz variranje u odnosu na prosečnu vrednost od 12,20% (*grafikon 4*). Najveća proizvodnja ostvarena je u poslednjoj godini analiziranog perioda kada je proizvedeno 100,3 miliona tona, dok je najmanja proizvodnja ostvarena 2005. godine kada je iznosila 70,2 miliona tona.

Grafikon 4. Proizvodnja živinskog mesa u svetu (2005-2014), miliona tona



Najvećeg proizvođača živinskog mesa u svetu predstavljaju Sjedinjene Američke Države, u kojima je u analiziranom periodu prosečno proizvedeno 16,8 miliona tona, što čini 19,7% ukupne svetske proizvodnje ovog mesa (tabela 4). Proizvodnja u Sjedinjenim Američkim Državama imala je rast po godišnjoj stopi od 0,95%, uz variranje u odnosu na prosečnu vrednost od 3,17% godišnje. Kina i Brazil su u ukupnoj svetskoj proizvodnji živinskog mesa učestvovali sa 13,1% odnosno 12,1%. Proizvodnja živinskog mesa u Kini bila je na prosečnom nivou od 11,2 miliona tona, dok je proizvodnja u Brazilu prosečno iznosila 10,3 miliona tona.

Tabela 4. Zemlje sa najvećom proizvodnjom živinskog mesa u svetu (2005-2014), 000 tona

Zemlje	Prosečna vrednost (000 t)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	85.436	70.168	100.352	12,20	4,14	100,0
USA	16.845	16.041	17.722	3,17	0,95	19,7
Kina	11.218	9.367	12.785	11,02	3,64	13,1
Brazil	10.331	7.866	12.519	15,46	5,29	12,1
Meksiko	2.658	2.436	2.879	5,71	1,90	3,1
Ruska federacija	2.509	1.346	3.769	33,04	12,07	2,9
India	2.158	1.403	2.849	23,96	8,45	2,5
Iran	1.730	1.237	2.069	17,07	5,57	2,0
Argentina	1.545	1.010	1.934	21,86	7,73	1,8
Japan	1.525	1.273	2.128	20,25	4,90	1,8
Indonezija	1.515	1.126	1.939	17,86	6,06	1,8
Ostale zemlje	33.401	27.063	40.404	13,68	4,65	39,1

Izvor: Organizacije za hranu i poljoprivredu (FAO)

U Ruskoj Federaciji prosečno se proizvede 2,5 miliona tona živinskog mesa. Međutim, proizvodnja u ovoj zemlji je značajna jer je imala trend rasta po stopi od 12,07% godišnje. Tokom analiziranog perioda proizvodnja živinskog mesa svake godine se povećavala. U 2005. godini, odnosno prvoj godini analiziranog perioda proizvodnja je bila na nivou od 1,3 miliona tona, da bi u poslednjoj godini perioda iznosila 3,8 miliona tona.

7.2. UZGOJ STOKE ZA KLANJE I PROIZVODNJA MESA U REPUBLICI SRBIJI

7.2.1. Uzgoj stoke za klanje u Republici Srbiji

Problem u oblasti stočarske proizvodnje u Republici Srbiji reflektuje kroz parametre pada proizvodnje i izvoza. Brojni su uzroci ovakvog stanja, pri čemu se mere podrške agrarnog budžeta za stočarstvo donose ne pravovremeno i na osnovu reakcije na problem koji je već nastao, a ne kao deo plana i strategije razvoja stočarstva. Takođe, stočarstvo kao sektor ima veliku zavisnost od uvoza genetskog materijala, koji je ili osnova za proizvodnju (živinarstvo) ili je način unapređenja rasnog sastava. Iako postoje odlični prirodni preduslovi za razvoj, čitav niz faktora je uticao na dosadašnje smanjenje kapaciteta stočarske proizvodnje (*Pejanović, 2011*). Isti autor navodi da se stočarstvo Srbije duže vreme odlikuje znatnim zaostajanjem u odnosu na većinu evropskih zemalja, koje se manifestuje malim učešćem broja uslovnih grla po hektaru poljoprivredne površine. Proizvodnja na privatnom sektoru je ekstenzivna, sa malom zastupljenošću stočnog fonda (0,30 uslovnih grla po hektaru poljoprivredne površine), dok je u EU zastupljenost stočnog fonda trostruko veća.

U Srbiji se proizvodi oko tri puta manje mesa po hektaru poljoprivredne površine i po stanovniku nego nego što je to slučaj u Evropskoj uniji. Veliki značaj koji stočarska proizvodnja ima za Srbiju se ogleda prvenstveno u povezanosti proizvodnje (jer veća proizvodnja mesa omogućava povećanu proizvodnju ratarskih proizvoda) i njenom značaju za ruralni razvoj, naročito za planinska područja gde su često ovčarstvo, kozarstvo i govedarstvo jedina moguća opcija. Stočarstvo karakteriše drastičan pad proizvodnje i izvoza. Sadašnji stočni fond je manji za 50% u odnosu na osamdesete godine prošlog veka (*Pejanović, 2011*).

Podaci o broju goveda, svinja, ovaca i živine za analizirani period, izraženo u hiljadama grla, dati su u *tabeli 5*. Broj goveda u analiziranom periodu prosečno je iznosio 994 hiljade grla i imala je tendenciju pada po stopi od -2,38% godišnje. Najveći broj goveda u uzgoju ostvaren je u 2006. godini kada je iznosio 1,10 miliona grla, dok je najmanji broj goveda zabeležen u pretposlednjoj godini analiziranog perioda, odnosno 2013. godine, kada je zabeleženo 913 hiljada grla.

Tabela 5. Broj grla stoke u Republici Srbiji (2005-2014), 000 grla

	Prosečna vrednost (000 grla)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)
		min	max		
Goveda	994	913	1.096	7,86	-2,38
Svinje	3.373	3.139	3.832	7,28	-0,75
Ovce i koze	1.583	1.460	1.748	5,40	0,45
Živina	18.349	16.422	22.821	10,54	0,60

Izvor: Republički zavod za statistiku Republike Srbije

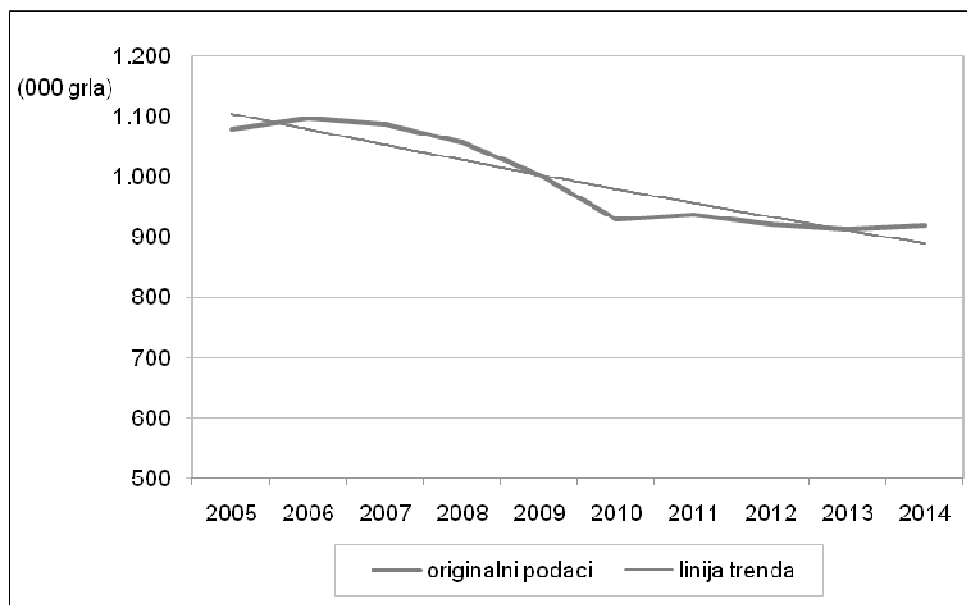
Broj svinja u okvirima ukupne stočarske proizvodnje u Republici Srbiji prosečno je iznosio 3,37 miliona grla sa tendencijom neznatnog pada po prosečnoj stopi od 0,75% godišnje. Najveći broj svinja evidentiran je u 2007. godini (3,83 miliona grla), dok je najmanji broj zabeležen u 2012. godini, kada je iznosio 3,14 milion grla.

Prosečan broj ovaca i koza u uzgoju u analiziranom periodu iznosio je 1,58 miliona grla i imao je trend rasta po stopi od 0,45% godišnje. Najveći broj grla evidentiran je u 2014. godini (1,75 miliona), dok je najmanji grla evidentiran u 2011. godini kada je bio na nivou od 1,46 miliona grla. Broj ovaca i koza bio je najstabilniji u odnosu na druge linije stočarske proizvodnje na šta ukazuje i koeficijent varijacije od 5,40%.

Uzgoj živine prosečno je iznosio 18,35 miliona grla i imao je tendenciju rasta po stopi od 0,60% godišnje. Najveći broj živine u proizvodnji ostvaren je u 2009. godini kada je iznosio 22,82 miliona grla, dok je najmanji broj zabeležen u 2007. godini kada je evidentirano 16,42 miliona grla.

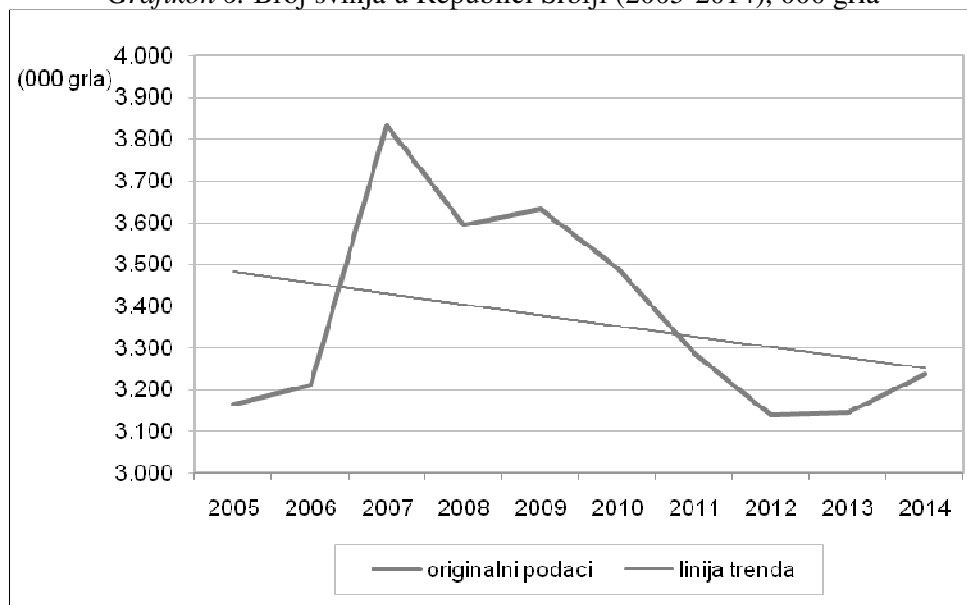
Prema *Popoviću i sar. (2010)* glavni faktori za ovako stanje u stočarskoj proizvodnji, pre svega, je negativan uticaj: politička nestabilnost, privredna neuređenost, odložena ili zaustavljena tranzicija, ako se posmatra okruženje u regionu, nestabilna agrarna politika, neaktivnost u animiranju kooperative kod poljoprivrednika, zaustavljen razvoj ruralnih sredina, i ostali faktori koji su deo realnosti veoma loše privredne slike Srbije. Navedeni autori zaključili su da je stočarstvo najintezivnija poljoprivredna proizvodnja, ali ovako oslabljena, kao što je u Srbiji ne uspeva da se izbori sa konkurentskim nadmoćnijim inostranim tržištem. Deo problema se nalazi i u činjenici da se mali udeo stočarske proizvodnje obavlja preko zemljoradničkih zadruga. Prema *Đekiću (2007)* iz zemljoradničkih zadruga potiče 22% prodatih goveda, 3% svinja, 11% ovaca.

Grafikon 5. Broj goveda u Republici Srbiji (2005-2014), 000 grla



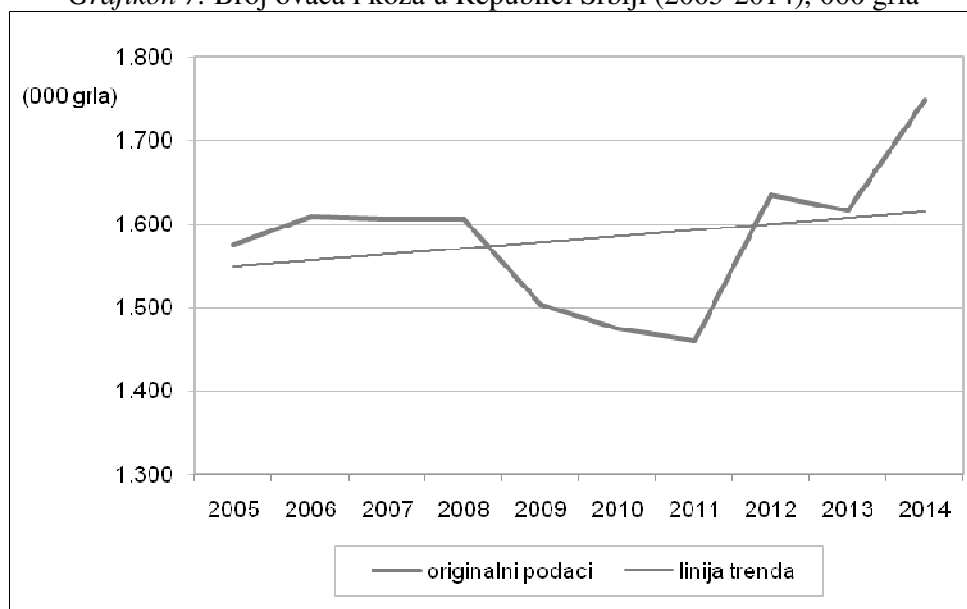
Na grafikonu 5 prikazan je broj goveda u analiziranom periodu. Može se uočiti trend pada broja goveda iz godine u godinu (2,38% godišnje). Iako se može uočiti da ne postoji velika razlika između najvećeg i najmanjeg broja goveda po godinama, potrebno je istaći da ovoj grani stočarske proizvodnje predstoji povećan obim specijalizovanja kroz razvoj organizovanih porodičnih domaćinstava. Razlog je pre svega što pomenuta porodična gazdinstva poseduju preko 20 priplodnih grla goveda, i što se navike potrošača usmeravaju ka konzumiranju upravo ove vrste mesa.

Grafikon 6. Broj svinja u Republici Srbiji (2005-2014), 000 grla



Svinjarstvo predstavlja granu stočarske proizvodnje koja se susreće sa najvećim problemima. Problemi u ovoj oblasti prevashodno odnose se na nedovoljnu razvijenu svest proizvođača o očuvanju životne sredine, poboljšanju genetskog materijala, zanemarivanju pravilnika o metodologiji određivanja kvaliteta polutki na liniji klanja i sl. Na *grafikonu 6.* je prikazan broj svinja u periodu od 2005. do 2014. godine. Prema *Popoviću i sar. (2010)* svinjarstvo je 70-tih godina prošlog veka imalo ujednačen razvoj na teritoriji cele Srbije, čak je i beležilo rast tokom 80-tih godina prošlog veka, i dostizalo proizvodnju od, za današnje uslove neverovatnih, 5,5 miliona grla. Kasnije posle takve ekspanzije dolazi do naglog urušavanja proizvodnje svinja za šta je zaslužna tržišna nelojalna utakmica u pogledu visoke cene stočne hrane u 2008. godini. Takve okolnosti koje su dovele do drastičnog smanjenja proizvodnje najviše su pogodile poljoprivredna gazdinstva sa linijom tova svinja.

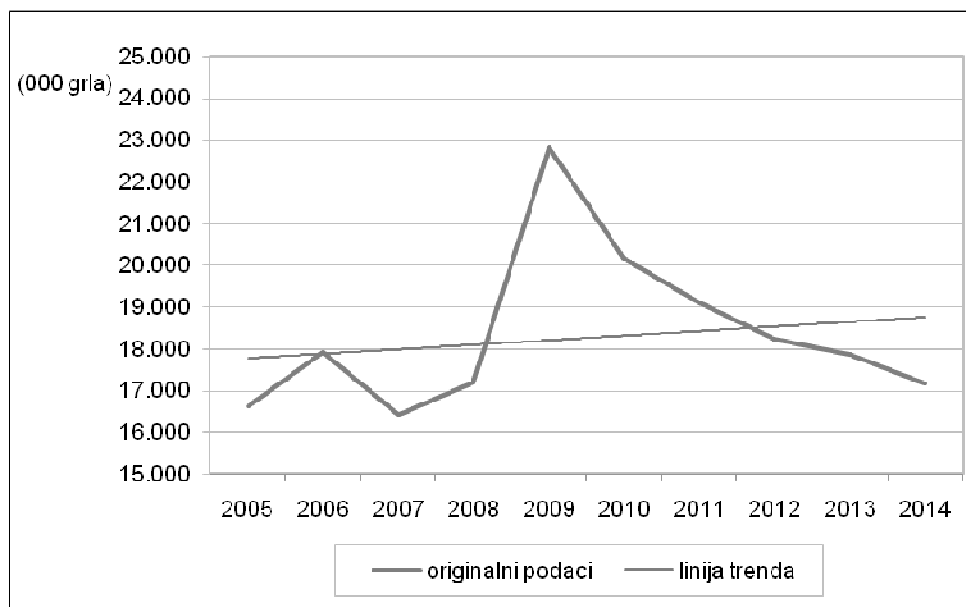
Grafikon 7. Broj ovaca i koza u Republici Srbiji (2005-2014), 000 grla



Na *grafikonu 7.* je prikazan broj grla ovaca i koza u analiziranom periodu. Značajno je navesti da se, iako je najmanja proizvodnja ostvarena u 2011. godini, već od 2012. godine može uočiti uzlazni trend broja grla u tovu što daje nadu ovoj grani stočarske proizvodnje .

Živinarstvo predstavlja najzastupljeniji segment stočarske proizvodnje na poljoprivrednim gazdinstvima u Srbiji. Uzgoj tovnih pilića i drugih kategorija živine za klanje, oporavlja se nakon značajnog pada koji se desio nakon 90-tih i nastavio sve do 2008. godine. Na *grafikonu 8* prikazan je trend kretanja živine u periodu od 2005. do 2014. godine izraženo u hiljadama grla.

Grafikon 8. Broj živine u Republici Srbiji (2005-2014), 000 grla



Najveći broj zabeležen je 2009. godine kada je iznosio 22.821.000 grla. Kada se moglo zaključiti da će konačno da će doći do pozitivnog trenda, u narednim godinama došlo je do pada uzgoja da bi se 2014. godine broj grla vratio na nivo od 2008. godine. Kao i u svinjarstvu, u živinarstvu je, prema *Popoviću i sar. (2010)*, 80-tih godina prošlog veka, zabeležena rekordna proizvodnja od 30 miliona grla, a opet do 2008 godine je trend pada uzgoja živine imao svoju konstantu. Međutim, za razliku od svinjarstva, taj pad nije bio ujednačen na teritoriji Republike Srbije. Centralna Srbija je beležila drastičan pad, ali u Vojvodini je čak došlo do rasta uzgoja živine. Od tada se uzgoj živine dislocira sa juga Srbije na sever, ali i to se može objasniti postojanjem većeg broja poljoprivrednih gazdinstava u Vojvodini.

7.2.2. Proizvodnja mesa u Republici Srbiji

U Republici Srbiji postoje propisi koje je neophodno sprovoditi tokom uzgoja stoke za klanje, odnosno proizvodnje mesa i mesnih prerađevina, a ogledaju se u sledećim pravilnicima:

- Pravilnik o kvalitetu i drugim zahtevima za proizvode od mesa
- Pravilnik o kvalitetu mesa pernate živine
- Pravilnik o kvalitetu mesa stoke zaklanje, peradi i divljači
- Pravilnik o kvalitetu usitnjenog mesa, poluproizvoda od mesa i proizvoda od mesa
- Pravilnik o kvalitetu zaklanih svinja i kategorizaciji svinjskog mesa

- Pravilnik o listi genetskih rezervi domaćih životinja, načinu čuvanja genetskih rezervi domaćih životinja, kao i o listi autohtonih rasa domaćih životinja i ugroženih autohtonih rasa.
- Pravilnik o programu obuke o dobrobiti životinja prilikom njihovog prevoza, kao i sadržini i načinu vođenja registra prevoznika životinja
- Pravilnik o uslovima i sredstvima za lišavanje životinja života, načinu postupanja sa životinjama neposredno pre klanja, načinu omamljivanja i iskrvarenja životinja, uslovima i načinu klanja životinja bez prethodnog omamljivanja, kao i programu obuke o dobrobiti životinja tokom klanja
- Pravilnik o uslovima koje moraju da ispunjavaju objekti za klanje životinja, obradu, preradu i uskladištenje proizvoda životinjskog porekla
- Pravilnik o uslovima u pogledu prevoznih sredstava u kojima se prevoze životinje
- Pravilnik o veterinarsko-sanitarnim uslovima objekata za promet životinja
- Pravilnik o veterinarsko-sanitarnim uslovima objekta za proizvodnju i promet hrane životinjskog porekla
- Pravilnik o veterinarsko-sanitarnim uslovima u objektima za prodaju proizvoda životinjskog porekla van poslovnih prostorija
- Pravilnik o veterinarsko-sanitarnim uslovima, odnosno opštim i posebnim uslovima za higijenu hrane životinjskog porekla, kao i o uslovima higijene hrane životinjskog porekla

Sektor proizvodnje mesa, zahteva dugoročnu predvidivu politiku, koja u Republici Srbiji ne postoji. Tražnja za mesom i dalje postoji od strane starih tržišta (prvenstveno u slučaju teletine i ostalih kategorija junećeg mesa), ali prvi problem koji se nameće na terenu je apsolutna nepovezanost i neorganizovanost tržišnih proizvođača. Osnovni problemi sa kojima se sreću prerađivači stočarskih proizvoda ogledaju se pre svega u vrlo često izuzetno visokoj ceni, a generalno višoj ceni sirovina na domaćem tržištu u odnosu na EU, tehnološkom zaostajanju i neispunjavanju međunarodnih standarda u proizvodnji (HACCP, ISO i drugih standarda), nelegalnoj konkurenciji pri nabavci sirovina i prodaji mesa i prerađevina od mesa usled ilegalne trgovine od strane otkupljivača iz Crne Gore i Bosne i Hercegovine i uvozu mesa preko područja Kosova i Metohije i Bosne i Hercegovine, koje je proizvedeno u Latinskoj Americi; prodaji mesa od kuće bez plaćanja dažbina, troškova kontrole i uvođenja standarda; sporom prilagođavanju uslovima tržišnog poslovanja i slabom kapacitetu upravljanja; neispunjavanju uslova za izvoz, što značajno smanjuje tržište (*Nacionalni program ruralnog razvoja od 2011. do 2013. godine, Sl. glasnik RS", br. 15/2011*)

Republika Srbija raspolaže sa velikim prerađivačkim kapacitetima u stočarskoj proizvodnji. Međutim, stepen iskorišćenosti kapaciteta se kreće daleko ispod projektovanih i većina kapaciteta ne ispunjava standarde koji se postavljaju za izvoz mesa, a mnogi od njih ne zadovoljavaju ni postojeće domaće standarde.

Pored pozitivnih pomaka, najveći problem izlaska na inostrano tržište ostaje konkurentnost cena, kao i nastavljanje izvoza stoke za klanje. Činjenica da se veliki deo prometa vrši u nezvaničnim kanalima predstavlja značajnu otežavajuću okolnost prilikom kontrole bezbednosti i kvaliteta mesa i mesnih prerađevina i unosi nestabilnost i neekonomičnost u ukupnu proizvodnju i preradu mesa. S tim u vezi, akutna su dva ključna problema. S jedne strane, reč je o urgentnom problemu klaničnog otpada, koji treba da ima prioritet, pre svega zbog ugrožavanja zdravlja stanovništva i prirodnih resursa. S druge strane, problem je u netransparentnom i neracionalnom davanju prednosti određenim klanicama prilikom državnih programa otkupa za robne rezerve, ili plaćanja po grlu za predatu stoku.

U analiziranom desetogodišnjem periodu proizvodnja analiziranih vrsta mesa u Republici Srbiji prosečno je iznosila 455 hiljada tona i zabeležila je trend rasta po stopi od 0,31% godišnje, uz blago variranje u odnosu na prosečnu vrednost od 3,88%.

Proizvodnja goveđeg mesa iznosila je 87 hiljada tona i imala je tendenciju pada po stopi od -2,66% godišnje. Najveća proizvodnja ostvarena je u 2009. godini kada je ostvareno 100 hiljada tona, dok je najmanja proizvodnja ostvarena je 2013. godine kada je bila na nivou od 70 hiljada tona.

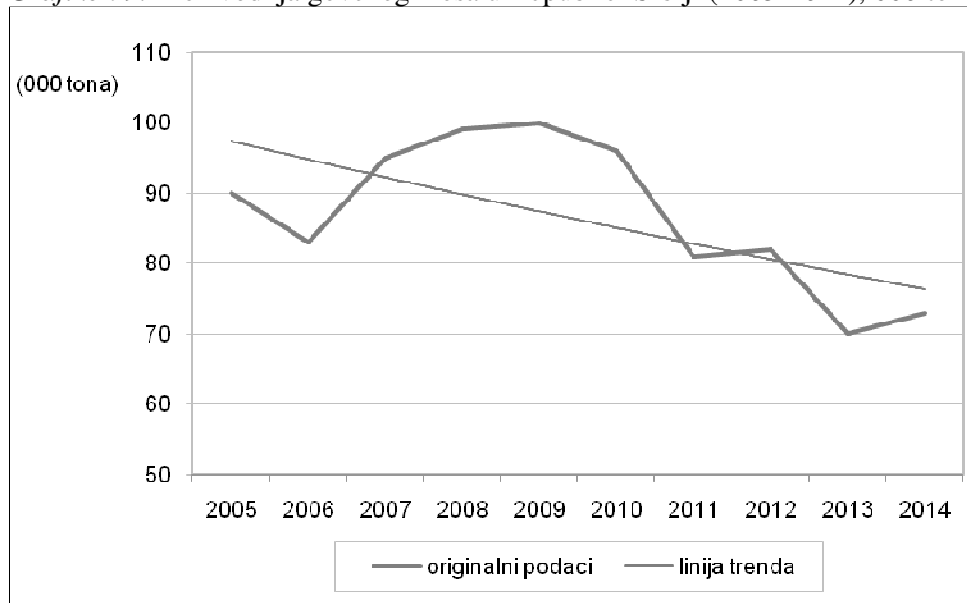
Tabela 6. Proizvodnja mesa u Republici Srbiji (2005-2014), 000 tona

	Prosečna vrednost (000 tona)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)
		min	max		
Goveđe meso	87	70	100	12,30	-2,66
Svinjsko meso	261	249	289	4,75	-0,33
Ovčije i kozije meso	24	20	30	13,49	3,46
Živinsko meso	83	63	103	15,09	4,63
Ukupno	455	427	479	3,88	0,31

Izvor: Republički zavod za statistiku Republike Srbije

Na grafikonu 9 prikazana je proizvodnja goveđeg mesa u periodu od 2005. do 2014. godine. Može se uočiti izražena tendencija pada (-2,66% godišnje). Kao nepovoljno značajno je navesti da je proizvodnja goveđeg mesa na najnižem nivou bila u poslednje dve godine analiziranog perioda.

Grafikon 9. Proizvodnja goveđeg mesa u Republici Srbiji (2005-2014), 000 tona



Trend konstantnog pada proizvodnje goveđeg mesa posledica je niza, po stočare, nepovoljnih okolnosti. Nepovoljni klimatski uslovi, 2010. godine, smanjili su prinose ratarskih kultura koje predstavljaju sirovinsku bazu za proizvodnju stočne hrane. To nije uticalo na odluku vlasti da neposredno nakon žetve žitarica i berbe kukuruza, predhodno ugovorene količine ovih proizvoda, izveze po trenutno aktuelnim cenama. Prema podacima Produktne berze u Novom Sadu cena npr. pšenice nakon žetve 2010. godine iznosila je 13-15 RSD/kg. dok je u periodu od 21.02.2011. do 10.03.2011. godine cena pšenice dostigla 38 RSD/kg. Isti slučaj je i sa kukuruzom. Vlada je pokušala intervenišući kontingentom iz robnih rezervi i donošenjem uredbe o zabrani izvoza da relaksira cenu žitarica. Međutim, u tome nije uspela, a cena stočne hrane u 2011. godini bila je neprimereno visoka. Depresijacija dinara u odnosu na druge konvertibilne valute izvoz žitarica učinio je veoma unosnim poslom. Velika cena na domaćem tržištu i izvozne pogodnosti išle su na ruku samo izvoznicima žitarica, dok proizvođači istih nisu imali nikakve koristi. Suša 2012. godine, depresijacija dinara, nedostatak obrtnih sredstava, gotovo nikakva podrška države, doprineli su da se trend pada proizvodnje goveđeg mesa nastavi.

Dug proizvodni i investicioni ciklus u uzgoju goveda i neophodnost obezbeđenja značajnih količina zrnaste i kabaste hrane, kao i skupih proteinskih aditiva i vitaminskih suplemenata, onemogućavaju stočare da u relativno kratkom vremenskom intervalu revitalizuju svoja stada. Uzročno-posledično prerađivači goveđeg mesa ostaju bez adekvatne sirovinske baze tako da pad proizvodnje mesa u 2013. godini (*grafikon 9*) je nešto što se, pod datim okolnostima, teško moglo izbeći.

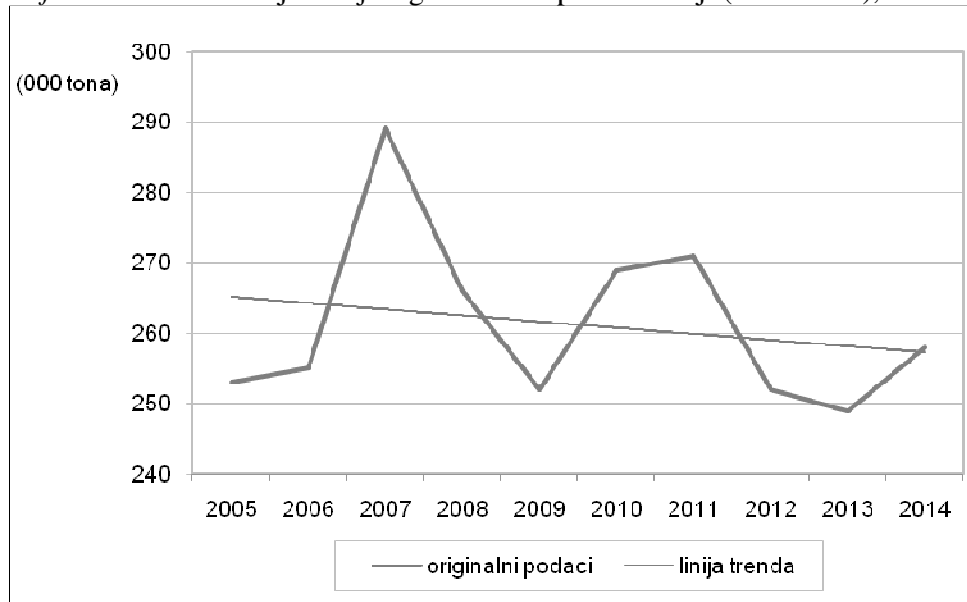
Bogdanov (2009) navodi da je u poslednjih nekoliko godina između 60 i 80 hiljada muznih krava završilo u klanicama zbog visokih troškova stočne hrane i nepovoljne cene mleka, odnosno zbog neisplativosti proizvodnje. Isti autor navodi da ukoliko nema više toliko krava,

da je za toliko i manji broj teladi, što znači da će za tri godine biti manje krava koje će dati novu telad. Na taj način, klanjem priplodnih grla, smanjuje se osnovno stado, a po definiciji, to je ravno tome da se u ratarskoj proizvodnji ostane bez velike količine zemljišta.

Izneta činjenica svakako je doprinela smanjenju proizvodnje junećeg mesta na duži rok. Oporavak ovog sektora stočarstva zahteva vreme, sredstva, ali i znanje. Mogućnost delovanja na kraći rok u potpunosti treba odbaciti. Potrebni su dugoročni i stabilni uslovi za oporavak poljoprivrednika koji se bave uzgojem goveda. Bez adekvatne sirovinske baze u stočarstvu industrija mesa može beležiti samo pad proizvodnje, što se i dokazalo u periodu 2009. do 2014. godine.

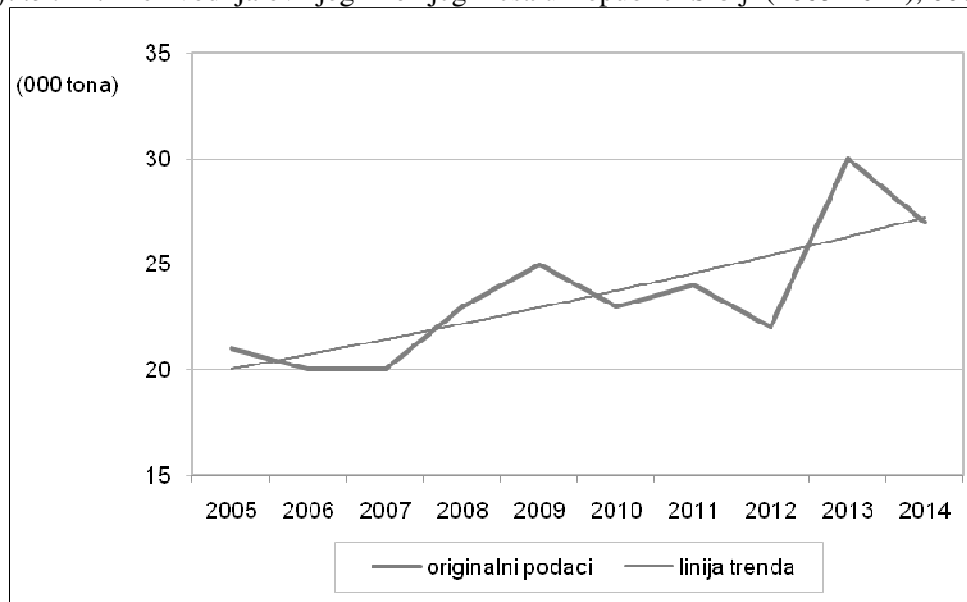
Proizvodnja svinjskog mesa u Republici Srbiji bila je na prosečnom nivou od 261 hiljade tona. Najveći obim proizvodnje ostvaren je u 2007. godini kada je iznosio 289 hiljada tona, dok je najmanja proizvodnja (249 hiljada tona) ostvarena 2013. godine. Proizvodnja ove vrste mesa imala je tendenciju pada po stopi od -0,33% godišnje, a zabeleženo je blago variranje u odnosu na prosečnu vrednost na šta ukazuje koeficijent varijacije od 4,75%. Na *grafikonu 10* prikazana je proizvodnja svinjskog mesa u analiziranom periodu. Može se uočiti da je proizvodnja svinjskog mesa relativno stabilna, odnosno da varira u intervalu od 249 do 289 hiljada tona, a na navedeno ukazuje i mala vrednost koeficijenta varijacije (4,75%).

Grafikon 10. Proizvodnja svinjskog mesa u Republici Srbiji (2005-2014), 000 tona



Za razliku od proizvodnje goveđeg i svinjskog mesa, proizvodnja ovčijeg, kozijeg i živinskog mesa je u analiziranom periodu imala tendenciju rasta. Prosečna proizvodnja ovčijeg i kozijeg mesa bila je na nivou od 24 hiljade tona i imala je trend rasta po stopi od 3,46% godišnje. Najveća proizvodnja ostvarena je u 2013. godini (30 hiljada tona), dok je najmanja proizvodnja zabeležena 2007. godine kada je iznosila 20 hiljada tona.

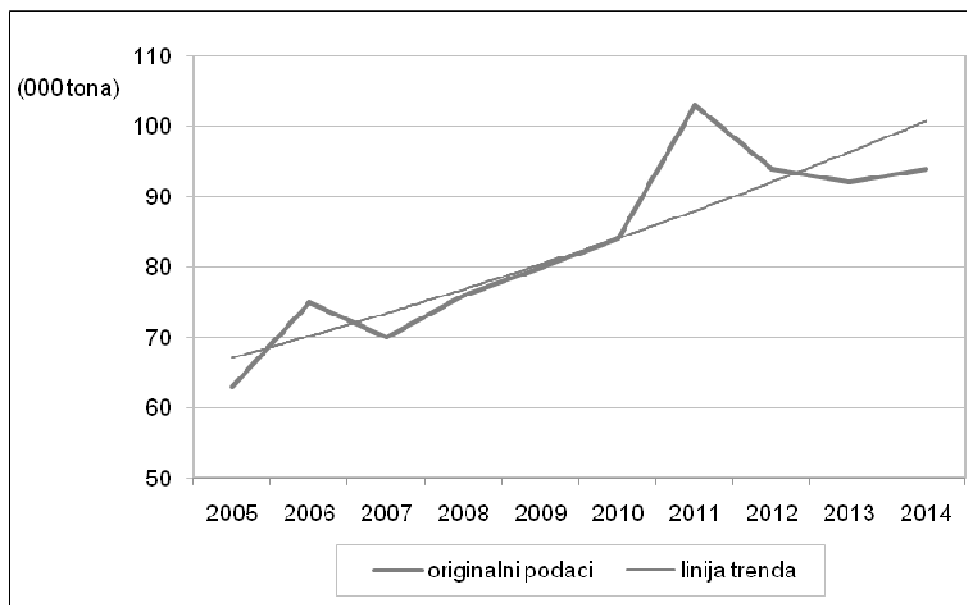
Grafikon 11. Proizvodnja ovčijeg i kozijeg mesa u Republici Srbiji (2005-2014), 000 tona



Na grafikonu 11 prikazano je kretanje proizvodnje ovčijeg i kozijeg mesa u analiziranom periodu. Proizvodnja se kretala u intervalu od 20 do 30 hiljada tona, a značajno je navesti da je proizvodnja ovčijeg i kozijeg mesa na najvišem nivou bila u poslednje dve godine analiziranog perioda, odnosno 2013. i 2014. godine.

Proizvodnja živinskog mesa prosečno je iznosila 83 hiljade tona i imala je tendenciju rasta po stopi od 4,63% godišnje.

Grafikon 12. Proizvodnja živinskog mesa u Republici Srbiji (2005-2014), 000 tona



Najveći obim proizvodnje ostvaren je u 2011. godini kada je bio na nivou od 103 hiljade tona, dok je najmanja proizvodnja (63 hiljade tona) ostvarena 2005. godine. Koeficijent vari-

jacije od 15,09% ukazuje da je proizvodnja živinskog mesa, kada se upoređi sa proizvodnjom ostalih vrsta mesa, najviše varirala u odnosu na prosečnu vrednost u analiziranom periodu. Na grafikonu 12 prikazana je proizvodnja živinskog mesa u periodu od 2005. do 2014. godine. Proizvodnja se kretala u intervalu od 63 do 103 hiljade tona. Od analiziranih vrsta mesa proizvodnja živinskog mesa imala je najveći trend rasta (4,63% godišnje). Značajno je navesti da je najveća proizvodnja ostvarena u drugoj polovini analiziranog perioda, kada je proizvodnja u svim godinama bila preko 80 hiljada tona.

Specifičnost uzgoja jedinki u živinarstvu ogleda se u kratkom investicionom i proizvodnom ciklusu. Dostupnost potencijalno kvalitetne genetski reproduktivne osnove, njena multi-cikličnost uz pretpostavku da je cilj formiranje sopstvenog matičnog jata, kratak period uzgoja u skromnim uslovima, uz relativno niska finansijska ulaganja i radno intenzivno angažovanje, doprineli su da se veliki broj registrovanih poljoprivrednih gazdinstava opredeli za uzgoj živine. Imajući u vidu činjenicu da je ovu vrstu uzgoja moguće obavljati i u neuslovnim objektima, uz relativno malu količinu hrane po jedinici prirasta, opredeljenost za uzgoj ne iznenađuje. Tako da uzgoj, klanje, distribucija i prodaja krajnjim kupcima odvija se, kada su u pitanju „mala“ registrovana poljoprivredna gazdinstva, po principu kućne radinosti, na lokalnim pijacama. Koeficijent multiplikacije vrednosti uloženi sredstava i stečene koristi za gazdinstva je više nego zadovoljavajući, pogotovo ako se ima u vidu da retko ko od njih svoj rad evidentira, kao stavku ukupne finansijsko-komercijalne kalkulacije.

Mogućnost plasmana živinskog mesa na lokalnim tržnicama, uz uslov da zadovoljavaju elementarne sanitarne propise, kao i perspektivnost proizvodnje, dovela je do toga da su se mnoga poljoprivredna gazdinstva opredelila za osavremenjavanje postojećih i osnivanje novih farmi za uzgoj živine. Sistematskim pooštavanjem veterinarskih i sanitarnih uslova uzgoja, klanja i distribucije živine i živinskog mesa, broj malih farmi, u periodu koji je predmet istraživanja, značajno je varirao, a mnogi uzgajivači živine opredelili su se za „sive“ tokove uzgoja i prometa živinskog mesa. Jedini način da njihova delatnost se prevede u legalne tokove bilo je stvaranje uslova za ugovornu, kooperativnu saradnju sa registrovanim klanicama i predačivcima živinskog mesa. Na taj način, „malim“ uzgajivačima živine omogućeno je da nastave sa održavanjem i razvojem svojih kapaciteta uzgoja, pa ni njihov egzistencijalni opstanak nije dovođen u pitanje. Potražnja za mesom živine na tržištu je velika. Nije u pitanju samo cena, koja je na nivou kupovne moći prosečnog potrošača, već i nutritivna i organoleptička svojstva tzv. belog mesa.

Proizvodnju mesa u Srbiji prepuna je strukturnih problema i beleži negativne trendove već nekoliko decenija. Protekle godine bile su karakteristične po velikim problemima u proizvodnji tovljenika. Pre svega, u pitanju je višegodišnje smanjenje broja grla u matičnim stadima, kao i visoka cena stočne hrane. Iako je proizvodnja svinjskog mesa količinski najveća, govedarstvo ima najveći udeo u ukupnoj stočarskoj proizvodnji u Republici Srbiji, zbog veće cene mesa i vrednosti grla kao i činjenice da mnoga grla služe za proizvodnju mleka.

Tržišni lanac u proizvodnji mesa u velikoj meri je neorganizovan i kratak, jer veliki deo proizvodnje završava u domaćinstvu ili na lokalnim, zvaničnim i nezvaničnim tržištima. Najveći deo se ipak otkupljuje preko klanica, direktno ili preko posrednika, čime se lanac produžava i ostvaruje se dodatna vrednost proizvoda. Najveći deo proizvodnje mesa ostvaruje se u porodičnim gazdinstavima koji su proizvođači sa desetak junadi, stotina svinja i ovaca, ili sa hiljadu pilića u tovu. Pored predhodnog, postoje i dobro organizovani veliki proizvođači koji gaje tovnna grla na sopstvenim farmama, ili u organizovanom tovu kod kooperanata (Popović i sar., 2010).

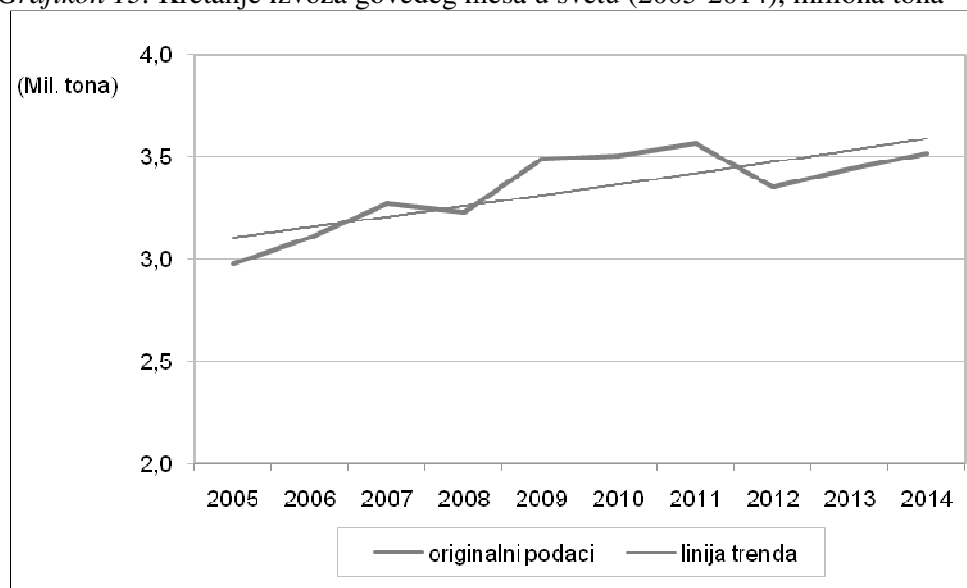
Isti autori navode da je jedna od osnovnih karakteristika proizvodnje mesa velika cenovna i proizvodna cikličnost koja se javlja kao posledica neizgrađenih tržišnih lanaca zasnovanih na dugoročnim ugovorima. Razlozi zašto se ne uspostave dugoročni ugovorni odnosi između dobavljača inputa, odgajivača i klanica jesu što je i jednima i drugima dobro ovako. Klaničarima, jer znaju da će potrošač uvek sve platiti, a proizvođačima, jer znaju da će doći ono vreme kada će opet cena biti značajno veća i kada će dobro zarađivati. Takođe, problem je u sveopštem nepoverenju u pravnu državu i nepoštovanju ugovora, kao i u nepoverenju u poslovnog partnera).

7.3. SPOLJNOTRGOVINSKA RAZMENA GOVEĐEG MESA

7.3.1. Izvoz govedeg mesa u svetu

Ukupan izvoz govedeg mesa u analiziranom periodu, bio je na nivou od 3,3 miliona tona, što čini 5,3% ukupne proizvodnje ove vrste mesa u svetu. Izvoz je imao trend rasta po stopi od 1,63% godišnje, uz variranje u odnosu na prosečnu vrednost od 5,89% (grafikon 13).

Grafikon 13. Kretanje izvoza govedeg mesa u svetu (2005-2014), miliona tona



Značajno je naglasiti da je u poslednjoj godini ostvaren najveći izvoz u toku celokupnog istraživanja, 3,5 miliona tona, dok je najmanji izvoz ostvaren 2005. godine kada je iznosio 3,0 miliona tona.

Prema količini izvoza goveđeg mesa u svetu najznačajnije su Sjedinjene Američke Države. Prosečan izvoz iz ove zemlje bio je na nivou od 351 hiljade tona, sa tendencijom rasta po stopi od 6,15% godišnje. Učešće Sjedinjenih Američkih Država u ukupnom svetskom izvozu goveđeg mesa je 10,5%, a koeficijent varijacije od 20,72% ukazuje na značajna variranja tokom analiziranog perioda. Najveći izvoz iz ove zemlje ostvaren je 2011. godine kada je izvezeno 425 hiljada tona, dok su najmanje količine (172 hiljade tona) izvezene u prvoj godini analiziranog perioda.

Tabela 7. Zemlje sa najvećim izvozom goveđeg mesa u svetu (2005-2014), 000 tona

Zemlje koje izvoze goveđe meso	Prosečna vrednost (000 tona)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	3.344	2.974	3.567	5,89	1,63	100,0%
Sjedinjene Američke Države	351	172	425	20,72	6,15	10,5%
Holandija	345	300	401	9,30	1,84	10,3%
Nemačka	312	271	348	9,17	-0,98	9,3%
Australija	285	271	320	5,53	-1,33	8,5%
Irska	271	252	287	4,15	-0,23	8,1%
Kanada	257	142	388	29,72	-5,69	7,7%
Francuska	218	186	263	10,08	0,14	6,5%
Poljska	188	105	231	21,98	7,48	5,6%
Brazil	112	51	178	33,73	-2,50	3,4%
Belgija	101	92	112	6,96	1,76	3,0%
<i>Ostale zemlje</i>	<i>902</i>	<i>689</i>	<i>1.069</i>	<i>13,15</i>	<i>4,23</i>	<i>27,0%</i>

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Kada se posmatra struktura izvoza goveđeg mesa iz Sjedinjenih Američkih Država vidi se da je najveći izvoz ostvaren na tržište Meksika, (tabela 46, u prilogu rada) sa prosečnim učešćem od 44,8%, a zatim i na tržište Kanade (27,2%) i Japana (15,0%). Značajno je navesti da je na tržišta navedenih zemalja plasirano preko 80% ukupne količine izvoza goveđeg mesa iz Sjedinjenih Američkih Država.

Druga zemlja prema posmatranju prema količini izvoza je Holandija iz koje je u analiziranom periodu prosečno izvezeno 345 hiljada tona, što čini 10,3% ukupnog svetskog izvoza goveđeg mesa. Izvoz iz Holandije zabeleži je rast po stopi od 1,84%, uz variranje količina u odnosu na prosečnu vrednost od 9,30%. Najveći izvoz iz Holandije ostvaren je 2009. godine (401 hiljada tona), dok su najmanje količine izvezene 2006. godine kada je izvoz bio na nivou od 300 hiljada tona. Kada se posmatra struktura izvoza goveđeg mesa iz Holandije vidi se da je najveći izvoz ostvaren plasmanom na tržište Nemačke (tabela 47, u prilogu rada) sa prosečnim učešćem od 25,5%, a sledi tržište Italije sa učešćem od 22,3% i tržište Francuske

koje je sa 19,5% učestvovalo u ukupnom izvozu iz Holandije. Ostale zemlje imale su manje učešće od 10% u ukupnom izvozu goveđeg mesa.

U analiziranom periodu cena goveđeg mesa na svetskom tržištu prosečno je iznosila 5,5 \$/kg. Najveću izvoznu cenu ostvarila je Holandija, a u analiziranom periodu izvozna cena prosečno je iznosila 6,9 \$/kg, odnosno bila je veća za 24,1% od prosečne cene po kilogramu koja je ostvarena u u svetu.

Tabela . Izvozna cena goveđeg mesa u svetu (2005-2014), \$/kg

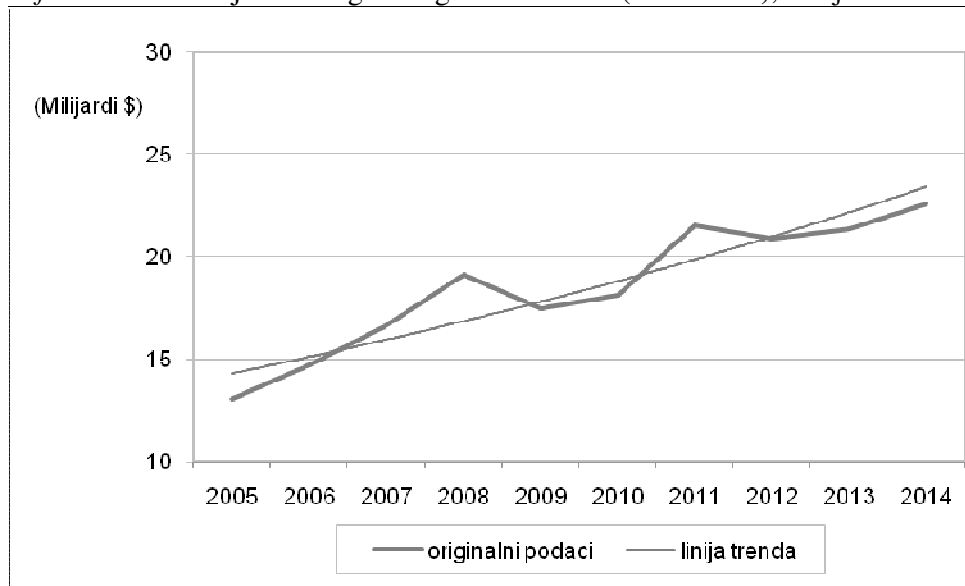
	Izvozna cena (\$/kg)	Indeks svet=100%
Svet	5,5	100,0
Holandija	6,9	124,1
Australija	6,4	115,3
Irska	6,4	114,7
Sjedinjene Američke Države	5,6	101,9
Nemačka	5,4	96,6

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Prema visini cene koja je ostvarena u izvozu goveđeg mesa u svetu sledi Australija i Irska sa po 6,4 \$/kg, Sjedinjene Američke Države sa 5,6 \$/kg i Nemačka sa prosečnom cenom od 5,4 \$/kg. Značajno je navesti da su u izvozu ovih zemalja, osim u slučaju Nemačke, ostvarene više cene u odnosu na prosečnu cenu koja je ostvarena u ukupnom izvozu u svetu.

U analiziranom periodu vrednost izvoza goveđeg mesa u svetu prosečno je iznosio 18,5 milijardi dolara i imao je tendenciju rasta po stopi od 5,65% godišnje (grafikon 14), dok je koeficijent varijacije iznosio 16,93%.

Grafikon 14. Kretanje izvoza goveđeg mesa u svetu (2005-2014), milijardi USD



Značajno je navesti da je vrednost svetskog izvoza nila na najvišem nivou u poslednjoj godini istraživanja, kada je iznosila 22,6 milijardi dolara.

Ukoliko se posmatra izvoz goveđeg mesa prema vrednosti, mogu se izdvojiti zemlje koje su intenzivno zastupljene prema ostvarenom prihodu (*tabela 8*) Najveću vrednost izvoza ostvarila je Holandija, iz koje je u analiziranom periodu goveđe meso izvezeno u prosečnoj vrednosti od 2,4 milijardi dolara, što čini 12,8% vrednosti ukupnog svetskog izvoza. Vrednost izvoza iz ove zemlje zabeležila je rast po stopi od 4,31%, uz variranje ostvarenog prihoda u odnosu na prosečnu vrednost od 14,43%. Holandija je najveći prihod ostvarila 2011. godine u vrednosti od 2.7 milijardi dolara, dok je najmanju vrednost izvoza od 1,7 milijardi dolara ostvarila u prvoj godini analiziranog perioda, odnosno 2005 godine.

Kada se posmatra struktura izvoza goveđeg mesa iz Holandije vidi se da je najveći prihod ostvaren plasmanom na tržište Nemačke (*tabela 37, u prilogu rada.*) koje je u ukupnom izvozu učestvovalo sa 24,4%. Sledi tržište Italije sa učešćem od 21,7% i tržište Francuske koje je sa 18,8% učestvovalo u ukupnoj vrednosti izvoza. Na značaj navedenih zemalja ukazuje i podatak da je na ova tržišta u analiziranom periodu plasirano 65% vrednosti izvoza goveđeg mesa iz Holandije

Tabela 8. Zemlje sa najvećim izvozom goveđeg mesa u svetu (2005-2014), miliona USD

Zemlje koje izvoze goveđe meso	Prosečna vrednost (mil. USD)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	18.548	13.043	22.585	16,93	5,65	100,0%
Holandija	2.373	1.736	2.754	14,43	4,31	12,8%
Sjedinjene Američke Države	1.984	718	3.090	39,13	15,16	10,7%
Australija	1.825	1.510	2.323	12,52	2,97	9,8%
Irska	1.726	1.305	2.026	13,13	3,78	9,3%
Nemačka	1.671	1.277	2.023	12,55	1,91	9,0%
Francuska	1.213	925	1.499	13,20	2,21	6,5%
Kanada	1.011	837	1.374	16,28	1,90	5,4%
Poljska	715	288	996	33,36	12,91	3,9%
Belgija	650	477	777	15,38	4,91	3,5%
Brazil	638	296	854	31,05	4,46	3,4%
<i>Ostale zemlje</i>	<i>4.742</i>	<i>2.655</i>	<i>6.230</i>	<i>24,16</i>	<i>8,52</i>	<i>25,6%</i>

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

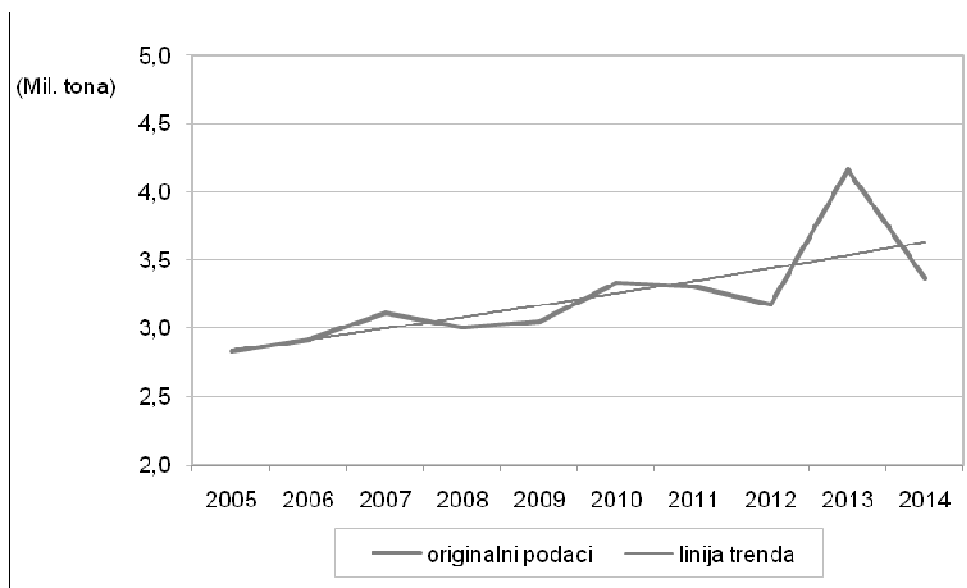
Prema značaju u svetskom izvozu goveđeg mesa sledeće su Sjedinjene Američke Države. Izvoz iz ove zemlje prosečno je iznosio 2,0 milijardi dolara i zabeležio je izražen trend rasta po stopi od 15,6% godišnje. U prvoj godini analiziranog perioda vrednost izvoza je iznosila je iznosila 718 miliona dolara da bi u poslednjoj godini istraživanja vrednost bila višestruko veća i iznosila je 3,1 milijardi dolara. U strukturi izvoza goveđeg mesa iz Sjedinjenih Američkih Država značajnu poziciju ima Meksiko u koji se izveze 34,8% vrednosti. Sledi Kanada sa učešćem od 30,0% i Japan koji u ukupnom prihodu od izvoza goveđeg mesa ima učešće od 18,2%. (*tabela 36, u prilogu rada.*)

Značajne izvoznike predstavljaju i Australija, Irska i Nemačka, koje u ukupnoj svetskoj vrednosti izvoza ove vrste mesa pojedinačno učestvuju u intervalu od 9,0% do 9,8%. Navedene zemlje, sa Holandijom i Sjedinjenim Američkim Državama, učestvuju sa preko 50% u ukupnoj vrednosti izvoza goveđeg mesa u svetu.

7.3.2. Uvoz goveđeg mesa u svetu

Uvoz goveđeg mesa u svetu u analiziranom periodu prosečno je iznosio 3,2 miliona tona i imao je tendenciju rasta po stopi od 2,78% godišnje. Količine goveđeg mesa u uvozu varirale su 11,62% u odnosu na prosečnu vrednost (*grafikon 15*). Najveći uvoz ostvaren je 2013. godine kada je iznosio 4,2 miliona tona, dok je najmanja količina u uvozu (2,8 miliona tona) ostvarena u prvoj godini istraživanja, odnosno 2005. godine.

Grafikon 15. Kretanje uvoza goveđeg mesa u svetu (2005-2014), miliona tona



Ukoliko se posmatra kvantitativni uvoz goveđeg mesa po zemljama, mogu se izdvojiti zemlje koje su intenzivno zastupljene u uvozu prema ostvarenoj količini (*tabela 9*). Najveći uvoznik je Italija na čijem je tržištu u analiziranom periodu plasirano prosečno 388 hiljada tona, odnosno 12,0% ukupnog svetskog uvoza goveđeg mesa. Uvoz u Italiju je zabeležio tendenciju pada po stopi od 1,16% godišnje, uz variranje količina u odnosu na prosečnu vrednost od 5,77%. Najveći uvoz Italija je ostvarila 2010. godine kada je iznosio 419 hiljada tona, a najmanji uvoz, koji je iznosio 352 hiljada tona, ostvaren je 2013. godine.

Kada se posmatra struktura uvoza goveđeg mesa u Italiju vidi se da su najveće količine goveđeg mesa uvezene iz Francuske (*tabela 67, u prilogu rada*) koja je imala prosečno učešće od 20,8%. Slede Holandija, koja je imala učešće od 17,9%, i Nemačka koja je sa 16,8% učestvovala u ukupnom uvozu goveđeg mesa na tržište Italije.

Tabela 9. Zemlje sa najvećim uvozom goveđeg mesa u svetu (2005-2014), 000 tona

Zemlje koje uvoze goveđe meso	Prosečna vrednost (000 tona)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	3.227	2.832	4.166	11,62	2,78	100,0%
Italija	388	352	419	5,77	-1,16	12,0%
Sjedinjene Američke Države	318	158	406	20,78	-7,89	9,8%
Holandija	263	180	325	20,04	5,49	8,2%
Francuska	246	212	274	8,72	-2,59	7,6%
Nemačka	222	171	279	17,82	5,52	6,9%
Japan	215	199	230	3,75	-0,40	6,7%
Meksiko	205	138	275	24,05	-6,80	6,4%
Engleska	172	162	187	4,07	0,42	5,3%
Čile	120	85	164	19,91	4,41	3,7%
Ruska Federacija	40	12	97	77,51	19,58	1,2%
Ostale zemlje	1.036	654	1.929	33,08	7,61	32,1%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

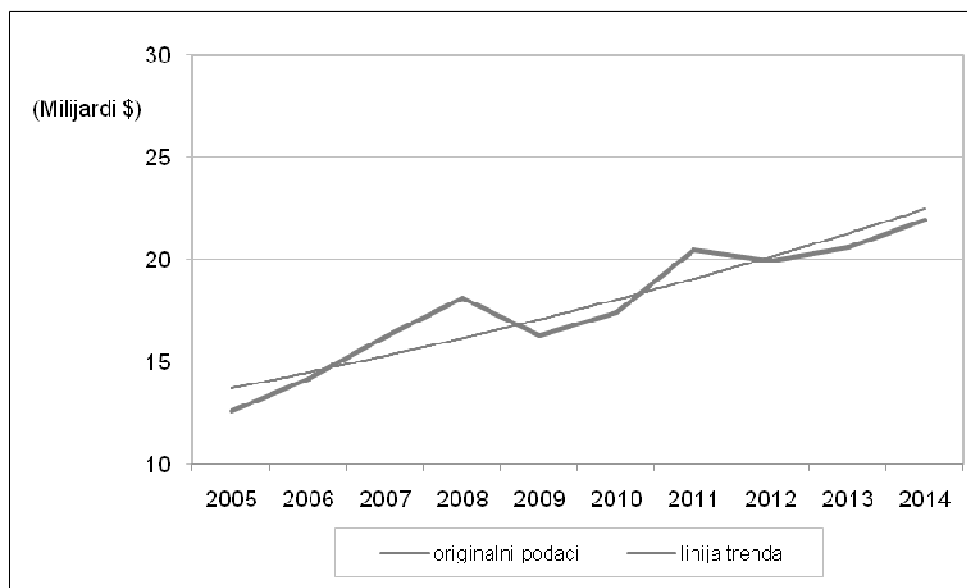
Druga zemlja posmatrano prema količini uvoza su Sjedinjene Američke Države. U analiziranom periodu prosečno je uvezeno 318 hiljada tona, što čini 9,8% ukupnog svetskog uvoza goveđeg mesa. Uvoz u Sjedinjene Američke Države zabeležio je izražen pad po stopi od 7,89% godišnje, uz variranje količina u odnosu na prosečnu vrednost od 20,78%. Najveći uvoz ostvaren je u prvoj godini analiziranog perioda, odnosno 2005. godine kada je iznosio 407 hiljada tona, dok su najmanje količine ostvarene su 2008. godine kada je uvoz iznosio 158 hiljada tona.

Najveća količina goveđeg mesa na tržište Sjedinjenih Američkih Država uvezena je iz Kanade koja je u ukupnom uvozu učestvovala sa 71,2% (tabela 66, u prilogu). Slede Meksiko, koji je imao učešće od 13,8%, i Australija iz koja je u uvozu učestvovala sa 10,5%. Značajno je navesti da je iz navedenih zemalja u analiziranom periodu plasirano 95% uvoza goveđeg mesa na tržište Sjedinjenih Američkih Država.

Značajne svetske uvoznike predstavljaju i Holandija, Francuska, Nemačka i Japan koje u svetskom uvozu goveđeg mesa pojedinačno učestvuju u intervalu od 6,7% do 8,2%, odnosno količine koje se prosečno godišnje uvezu u ove zemlje kreću se u intervalu od 215 do 263 hiljade tona.

Vrednost uvoza goveđeg mesa u svetu prosečno je iznosila 17,8 milijardi dolara i imala je tendenciju rasta po stopi od 5,65% godišnje (grafikon 16), dok koeficijent varijacije od 16,94% ukazuje na značajna variranja vrednosti uvoza tokom analiziranog perioda. Značajno je navesti da je u poslednjoj godini ostvarena najveća vrednost uvoza u toku celokupnog istraživanja, kada je iznosila 21,9 milijardi dolara, dok je najmanja vrednost uvoza ostvarena u prvoj godini istraživanja, odnosno 2005. godine, kada je bila na nivou od 12,6 milijardi dolara.

Grafikon 16. Kretanje uvoza goveđeg mesa u svetu (2005-2014), milijardi dolara



Zemlja koja je ostvarila najveću vrednost uvoza goveđeg mesa u analiziranom periodu je Italija. Prosečan uvoz goveđeg mesa u ovu zemlju bio je na nivou od 2,4 milijarde dolara i imao je tendenciju rasta po stopi od 0,68% (tabela 10). Učešće Italije u ukupnoj vrednosti uvoza ove vrste mesa u svetu iznosilo je 13,7%, dok su druge značajne zemlje uvoznice imale učešće manje od 10%. Najveća vrednost uvoza goveđeg mesa na tržište Italije iznosilo je 2,7 milijardi dolara i ostvareno je u poslednjoj godini istraživanja, dok je najmanja vrednost bila na nivou od 2,0 milijarde dolara a ostvarena je 2005. godine, odnosno u prvoj godini istraživanja.

Tabela 10. Zemlje sa najvećim uvozom goveđeg mesa u svetu (2005-2014), miliona USD

Zemlje koje izvoze goveđe meso	Prosečna vrednost (mil USD)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	17.780	12.577	21.935	16,94	5,65	100,0%
Italija	2.435	2.000	2.743	8,33	0,68	13,7%
Nemačka	1.530	863	2.096	26,98	9,29	8,6%
Sjedinjene Američke Države	1.458	1.086	2.407	25,51	4,76	8,2%
Francuska	1.387	1.121	1.520	8,69	1,78	7,8%
Japan	1.358	1.157	1.596	10,22	2,49	7,6%
Holandija	1.307	708	1.674	25,74	9,17	7,3%
Engleska	1.058	851	1.322	13,47	3,73	6,0%
Meksiko	904	802	1.121	11,31	-0,84	5,1%
Kanada	599	139	937	43,55	18,01	3,4%
Čile	577	303	831	38,44	13,87	3,2%
Ostale zemlje	5.166	2.911	5.884	23,97	8,42	29,1%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

U strukturi vrednosti uvoza goveđeg mesa u Italiju najveće učešće od 20,0% ima Holandija (*tabela 57, u prilogu rada*), a slede Francuska, sa učešćem od 19,4% i Nemačka koja u ukupnoj vrednosti uvoza učestvuje sa 15,3%.

Prema vrednosti uvoza goveđeg mesa u svetu sledi Nemačka koja je u analiziranom periodu ostvarila 1,5 milijardi dolara. Uvoz u ovu zemlju zabeležio je rast po stopi od 9,29% godišnje, uz variranje ostvarenog rashoda od 26,98% u odnosu na prosečnu vrednost. Najmanju vrednost uvoza od 863 miliona dolara Nemačka je ostvarila 2005. godine, dok je najveća vrednost, koja je iznosila 2,1 milijardi dolara ostvarena 2011. godine. U strukturi vrednosti uvoza goveđeg mesa u Nemačku najveće učešće ima Holandija koja je ukupnom uvozu učestvovala sa 27,7% (*tabela 58, u prilogu rada*). Slede Argentina sa učešćem od 19,8% i Francuska koja je sa 12,0% učestvovala u ukupnoj vrednosti uvoza. Iz navedenih zemalja se uveze 60% vrednosti ukupnog uvoza goveđeg mesa na tržište Nemačke.

Značajne uvoznike predstavljaju i Sjedinjene Američke Države, Francuska, Japan i Holandija, koje u ukupnoj svetskoj vrednosti uvoza goveđeg mesa imaju pojedinačno učešće u intervalu od 7,3% do 8,2%, dok se vrednosti uvoza kreću u intervalu od 1,3 do 1,5 milijardi dolara. Ove zemlje, sa prethodno analiziranom Italijom i Nemačkom, imaju učešće od 53% u ukupnoj vrednosti svetskog uvoza goveđeg mesa.

7.3.3. Položaj Republike Srbije na tržištu goveđeg mesa

Radi stavljanja u promet goveđe meso treba da ima sledeće karakteristike (Sl. list SFRJ", br. 34/74, 26/75, 13/78 - dr. pravilnik, 1/81 - dr. pravilnik i 2/85 - dr. pravilnik):

Meso goveda stavlja se u promet kao teleće meso (teletina), juneće meso (junetina) i goveđe meso (govedina). Pod telećim mesom podrazumeva se meso dobijeno klanjem teladi starosti od 3 nedelje do 6 meseci, težine trupa (zajedno sa bubrežima i bubrežnim lojem, bez glave, kože, donjih delova nogu, repa i unutrašnjih organa) od 25 do 125 kg.

Teleće meso koje se stavlja u promet mora da ispunjava sledeće uslove:

- 1) da je mišićno tkivo svetloružičaste do ružičaste boje;
- 2) da je nežne građe i da su izgled i konzistencija karakteristični za teleće meso;
- 3) da je masno tkivo bele ili krembele boje i čvrste konzistencije i da su bubrezi bar delimično prekriveni masnim tkivom.

Prema osnovnim delovima trupa, polutki i četvrti, teleće meso se stavlja u promet kao teleće meso I, II i III kategorije.

Pod telećim mesom I kategorije podrazumeva se meso buta bez kolenice i meso slabina sa bubrežom i bubrežnim lojem, bez delova trbušine. Meso buta se stavlja u promet sa ili bez kostiju, a meso slabina samo sa kostima.

Pod telećim mesom II kategorije podrazumeva se meso leđa i meso plečke bez podlaktice. Meso plečke se stavlja u promet sa ili bez kostiju, a meso leđa samo sa kostima.

Pod telećim mesom III kategorije podrazumeva se meso preostalih delova polutke: vrat, potplećka, grudi, rebra, trbušina, kolenica i podlaktica. Meso vrata, podlaktice, kolenice i trbušine stavlja se u promet sa ili bez kostiju, a meso potplećke, grudi i rebra samo sa kostima.

Pod junećim mesom podrazumeva se meso dobijeno klanjem junadi, i to nekastriranih muških grla starosti od 6 do 18 meseci i junica i kastriranih muških grla starosti od 6 do 30 meseci. Težina trupa (bez kože, glave, donjih delova nogu, unutrašnjih organa, bubrežnog loja i repa), mora da iznosi najmanje 100 kg.

Juneće meso koje se stavlja u promet mora da ispunjava sledeće uslove:

- 1) da je mišićno tkivo svetlocrvene do crvene boje;
- 2) da su građa, izgled i konzistencija karakteristični za juneće meso;
- 3) da je masno tkivo krembele boje sa nijansama žute boje;
- 4) da su rskavične pločice (diskovi) između krsnih pršljenova elastične i neokoštale;
- 5) da su rskavični nastavci trnastih izdanaka slabinskih i leđnih pršljenova bez većih znakova okoštavanja;
- 6) da je koštana srž na presecima leđnih i slabinskih pršljenova crvene boje karakteristične za juneće meso.

Pod goveđim mesom podrazumeva se meso dobijeno klanjem ženskih i kastriranih muških grla (volova) starijih od 30 meseci i bikova starijih od 18 meseci. Težina trupa (bez kože, glave, donjih delova nogu, unutrašnjih organa, bubrežnog loja i repa) mora da iznosi najmanje 100 kg.

Goveđe meso koje se stavlja u promet mora da ispunjava sledeće uslove:

- 1) da je mišićno tkivo crvene do tamnocrvene boje;
- 2) da je masno tkivo svetložute do žute boje;
- 3) da su građa i konzistencija karakteristične za goveđe meso.

Prema osnovnim delovima trupa, polutki i četvrti, juneće i goveđe meso stavlja se u promet kao juneće meso I, II i III kategorije i goveđe meso I, II i III kategorije.

Pod junećim mesom I kategorije i goveđim mesom I kategorije podrazumeva se meso buta bez kolenice i delova trbušine. Juneće meso I kategorije i goveđe meso I kategorije stave se u promet sa ili bez kostiju.

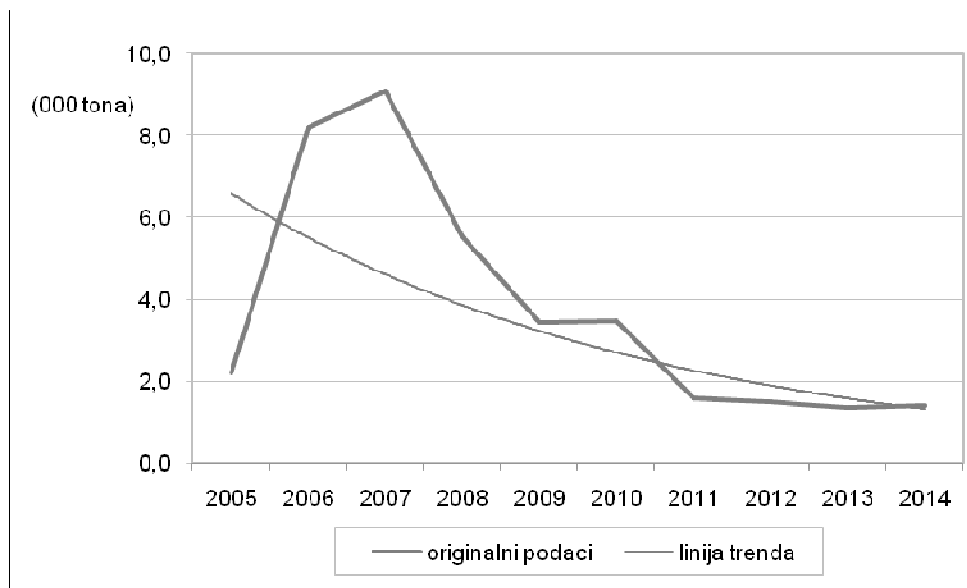
Pod junećim mesom II kategorije i goveđim mesom II kategorije podrazumeva se meso slabina bez podslabina, meso leđa i meso plećke. Meso slabina i leđa stavlja se u promet samo sa kostima, a meso plećke sa ili bez kostiju.

Pod junećim mesom III kategorije i goveđim mesom III kategorije podrazumeva se meso preostalih delova polutke: vrat, potplećka, grudi, rebra, trbušina, kolenica i podlaktica. Meso vrata, podlaktice, kolenice i trbušine stavlja se u promet sa ili bez kostiju, a meso potplećke, grudi i rebra samo sa kostima.

Izvoz goveđeg mesa iz Republike Srbije u analiziranom periodu prosečno je iznosio 3.781 tona i imao je tendenciju izraženog pada po stopi od 16,33% godišnje (*grafikon 17*). Navede-

na količina činila je 4,35% ukupne proizvodnje goveđeg mesa u zemlji. Količine u izvozu značajno su varirale, a na navedeno ukazuje koeficijent varijacije od 76,36%. Najveći izvoz ove vrste mesa iz Republike Srbije ostvaren je 2007. godine kada je iznosio 9.095 tona, dok je najmanji izvoz ostvaren 2013. godine, kada je bio na nivou od 1.352 tone.

Grafikon 17. Kretanje izvoza goveđeg mesa iz Republike Srbije (2005-2014), 000 tona



Prema količini izvoza goveđeg mesa iz Republike Srbije najznačajnija zemlja je Crna Gora. Prosečan izvoz bio je na nivou od 1.392 tone godišnje (*tabela 11*). U toku istraživanog perioda izvoz goveđeg mesa na tržište ove zemlje nije imao kontinuitet, odnosno izostao je u 2005. godini, jer je u to vreme Crna Gora bila u zajednici sa Republikom Srbijom. U periodu od 2006-2014. godine izvoz je imao tendenciju pada po stopi od 18,64% godišnje, dok je koeficijent varijacije iznosio 56,94%. Najveća izvoz ove vrste mesa na tržište Crne Gore ostvaren je 2007. godine, kada je iznosio 2.806 tona. Značajno je navesti da je izvoz u godinama koje su sledile kontinuirano opadao da bi u poslednjoj godini istraživanja iznosio svega 593 tone.

Kontinuitet izvoza goveđeg mesa u celokupnom periodu istraživanja ostvaren je sa Makedonijom i Italijom. Izvoz u Makedoniju iznosio je prosečno 1.136 tona, što predstavlja učešće od 30,1% u ukupnom izvozu ovog proizvoda iz Republike Srbije. Zabeležena je tendencija izraženog pada po stopi od 38,67%. Izvoz goveđeg mesa u Makedoniju bio je izuzetno nestabilan, a na navedeno ukazuje vrednost koeficijenta varijacije od 148,27%. Najveći izvoz na ovo tržište ostvaren je 2006. godine kada je iznosio 4.476 tona, dok je najmanji izvoz ostvaren 2011. godine kada iznosio svega 52 tone.

Prema značaju za izvoz goveđeg mesa iz Republike Srbije sledi Italija. Na tržište ove zemlje u analiziranom periodu izvezeno je prosečno 1.042 tona, što čini 27,6% ukupnog izvoza goveđeg mesa. Izvoz je imao tendenciju pada po stopi od 12,52% godišnje, uz variranje količina u odnosu na prosečnu vrednost od 41,48%. Najveći izvoz u na tržište Italije zabeležen

je 2007. godine, kada je izvezeno 1.724 tone, dok je najmanja količina ostvarena u poslednjoj godini istraživanja kada je izvoz bio na nivou od 423 tone.

Tabela 11. Izvoz goveđeg mesa iz Republike Srbije (2005-2014), tona

Struktura izvoza goveđeg mesa iz Srbije	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Srbija	3.781	1.352	9.095	76,36	-16,33	100,0%
Crna Gora	1.392	0	2.806	*	*	36,8%
Makedonija	1.136	52	4.476	148,27	-38,67	30,1%
Italija	1.042	423	1.724	41,48	-12,52	27,6%
Grčka	142	0	624	*	*	3,8%
Ruska Federacija	31	0	306	*	*	0,8%
Bosna i Hercegovina	22	0	163	*	*	0,6%
Hrvatska	10	0	102	*	*	0,3%
Nemačka	3	0	25	*	*	0,1%
Bahrein	1	0	8	*	*	0,0%
Maroko	1	0	13	*	*	0,0%
Holandija	1	0	8	*	*	0,0%
Engleska	0	0	1	*	*	0,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Na značaj Crne Gore, Makedonije i Italije ukazuje i podatak da je na ova tržišta u analiziranom periodu plasirano 94,5% ukupnog izvoza goveđeg mesa iz Republike Srbije

U analiziranom periodu cena goveđeg mesa iz Republike Srbije na međunarodnom tržištu prosečno je iznosila 4,7 \$/kg, što je za 14,5% manja vrednost od prosečne cene koja je ostvarena u svetskom izvozu. Najveća izvozna cena ostvarena je u izvozu u Italiju, a u analiziranom periodu prosečno je iznosila 6,0 \$/kg, odnosno bila je veća za 27,5% od prosečne cene po kilogramu koja je ostvarena u ukupnom izvozu.

Tabela 12. Izvozna cena goveđeg mesa iz Republike Srbije (2005-2014), \$/kg

	Izvozna cena (\$/kg)	Indeks svet=100%
Prosečna cena	4,7	100,0
Italija	6,0	127,5
Ruska Federacija	5,2	110,7
Crna Gora	4,7	99,0
Makedonija	3,7	77,6
Bosna i Hercegovina	3,6	75,3

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Prema visini cene koja je ostvarena u izvozu goveđeg mesa iz Republike Srbije sledi Ruska Federacija sa 5,2 \$/kg, Crna Gora sa 4,7 \$/kg, Makedonija sa cenom od 3,7 \$/kg i Bosna i Hercegovina na čijem tržištu je ostvarena cena iznosila 3,6 \$/kg. Značajno je navesti da su na tržištima ovih zemalja ostvarene niže cene, u odnosu na prosečnu cenu koja je ostvarena u ukupnom izvozu.

Izvozna cena goveđeg mesa iz Republike Srbije bila je značajno niža (za 14,5%) od prosečne cene koja je ostvarena u svetskom izvozu. Cena goveđeg mesa iz Republike Srbije je niža u odnosu na cenu koju su u izvozu ostvarili vodeći izvoznici što ukazuje na značajnu konkurentnost na međunarodnom tržištu.

Vrednost izvoza goveđeg mesa u analiziranom periodu prosečno je iznosila 17,8 miliona dolara i imala je tendenciju pada po stopi od 12,63% godišnje (*grafikon 18*). Izvoz prema ostvarenom prihodu nije imao kontinuiranu dinamiku, a na navedeno ukazuje koeficijent varijacije od 64,42%. Najmanje vrednost izvoza ostvarena je u poslednjoj godini istraživanja kada je ostvareno 8,0 miliona dolara, dok je najveća vrednost izvoza ostvarena je 2007. godine kada je bila na nivou od 38,5 miliona dolara.

Grafikon 18. Kretanje izvoza goveđeg mesa iz Republike Srbije (2005-2014), miliona USD



Prema vrednosti izvoza goveđeg mesa i Srbije najznačajnija je Crna Gora na čije tržište je u analiziranom periodu prosečno izvezeno 6,5 miliona dolara, što čini 36,4% ukupne vrednosti izvoza (*tabela 13*). Najveća vrednost izvoza ostvarena je 2008. godine kada je iznosila 13,4 miliona dolara. U godinama koje su sledile vrednost goveđeg mesa u izvozu je opadala, da bi u poslednjoj godini istraživanja bila na nivou od 3,2 miliona dolara.

Tabela 13. Izvoz goveđeg mesa iz Republike Srbije (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza goveđeg mesa iz Srbije	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Srbija	17.855	8.047	38.511	64,42	-12,63	100,0%
Crna Gora	6.505	0	13.445	*	*	36,4%
Italija	6.272	2.803	10.626	40,05	-10,57	35,1%
Makedonija	4.164	250	15.110	142,32	-34,26	23,3%
Grčka	593	0	2.540	*	*	3,3%
Ruska Federacija	160	0	1.599	*	*	0,9%
Bosna i Hercegovina	79	0	538	*	*	0,4%
Hrvatska	51	0	514	*	*	0,3%
Nemačka	15	0	116	*	*	0,1%
Bahrain	7	0	72	*	*	0,0%
Maroko	4	0	44	*	*	0,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Sledeća zemlja koja se izdvaja prema vrednosti izvoza je Italija. Vrednost goveđeg mesa koje je u analiziranom periodu izvezeno na tržište ove zemlje prosečno je bilo na nivou od 6,2 miliona dolara, što je činilo 35,1% ukupne vrednosti. Izvoz u ovu zemlju imao je tendenciju pada po stopi od 10,57%, uz variranje ostvarenog prihoda u odnosu na prosečnu vrednost od 40,05%. Najveća vrednost izvoza ostvarena je 2008. godine (10,6 miliona dolara), dok je najmanja vrednost od 2,8 miliona dolara ostvarena u poslednjoj godini istraživanja.

Vrednost izvoza u Makedoniju iznosila je prosečno 4,2 miliona dolara. Izvoz je imao tendenciju izraženog pada po stopi od 34,26% godišnje, uz variranje u odnosu na prosečnu vrednost izvoza od 142,32%. Najveća vrednost izvoza na tržište Makedonije ostvarena je 2006. godine kada je iznosila 15,1 miliona dolara, dok je najmanja vrednost od svega 250 hiljada dolara ostvarena 2011. godine.

Ukupan uvoz goveđeg mesa u Republiku Srbiju u analiziranom periodu bio je na prosečnom nivou od 38 tona (tabela 14). Uvoz nije imao kontinuitet, odnosno u pojedinim godinama nije evidentiran. Najveća količina goveđeg mesa uvezena je u poslednjoj godini istraživanja kada je bio na nivou od 300 tona. Uvoz je ostvaren iz svega pet zemalja.

Najveća količina goveđeg mesa u analiziranom periodu uvezena je iz Austrije koja je u ukupnom uvozu učestvovala sa 46,5%, što je činilo prosečno 18 tona. Sledeća zemlja je bila Bosna i Hercegovina iz koje je prosečno uvezeno 14 tona i koja je imala učešće od 38,8%. Sve ostale zemlje imale su značajno manje učešće a koje se kretalo u intervalu od 4,4 do 5,9% u ukupnom uvozu goveđeg mesa u Republiku Srbiju.

Tabela 14. Uvoz goveđeg mesa u Republiku Srbiju (2005-2014), tona

Struktura uvoza goveđeg mesa u Srbiju	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Srbija	38	0	300	*	*	100,0%
Austrija	18	0	175	*	*	46,5%
Bosna i hercegovina	14	0	103	*	*	38,3%
Španija	2	0	22	*	*	5,9%
Crna Gora	2	0	9	*	*	4,3%
Makedonija	2	0	15	*	*	5,1%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Ukupna vrednost uvoza goveđeg mesa u Republiku Srbiju bila je na prosečnom nivou od 185 hiljada dolara (tabela 15). Najveća vrednost uvoza ostvarena je u poslednjoj godini istraživanja kada je iznosila 1,4 miliona dolara.

Tabela 15. Uvoz goveđeg mesa u Republiku Srbiju (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza goveđeg mesa u Srbiju	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Srbija	185	0	1.435	*	*	100,0%
Austrija	82	0	816	*	*	44,3%
Bosna i hercegovina	80	0	569	*	*	43,2%
Španija	5	0	51	*	*	2,8%
Crna Gora	9	0	47	*	*	4,6%
Makedonija	10	0	78	*	*	5,4%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Najveće učešće u uvozu goveđeg mesa na tržište Republike Srbije imala je Austrija iz koje je uvezeno goveđe meso u vrednosti od 82 hiljade dolara, što je činilo 44,3% ukupnog uvoza u analiziranom periodu. Sledi Bosna i Hercegovina iz koje je uvezeno goveđe meso učestvovalo u ukupnom uvozu sa 43,2%, što je činilo prosečno 80 hiljada dolara. Najveća vrednost izvoza od 569 hiljada dolara ostvarena je u poslednjoj godini istraživanog perioda.

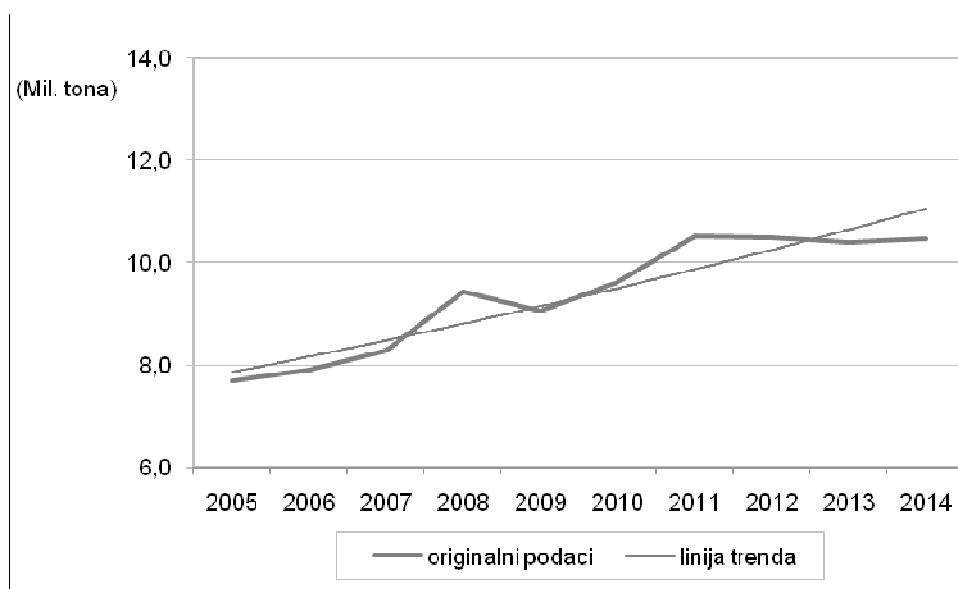
U spoljnotrgovinskoj razmeni goveđeg mesa Republika Srbija je ostvarila pozitivan bilans odnosno izvoz je bio za 3.743 tone veći od količina koje su uvezene u analiziranom periodu.

7.4. SPOLJNOTRGOVINSKA RAZMENA SVINJSKOG MESA

7.4.1. Izvoz svinjskog mesa u svetu

Izvoz svinjskog mesa u svetu u analiziranom periodu iznosio je prosečno 9,4 miliona tona, što čini 8,9% ukupne proizvodnje ove vrste mesa u svetu. Izvoz je zabeležio trend rasta po stopi od 3,85% godišnje, uz variranje u odnosu na prosečnu vrednost od 11,81% (grafikon 19). Najveći izvoz svinjskog mesa u svetu ostvaren je 2011. godine kada je iznosio 10,5 miliona tona, dok je najmanji izvoz ostvaren u prvoj godini istraživanja, odnosno 2005. godine, kada je bio na nivou od 7,7 miliona tona.

Grafikon 19. Kretanje izvoza goveđeg mesa u svetu (2005-2014), miliona tona



Prema količini izvoza svinjskog mesa najznačajnija zemlja u svetu je Nemačka (tabela 16). Izvoz iz ove zemlje prosečno je iznosio 1,4 miliona tona i imao je tendenciju izraženog rasta po stopi od 9,22% godišnje. Nemačka je u ukupnom svetskom izvozu svinjskog mesa učestvovala sa 14,9%, a na prisutna variranja izvezenih količina u odnosu na prosečnu vrednost ukazuje koeficijent varijacije od 25,56%. Značajno je navesti da je najmanji izvoz svinjskog mesa iz ove zemlje ostvaren 2005. godine, odnosno na samom početku analiziranog perioda, kada je ostvareno 834 hiljade tona, da bi posle rasta u godinama koje su sledile najveća količina, koja je iznosila 1,7 miliona tona, bila izvezena u poslednjoj godini istraživanja. Kada se analizira struktura izvoza svinjskog mesa iz ove zemlje može se videti da je u istraživanom periodu najveći izvoz ostvaren na tržište Italije (tabela 86, u prilogu rada) koje je imalo prosečno učešće od 21,5%. Sledi tržište Holandije koje je imalo učešće od 10,6% i tržište Poljske koje sa 10,2% učestvovalo u ukupnom izvozu svinjskog mesa iz Nemačke.

Tabela 16. Zemlje sa najvećim izvozom svinjskog mesa u svetu (2005-2014), 000 tona

Zemlje koje izvoze svinjsko meso	Prosečna vrednost (000 t)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	9.391	7.701	10.520	11,81	3,85	100,0%
Nemačka	1.397	834	1.749	25,56	9,22	14,9%
Sjedinjene Američke Države	1.282	819	1.647	22,92	7,28	13,7%
Danska	1.147	1.084	1.210	4,30	-0,90	12,2%
Španija	855	598	1.076	21,11	7,31	9,1%
Kanada	832	773	904	6,92	2,10	8,9%
Holandija	737	642	813	7,73	1,31	7,9%
Belgija	640	545	714	8,99	2,95	6,8%
Brazil	487	418	579	10,86	-2,66	5,2%
Francuska	469	439	496	4,48	0,76	5,0%
Poljska	273	147	374	35,07	10,28	2,9%
Ostale zemlje	1.270	1.101	1.483	11,29	3,28	13,5%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Prema značaju u svetskom izvozu svinjskog mesa slede Sjedinjene Američke Države koje su u istraživanom periodu prosečno izvezle 1,3 miliona tona, što čini 13,7% ukupnog izvoza. Izvoz iz ove zemlje imao je tendenciju rasta po stopi od 7,28% godišnje, uz variranje količina u odnosu na prosečnu vrednost od 22,92%. Najveći izvoz ostvaren je ostvaren je 2012. godine kada je iznosio 1,6 miliona tona, dok su najmanje količine (820 hiljada tona) izvezene u prvoj godini analiziranog perioda, odnosno 2005. godine.

Kada se posmatra struktura izvoza svinjskog mesa iz Sjedinjenih Američkih Država može se uočiti da najveći izvoz ostvaren na tržištu Japana, koje je prosečno učestvovalo sa 30,2% (tabela 87, u prilogu rada), a sledi tržište Meksika sa učešćem od 22,5% i tržište Kanade koje je sa 8,6% učestvovalo u ukupnom izvozu.

U svetskom izvozu značajna je i Danska iz koje je u analiziranom periodu prosečno izvezeno 1,1 miliona, što čini 12,2% ukupnog izvoza ove vrste mesa. Izvoz je bio stabilan (koeficijent varijacije 4,30%) i imao tendenciju pada po stopi od 0,90% godišnje.

Značajne izvoznike predstavljaju i Španija, Kanada, Holandija i Belgija koje u svetskom izvozu svinjskog mesa pojedinačno učestvuju u intervalu od 6,8% do 9,1%, odnosno količine koje se prosečno godišnje izvezu iz navedenih zemalja kreću se u intervalu od 640 do 855 hiljada tona.

U izvozu svinjskog mesa u svetu ostvarena cena bila je na prosečnom nivou od 2,7 \$/kg. Cene po kilogramu koje su ostvarene na tržištima značajnih zemalja u izvozu svinjskog mesa bile su približne, odnosno kretale su se u intervalu od 2,7 do 2,9 \$/kg (tabela 17). Najveću cenu na međunarodnom tržištu ostvarila je Danska, a iznosila je prosečno 2,9 \$/kg. Navedena vrednost po kilogramu bila je veća za 6,8 % od prosečne cene po kilogramu koja je ostvarena u ukupnom izvozu svinjskog mesa u svetu.

Tabela 17. Izvozna cena svinjskog mesa u svetu (2005-2014), \$/kg

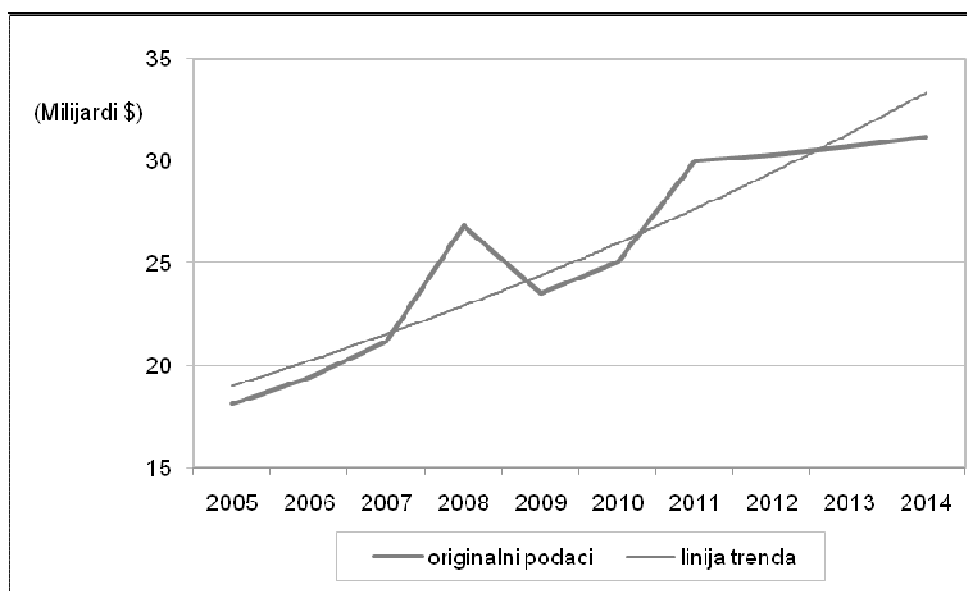
	Izvozna cena (\$/kg)	Indeks svet=100%
Svet	2,7	100,0
Danska	2,9	106,8
Nemačka	2,8	103,9
Španija	2,8	103,7
Sjedinjene Američke Države	2,8	103,3
Kanada	2,7	98,0

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Prema visini prosečne izvozne cene koja je ostvarena u analiziranom periodu, posle Danske slede Nemačka, Španija i Sjedinjene Američke Države sa 2,8 \$/kg, dok je jedino izvozna cena iz Kanade bila za 2% niža od prosečne svetske cene, odnosno iznosila je nešto manje od 2,7 \$/kg.

Vrednost izvoza svinjskog mesa u svetu u analiziranom periodu prosečno je iznosila 25,6 milijardi dolara i imala je tendenciju rasta po stopi od 6,43% godišnje (grafikon 20), uz variranje u odnosu na prosečnu vrednost izvoza od 16,93%. Značajno je navesti da je vrednost svetskog izvoza bila na najvišem nivou u poslednjoj godini istraživanja, kada je iznosila 31,2 milijarde dolara, dok je najmanja vrednost (18,2 milijarde dolara) ostvarena u prvoj godini istraživanja, odnosno 2005. godine.

Grafikon 20. Kretanje izvoza svinjskog mesa u svetu (2005-2014), milijardi USD



Najveću vrednost izvoza ostvarila je Nemačka iz koje je u analiziranom periodu svinjsko meso izvezeno u prosečnoj vrednosti od 4,0 milijardi dolara, što čini 15,5% vrednosti ukupnog svetskog izvoza. Vrednost izvoza iz ove zemlje zabeležila je rast po stopi od 11,08%, uz variranje ostvarenog prihoda u odnosu na prosečnu vrednost od 29,76%. Nemačka je najmanji prihod od izvoza svinjskog mesa ostvarila u prvoj godini istraživanja, u vrednosti od 2,0 milijardi dolara, dok je najveću vrednost izvoza od 5,3 milijardi dolara ostvarila 2013. godine.

Kada se posmatra struktura izvoza svinjskog mesa iz Nemačke vidi se da je najveći prihod ostvaren izvozom na tržište Italije (*tabela 76, u prilogu rada.*) koje je u ukupnom izvozu učestvovalo sa 20,5%. Sledi Poljska sa učešćem od 10,8% i Holandija koja je sa 10,7% učestvovala u ukupnoj vrednosti izvoza. Na značaj navedenih zemalja ukazuje i podatak da je na ova tržišta u analiziranom periodu plasirano 42% vrednosti izvoza svinjskog mesa iz Nemačke.

Tabela 18. Zemlje sa najvećim izvozom svinjskog mesa u svetu (2005-2014), miliona USD

Zemlje koje izvoze svinjsko meso	Prosečna vrednost (mil USD)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	25.621	18.147	31.180	19,22	6,43	100,0%
Nemačka	3.961	2.019	5.306	29,76	11,08	15,5%
Sjedinjene Američke Sržave	3.612	2.063	4.882	37,46	10,07	14,1%
Danska	3.343	3.076	3.787	6,66	0,07	13,0%
Španija	2.419	1.386	3.382	28,97	10,45	9,4%
Kanada	2.226	1.791	2.810	17,92	5,44	8,7%
Holandija	1.913	1.467	2.171	12,76	3,57	7,5%
Belgija	1.589	1.241	1.874	12,48	3,70	6,2%
Brazil	1.228	990	1.446	11,16	2,73	4,8%
Francuska	1.128	962	1.288	9,63	2,02	4,4%
Poljska	664	306	1.221	45,42	14,48	2,6%
Ostale zemlje	3.536	2.590	4.548	19,75	6,48	13,8%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Posmatrano prema vrednosti slede Sjedinjene Američke Države koje su u analiziranom periodu prosečno izvezle 3,6 milijardi dolara, što čini 14,1% ukupnog svetskog izvoza svinjskog mesa. Izvoz iz ove zemlje zabeležio je rast po stopi od 10,07% godišnje, uz variranje količina u odnosu na prosečnu vrednost od 37,46%. Najveća vrednost izvoza ostvarena je u poslednjoj godini analiziranog perioda (4,9 milijardi dolara), dok su najmanje količine izvezene 2005. godine kada je izvoz bio na nivou od 2,1 milijarde dolara.

Analizom strukture izvoza svinjskog mesa iz Sjedinjenih Američkih Država može se videti da je najveći izvoz ostvaren plasmanom na tržište Japana (*tabela 77, u prilogu rada*) sa prosečnim učešćem od 41,5%, a zatim i na tržište Meksika koji je imao učešće od 15,6% i tržište Kanade koje je sa 11,0% učestvovalo u ukupnom izvozu svinjskog mesa.

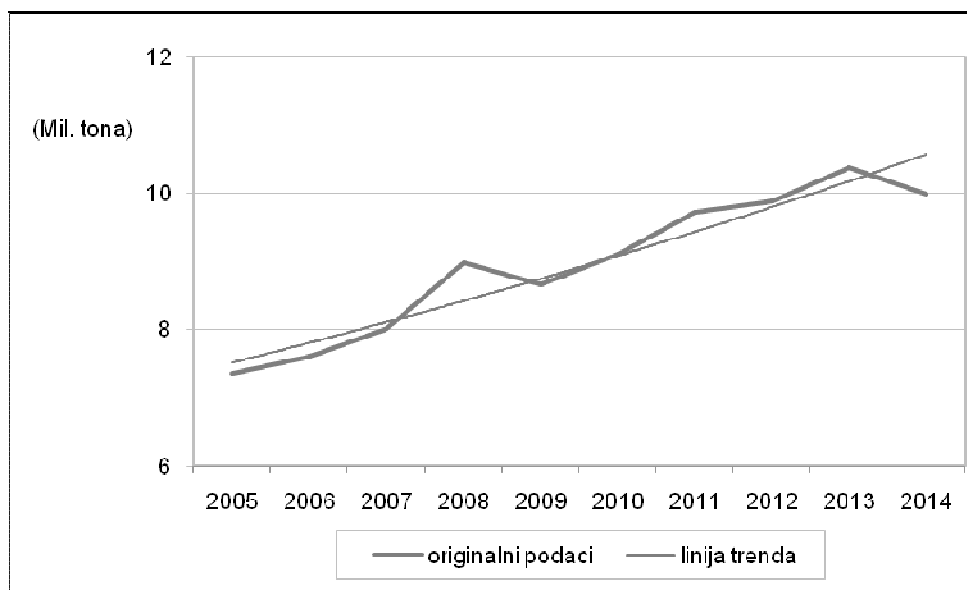
Značajne izvoznike, posmatrano sa aspekta vrednosti, predstavljaju i Danska, Španija, Kanada i Holandija koje u ukupnoj vrednosti svetskog izvoza pojedinačno učestvuju u intervalu

od 7,5% do 13,0%. Navedene zemlje, sa Nemačkom i Sjedinjenim Američkim Državama, učestvuju sa skoro 70% u ukupnoj vrednosti izvoza svinjskog mesa u svetu.

7.4.2. Uvoz svinjskog mesa u svetu

Svetski uvoz svinjskog mesa u analiziranom periodu prosečno je iznosio 8,9 miliona tona. Zabeležio je tendenciju rasta po stopi od 3,86% godišnje, uz variranje uvezenih količina od 11,62% u odnosu na prosečnu vrednost (grafikon 21). Najmanja količina u uvozu (7,4 miliona tona) ostvarena je u prvoj godini istraživanja, odnosno 2005. godine, dok je najveći uvoz ostvaren 2013. godine kada je iznosio 10,4 miliona tona.

Grafikon 21. Kretanje uvoza svinjskog mesa u svetu (2005-2014), miliona tona



U analiziranom periodu mogu se izdvojiti zemlje koje su intezivno zastupljene u uvozu prema ostvarenoj količini. Najveći uvoznik svinjskog mesa je Nemačka na čijem je tržištu u analiziranom periodu plasirano prosečno 960 hiljada tona, odnosno 10,7% ukupnog svetskog uvoza ovce vrste mesa (tabela 19). Uvoz u Nemačku imao je tendenciju rasta po stopi od 0,58%. Koeficijent varijacije od 2,21% ukazuje na izraženu stabilnost uvoza u istraživanom periodu, a uvoz se kretao u intervalu od 926 hiljada tona, koliko je ostvareno 2007. godine, do 982 hiljade tona, koliko je iznosio izvoz u 2012. godini.

Kada se analizira struktura uvoza svinjskog mesa u Nemačku može se uočiti da su najveće količine uvezene iz Danske (tabela 107, u prilogu rada) koja je imala prosečno učešće od 33,0%. Slede Belgija, koja je imala učešće od 32,1%, i Holandija koja je sa 15,6% učestvovala u ukupnom uvozu. Značajno je navesti da je iz navedenih zemalja u analiziranom periodu plasirano preko 80% ukupnog uvoza svinjskog mesa na tržište Nemačke.

Tabela 19. Zemlje sa najvećim uvozom svinjskog mesa u svetu (2005-2014), 000 tona

Zemlje koje uvozi svinjsko meso	Prosečna vrednost (000 t)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	8.971	7.368	10.374	11,68	3,86	100,0%
Nemačka	960	926	982	2,21	0,58	10,7%
Italija	926	856	1.025	6,16	1,42	10,3%
Japan	777	725	873	6,70	-0,14	8,7%
Ruska Federacija	634	563	791	17,62	-2,33	7,1%
Poljska	441	164	602	40,56	16,70	4,9%
Meksiko	445	304	600	24,21	8,08	5,0%
Francuska	345	302	366	5,99	1,80	3,8%
Koreja	334	261	487	19,35	2,65	3,7%
Sjedinjene Američke Države	320	335	393	13,42	0,42	3,6%
Kina	299	24	583	75,91	42,56	3,3%
Ostale zemlje	3.490	2.699	4.343	14,23	4,63	38,9%

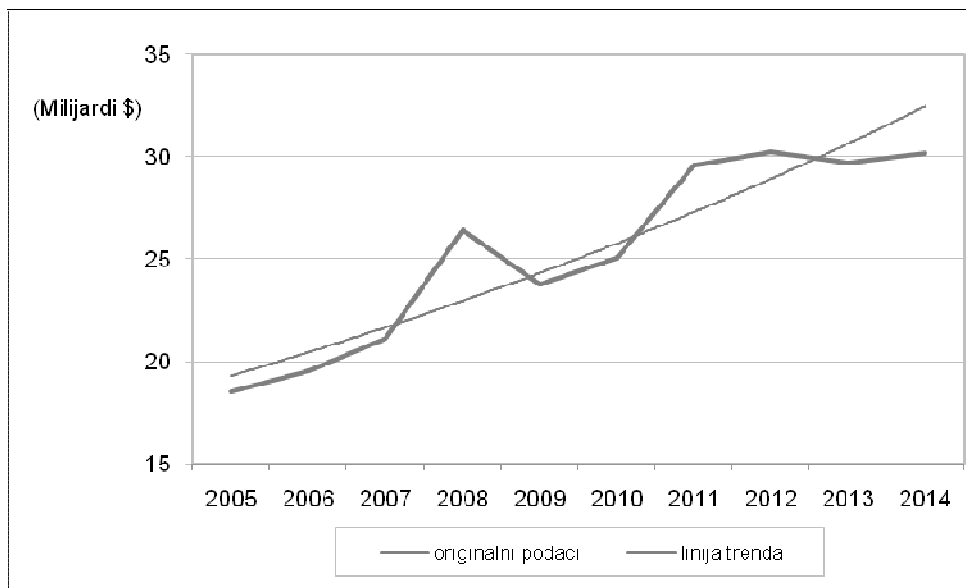
Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Sledeća zemlja prema značaju u razmerama svetskog uvoza svinjskog mesa je Italija na čije tržište se prosečno godišnje plasira 926 hiljada tona, što čini 10,3% svetskog uvoza. Uvoz je u analiziranom periodu imao tendenciju rasta po stopi od 1,42%, uz variranje u odnosu na prosečnu vrednost od 6,16%. Najveći uvoz ostvaren je u poslednjoj godini istraživanja kada je iznosio milion tona, dok su najmanje količine ostvarene 2008. godine kada je uvoz na ovo tržište iznosio 857 hiljada tona. Kada se posmatra struktura uvoza u Italiju može se videti se da su najveće količine plasirane sa tržišta Nemačke koje je imalo učešće od 31,7% (tabela 106, u prilogu rada), a zatim i sa tržišta Holandije (17,3%) i Francuske (14,0%).

Značajne svetske uvoznike svinjskog mesa predstavljaju i Japan, Ruska federacija, Poljska i Meksiko. Navedene zemlje u svetskom uvozu svinjskog mesa pojedinačno učestvuju u intervalu od 5,0% do 8,7%, odnosno količine koje se prosečno godišnje uvezu u ove zemlje kreću se u intervalu od 446 do 777 hiljada tona.

Vrednost uvoza svinjskog mesa u svetu prosečno je bila na nivou od 25,4 milijardi dolara. Uvoz je imao tendenciju rasta po stopi od 5,93% godišnje (grafikon 22), uz variranje u odnosu na prosečnu vrednost od 17,86%. Značajno je navesti da je u 2012. godini ostvarena najveća vrednost uvoza u toku celokupnog istraživanja, kada je iznosila 30,2 milijarde dolara, dok je najmanja vrednost uvoza ostvarena u prvoj godini istraživanja kada je bila na nivou od 18,6 milijardi dolara.

Grafikon 22. Kretanje uvoza svinjskog mesa u svetu (2005-2014), milijardi dolara



Ukoliko se posmatra uvoz svinjskog mesa po zemljama, može se izdvojiti nekoliko zemalja koje se ističu prema ostvarenoj vrednosti. Najveću vrednost uvoza svinjskog mesa u analiziranom periodu ostvario je Japan. Prosečan uvoz u ovu zemlju iznosio je 4,2 milijarde dolara i imao je tendenciju rasta po stopi od 2,48% godišnje (tabela 20). Značajno je navesti da je učešće Japana u ukupnoj vrednosti uvoza ove vrste mesa u svetu iznosilo 16,7%, dok su druge značajne zemlje uvoznice imale učešće manje od 10%. Najveća vrednost uvoza na tržište Japana bila je na nivou od 5,2 milijarde dolara i ostvarena je u 2011. godini, dok je najmanja vrednost koja je iznosila 3,3 milijarde dolara ostvarena 2006. godine.

Tabela 20. Zemlje sa najvećim uvozom svinjskog mesa u svetu (2005-2014), miliona USD

Zemlje koje uvozi svinjsko meso	Prosečna vrednost (mil USD)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	25.420	18.559	30.235	17,86	5,93	100,0%
Japan	4.238	3.299	5.225	14,78	2,48	16,7%
Italija	2.385	1.970	2.695	9,51	2,78	9,4%
Nemačka	2.251	2.045	2.457	6,81	1,40	8,9%
Ruska Federacija	1.811	819	2.461	26,61	6,46	7,1%
Poljska	1.174	345	1.722	44,93	19,64	4,6%
Velika Britanija	1.157	1.007	1.392	10,62	-0,89	4,6%
Francuska	1.046	730	1.253	15,96	5,35	4,1%
Sjedinjene Američke Države	970	761	1.461	22,00	4,79	3,8%
Koreja	890	591	1.438	30,18	6,11	3,5%
Meksiko	857	509	1.561	39,84	13,07	3,4%
Ostale zemlje	8.639	5.157	11.253	26,19	9,18	34,0%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

U strukturi vrednosti uvoza svinjskog mesa u Japan najveće učešće od 38,0% imaju Sjedinjene Američke Države (*tabela 96, u prilogu rada*), a sledi Kanada, sa učešćem od 21,6% i Danska koja u ukupnoj vrednosti uvoza učestvuje sa 18,5%. Iz navedenih zemalja se na tržište Japana uveze skoro 80% vrednosti ukupnog uvoza svinjskog mesa.

Prema vrednosti uvoza svinjskog mesa u svetu sledi Italija koja je u analiziranom periodu ostvarila prosečno 2,4 milijarde dolara godišnje. Uvoz u Italiju zabeležio je trend rasta po stopi od 2,78% godišnje, uz variranje ostvarenog rashoda od 9,51% u odnosu na prosečnu vrednost. Najmanju vrednost uvoza od 2,0 milijardi dolara Italija je ostvarila u prvoj godini istraživanja, dok je najveća vrednost, koja je iznosila 2,7 milijardi dolara ostvarena 2013. godine. U strukturi vrednosti uvoza svinjskog mesa u Italiju najveće učešće ima Nemačka koja je ukupnom uvozu učestvovala sa 33,1% (*tabela 97, u prilogu rada*), zatim sledi Holandija sa učešćem od 16,2% i Francuska koja je sa 13,5% učestvovala u ukupnoj vrednosti uvoza.

Značajne uvoznike predstavljaju i Nemačka, Ruska Federacija, Poljska i Velika Britanija koje u ukupnoj svetskoj vrednosti uvoza svinjskog mesa imaju pojedinačno učešće u intervalu od 4,6% do 8,9%, dok se vrednosti uvoza kreću u intervalu od 1,2 do 2,2 milijarde dolara. Ove zemlje, sa prethodno analiziranim Japanom i Italijom, imaju učešće od preko 50% u ukupnoj vrednosti svetskog uvoza svinjskog mesa.

Navedeno je da Poljska predstavlja značajnog uvoznika koji u ukupnom uvozu u svetu ima učešće od 4,6%. Međutim, u analiziranom periodu uvoz u ovu zemlju imao je tendenciju rasta po stopi od 19,64%, što ukazuje da Poljska predstavlja značajno tržište za plasman svinjskog mesa u budućem periodu.

7.4.3. Položaj Republike Srbije na tržištu svinjskog mesa

Radi stavljanja u promet svinjsko meso treba da ima sledeće karakteristike (Službeni list SFRJ, 2/85, 12/85 i 24/86):

Pod svinjskim trupom podrazumeva se trup zaklane svinje sa kožom bez dlaka ili bez kože i sa glavom, prednjim i zadnjim nogama, repom i trbušnim salom, bez unutrašnjih organa, ali sa bubrežima.

Pod svinjskom polutkom podrazumeva se uzdužno rasečen trup po sredini kičmenog stuba i glave. Kičmena moždina i mozak moraju biti izvađeni. Svinjska polutka koja se stavlja u promet na malo mora da bude bez glave, prednje i zadnje noge, kičmene moždine, bubrega, trbušnog sala, kože, potkožnog masnog tkiva i repa. Sloj potkožnog masnog tkiva koje ostaje na površini polutke ne sme biti veći od 5 mm, u proseku. Svinjska polutka može se stavlјati u promet i bez jednog ili više osnovnih delova, što mora biti deklarirano. U promet se mogu stavlјati i svinjske polutke sa kožom i potkožnim masnim tkivom, sa glavom ili bez glave, sa prednjim i zadnjim nogama.

Pod osnovnim delovima svinjske polutke, podrazumevaju se delovi dobijeni rasecanjem polutke, i to: but, slabina, leđa, plećka, vrat, grudi, rebra, trbušina, kolenica i podlaktica. Pod

svinjskim mesom, podrazumeva se skeletna muskulatura sa pripadajućim masnim i vezivnim tkivom, kostima i hrskavicom, krvnim i limfnim sudovima, limfnim čvorovima i živcima.

Pod jestivim delovima zaklanih svinja podrazumevaju se:

- 1) masno tkivo - slanina (potkožno masno tkivo), salo (naslage masnog tkiva u trbušnoj šupljini) i oporci (masno tkivo - creva);
- 2) unutrašnji organi ili iznutrice - mozak, jezik, srce, pluća, jetra, slezina, bubrezi, beli bubrezi (testisi), krv, delovi želuca i debelog creva, tanka creva prasadi;
- 3) ošurene glave - cele glave sa mozgom, jezikom i ušima, polovine glava sa kožom ili bez kože, mozgom, jezikom i ušima;
- 4) donji delovi prednjih i zadnjih nogu (bez dlaka i papaka), rep, koža i kosti za supu.

Svinjsko meso može se stavlјati u promet u trupovima, polutkama, osnovnim delovima polutke ili manjim komadima i kao meso bez kostiju, ohlađeno, zamrznuto i odmrznuto.

Pod ohlađenim svinjskim mesom podrazumeva se svinjsko meso u trupovima, polutkama, osnovnim delovima polutke ili manjim komadima, koje je neposredno posle klanja ohlađeno do temperature od najviše 4°C, merene pored kosti mesa ako je meso sa kostima ili u središnjem delu mesa bez kostiju i usitnjenog mesa.

Temperatura zamrznutog svinjskog mesa mora da iznosi najviše -12°C. Temperatura duboko zamrznutog svinjskog mesa mora da iznosi najviše -18°C. Temperatura odmrznutog svinjskog mesa posle odmrzavanja mora da iznosi više od -0,5°C.

Svinjsko meso u trupovima, svinjske polutke, osnovni delovi svinjske polutke i jestivi delovi zaklanih svinja, koji se stavlјaju u promet, moraju biti deklarirani. Deklaracija sadrži sledeće:

1) za trupove i polutke:

- tip i starosnu kategoriju svinje (polutke mesnatih svinja i sl.);
- firmu, odnosno naziv i sedište proizvođača;
- stepen ohlađenosti (ohlađeno, zamrznuto ili odmrznuto);
- način obrade (polutka bez kože, polutka bez rebara i sl.);
- datum klanja;

2) za osnovne delove polutke, svinjsko meso sečeno u manje komade razne veličine, usitnjeno meso i jestive delove koji se stavlјaju u promet na malo:

- firmu, odnosno naziv i sedište proizvođača;
- naziv osnovnog dela ili jestivog dela i kvalitetnu kategoriju mesa (svinjska plećka II kategorije) ili jestivog dela;
- neto-masu, datum pakovanja i rok upotrebe – za upakovano meso i jestive delove.

Svinje za klanje razvrstavaju se u sledeće kategorije:

- 1) prasad;
- 2) tovne svinje;
- 3) lake i teške svinje i svinje izlučene iz priploda;
- 4) nerastići.

Pod prasadima za klanje, podrazumeva se prasad oba pola, od 1,5 do 3 meseca, mase trupa od 5 kg do 20 kg. Prema rasnom poreklu, prasad za klanje dele se na:

- 1) prasad mesnatih svinja, sa debljinom slanine na grebenu do 15 mm;
- 2) prasad masnih svinja, sa debljinom slanine na grebenu većom od 15 mm.

Pod tovnim svinjama, podrazumevaju se svinje oba pola i svih tipova. Muška grla moraju biti kastrirana najkasnije na 30 dana pre dana klanja.

Prema debljini slanine na leđima, dužini trupa, masi polutki u kilogramima i prinosu mesa u polutkama (u kilogramima i procentima), utovljene svinje razvrstavaju se u mesnate svinje i masne svinje.

Pod mesnatim svinjama, podrazumevaju se svinje plemenitih mesnatih rasa, kao i njihovi melezi, čija masa toplog trupa ili polutki iznosi od 65 kg do 113 kg. Pod masnim svinjama, u smislu ovog pravilnika, podrazumevaju se domaće masne svinje i njihovi melezi, čija masa toplih polutki iznosi do 125 kg.

Mesnate svinje i njihovi melezi, sa masom polutki većom od 113 kg i zbirom slanine na leđima većim od 105 mm razvrstavaju se u masne svinje.

U lake i teške svinje i svinje izlučene iz priploda, podrazumevaju se:

- 1) lake svinje svih rasa i tipova koje u pogledu mase toplih polutki spadaju u svinje iz kategorije od 21,0 kg do 64,5 kg;
- 2) svinje iz tova mesnatog i masnog tipa, sa masom toplih polutki većom od 125 kg;
- 3) kastrirane krmače i nerasti, izvesno vreme dotovljavani;
- 4) krmače i nerasti izlučeni iz priploda, bez obzira na masu.

Pod nerastićima, podrazumevaju se muška nekastrirana grla mesnatih svinja, do 6 meseci, čija je masa u živom do 90 kg, a koji su iz bilo kojih razloga izlučeni iz priploda.

Svinjske polutke i osnovni delovi svinjske polutke koji se stavljaju u promet na malo obeležavaju se oznakom „K“, a polutke koje se upotrebljavaju za preradu - oznakom „P“.

Svinjsko meso stavlja se u promet kao prasetina (meso prasadi) i svinjetina (meso svinja). Prasetina koja se stavlja u promet mora da ispunjava sledeće uslove:

- 1) da je mišićno tkivo svetloružičaste boje i nežne strukture, a masno tkivo bele boje, svojstvene konzistencije;
- 2) da ne potiče od izrazito mršave i zakržljale prasadi;
- 3) da debljina potkožnog sloja masnog tkiva, merenog na grebenu, zajedno sa kožom, za mesnatu prasad iznosi do 15 mm, a za masnu prasad – više od 15 mm.

Ako se odmrznuta prasetina stavlja u promet u polutkama, svakoj polutki pripada polovina glave, kao i pripadajući bubreg i beli bubreg. Ako se odmrznuta prasetina stavlja u promet u četvrtinama, zadnjoj četvrtini dodaje se polovina glave.

Svinjetina koja se stavlja u promet mora da ispunjava sledeće uslove:

- 1) da je mišićno tkivo ružičaste do svetlocrvene boje, a masno tkivo bele boje;
- 2) da je mišićno tkivo svojstvene konzistencije;
- 3) da nema neprijatan niti strani miris;

4) da debljina ostavljenog sloja potkožnog masnog tkiva nije u proseku veća od 5 mm iznad površinskih mišića.

Prema količini i kvalitetu mesa pojedinih delova svinjske polutke, svinjetina se stavlja u promet kao: meso ekstrakategorije, meso I kategorije, meso II kategorije i meso III kategorije.

Pod mesom I kategorije podrazumeva se meso buta i slabine. Meso buta stavlja se u promet sa kostima ili bez kostiju. U sastavu slabine je i file. Ako se iz slabine izdvaja file, koji se označava kao meso ekstrakategorije, slabina se deklarira kao meso II kategorije. Meso slabine stavlja se u promet sa kostima, a file bez kostiju.

Pod mesom II kategorije podrazumeva se meso leđa, plećke i vrata. Meso leđa se stavlja u promet samo sa kostima. Meso plećke stavlja se u promet sa kostima ili bez kostiju. Meso vrata stavlja se u promet samo sa kostima.

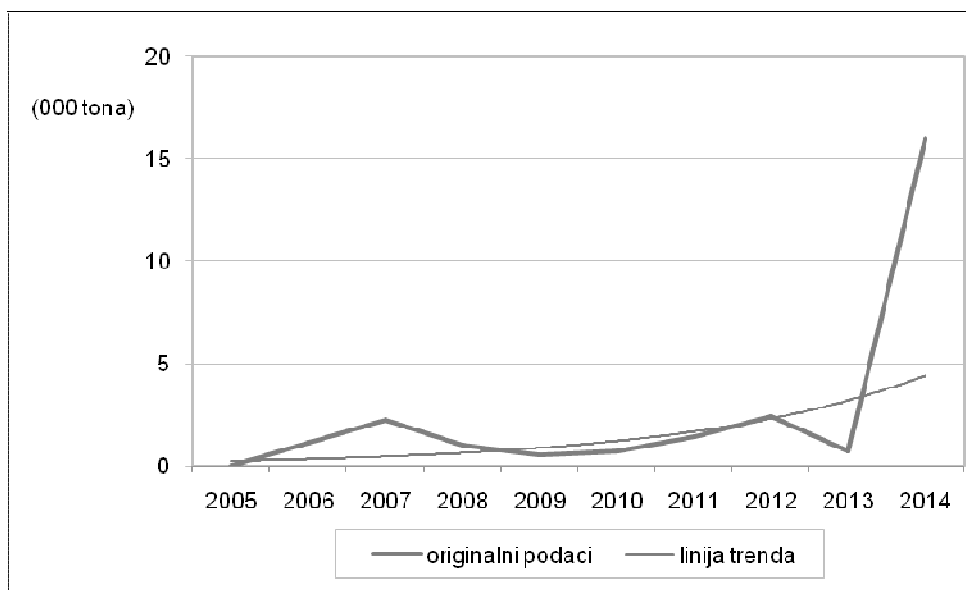
Pod mesom III kategorije podrazumeva se meso trbušine, rebara, grudi, kolenice i podlaktice. Meso trbušine stavlja se u promet samo bez kostiju. Meso rebara stavlja se u promet samo sa kostima. Meso kolenice i podlaktice stavlja se u promet sa kostima i bez kostiju. Svinjsko meso bez kostiju može se staviti u promet i kao mleveno.

Pod originalno upakovanim svinjskim mesom i jestivim delovima zaklanih svinja, podrazumevaju se svinjsko meso i jestivi delovi upakovani u plastične folije, kese za vakuum-pakovanje ili bez vakuuma, podmetače, posude sa prozirnim poklopcem ili na drugi način (u atmosferi inertnih gasova i sl.), koje otvara krajnji korisnik (potrošač). Jedno pakovanje svinjskog mesa mora da sadrži jednu kategoriju mesa. Prilikom stavljanja mesa u ambalažu za pakovanje treba voditi računa da kvalitet mesa na vidljivoj površini odgovara kvalitetu cele mase upakovanog mesa. Na deklaraciju za originalno upakovano svinjsko meso stavlja se rok upotrebe, koji određuje sam proizvođač.

Izvoz svinjskog mesa iz Republike Srbije u analiziranom periodu prosečno je iznosio 2.621 tonu i zabeležio je trend izraženog rasta po stopi od 38,37% godišnje (*grafikon 23*). Koficijent varijacije od 181,79% ukazuje da je izvoz bio izuzetno nestabilan i da je značajno varirao u odnosu na prosečnu vrednost. Navedena količina činila je 1,0% ukupne proizvodnje svinjskog mesa u zemlji. Najveće količine svinjskog mesa iz Republike Srbije izvezene su u poslednjoj godini istraživanja kada su bile na nivou od 16,017 tona, dok je najmanji izvoz ostvaren 2005. godine kada je iznosio svega 34 tone.

U analiziranom periodu ni sa jednom zemljom nije postignut kontinuitet izvoza, odnosno izvoz je u pojedinim godinama izostao. Prema količini izvoza svinjskog mesa iz Republike Srbije najznačajnija zemlja je Ruska Federacija. Prosečan izvoz u ovu zemlju iznosio je 1.731 tonu godišnje, što čini 66,0% ukupnog izvoza. U toku analiziranog perioda izvoz svinjskog mesa na tržište Ruske Federacije nije imao kontinuitet, odnosno evidentiran je samo u poslednje četiri godine istraživanja. Značajno je navesti da je najveći izvoz na ovo tržište ostvaren je poslednjoj godini istraživanja kada je iznosio 14.685 tona, dok je u 2011. godini, kada je i prvi put evidentiran, izvoz bio na nivou od 588 tona.

Grafikon 23. Kretanje izvoza svinjskog mesa iz Republike Srbije (2005-2014), 000 tona



Republika Srbija je u 2014. godini povećala svoje učešće u ukupnom uvozu svinjskog mesa u Rusku Federaciju sa prosečnih 0,1% na 4,0%. Đurić i Puškarić (2015) navode da osnovni razlog povećanja izvoza leži u činjenici da je Ruska Federacija u februaru 2014. godine uvela zabranu uvoza svinjskog mesa iz zemalja koje su bile njeni najveći snabdevači. Pre zabrane, uvoz iz Evropske unije obuhvatao je 60% ukupnog uvoza svinjskog mesa na ovo tržište. Republika Srbije je dobila mogućnost da poveća svoje izvozne kvote, a povećanje izvoza omogućeno je od strane Federalne službe za veterinu i fito-sanitarnu kontrolu, a licence za izvoz svinjskog mesa pored postojećih (“Yuhor“ i “Neoplanta”) dobila su još dva preduzeća (“Big Bull” i “Nedeljković”).

Tabela 21. Izvoz svinjskog mesa iz Republike Srbije (2005-2014), tona

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Srbije	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Srbija	2.621	34	16.017	181,79	38,37	100,0%
Ruska Federacija	1.731	0	14.685	*	*	66,0%
Crna Gora	499	0	1.574	*	*	19,0%
Makedonija	234	0	677	*	*	8,9%
Belorusija	86	0	856	*	*	3,3%
Kina	37	0	192	*	*	1,4%
Bosna i Hercegovina	22	0	79	*	*	0,8%
Honkong	4	0	23	*	*	0,2%
Holandija	2	0	24	*	*	0,1%
Bugarska	3	0	26	*	*	0,1%
Kipar	2	0	16	*	*	0,1%
Vijetnam	2	0	17	*	*	0,1%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Sledeća zemlja prema količini izvoza svinjskog mesa iz Republike Srbije je Crna Gora. Prosečan izvoz iznosio je 499 tona godišnje, što čini 19,0% ukupnog izvoza. U toku istraživanog perioda izvoz svinjskog mesa na tržište ove zemlje izostao je u 2005. godini. Međutim, to se može objasniti tadašnjim položajem Crne Gore, odnosno činjenicom da je u to vreme Crna Gora bila u zajednici sa Republikom Srbijom. Najveći izvoz ove svinjskog mesa na tržište Crne Gore ostvaren je 2007. godine, kada je iznosio 1.574 tone. Značajno je navesti da se izvoz u godinama koje su sledile kretao u intervalu od 224 do 680 tona.

Prema značaju u izvozu sledi Makedonija na čije je tržište prosečno izvezeno 234 tone svinjskog mesa, što čini učešće u ukupnom izvozu od 8,9%. Na značaj Ruske Federacije, Crne Gore i Makedonije ukazuje i podatak da je na ova tržišta u analiziranom periodu plasirano preko 90% ukupnog izvoza svinjskog mesa iz Republike Srbije.

U analiziranom periodu svinjsko meso iz Republike Srbije je na međunarodnom tržištu ostvarilo prosečnu cenu od 3,4 \$/kg, što je za 25,9% viša vrednost od prosečne cene koja je ostvarena u svetskom izvozu. Najviša cena ostvarena je u izvozu u Rusku Federaciju, a iznosila prosečno 3,6 \$/kg, odnosno bila je veća za 27,5% od prosečne cene po kilogramu koja je ostvarena u ukupnom izvozu u svetu (tabela 22).

Tabela 22. Izvozna cena svinjskog mesa iz Republike Srbije (2005-2014), \$/kg

	Izvozna cena (\$/kg)	Indeks svet=100%
Prosečna cena	3,4	100,0
Ruska Federacija	3,6	104,9
Crna Gora	3,4	98,1
Belorusija	3,4	99,3
Bosna i Hercegovina	2,9	85,6
Makedonija	2,5	72,9

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

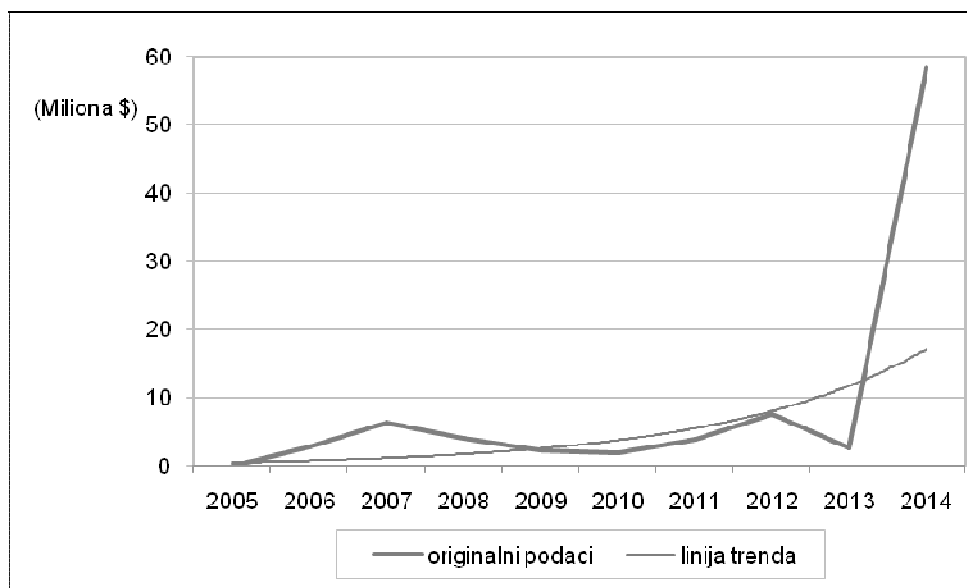
Prema visini cene slede Crna Gora i Belorusija na čijim tržištima je postignuta prosečna cena iznosila 3,4 \$/kg, dok su cene koje su ostvarene na tržištima Bosne i Hercegovine (2,9 \$/kg) i Makedonije (2,5 \$/kg) bile značajno manje od prosečne cene koja je ostvarena u izvozu svinjskog mesa iz Republike Srbije.

Izvozna cena svinjskog mesa iz Republike Srbije bila je značajno viša od prosečne cene koja je ostvarena u svetskom izvozu. Cena svinjskog mesa iz Republike Srbije viša je i u odnosu na cenu koju su u izvozu ostvarili vodeći izvoznici što ukazuje na nisku konkurentnost na međunarodnom tržištu.

Sveobuhvatni troškovi izvoza svinjskog mesa na tržište Ruske Federacije, kako navode Đurić i Puškarić (2015), smanjeni su za 30% u odnosu na period pre povećanja izvoza u 2014. godini. Najveći doprinos smanjenju troškova doprinele su povećane izvozne kvote i smanjenje uvoznih procedura od strane ruskih vlasti. Ovi faktori su takođe doprineli da proizvođačke cene svinjskog mesa brže reaguju na promene cena svinjskog mesa na ruskom tržištu, dok su do 2014. godine cene u Republici Srbiji uglavnom reagovala na promene cena na evropskom tržištu.

Vrednost izvoza svinjskog mesa u analiziranom periodu prosečno je iznosila 9,0 miliona dolara i imao je tendenciju izraženog rasta po stopi od 45,52% godišnje (grafikon 24). Izvoz, posmatrano sa aspekta vrednosti, nije imao kontinuiranu dinamiku, odnosno značajno je varirao u odnosu na prosečnu vrednost. Na navedeno ukazuje koeficijent varijacije koji je u analiziranom periodu bio na nivou od 193,62%. Najmanja vrednost izvoza, koja je iznosila svega 60 hiljada dolara, ostvarena je 2005. godine. U godinama koje su sledile izvoz je značajno povećan, da bi u poslednjoj godini istraživanja dostigao vrednost od 58,3 miliona dolara, što je direktna posledica zabrane uvoza svinjskog mesa u 2014. godini iz zemalja koje su bile njeni najveći snabdevači, prvenstveno Evropske unije koja je činila 60% ukupnog uvoza svinjskog mesa na tržište Ruske Federacije, a zatim i povećanja izvozne kvote Republici Srbiji.

Grafikon 24. Kretanje izvoza svinjskog mesa iz Republike Srbije (2005-2014), miliona dolara



Prema vrednosti izvoza najznačajnija zemlja je Ruska Federacija u koju je u analiziranom periodu svinjsko meso izvezeno u prosečnoj vrednosti od 6,2 miliona dolara, što čini 69,3% ukupne vrednosti izvoza (tabela 23). Izvoz u Rusku Federaciju evidentiran je samo od 2011. do 2014. godine i varirao je u intervalu od 510 hiljada dolara do 53,7 miliona dolara koliko je ostvareno u poslednjoj godini istraživanja.

Tabela 23. Izvoz svinjskog mesa iz Republike Srbije (2005-2014), 000 USD

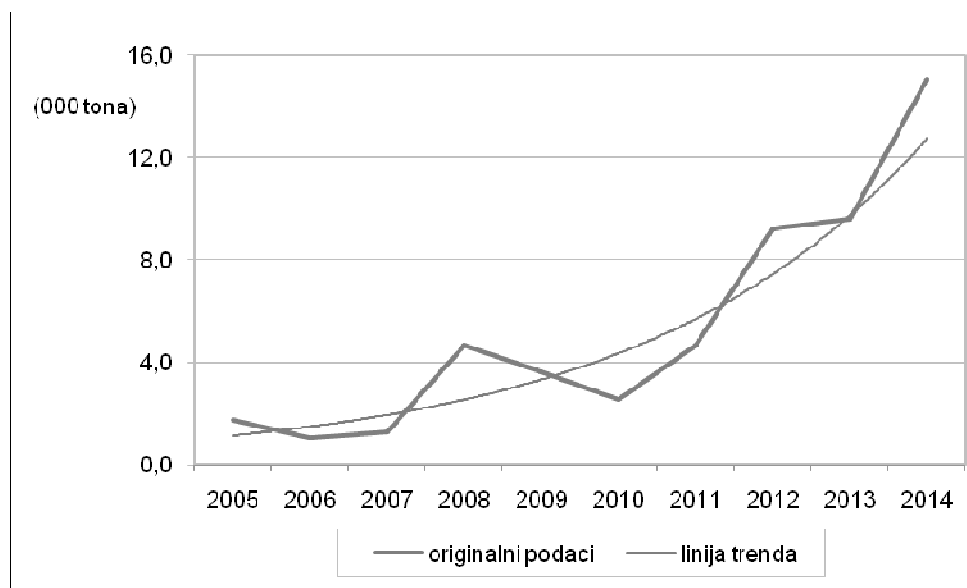
Struktura izvoza svinjskog mesa iz Srbije	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Srbija	9.016	60	58.321	193,62	45,52	100,0%
Ruska Federacija	6.245	0	53.704	*	*	69,3%
Crna Gora	1.704	0	4.408	*	*	18,9%
Makedonija	690	0	1.893	*	*	7,7%
Belorusija	289	0	2.888	*	*	3,2%
Bosna i Hercegovina	55	0	162	*	*	0,6%
Kina	24	0	140	*	*	0,3%
Holandija	2	0	20	*	*	0,0%
Bugarska	1	0	6	*	*	0,0%
Kipar	1	0	7	*	*	0,0%
Honkong	4	0	26	*	*	0,0%
Vijetnam	2	0	15	*	*	0,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
 *zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Sledeća najznačajnija zemlja prema vrednosti izvoza iz Republike Srbije je Crna Gora na čije tržište je u analiziranom periodu prosečno izvezeno 1,7 miliona dolara, što čini 18,9% ukupne vrednosti izvoza. Najveća vrednost izvoza ostvarena je 2007. godine kada je iznosila 4,4 miliona dolara. U godinama koje su sledile vrednost izvoza ove vrste mesa je varirala, da bi u poslednjoj godini istraživanja iznosila 1,4 miliona dolara. Vrednost izvoza u Makedoniju bila je na prosečnom nivou od 690 hiljada dolara. Najveća vrednost izvoza ostvarena je 2007. godine kada je ostvareno 1,9 miliona dolara, sto je činilo 7,7% ukupne vrednosti izvoza svinjskog mesa iz Republike Srbije.

Uvoz svinjskog mesa u Republiku Srbiju u analiziranom periodu iznosio je prosečno 5.345 tona i imao je tendenciju izraženog rasta po stopi od 30,86% godišnje (grafikon 25). Koeficijent varijacije od 85,35% ukazuje na značajna variranja uvezenih količina u odnosu na prosečnu vrednost tokom analiziranog perioda. Najveći uvoz ostvaren je u poslednjoj godini istraživanja kada je bio na nivou od 15.065 tona, dok je najmanja količina u uvozu (1.033 tona) ostvarena 2006. godine. Rast uvoza svinjskog mesa, koji je bio najizraženiji u poslednje tri godine analiziranog perioda, prouzrokovan je porastom uvoza iz Španije, Mađarske i Nemačke.

Grafikon 25. Kretanje uvoza svinjskog mesa u Republiku Srbiju (2005-2014), 000 tona



Najveći uvoznik svinjskog mesa u Republiku Srbiju je Španija. U analiziranom periodu prosečno je uvezeno 2.050 tona, što čini 38,4% ukupnog uvoza ove vrste mesa (tabela 24). Uvoz iz Španije zabeležio je tendenciju izraženog rasta po stopi od 69,09% godišnje, uz variranje količina u odnosu na prosečnu vrednost od 135,17%. Najmanje količine Španija je plasirala na tržište Republike Srbije 2005. godine, kada je uvoz iznosio svega 68 tona. U godinama koje su sledile uvoz iz Španije se povećavao, da bi u poslednjoj godini analiziranog perioda bio na nivou od 8.358 tona. Značajno je navesti da je uvoz iz Španije u poslednjoj godini istraživanja iznosio preko polovine (55,5%) ukupnog uvoza svinjskog mesa na tržište Republike Srbije.

Tabela 24. Uvoz svinjskog mesa u Republiku Srbiju (2005-2014), tona

Struktura uvoza svinjskog mesa u Srbiju	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Srbija	5.345	1.033	15.065	85,35	30,86	100,0%
Španija	2.050	68	8.358	135,17	69,09	38,4%
Mađarska	967	117	2.389	85,06	37,35	18,1%
Nemačka	927	262	2.347	73,86	18,38	17,4%
Holandija	281	16	838	92,65	24,15	5,3%
Danska	203	0	486	*	*	3,8%
Italija	172	0	503	*	*	3,2%
Francuska	153	0	698	*	*	2,9%
Makedonija	125	0	760	*	*	2,3%
Austrija	109	20	289	93,29	18,14	2,0%
Kipar	99	0	350	*	*	1,9%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

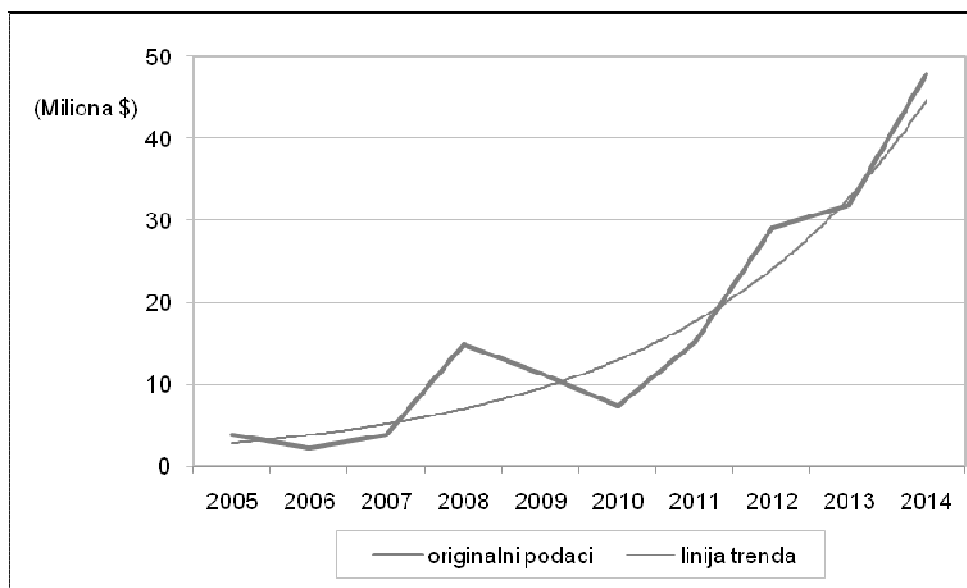
*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Prema značaju sledeća zemlja je Mađarska, iz koje je u analiziranom periodu prosečno uvezeno 967 hiljada tona, što čini 18,1% ukupnog uvoza svinjskog mesa u Republiku Srbiju. Uvoz iz Mađarske zabeležio je izražen rast po stopi od 37,35% godišnje, uz variranje količina u odnosu na prosečnu vrednost od 85,06%. Najmanji uvoz iz ove zemlje ostvaren je 2006. godine kada je iznosio 117 tona, dok je najveća količina svinjskog mesa na tržište Republike Srbije uvezena u poslednjoj godini istraživanja kada je uvoz bio na nivou od 2.389 tona. Uvoz svinjskog mesa iz Nemačke iznosio je 927 tona, odnosno 17,4% ukupnog uvoza ove vrste mesa u Republiku Srbiju. Imao je tendenciju rasta po stopi od 18,38%, a količine u uvozu varirale su 73,86% u odnosu na prosečnu vrednost. Najveći uvoz svinjskog mesa iz ove zemlje iznosio je 2.347 tona i takođe je, kao i u slučaju prethodno navedenih zemalja, ostvaren u poslednjoj godini analiziranog perioda.

O značaju Španije, Mađarske i Nemačke ukazuje i podatak da se u poslednje tri godine analiziranog perioda (2012-2014) njihovo učešće kretalo u intervalu od 71,8 do 91,9% ukupnog uvoza svinjskog mesa u Republiku Srbiju.

Vrednost uvoza svinjskog mesa u Republiku Srbiju prosečno je iznosila 16,7 miliona dolara i imala je tendenciju izraženog rasta po stopi od 36,38% godišnje (*grafikon 26*), dok koeficijent varijacije od 89,44% ukazuje na značajna variranja vrednosti uvoza tokom analiziranog perioda. Značajno je navesti da je u poslednjoj godini istraživanja ostvarena najveća vrednost uvoza, koja je iznosila 47,9 miliona dolara, dok je najmanja vrednost uvoza ostvarena je 2006. godine, kada je bila na nivou od 2,2 miliona dolara.

Grafikon 26. Kretanje uvoza svinjskog mesa u Republiku Srbiju (2005-2014), 000 tona



Zemlja iz koje je uvezena najveća vrednost svinjskog mesa u analiziranom periodu je Španija. Prosečan uvoz iz ove zemlje bio je na nivou od 7,0 miliona dolara, odnosno 41,9% ukupnog uvoza u Republiku Srbiju (*tabela 25*). Izvoz je zabeležio tendenciju izraženog rasta po stopi od 74,76%, uz značajno variranje u odnosu na prosečnu vrednost od 136,78%. Najmanja

vrednost uvoza svinjskog mesa iz Španije iznosila je 154 hiljade dolara, a ostvarena je 2005. godine, dok je najveća vrednost uvoza bila nivou od 28,8 miliona dolara i ostvarena je u poslednjoj godini istraživanja. Značajno je navesti da je uvoz iz Španije u poslednjoj godini istraživanja iznosio 60% ukupne vrednosti uvoza svinjskog mesa u Republiku Srbiju.

Tabela 25. Uvoz svinjskog mesa u Republiku Srbiju (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza svinjskog mesa u Srbiju	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Srbija	16.748	2.199	47.912	89,44	36,38	100,0%
Španija	7.022	154	28.801	136,78	74,76	41,9%
Mađarska	3.005	248	7.211	85,77	41,55	17,9%
Nemačka	2.612	401	6.539	76,85	23,62	15,6%
Holandija	820	38	2.504	96,89	30,62	4,9%
Danska	637	0	1.474	*	*	3,8%
Italija	443	0	1.382	*	*	2,6%
Francuska	439	0	1.587	*	*	2,6%
Makedonija	425	0	2.751	*	*	2,5%
Belgija	316	0	1.220	*	*	1,9%
Austrija	312	49	780	91,19	19,40	1,9%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Prema vrednosti uvoza svinjskog mesa sledi Mađarska iz koje je u analiziranom periodu uvezeno prosečno 3,0 miliona dolara. Uvoz u ovu zemlju zabeležio je izraženi rast po stopi od 41,55% godišnje, uz variranje od 85,77% u odnosu na prosečnu vrednost. Najmanju vrednost uvoza od 248 hiljada dolara Mađarska je ostvarila 2006. godine, dok je najveća vrednost, koja je iznosila 7,2 miliona dolara ostvarena u poslednjoj godini istraživanja.

Uvoz iz Nemačke bio je na prosečnom nivou od 2,6 miliona dolarai imao je tendenciju rasta po stopi od 15,6% godišnje. Najmanja vrednost uvoza iznosila je 401 hiljadu dolara i ostvarena je 2006. godine, dok je najveća vrednost uvoza ostvarena u poslednjoj godini istraživanja kada je iznosila 6,5 miliona dolara.

Kada se analizira vrednost uvoza svinjskog mesa iz najznačajnijih zemalja (Španija, Mađarska i Nemačka) može se uočiti da njihovo zajedničko učešće u celokupnom istraživanje iznosi 75% ukupnog uvoza svinjskog mesa u Republiku Srbiju, a da je do rasta učešća posebno izražen u poslednje tri godine analiziranog perioda.

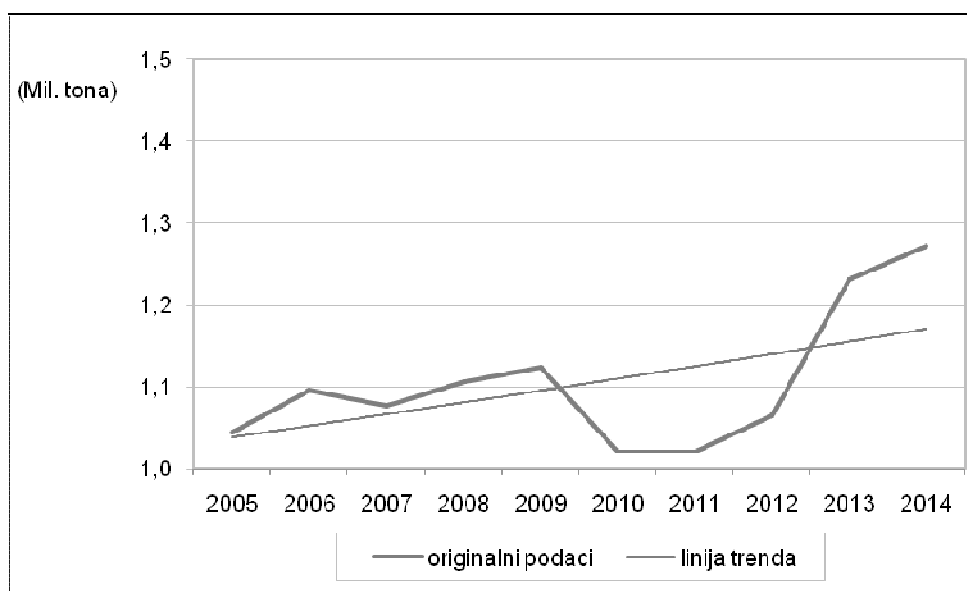
U spoljnotrgovinskoj razmeni svinjskog mesa Republika Srbija je ostvarila negativan bilans, odnosno izvoz je bio za 2.724 tone manji od količina koje su uvezene u analiziranom periodu.

7.5. SPOLJNOTRGOVINSKA RAZMENA OVČIJEG I KOZIJEG MESA

7.5.1. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa u svetu

Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa u svetu iznosio je prosečno 1,1 miliona tona, što čini 8,2% ukupne svetske proizvodnje ove vrste mesa. U analiziranom periodu zabeležio je tendenciju rasta po stopi od 1,34% godišnje, uz variranje u odnosu na prosečnu vrednost od 7,66% (grafikon 26). Značajno je navesti da je najveći izvoz ostvaren u poslednjoj godini istraživanja, kada je iznosio 1,3 miliona tona, dok je najmanji izvoz ostvaren 2011. godine kada je iznosio milion tona.

Grafikon 26. Kretanje izvoza ovčijeg i kozijeg mesa u svetu (2005-2014), miliona tona



Prema količini ovčijeg i kozijeg mesa u izvozu najznačajniji je Novi Zeland. Izvoz iz ove zemlje bio je na prosečnom nivou od 393 hiljade tona, sa tendencijom pada po stopi od 0,15% godišnje. Učešće Novog Zelanda u ukupnom svetskom izvozu ovčijeg i kozijeg mesa je 35,5%, a koeficijent varijacije od 7,86% ukazuje na stabilnost izvezenih količina tokom analiziranog perioda (tabela 26). Najveći izvoz iz ove zemlje ostvaren je 2008. godine kada je izvezeno 442 hiljade tona, dok su najmanje količine izvezene 2011. godine, kada je na svetskom tržištu plasirano 348 hiljada tona.

U strukturi izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Novog Zelanda najveće učešće ima Velika Britanija koja je ukupnom izvozu učestvovala sa 20,2% (tabela 127, u prilogu rada). Slede Kina sa učešćem od 15,5% i Nemačka i Francuska koje su sa po 6,5% učestvovala u ukupnom izvozu iz Novog Zelanda.

Tabela 26. Zemlje sa najvećim izvozom ovčijeg i kozijeg mesa u svetu (2005-2014), 000 tona

Zemlje koje izvoze ovčije i kozije meso	Prosečna vrednost (000 t)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	1.105	1.020	1.272	7,66	1,34	100,0%
Novi Zeland	393	348	442	7,86	-0,15	35,5%
Australija	356	294	498	18,69	3,60	32,2%
Velika Britanija	93	70	104	10,88	2,64	8,4%
Irska	44	35	55	14,83	-3,23	4,0%
Španija	26	18	33	21,81	5,94	2,4%
Indija	19	7	67	95,07	11,73	1,7%
Holandija	16	6	25	41,80	15,59	1,5%
Urugvaj	17	11	25	23,09	1,65	1,5%
Etiopija	10	4	15	41,27	13,13	0,9%
Pakistan	10	5	17	40,08	11,73	0,9%
Ostale zemlje	122	91	150	19,29	-5,24	11,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Posmatrano prema količini izvoza druga zemlja prema značaju je Australija iz koje je u analiziranom periodu prosečno izvezeno 356 hiljada tona, što čini 32,2% ukupnog svetskog izvoza ovčijeg i kozijeg mesa. Izvoz iz ove zemlje imao je tendenciju rasta po stopi od 3,60% godišnje, uz variranje količina u odnosu na prosečnu vrednost od 18,69%. Najmanji izvoz iz Australije ostvaren je 2010. godine kada je iznosio 294 hiljada tona, dok je najveći izvoz, koji je iznosio 498 hiljada tona, ostvaren je u poslednjoj godini istraživanja. Kada se analizira struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Australije može se uočiti da je najveći izvoz ostvaren plasmanom na tržište Sjedinjenih Američkih Država (*tabela 126, u prilogu rada*) koje je imalo prosečno učešće od 18,5%, a sledi tržište Kine sa učešćem od 13,1% i tržište Ujedinjenih Arapskih Emirata koje je sa 6,6% učestvovalo u ukupnom izvozu iz Australije.

Na značaj Novog Zelanda i Australije ukazuje i podatak da se iz ovih zemalja izveze više od dve trećine ukupnih količina ovčijeg i kozijeg mesa u svetu. Značajne izvoznike predstavljaju i Velika Britanija, Irska i Španija, koje u ukupnom izvozu ove vrste mesa pojedinačno učestvuju u intervalu od 2,4% do 8,4%. Navedene zemlje, sa Novim Zelandom i Australijom, učestvuju sa preko 80% u ukupnoj vrednosti izvoza ovčijeg i kozijeg mesa u svetu.

U analiziranom periodu cena ovčijeg i kozijeg mesa na svetskom tržištu prosečno je iznosila 4,9 \$/kg (*tabela 27*). Najveću izvoznju cenu ostvarila je Holandija, a u analiziranom periodu izvozna cena prosečno je iznosila 8,7 \$/kg, odnosno bila je veća za 78,0% od prosečne cene po kilogramu koja je ostvarena u svetskom izvozu.

Prema visini cene koja je ostvarena u izvozu ovčijeg i goveđeg mesa u svetu sledi Irska sa 5,6 \$/kg, Velika Britanija sa 5,5 \$/kg, Novi Zeland sa 5,1 \$/kg i Australija sa prosečnom cenom od 5,1 \$/kg. Značajno je navesti da su u izvozu, osim u slučaju Australije, ostvarene više cene u odnosu na prosečnu cenu koja je ostvarena u ukupnom izvozu u svetu.

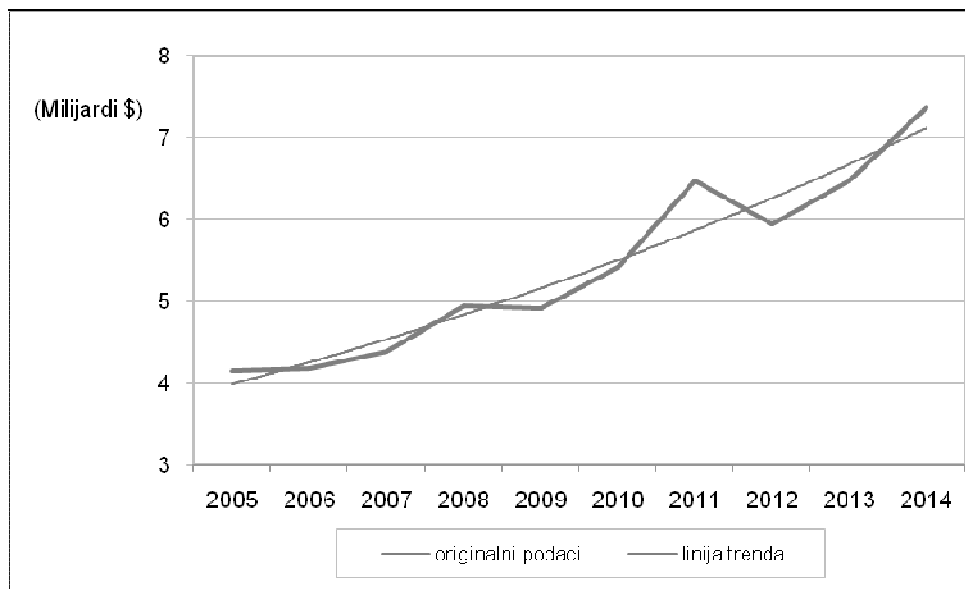
Tabela 27. Izvozna cena ovčijeg i kozijeg mesa u svetu (2005-2014), \$/kg

	Izvozna cena (\$/kg)	Indeks svet=100%
Svet	4,9	100,0
Holandija	8,7	178,0
Irska	5,6	113,9
Velika Britanija	5,5	112,7
Novi Zeland	5,1	103,7
Australija	4,2	85,3

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Vrednost izvoza ovčijeg i kozijeg mesa u svetu prosečno je iznosila 5,4 milijardi dolara i imala je tendenciju rasta po stopi od 6,67% godišnje (grafikon 27), uz variranje u odnosu na prosečnu vrednost od 20,37%. Najmanji izvoz ove vrste mesa u svetu ostvaren je u prvoj godini istraživanja, odnosno 2005. godine, kada je bio na nivou od 4,1 milijardi dolara, dok je najveći izvoz ostvaren u poslednjoj godini analiziranog perioda kada je iznosio 7,4 milijardi dolara.

Grafikon 27. Kretanje izvoza ovčijeg i kozijeg mesa u svetu (2005-2014), milijardi USD



Ukoliko se izvoz ovčijeg i kozijeg mesa posmatra prema vrednosti, mogu se izdvojiti zemlje koje su intenzivno zastupljene prema ostvarenom prihodu (tabela 28). Najveću vrednost izvoza u svetu ostvario je Novi Zeland, iz kog je u analiziranom periodu izvezeno meso u prosečnoj vrednosti od 2,0 milijarde dolara, odnosno 36,8% vrednosti ukupnog svetskog izvoza. Vrednost izvoza iz ove zemlje imala je rast po stopi od 4,94% godišnje, uz variranje ostvarenog prihoda u odnosu na prosečnu vrednost od 15,92%.

Najveći prihod od izvoza ovčijeg i kozijeg mesa, u vrednosti od 2.5 milijardi dolara, Novi Zeland je ostvario u poslednjoj godini analiziranog perioda, dok je najmanju vrednost ostvario 2006. godine kada je izvoz bio na nivou od 1,5 milijardi dolara. U strukturi vrednosti izvoza ove vrste mesa iz Novog Zelanda najveće učešće ima Velika Britanija koja je ukupnom izvozu učestvovala sa 21,6% (*tabela 116, u prilogu rada*). Slede Nemačka sa učešćem od 10,7% i Kina koja je sa 10,0% učestvovala u ukupnoj vrednosti izvoza.

Tabela 28. Zemlje sa najvećim izvozom ovčijeg i kozijeg mesa u svetu (2005-2014), miliona USD

Zemlje koje izvoze ovčije i kozije meso	Prosečna vrednost (mil USD)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	5.421	4.147.206	7.365	20,37	6,67	100,0%
Novi Zeland	1.997	1.555	2.540	15,92	4,94	36,8%
Australija	1.487	981	2.534	33,86	10,69	27,4%
Engleska	512	371	635	18,10	5,68	9,4%
Irska	248	214	293	9,86	2,07	4,6%
Belgija	160	101	237	27,16	-7,33	3,0%
Holandija	143	48	244	57,29	21,10	2,6%
Španija	132	84	177	26,47	8,39	2,4%
Indija	73	15	132	74,58	23,57	1,4%
Urugvaj	71	37	98	28,51	10,10	1,3%
Etiopija	42	13	77	62,90	24,74	0,8%
Ostale zemlje	555	462	724	16,55	2,97	10,2%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Prema značaju u svetskom izvozu ovčijeg i kozijeg mesa sledeća zemlja je Australija. Izvoz iz Australije prosečno je iznosio 1,5 milijardi dolara i zabeležio je izražen trend rasta po stopi od 10,69% godišnje. U prvoj godini analiziranog perioda vrednost izvoza je iznosila 980 miliona dolara da bi u poslednjoj godini istraživanja vrednost bila višestruko veća kada je bila na nivou od 2,5 milijarde dolara.

U strukturi izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Australije najznačajniju poziciju imaju Sjedinjene Američke Države u koje se izveze 26,0% ukupne vrednosti izvoza (*tabela 117, u prilogu rada*). Slede Kina sa učešćem od 8,7% i Ujedinjeni Arapski Emirati koji u ukupnom prihodu od izvoza imaju učešće od 7,0%.

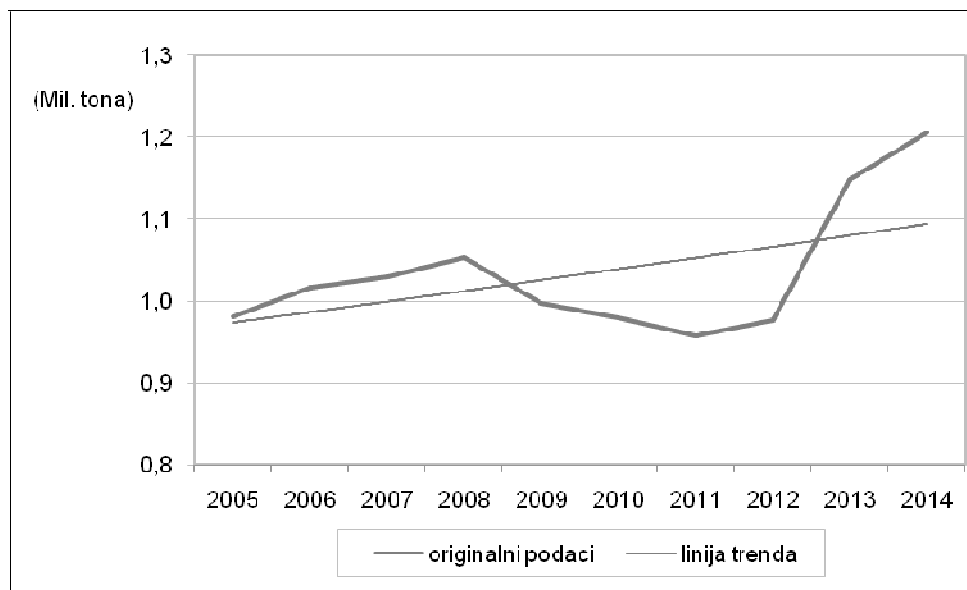
Posmatrano prema vrednosti značajne izvoznike predstavljaju i Velika Britanija, Irska, Belgija i Holandija koje u ukupnoj svetskoj vrednosti izvoza ovčijeg i kozijeg mesa pojedinačno učestvuju u intervalu od 2,6% do 9,4%, odnosno prosečne vrednosti izvoza su intervalu od 143 do 512 miliona dolara.

7.5.2. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u svetu

U analiziranom periodu uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u svetu prosečno je iznosio milion tona, odnosno 11,6% ukupnog uvoza, i imao je tendenciju rasta po stopi od 1,31% godišnje.

Količine ove vrste mesa u uvozu varirale su 7,88% u odnosu na prosečnu vrednost (grafikon 28). Najveći uvoz ostvaren je u poslednjoj godini istraživanja kada je iznosio 1,2 miliona tona, dok je najmanja količina u uvozu, koja je bila na nivou 956 hiljada tona, ostvarena 2011. godine.

Grafikon 28. Kretanje uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u svetu (2005-2014), miliona tona



Najveći uvoznik ovčijeg i kozijeg mesa u svetu je Francuska na čijem tržištu je u analiziranom periodu plasirano prosečno 120 hiljada tona, što čini 11,6% ukupnog svetskog uvoza. Uvoz u Francusku imao je tendenciju pada po stopi od 3,67% godišnje, uz variranje količina u odnosu na prosečnu vrednost od 11,57%. Najveći uvoz Francuska je ostvarila 2006. godine kada je iznosio 138 hiljada tona, dok je najmanji uvoz, koji je iznosio 102 hiljade tona, ostvaren u poslednjoj godini analiziranog perioda.

U strukturi uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Francusku najveće učešće ima Velika Britanija koja je ukupnom uvozu učestvovala sa 43,4% (tabela 147, u prilogu rada). Slede Novi Zeland sa učešćem od 21,5% i Irska koja je sa 19,1% učestvovala u ukupnom uvozu. Iz navedenih zemalja na tržište Francuske uveze se preko 80% ukupnih količina ovčijeg i kozijeg mesa.

Prema značaju u svetskom uvozu ovčijeg i kozijeg mesa sledeća zemlja je Kina. U analiziranom periodu prosečno je na ovo tržište uvezeno 105 hiljada tona, što čini 10,2% ukupnog svetskog uvoza. Uvoz u Kinu zabeležio je izražen rast po stopi od 25,07% godišnje, a na nestabilnost uvezenih količina ukazuje koeficijent varijacije od 86,44%. Najmanji uvoz ostvaren je 2006. godine, kada je iznosio 37 hiljada tona, da bi posle rasta u godinama koje su sledile najveća količina, koja je iznosila 283 hiljade tona, bila ostvarena u poslednjoj godini istraživanja. Kada se analizira struktura uvoza može se uočiti da je najveća količina ovčijeg i kozijeg mesa na tržište Kine uvezena je iz Novog Zelanda koji je u ukupnom uvozu učestvovao sa 55,7% (tabela 146, u prilogu rada). Slede Australija, koja je imala učešće od

41,7%, i Urugvaj koji je u uvozu učestvovao sa 2,6%. Značajno je navesti da je iz navedenih zemalja u analiziranom periodu plasiran celokupan uvoz ovčijeg i kozijeg mesa na tržište Kine.

Tabela 23. Zemlje sa najvećim uvozom ovčijeg i kozijeg mesa u svetu (2005-2014), 000 tona

Zemlje koje uvoze ovčije i kozije meso	Prosečna vrednost (000 t)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	1.034	957	1.206	7,88	1,31	100,0%
Francuska	120	102	138	11,57	-3,67	11,6%
Kina	105	37	283	86,44	25,07	10,2%
Velika Britanija	104	89	116	11,24	-2,96	10,1%
Sjedinjene Američke Države	87	78	98	7,62	-0,26	8,4%
Nemačka	37	32	41	8,78	-2,06	3,5%
Belgija	32	22	42	24,53	-7,53	3,1%
Italija	27	24	31	8,04	-2,23	2,6%
Malezija	20	15	31	24,27	6,81	2,0%
Jordan	18	12	28	32,21	10,36	1,8%
Holandija	17	8	27	45,20	16,25	1,7%
Ostale zemlje	466	437	510	5,69	-1,10	45,1%

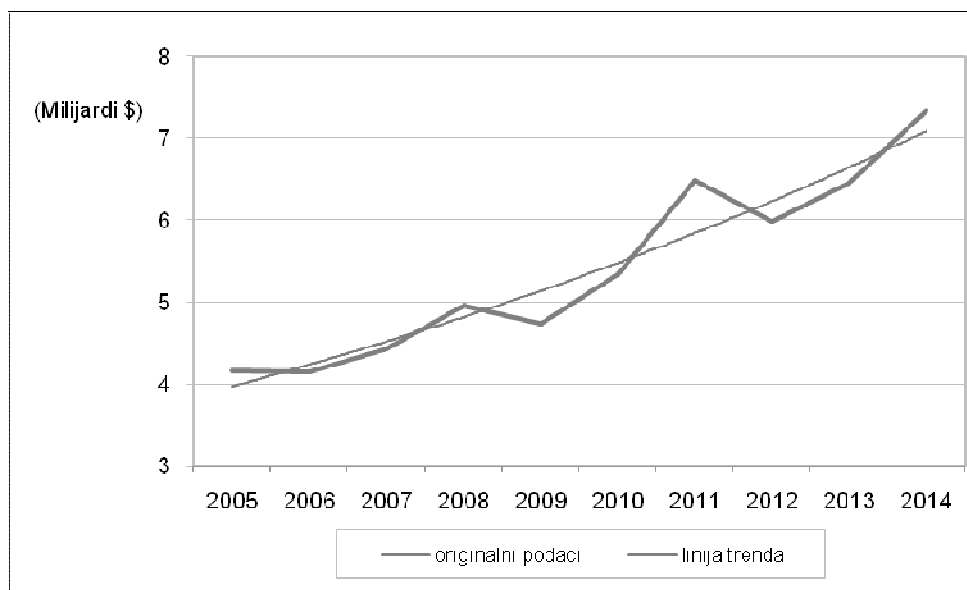
Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Značajne svetske uvoznike predstavljaju i Velika Britanija i Sjedinjene Američke koje u svetskom uvozu goveđeg mesa pojedinačno učestvuju sa 10,1% i 8,4%, odnosno količine koje se prosečno godišnje uvezu u ove zemlje iznose 87 i 104 hiljade tona.

Vrednost uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u svetu prosečno je bila na nivou od 5,4 milijardi dolara i imala je tendenciju rasta po stopi od 6,66% godišnje (*grafikon 29*). Koeficijent varijacije od 20,54% ukazuje na značajna variranja vrednosti uvoza tokom analiziranog perioda. Najmanja vrednost uvoza ostvarena je 2006. godine, kada je bila na nivou od 4,1 milijardi dolara, dok je najveća vrednost uvoza, koja je iznosila 7,4 milijardi dolara ostvarena u poslednjoj godini istraživanja.

Prema vrednosti uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u svetu najznačajnija zemlja je Francuska. Prosečan uvoz u ovu zemlju iznosio je 713 miliona dolara i imao je tendenciju rasta po stopi od 0,16% godišnje (*tabela 24*). Učešće Francuske u ukupnoj vrednosti uvoza ove vrste mesa u svetu iznosilo je 13,2%. Najmanja vrednost uvoza bila je na nivou od 669 miliona dolara a ostvarena je 2005. godine, dok je najveća vrednost na tržište Francuske iznosila 794 miliona dolara i ostvarena je 2008. godine.

Grafikon 29. Kretanje uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u svetu (2005-2014), milijardi dolara



U strukturi vrednosti uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Francusku najveće učešće od 41,6% imala je Velika Britanija (tabela 138, u prilogu rada), a slede Novi Zeland sa učešćem od 24,8% i Irska koja u ukupnoj vrednosti uvoza učestvuje sa 18,7%. Iz navedenih zemalja uveze se 85% vrednosti ukupnog uvoza ove vrste mesa na tržište Francuske.

Tabela 24. Zemlje sa najvećim uvozom ovčijeg i kozijeg mesa u svetu (2005-2014), miliona USD

Zemlje koje uvoze ovčije i kozije meso	Prosečna vrednost (mil USD)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	5.401	4.151	7.339	20,54	6,66	100,0%
Francuska	713	669	794	6,27	0,16	13,2%
Sjedinjene Američke Države	599	489	799	19,10	5,25	11,1%
Velika Britanija	593	525	672	8,20	2,22	11,0%
Kina	337	50	1.132	116,16	43,23	6,2%
Nemačka	331	289	470	15,91	1,94	6,1%
Belgija	281	217	365	16,56	-4,11	5,2%
Italija	174	163	199	6,48	-0,25	3,2%
Holandija	157	74	283	55,53	18,38	2,9%
Japan	136	109	162	14,45	0,50	2,5%
Kanada	127	96	165	18,96	5,77	2,3%
Ostale zemlje	1.952	1.272	2.719	26,51	9,20	36,1%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Prema značaju u ukupnoj vrednosti uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u svetu slede Sjedinjene Američke Države koje su u analiziranom periodu ostvarile 599 miliona dolara, što čini učešće od 11,1%. Uvoz je zabeležio rast po stopi od 5,25% godišnje, uz variranje ostvarenog rashoda od 19,10% u odnosu na prosečnu vrednost. Najmanja vrednost uvoza od 489 miliona dolara

ostvarena je 2009. godine, dok je najveća vrednost, koja je iznosila 799 miliona dolara, ostvarena u poslednjoj godini analiziranog perioda. U strukturi vrednosti uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Sjedinjene Američke Države najveće učešće ima Australija koja je ukupnom uvozu učestvovala sa 68,8% (*tabela 137, u prilogu rada*) i Novi Zeland koji je sa 30,7% učestvovao u ukupnoj vrednosti uvoza. Značajno je navesti da je iz Australije i Novog Zelanda u analiziranom periodu plasirano 99,5% ukupnog uvoza ovčijeg i kozijeg mesa na tržište Kine.

Posmatrano sa aspekta vrednosti značajne uvoznike predstavljaju i Velika Britanija, Kina i Nemačka koje u ukupnoj svetskoj vrednosti uvoza ovčijeg i kozijeg mesa imaju pojedinačno učešće u intervalu od 6,1% do 11,0%, dok se vrednosti uvoza kreću u intervalu od 331 do 593 miliona dolara. Navedene zemlje, sa prethodno analiziranim Francuskom i Sjedinjenim Američkim Državama, imaju učešće od skoro polovine ukupne vrednosti svetskog uvoza ovčijeg i kozijeg mesa

7.5.3. Položaj Republike Srbije na tržištu ovčijeg i kozijeg mesa

Radi stavljanja u promet ovčije meso treba da ima sledeće karakteristike (Sl. list SFRJ", br. 34/74, 26/75, 13/78 - dr. pravilnik, 1/81 - dr. pravilnik i 2/85 - dr. pravilnik):

Meso ovaca stavlja se u promet kao meso jagnjadi sisančadi (mlada jagnjetina), jagnjeće meso (jagnjetina) i ovčije meso (ovčetina). Pod mesom jagnjadi podrazumeva se meso dobijeno klanjem jagnjadi sisančadi starosti od 3 nedelje do 3 meseca. Težina trupa (sa glavom, i unutrašnjim organima, bubrežnim lojem i trbušnom maramicom, bez kože i donjih delova nogu) mora da iznosi od 5 do 15 kg.

Meso jagnjadi sisančadi koje se stavlja u promet mora da ispunjava sledeće uslove:

- 1) da mišićno tkivo ima svetloružičastu boju;
- 2) da je nežne građe i da su izgled i konzistencija karakteristični za meso jagnjadi sisančadi;
- 3) da su bubrezi i površina trupa bar delimično pre kriveni masnim tkivom.

Pod jagnječim mesom, podrazumeva se meso dobijeno klanjem jagnjadi starosti od 3 do 9 meseci. Težina trupa (sa bubrežima i bubrežnim lojem, a bez kože, glave, donjih delova nogu i unutrašnjih organa) mora da iznosi od 8 do 25 kg.

Jagnjeće meso koje se stavlja u promet mora da ispunjava sledeće uslove:

- 1) da je mišićno tkivo ružičaste boje;
- 2) da je nežne građe i da su izgled i konzistencija karakteristični za jagnjeće meso;
- 3) da masno tkivo nema žutu boju;
- 4) da su bubrezi i površina trupa bar delimično pre kriveni masnim tkivom.

Pod ovčijim mesom, podrazumeva se meso dobijeno klanjem ovaca (muških i ženskih grla) starijih od 9 meseci. Težina trupa (sa bubrežima i bubrežnim lojem, a bez glave, kože, donjih delova nogu i unutrašnjih organa) mora da iznosi najmanje 15 kg.

Ovčije meso koje se stavlja u promet mora da ispunjava sledeće uslove:

- 1) da je mišićno tkivo svetle do tamnocrvene boje;
- 2) da su izgled, građa i konzistencija karakteristični za ovčije meso;
- 3) da su bubrezi i površina trupa bar delimično prekriveni masnim tkivom.

Jagnjeće i ovčije meso stavljaju se u promet isključivo sa kostima, s tim što but može biti bez kosti.

Radi stavljanja u promet kozje meso treba da ima sledeće karakteristike (Sl. list SFRJ", br. 34/74, 26/75, 13/78 - dr. pravilnik, 1/81 - dr. pravilnik i 2/85 - dr. pravilnik):

Meso koza stavlja se u promet kao: jareće meso (jaretina) i kozje meso (kozetina). Pod jarećim mesom, podrazumeva se meso dobiveno klanjem jarića starosti od 3 nedelje do 6 meseci. Težina trupa (sa glavom, jetrom, srcem, plućima, bubrežima i bubrežnim lojem, a bez kože i donjih delova nogu) mora da iznosi od 4 do 12 kg.

Jareće meso koje se stavlja u promet mora da ispunjava sledeće uslove:

- 1) da je mišićno tkivo svetloružičaste boje;
- 2) da je izgled karakterističan za jareće meso;
- 3) da su bubrezi i površina trupa bar delimično prekriveni masnim tkivom.

Pod kozijim mesom, u smislu ovog pravilnika, podrazumeva se meso dobijeno klanjem koza (muških i ženskih grla) starijih od 6 meseci. Muška grla moraju biti kastrirana najmanje mesec dana pre klanja. Težina trupa (sa bubrežima i bubrežnim lojem, a bez kože, glave, donjih delova nogu i unutrašnjih organa) mora da iznosi najmanje 10 kg.

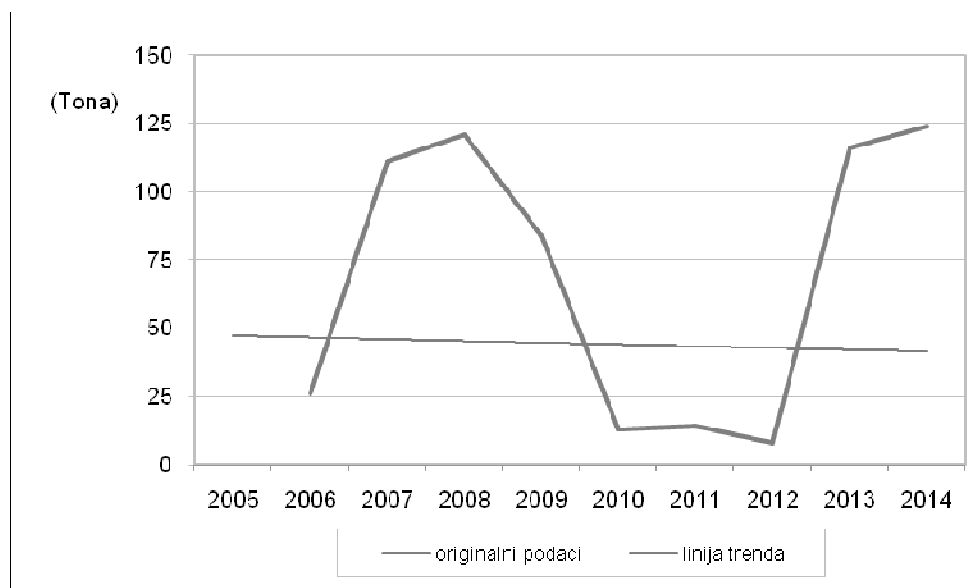
Kozije meso koje se stavlja u promet mora da ispunjava sledeće uslove:

- 1) da je mišićno tkivo svetle do tamnocrvene boje;
- 2) da su izgled i konzistencija karakteristični za kozje meso;
- 3) da su bubrezi i površina trupa bar delimično prekriveni masnim tkivom.

Jareće meso i kozije meso stavljaju se u promet isključivo sa kostima.

Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Republike Srbije u analiziranom periodu prosečno je iznosio 62 tone. Navedena količina činila je 0,3% ukupne proizvodnje ovčijeg i kozijeg mesa u zemlji. Izvoz nije imao kontinuitet, odnosno izostao je u prvoj godini analiziranog perioda (*grafikon 30*).

Grafikon 30. Kretanje izvoza svinjskog mesa iz Republike Srbije (2005-2014), tona



Najveći izvoz ove vrste mesa iz Republike Srbije ostvaren je u poslednjoj godini istraživanja kada je iznosio 124 tone. Jedina zemlja u koju je ostvaren izvoz ovčijeg i goveđeg mesa iz Republike Srbije je Crna Gora.

Tabela 25. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Republike Srbije (2005-2014), tona

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Srbije	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Srbija	62	0	124	*	*	100,0%
Crna Gora	62	0	124	*	*	100,0%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development
 *zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Prosečan izvoz iz Crne Gore takođe je iznosio 62 tone godišnje i tokom istraživanog perioda izvoz ovčijeg i kozijeg mesa na tržište ove zemlje izostao je u 2005. godini. Međutim, to se može objasniti tadašnjim položajem Crne Gore, odnosno činjenicom da je u to vreme Crna Gora bila u zajednici sa Republikom Srbijom. Najveći izvoz ove vrste mesa na tržište Crne Gore ostvaren je 2014. godine, kada je iznosio 124 tone. Značajno je navesti da se izvoz u godinama koje su prethodile (2006-2014) kretao u intervalu od 8 do 121 tone, a imao tendenciju pada po stopi od 1,40% godišnje, uz variranje u odnosu na prosečnu vrednost od 75,89%.

Ukoliko se posmatra izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Republike Srbije prema ostvarenom prihodu može se uočiti da je celokupna vrednost plasirana na tržištu Crne Gore (tabela 26).

Prosečna vrednost izvoza bila je na nivou od 370 hiljada dolara. Najveća vrednost ove vrste mesa ostvarena je 2008. godine kada je iznosila 796 hiljada dolara. U ostalim godinama analiziranog perioda u kojima je izvoz evidentiran vrednost izvezenih količina ovčijeg i kozijeg mesa kretala se intervalu od 49 do 695 hiljada dolara.

Tabela 26. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Republike Srbije (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Srbije	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Srbija	370	0	796	*	*	100,0%
Crna Gora	370	0	796	*	*	100,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Republiku Srbiju u analiziranom periodu bio je na prosečnom nivou od 47 tona (tabela 27). Uvoz nije imao kontinuitet, odnosno u pojedinim godinama nije evidentiran. Najveća količina uvezena je 2008. godine kada je na tržištu Republike Srbije plasirano 160 tona ovčijeg i kozijeg mesa. U ostalim godinama analiziranog perioda u kojima je evidentiran uvoz količine su se kretale u intervalu od 23 do 80 tona, a uvoz je ostvaren iz Makedonije i Novog Zelanda.

Tabela 27. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Republiku Srbiju (2005-2014), tona

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Srbiju	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno Srbija	47	0	160	*	*	100,0%
Makedonija	36	0	137	*	*	76,1%
Novi Zeland	11	0	24	*	*	23,9%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Najveća količina ovčijeg i kozijeg mesa u analiziranom periodu uvezena je iz Republike Makedonije koja je u ukupnom uvozu učestvovala sa 76,1%, što je činilo prosečno 36 tona mesa. Najveći uvoz iz ove zemlje ostvaren je 2008. godine kada je iznosio 137 tona, dok se u ostalim godinama u kojima je uvoz evidentiran kretao u intervalu od 15 do 74 tone.

Prema količini u uvozu druga zemlja je Novi Zeland iz kog je prosečno uvezeno 11 tona, što predstavlja učešće od 23,9%. Uvoz iz ove zemlje takođe nije imao kontinuitet, a najveća količina ovčijeg i kozijeg mesa na tržištu Republike Srbije plasirana je 2010. godine, kada je iznosila 24 tone.

U analiziranom periodu cena ovčijeg i kozijeg mesa iz Republike Srbije na međunarodnom tržištu prosečno je iznosila 6,0 \$/kg, što je za 22,4% viša vrednost od prosečne cene koja je ostvarena u svetskom izvozu. Ovo je ujedno i cena koja je ostvarena u izvozu ovčijeg i kozijeg mesa u Crnu Goru koje je predstavljalo jedino tržište na koje je plasirano ovčije i kozije meso iz Republike Srbije.

Izvozna cena ovčijeg i kozijeg mesa iz Republike Srbije bila je značajno viša od prosečne cene koja je ostvarena u svetskom izvozu. Cena ovčijeg i kozijeg mesa iz Republike Srbije niža je u odnosu na prosečnu cenu koju Holandija ostvaruje na međunarodnom tržištu, dok je

viša u odnosu na cenu koju su u izvozu ostvarili ostali vodeći izvoznici, što ukazuje na nisku cenovnu konkurentnost na međunarodnom tržištu.

Prosečna vrednost uvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Republike Srbije iznosila je 276 hiljada dolara (tabela 28). Najveća vrednost uvoza ostvarena je 2008. godine kada je bila na nivou od 838 hiljada dolara. U ostalim godinama perioda u kojima je uvoz evidentiran vrednost uvezenih količina ovčijeg i kozijeg mesa kretala se intervalu od 78 do 487 hiljada dolara.

Tabela 28. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Republiku Srbiju (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Srbiju	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Srbija	276	0	838	*	*	100,0%
Makedonija	213	0	730	*	*	77,2%
Novi Zeland	63	0	150	*	*	22,8%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

U uvozu ovčijeg i kozijeg mesa na tržište Republike Srbije, posmatrano sa stanovišta vrednosti, najveće učešće imala je Makedonija iz koje je uvezeno meso u vrednosti od 213 hiljade dolara, što je činilo 77,2% ukupne vrednosti uvoza u analiziranom periodu. Vrednost uvoza iz Makedonije, u godinama u kojima je evidentiran, kretala se u intervalu od 101 do 730 hiljada dolara, a najveća vrednost ostvarena je 2008. godine.

Sledi Novi Zeland iz kog je uvezeno ovčije i kozije meso učestvovalo u ukupnom uvozu sa 22,8%, što je činilo prosečno 63 hiljade dolara. Najveća vrednost izvoza od 150 hiljada dolara ostvarena je 2010. godine, dok se u ostalim godinama u kojima je uvoz evidentiran vrednost kretala u intervalu od 38 do 119 tona.

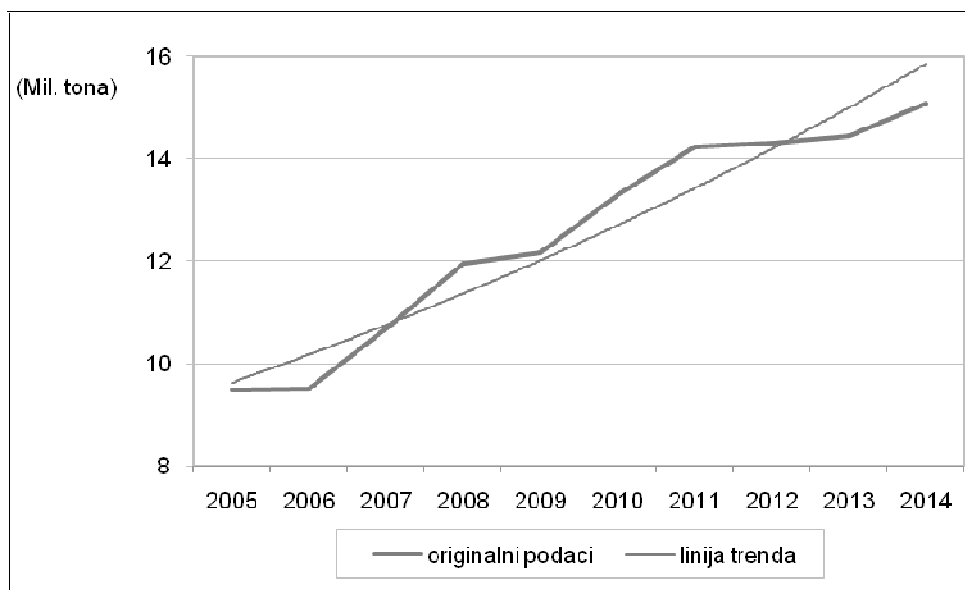
U spoljnotrgovinskoj razmeni ovčijeg i kozijeg mesa Republika Srbija je ostvarila pozitivan bilans, odnosno izvoz je bio za 15 tona veći od količina koje su uvezene u analiziranom periodu.

7.6. SPOLJNOTRGOVINSKA RAZMENA ŽIVINSKOG MESA

7.6.1. Izvoz živinskog mesa u svetu

Izvoz živinskog mesa u svetu u analiziranom periodu iznosio je prosečno 12,5 miliona tona, što čini 14,6% ukupne proizvodnje ove vrste mesa u svetu. Izvoz je imao tendenciju rasta po stopi od 5,72% godišnje, uz variranje u odnosu na prosečnu vrednost od 16,66% (grafikon 31). Najveći izvoz ove vrste mesa u svetu ostvaren je u poslednjoj godini istraživanja kada je bi na nivou od 14,4 miliona tona, dok je najmanji izvoz ostvaren u prvoj godini istraživanja, odnosno 2005. godine, kada je iznosio 9,4 miliona tona.

Grafikon 31. Kretanje izvoza živinskog mesa u svetu (2005-2014), miliona tona



Najznačajnija zemlja u svetu prema količini živinskog mesa u izvozu su Sjedinjene Američke Države. Izvoz iz ove zemlje prosečno je iznosio 3,5 miliona tona, što je činilo 28,3% ukupnog izvoza živinskog mesa u svetu (tabela 29). U analiziranom periodu izvoz je zabeležio tendenciju rasta po stopi od 3,79% godišnje, uz variranje u odnosu na prosečnu vrednost po stopi od 12,88%. Najmanji izvoz živinskog mesa iz ove zemlje ostvaren 2005. godine, odnosno na u prvoj godini analiziranog perioda, kada je izvezeno 2,7 miliona tona, dok je najveća količina, koja je iznosila 3,9 miliona tona, bila ostvarena 2012. godine.

Tabela 29. Zemlje sa najvećim izvozom živinskog mesa u svetu (2005-2014), 000 tona

Zemlje koje izvoze živinsko meso	Prosečna vrednost (000 t)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	12.514	9.483	14.451	16,66	5,72	100,0%
Sjedinjene Američke Države	3.545	2.726	3.934	12,88	3,79	28,3%
Brazil	3.356	2.666	3.658	10,92	3,50	26,8%
Holandija	967	687	1.217	20,53	6,36	7,7%
Francuska	506	464	574	6,97	-2,10	4,0%
Hong Kong, China	493	185	803	40,84	11,95	3,9%
Nemačka	414	321	536	20,76	6,82	3,3%
Belgija	403	332	487	14,77	4,51	3,2%
Poljska	384	174	700	45,45	16,60	3,1%
Engleska	298	270	353	10,46	1,88	2,4%
Turska	178	38	405	77,98	33,47	1,4%
Ostale zemlje	1.970	1.237	2.738	29,90	10,67	15,7%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

U strukturi izvoza živinskog mesa iz Sjedinjenih Američkih Država najveće učešće ima Meksiko koji je ukupnom izvozu učestvovao sa 16,0% (tabela 166, u prilogu rada). Slede Ruska Federacija sa učešćem od 14,6% i Kina koja je sa 11,0% učestvovala u ukupnom izvo-

zu. U navedene navedene zemlje u analiziranom periodu izvezeno je preko 40% ukupnog izvoza živinskog mesa iz Sjedinjenih Američkih Država.

Prema značaju u svetskom izvozu živinskog mesa sledeća zemlja je Brazil. U analiziranom periodu izvoz iz Brazila prosečno je iznosio 3,4 miliona tona, što čini 26,8% ukupnog izvoza u svetu. Izvoz iz ove zemlje imao je tendenciju rasta po stopi od 3,50% godišnje, uz variranje količina u odnosu na prosečnu vrednost od 10,92%. Najveći izvoz iz Brazila ostvaren je u poslednjoj godini istraživanja kada je iznosio 3,7 miliona tona, dok su najmanje količine (2,7 miliona tona) izvezene 2006. godine.

U strukturi izvoza živinskog mesa iz Brazila značajnu poziciju ima Saudijska Arabija koja ima učešće od 15,3% (tabela 167, u prilogu rada). Sledi Japan sa učešćem od 11,3% i Hong Kong koji u ukupnom izvozu živinskog mesa ima učešće od 9,8%.

U svetskom izvozu značajna je i Holandija iz koje je u analiziranom periodu prosečno izvezeno 967 hiljada tona živinskog mesa, što čini 7,7% ukupnog izvoza. Izvoz je imao tendenciju rasta po stopi od 6,36% godišnje, uz variranje u odnosu na prosek od 20,53%.

Značajne izvoznike predstavljaju i Francuska, Hong Kong, Nemačka, Belgija i Poljska koje u svetskom izvozu živinskog mesa pojedinačno učestvuju u intervalu od 3,1% do 4,0%, odnosno količine koje se prosečno godišnje izvezu iz navedenih zemalja kreću se u intervalu od 384 do 506 hiljada tona.

U izvozu živinskog mesa u svetu ostvarena cena bila je na prosečnom nivou od 1,7 \$/kg. Cene po kilogramu koje su ostvarene na tržištima vodećih zemalja u izvozu živinskog mesa značajno su se razlikovale, odnosno kretale su se u intervalu od 1,1 do 2,7 \$/kg (tabela 30). Najveću cenu na međunarodnom tržištu ostvarila je Poljska, a iznosila je prosečno 2,7 \$/kg. Navedena vrednost po kilogramu bila je veća za 59,0 % od prosečne cene po kilogramu koja je ostvarena u ukupnom izvozu živinskog mesa u svetu.

Tabela 30. Izvozna cena živinskog mesa u svetu (2005-2014), \$/kg

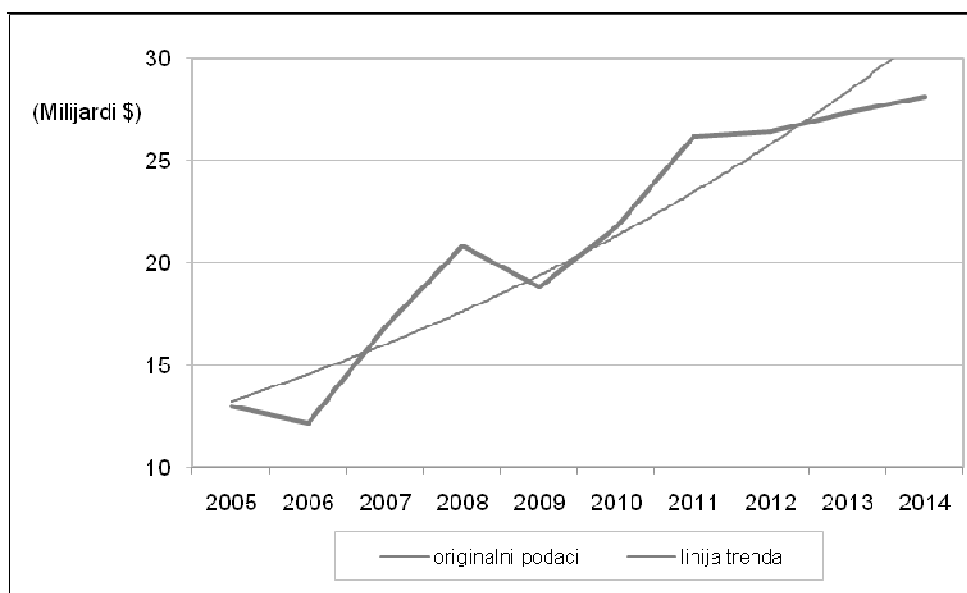
	Izvozna cena (\$/kg)	Indeks svet=100%
Svet	1,7	100,0
Poljska	2,7	159,0
Francuska	2,5	148,3
Holandija	2,1	125,2
Brazil	1,7	99,1
Sjedinjene Američke Države	1,1	65,5

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Prema visini prosečne izvozne cene koja je ostvarena u analiziranom periodu, posle Poljske slede Francuska sa 2,5 \$/kg, Holandija sa 2,1 \$/kg, Brazil sa cenom od 1,7 \$/kg i Sjedinjene Američke Države koje su analiziranom periodu ostvarile cenu od 1,1 \$/kg.

Vrednost svetskog izvoza živinskog mesa u analiziranom periodu prosečno je iznosila 21,1 milijardi dolara i imala je tendenciju izraženog rasta po stopi od 9,97% godišnje (grafikon 32), uz variranje u odnosu na prosečnu vrednost izvoza od 27,80%. Značajno je navesti da je vrednost svetskog izvoza bila na najvišem nivou u poslednjoj godini istraživanja, kada je iznosila 28,1 milijardi dolara, dok je najmanja vrednost, koja je iznosila 12,1 milijardi dolara, ostvarena 2006. godine.

Grafikon 32. Kretanje izvoza živinskog mesa u svetu (2005-2014), milijardi USD



Zemlja koja je ostvarila najveću vrednost izvoza je Brazil iz koje je u istraživanom periodu živinsko meso izvezeno u prosečnoj vrednosti od 5,6 milijardi dolara, odnosno 26,6% vrednosti ukupnog svetskog izvoza (tabela 31). Vrednost izvoza je imala tendenciju izraženog rasta po stopi od 9,80%, uz variranje ostvarenog prihoda u odnosu na prosečnu vrednost od 28,06%. Brazil je najmanji prihod od izvoza svinjskog mesa ostvarila 2006. godine, u vrednosti od 3,0 milijardi dolara, dok je najveću vrednost izvoza od 7,2 milijarde dolara ostvarila 2011. godine.

U strukturi vrednosti izvoza živinskog mesa iz Brazila najveće učešće od 15,7% ima Japan (tabela 156, u prilogu rada). Slede Saudijska Arabija sa učešćem od 15,6% i Hong Kong koji je sa 7,9% učestvovao u ukupnoj vrednosti izvoza. U navedene zemlje u analiziranom periodu izvezeno je skoro 40% vrednosti ukupnog izvoza živinskog mesa iz Brazila.

Prema vrednosti izvoza sledeća zemlja su Sjedinjene Američke Države čiji je izvoz u analiziranom periodu iznosio prosečno 3,9 milijardi dolara, što čini 18,6% ukupnog svetskog izvoza živinskog mesa. Izvoz iz ove zemlje imao je tendenciju izraženog rasta po stopi od 9,02% godišnje, uz variranje količina u odnosu na prosečnu vrednost od 25,75%. Najveća vrednost izvoza ostvarena je 2012. godine (5,0 milijardi dolara), dok su najmanja vrednost zabeležena 2006. godine kada je izvoz bio na nivou od 2,2 milijarde dolara.

Tabela 31. Zemlje sa najvećim izvozom živinskog mesa u svetu (2005-2014), milionaUSD

Zemlje koje izvoze živinsko meso	Prosečna vrednost (mil USD)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	21.154	12.154	28.102	27,80	9,97	100,0%
Brazil	5.625	3.039	7.242	28,06	9,80	26,6%
Sjedinjene Američke Države	3.926	2.238	5.026	25,75	9,02	18,6%
Holandija	2.046	1.290	2.520	22,13	7,47	9,7%
Francuska	1.269	963	1.478	12,29	2,92	6,0%
Poljska	1.032	469	1.794	40,54	14,70	4,9%
Nemačka	960	613	1.301	26,02	9,28	4,5%
Belgija	855	603	1.061	19,63	6,62	4,0%
Hong Kong, China	587	164	865	41,82	15,94	2,8%
Mađarska	509	296	652	24,61	8,26	2,4%
Turska	271	27	651	91,71	48,99	1,3%
Ostale zemlje	4.073	2.146	6.090	34,74	12,73	19,3%

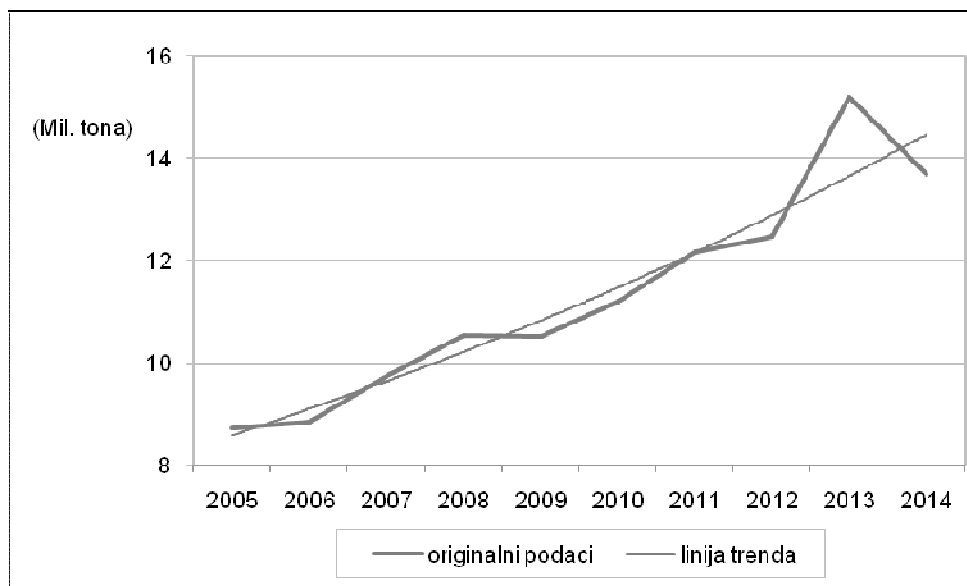
Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

U strukturi vrednosti izvoza živinskog mesa iz Sjedinjenih Američkih Država najveće učešće ima Meksiko koji je ukupnom izvozu učestvovao sa 17,2% (tabela 157, u prilogu rada). Slede Ruska Federacija sa učešćem od 12,2% i Kina koja je u ukupnoj vrednosti uvoza izvoza učestvovala sa 9,8%. Na tržište Meksika, Ruske Federacije i Kine iz Sjedinjenih Američkih Država izvezeno je 39% ukupnog izvoza živinskog mesa u analiziranom periodu.

7.6.2. Uvoz živinskog mesa u svetu

Uvoz živinskog mesa u svetu u analiziranom periodu prosečno je iznosio 12,3 miliona tona i zabeležio je trend rasta po stopi od 8,27% godišnje, uz značajno variranje uvezenih količina od 38,93% u odnosu na prosečnu vrednost (grafikon 33).

Grafikon 33. Kretanje uvoza živinskog mesa u svetu (2005-2014), miliona tona



Najmanja količina u uvozu, koja je iznosila 8,7 miliona tona, ostvarena je u prvoj godini istraživanja, odnosno 2005. godine, dok je najveći uvoz ostvaren 2013. godine kada je bio na nivou od 15,2 miliona tona.

U analiziranom periodu mogu se izdvojiti zemlje koje su intezivno zastupljene u uvozu prema ostvarenoj količini (*tabela 32*). Najveći uvoznik živinskog mesa je Ruska Federacija u koju je u analiziranom periodu plasirano prosečno 864 hiljade tona, odnosno 7,0% ukupnog svetskog uvoza ove vrste mesa. Uvoz u Rusku Federaciju imao zabeležio je trend pada po stopi od 13,49%, dok koeficijent varijacije od 44,51% ukazuje na izraženu nestabilnost uvoza u istraživanom periodu. Najveći uzvoz živinskog mesa ostvaren je u prvoj godini analiziranog perioda, kada je iznosio 1,3 miliona tona, dok je najmanji uvoz ostvaren 2011. godine, kada je bio na nivou od 419 hiljada tona.

Kada se analizira struktura uvoza živinskog mesa u Rusku Federaciju može se uočiti da su najveće količine uvezene iz Sjedinjenih Američkih Država (*tabela 191, u prilogu rada*) koje su imale učešće od 62,3%. Slede Brazil, koji je imao učešće od 15,3%, i Francuska koja je sa 4,7% učestvovala u ukupnom uvozu. Značajno je navesti da je iz navedenih zemalja u analiziranom periodu plasirano preko 80% ukupnog uvoza živinskog mesa na tržište Ruske Federacije.

U poslednjoj godini istraživanja u ukupnom uvozu živinskog mesa u Rusku Federaciju došlo je do promene strukture uvoza sa stanovišta zemalja porekla ove vrste mesa. Sjedinjene Američke Države značajno su smanjile učešće, koje je u ovoj godini iznosilo 30,7%, dok su Brazil i Belorusija povećali svoje učešće na 26,5%, odnosno 20,5% ukupnog uvoza na tržište Ruske Federacije. Navedeno je direktna posledica uvela zabrane uvoza u Rusku Federaciju, koja je stupila na snagu u februaru 2014. godine, iz zemalja koje su bile njeni najveći snabdevači, a kojima su pripadale Sjedinjene Američke Države.

Tabela 31. Zemlje sa najvećim uvozom živinskog mesa u svetu (2005-2014), 000 tona

Zemlje koje uvoze živinsko meso	Prosečna vrednost (000 t)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	12.313	8.731	15.193	38,93	8,27	100,0%
Ruska Federacija	864	419	1.318	44,51	-13,49	7,0%
Hong Kong, China	840	531	1.293	28,51	7,25	6,8%
Meksiko	678	535	861	16,35	5,38	5,5%
Kina	590	383	833	26,71	-1,67	4,8%
Nemačka	466	371	573	15,31	3,92	3,8%
Japan	417	360	482	11,18	1,93	3,4%
Velika Britanija	402	337	500	11,35	-0,84	3,3%
Holandija	390	289	450	15,81	3,84	3,2%
Južna Afrika	303	214	349	24,58	6,82	2,5%
Irak	251	33	414	58,45	32,49	2,0%
Ostale zemlje	7.112	3.949	9.843	31,38	10,26	57,8%

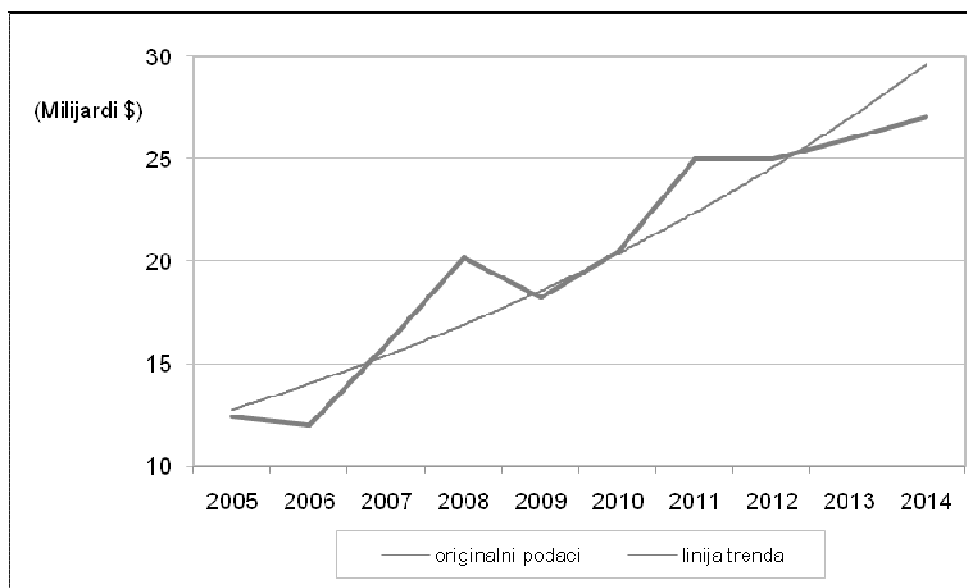
Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Uvoz živinskog mesa u Hong Kong, koji predstavlja posebnu upravnu regiju Kine, u analiziranom periodu prosečno je iznosio 840 hiljada tona, što čini 6,8% učešća u ukupnom uvozu. Imao je tendenciju rasta po stopi od 7,25% godišnje, a koeficijent varijacije od 28,51% ukazuje na značajna variranja uvezenih količina na ovo tržište. Najmanji uvoz ostvaren je u prvoj godini istraživanja kada je iznosio 532 hiljade tona, dok su najveće količine ostvarene 2011. godine, kada je uvoz u Hong Kong bio na nivou od 1,3 miliona tona. Kada se posmatra struktura uvoza u može se videti se da su najveće količine plasirane sa tržišta Brazila koje je imalo učešće od 39,6% (tabela 186, u prilogu rada). Slede Sjedinjene Američke Države koje su imale učešće od 26,5%, i Kina koja je sa 16,0% učestvovala u ukupnom uvozu živinskog mesa u Hong Kong.

Značajne svetske uvoznike živinskog mesa predstavljaju i Meksiko, Kina i Nemačka. Navedene zemlje u svetskom uvozu živinskog mesa pojedinačno učestvuju u intervalu od 3,8% do 5,5%, odnosno količine koje se prosečno godišnje uvezu na tržišta ovih zemalja kreću se u intervalu od 466 do 678 hiljada tona.

Vrednost uvoza živinskog mesa u svetu prosečno je iznosila 20,2 milijarde dolara. Uvoz je imao tendenciju izraženog rasta po stopi od 9,79% godišnje (grafikon 34), uz variranje u odnosu na prosečnu vrednost od 27,37%. Značajno je navesti da je u poslednjoj godini istraživanja ostvarena najveća vrednost uvoza u toku analiziranog perioda, kada je iznosila 27,1 milijardu dolara, dok je najmanja vrednost uvoza ostvarena 2006. godine kada je bila na nivou od 12,0 milijardi dolara.

Grafikon 34. Kretanje uvoza živinskog mesa u svetu (2005-2014), milijardi dolara



Najveću vrednost uvoza svinjskog mesa u svetu u analiziranom periodu ostvarila je Velika Britanija. Prosečan uvoz u ovu zemlju iznosio je 1,5 milijardi dolara, što je činilo 7,5% ukupnog vrednosti svetskog uvoza. Uvoz je zabeležio tendenciju rasta po stopi od 1,92% godišnje.

šnje, uz variranje u odnosu na prosečnu vrednost od 9,75%. Najveća vrednost uvoza na tržište Velike Britanije bilo je na nivou od 1,7 milijardi dolara i ostvarena je u poslednjoj godini istraživanja, dok je najmanja vrednost koja je iznosila 1,3 milijardi dolara ostvarena 2009. godine.

U strukturi vrednosti uvoza živinskog mesa u Veliku Britaniju najveće učešće od 46,7% ima Holandija (*tabela 176, u prilogu rada*), a sledi Poljska, sa učešćem od 10,2% i Irska koja u ukupnoj vrednosti uvoza učestvuje sa 8,0%. Iz navedenih zemalja je u analiziranom periodu uvezeno 65% vrednosti ukupnog uvoza svinjskog mesa na tržište Velike Britanije.

Tabela 32. Zemlje sa najvećim uvozom živinskog mesa u svetu (2005-2014), miliona USD

Zemlje koje uvoze živinsko meso	Prosečna vrednost (mil USD)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Svet	20.226	12.015	27.057	27,37	9,79	100,0%
Velika Britanija	1.526	1.309	1.744	9,75	1,92	7,5%
Nemačka	1.422	1.017	1.723	17,62	5,45	7,0%
Hong Kong, China	1.257	579	1.992	36,43	11,96	6,2%
Japan	1.140	743	1.421	27,72	6,72	5,6%
Francuska	955	482	1.291	32,10	12,02	4,7%
Ruska Federacija	919	847	1.340	21,94	-2,97	4,5%
Meksiko	870	533	1.338	31,52	10,66	4,3%
Kina	849	334	1.005	29,12	8,50	4,2%
Holandija	685	486	834	17,00	4,44	3,4%
Irak	396	31	741	68,19	43,31	2,0%
Ostale zemlje	10.206	5.267	13.667	34,91	12,89	50,5%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Prema vrednosti uvoza živinskog mesa sledi Nemačka na čijem je tržištu u analiziranom periodu plasirano prosečno 1,4 milijardi dolara godišnje. Uvoz u Nemačku zabeležio je tendenciju rasta po stopi od 5,45% godišnje, uz variranje ostvarenog rashoda od 17,62% u odnosu na prosečnu vrednost. Najmanju vrednost uvoza od 1,0 milijardi dolara Nemačka je ostvarila 2006. godine, dok je najveća vrednost, koja je iznosila 1,7 milijardi dolara, ostvarena u poslednjoj godini istraživanja. U strukturi vrednosti uvoza živinskog mesa u Nemačku najveće učešće ima Holandija koja je ukupnom uvozu učestvovala sa 30,7% (*tabela 177, u prilogu rada*), zatim sledi Poljska sa učešćem od 21,5% i Francuska koja je sa 12,1% učestvovala u ukupnoj vrednosti uvoza.

Značajne uvoznike predstavljaju i Hong Kong, Japan i Francuska koje u ukupnoj svetskoj vrednosti uvoza živinskog mesa imaju pojedinačno učešće u intervalu od 4,7% do 6,2%, dok se vrednosti uvoza kreću u intervalu od 955 miliona dolara do 1,3 milijarde dolara. Ove zemlje, sa prethodno analiziranom Velikom Britanijom i Nemačkom, imaju učešće od preko 30% u ukupnoj vrednosti svetskog uvoza živinskog mesa u svetu.

Navedeno je da Francuska predstavlja značajnog uvoznika koji u ukupnom uvozu u svetu ima učešće od 4,7%. Međutim, u analiziranom periodu uvoz u ovu zemlju imao je tendenciju

rasta po stopi od 12,02%, što ukazuje da Francuska predstavlja značajno tržište za plasman živinskog mesa u budućem periodu.

7.6.3. Položaj Republike Srbije na tržištu živinskog mesa

Radi stavljanja u promet živinsko meso treba da ima sledeće karakteristike (Službeni list SFRJ, 1/81 i 51/88):

Pod mesom zaklane pernate živine, podrazumeva se muskulatura (sa kožom), sa pripadajućim mesnim i vezivnim tkivom, kostima i hrskavicama, krvnim i limfnim sudovima koji su u prirodnoj vezi.

Pod jestivim delovima zaklane živine koji se ne smatraju mesom, podrazumevaju se:

- 1) masna tkiva – naslage masnog tkiva u trbušnoj šupljini koje nisu u prirodnoj vezi sa trupom i masno tkivo creva;
- 2) unutrašnji organi ili iznutrice
- 3) glava odvojena između prvog i drugog vratnog pršljena, donji delovi nogu odsečeni u predelu tarzalnog zgloba 10 mm od linije koja prolazi sredinom zgloba;
- 4) vrat sa kožom ili bez kože

Deklaracija sadrži:

- 1) naziv mesa ili jestivih delova prema vrsti živine (kokošije, ćureće, guščije itd).
- 2) firmu, odnosno naziv i sedište proizvođača;
- 3) klasu trupa i način tehnološke obrade (klasično obrađena, pripremljena za pečenje i pripremljena za roštilj);
- 4) za osnovne delove i manje komade mesa, kao i za jestive delove - naziv delova (polovina, grudi, jetre i sl.), uz odgovarajuću naznaku ako je meso bez kostiju (otkoštene grudi, otkošteni karabatak i sl.);
- 5) rok trajanja (samo ako proizvođač garantuje duži rok od roka propisanog ovim pravilnikom);
- 6) datum pakovanja;
- 7) način hlađenja mesa ako je hlađeno potapanjem u vodu;
- 8) druge podatke od interesa za potrošače.

Meso zaklane pernate živine stavlja se u promet u trupovima, polutkama, četvrtima ili u osnovnim delovima. Pod osnovnim delovima trupa pernate živine, podrazumevaju se: grudi, krila, batak, sa karabatkom i leđa sa karlicom.

Po načinu obrade - pripreme, trupovi zaklane pernate živine mogu da se stave u promet kao:

- 1) klasično obrađeni: trup sa glavom i vratom, donjim delovima nogu i jestivim unutrašnjim organima;
- 2) pripremljeni za pečenje: trup sa plućima i bubrezima ili bez pluća i bubrega. U trbušnu duplju trupa, upakovani u foliju od plastične mase, prilažu se: vrat sa kožom ili bez kože, srece, jetra, želudac i slezina. Vrat ne mora biti odvojen od trupa

3) pripremljeni za roštilj: trup sa plućima i bubrežima ili bez pluća i bubrega i bez jetre, srca, slezine, želuca i vrata.

Prema stepenu ohlađenosti, meso i jestivi delovi zaklane pernate živine mogu da se stave u promet kao:

- 1) ohlađeni - ako je temperatura u središnjem delu od $-0,5^{\circ}\text{C}$ do $+4^{\circ}\text{C}$;
- 2) smrznuti - ako je temperatura u središnjem delu najmanje -12°C ;
- 3) duboko smrznuti - ako je temperatura u srednjem delu najmanje -18°C ;
- 4) odmrznuti - ako temperatura u središnjem delu posle odmrzavanja nije niža od $-0,5^{\circ}\text{C}$.

Trupovi zaklane pernate živine razvrstavaju se u tri klase:

- 1) klasu A i ekstra A klasu;
- 2) klasu B;
- 3) klasu C.

Trup zaklane pernate živine klase A, pri stavljanju u promet, mora ispunjavati sledeće uslove:

- 1) da je muskulatura grudi, bataka i karabataka dobro razvijena;
- 2) da je umereno prekriven masnim tkivom;
- 3) da nema preloma kostiju, iščašenja i većih diskoloracija kože;
- 4) da ukupna površina žuljeva ne sme biti veća površine kruga prečnika 15 mm;
- 5) da je greben grudne kosti slabo primetan, s tim da ne sme biti isturen više od 3 mm;
- 6) da su krila i krajevi bataka pravilno formirani uz trup;
- 7) da na koži ne sme biti perja: na koži pilića mogu se naći pojedinačne klice i paperje (najviše četiri komada), na koži kokošaka, ćuraka, pataka i gusaka može biti dva puta više pojedinačnih klica i paperja nego kod pilića (najviše osam komada);
- 8) da na krajevima krila može biti manjih krvnih podliva;
- 9) da pojedinačna oštećenja kože, u obliku zareza, kod pilića nisu veća od površine kruga prečnika 20 mm. Povrede na koži kokošaka, ćuraka, pataka i gusaka mogu biti dva puta veće;
- 10) da koža vrata bude oblikovana tako da pokriva prostor između oba ramena zgloba, odnosno da prekriva otvor grudne šupljine, ali da nije duža od 5 cm;
- 11) da masa trupa pileta obrađena za roštilj iznosi najmanje 700 g, a masa trupa pileta obrađena za pečenje – najmanje 800 g;
- 12) da trupovi ne budu deformisani, a količina izdvojene vode ili leda ne sme biti veća od 1% ukupne mase trupa.

Trup zaklane pernate živine koji se stavlja u promet pod nazivom ekstra A klasa mora ispunjavati sledeće uslove:

- 1) da je muskulatura grudi, bataka i karabataka vrlo dobro razvijena;
- 2) da je umereno prekriven masnim tkivom;
- 3) da nema žuljeva, preloma i iščašenja kostiju i diskoloracije kože;
- 4) da greben grudne kosti nije isturen izvan lepo popunjenih grudi;

- 5) da su krila i krajevi bataka pravilno formirani uz trup;
- 6) da je odstranjeno trbušno masno tkivo;
- 7) da su odstranjena pluća;
- 8) da ne sadrži apsorbovanu vodu;
- 9) da masa trupa pileta obrađenog za roštilj nije manja od 900 g, a masa pileta obrađenog za pečenje nije manja od 1000 g;
- 10) da na koži nema perja, paperja i klica;
- 11) da ukupno oštećenje epiderma nije veće od površine kruga prečnika 25 mm;
- 12) da količina izdvojenog mesnog soka ili leda ne sme biti veća od 0,6% ukupne mase trupa.

Trup zaklane pernate živine klase B, pri stavljanju u promet, mora ispunjavati sledeće uslove:

- 1) da je muskulatura grudi, bataka i karabataka razvijena;
- 2) da je greben grudne kosti primetljiv, ali da ne bude isturen više od 5 mm;
- 3) da nema preloma i iščašenja kostiju i većih diskoloracija;
- 4) da ukupna površina žuljeva ne sme biti veća od površine kruga prečnika 30 mm;
- 5) da na trupovima pilića i ćuraka, i to na koži vrata, krajevima krila, trtica i oblasti skočnog zgloba ne bude više od osam komada paperja ili klica;
- 6) da na koži trupa patke ne bude perja niti klica, a dozvoljena količina paperja ne bude veća od 16 komada;
- 7) da na koži trupa guske ne bude perja i paperja, a dozvoljena količina klica, i to na koži vrata, srednjem delu krila i trtičnom delu ne sme biti veća od 16 komada;
- 8) da pojedinačna oštećenja kože, odnosno zarezi kod pilića ne mogu biti duži od 15 mm, s tim da njihova ukupna dužina ne iznosi više od 80 mm. Na koži kokošaka, ćuraka, pataka i gusaka ta oštećenja kože ne mogu biti veća od dvostruko veće dužine oštećenja kod pilića, odnosno pojedinačna – najviše 30 mm, a ukupna – ne više od 160 mm;
- 9) da površina svih diskoloracija na grudima, batcima i karabatcima ne sme biti veća od površine kruga prečnika 40 mm;
- 10) da na ostalim delovima trupa diskoloracija kože ne bude veća od površine kruga prečnika 40 mm, odnosno da ukupna diskoloracija celog trupa nije veća od površine kruga prečnika 80 mm;
- 11) da na smrznutim trupovima može biti nekoliko mesta sa opekotinama od mraza, s tim da ni jedno ne bude veće od površine kruga prečnika od 15 mm.

Trupovi zaklane pernate živine koji ne ispunjavaju uslove propisane za klasu A i klasu B razvrstavaju se u klasu C, a koriste se samo za preradu. Dozvoljava se rasecanje trupova odnosno odvajanje osnovnih delova na kojima nema nedostataka i njihovo stavljanje u promet.

Meso zaklane pernate živine (trupovi, polutke, četvrtine i osnovni delovi) i jestivi delovi stavlja se u promet kao: pakovani (i to originalno upakovani i upakovani) i neupakovani. Neupakovano meso i jestivi delovi zaklane pernate živine mogu se stavljati u promet samo na

higijenski uređenim prodajnim mestima. Pod originalno upakovanim mesom ili jestivim delovima zaklane pernate živine podrazumeva se pakovanje u plastične folije kese sa vakuumom ili bez vakuuma, podmetače (posude) sa prozirnim poklopcem i na druge načina (u atmosferi inertnih gasova i sl.), kojima se obezbeđuje originalnost sve do njegove potrošnje.

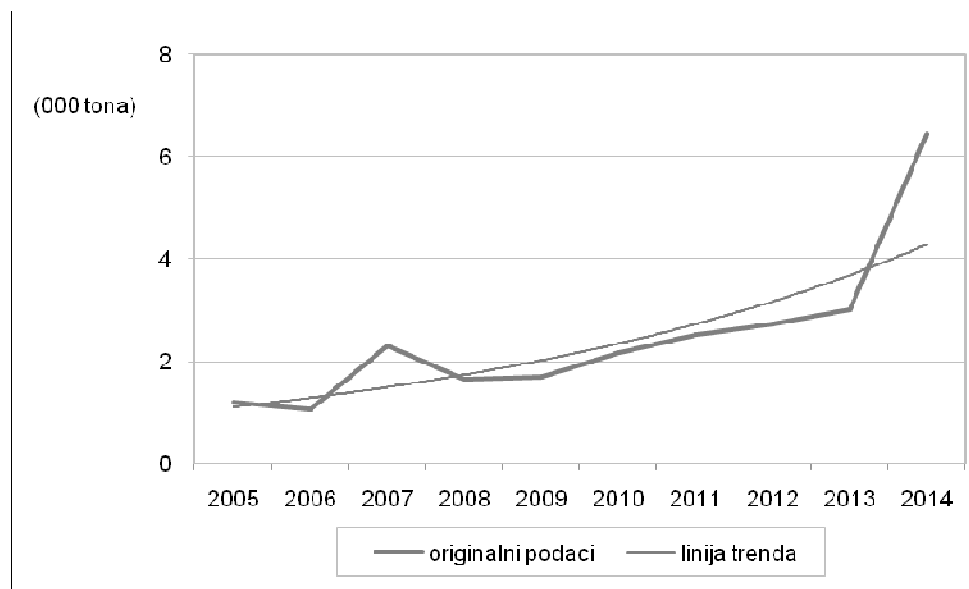
Pakovanje mesa, osim mesa ekstra-klase, može da se vrši samo u prostorijama koje imaju uređaje za rasecanje, pakovanje i čuvanje mesa. U prostoriji u kojoj se vrši pakovanje i rasecanje mesa i jestivih delova, mora se održavati temperatura najviše do +10°C, a u prostorijama i uređajima za čuvanje mesa i jestivih delova – do +4°C.

Zbirna ambalaža u koju se pakuje i transportuje meso i jestivi delovi zaklane pernate živine ne može se ponovo upotrebljavati, osim zbirne ambalaže koja je otporna na koroziju i koja se lako pere, čisti i dezinfikuje pre svake upotrebe.

Izvoz živinskog mesa iz Republike Srbije u analiziranom periodu prosečno je iznosio 2.479 tona i zabeležio je trend izraženog rasta po stopi od 16,21% godišnje (grafikon 35). Navedena količina činila je 2,9% ukupne proizvodnje živinskog mesa u zemlji.

Koeficijent varijacije od 61,85% ukazuje da je izvoz bio nestabilan i da je značajno varirao u odnosu na prosečnu vrednost. Najmanji izvoz ostvaren 2006. godine kada je iznosio svega 1.049 tona, dok su najveće količine živinskog mesa iz Republike Srbije izvezene u poslednjoj godini istraživanja kada su bile na nivou od 6.445 tona.

Grafikon 35. Kretanje izvoza živinskog mesa iz Republike Srbije (2005-2014), 000 tona



U analiziranom periodu izvoz ni sa jednom zemljom nije imao kontinuitet, odnosno izvoz je u pojedinim godinama izostao. Prema količini izvoza iz Republike Srbije najznačajnija zemlja je Crna Gora. Na tržište ove zemlje prosečno je izvezeno 1.439 tona živinskog mesa, što čini 58,0% ukupnog izvoza (tabela 33). U toku analiziranog perioda izvoz živinskog mesa na tržište ove zemlje nije imao kontinuitet, odnosno nije evidentiran u 2005. godini, jer je u to vreme Crna Gora bila u zajednici sa Republikom Srbijom. U periodu od 2006-2014 godine

izvoz na ovo tržište imao je tendenciju pada po stopi od 7,90% godišnje, dok je koeficijent varijacije iznosio 22,31%.

Najveći izvoz živinskog mesa na tržište Crne Gore ostvaren je 2012. godine, kada je iznosio 2.100 tona. U ostalim godinama analiziranog perioda u kojima je izvoz evidentiran količina živinskog mesa u izvozu u ovu zemlju kretala se u intervalu od 943 do 1.869 tona.

Tabela 33. Izvoz živinskog mesa iz Republike Srbije (2005-2014), tona

Struktura izvoza živinskog mesa iz Srbije	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Srbija	2.479	1.049	6.445	61,85	16,21	100,0%
Crna Gora	1.439	0	2.100	*	*	58,0%
Bosna i Hercegovina	549	0	2.527	*	*	22,1%
Makedonija	215	0	748	*	*	8,7%
Hong Kong, China	205	0	1.892	*	*	8,3%
Kipar	32	0	127	*	*	1,3%
Hrvatska	16	0	102	*	*	0,7%
Vijetnam	8	0	40	*	*	0,3%
Nemačka	6	0	42	*	*	0,3%
Kina	2	0	20	*	*	0,1%
Turska	2	0	22	*	*	0,1%

*Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development
zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Sledeća zemlja prema značaju u izvozu živinskog mesa je Bosna i Hercegovina. Prosečan izvoz iznosio je 549 tona godišnje, što čini 22,1% ukupnog izvoza iz Republike Srbije. U toku istraživanog perioda izvoz živinskog mesa na tržište ove zemlje izostao je 2008. godini. Značajno je navesti da je najveći izvoz u Bosnu i Hercegovinu ostvaren je u poslednjoj godini istraživanja, kada je iznosio 2.527 tona, dok se u godinama u kojima je izvoz evidentiran kretao u intervalu od 66 do 1.213 tona.

Prema značaju u izvozu slede Makedonija i Hong Kong na čije je tržišta je u analiziranom periodu prosečno izvezeno 215, odnosno 205 tona živinskog mesa, što čini učešće od 8,7%, odnosno 8,3% u ukupnom izvozu živinskog mesa.

Na značaj navedenih zemalja ukazuje i podatak da je na ova tržišta u analiziranom periodu plasirano preko 97% ukupnog izvoza živinskog mesa iz Republike Srbije.

U analiziranom periodu živinsko meso iz Republike Srbije na međunarodnom tržištu je ostvarilo prosečnu cenu od 2,4 \$/kg, što je za 41,2% viša vrednost od prosečne cene koja je ostvarena u svetskom izvozu.

Najviša cena ostvarena je u izvozu u Crnu Goru, a iznosila je prosečno 2,9 \$/kg, odnosno bila je veća za 20,8% od prosečne cene po kilogramu koja je ostvarena u ukupnom izvozu iz Republike Srbije.

Tabela 34. Izvozna cena živinskog mesa iz Republike Srbije (2005-2014), \$/kg

	Izvozna cena (\$/kg)	Indeks svet=100%
Prosečna cena	2,4	100,0
Crna Gora	2,9	120,3
Makedonija	2,4	98,9
Bosna i Hercegovina	1,9	79,3
Hong Kong, China	0,9	38,2
Kipar	0,6	24,8

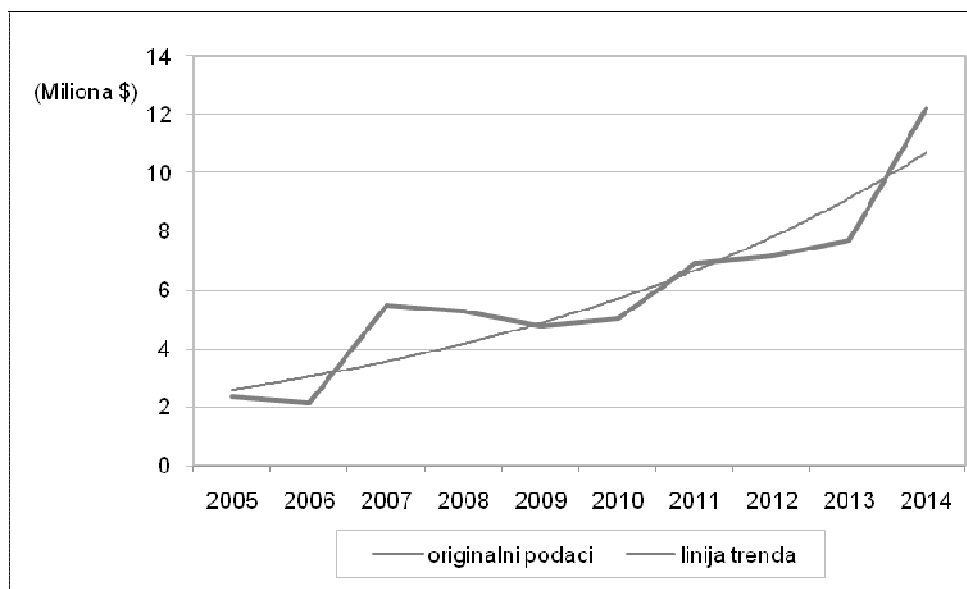
Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Prema visini cene slede Makedonija sa cenom od 2,4 \$/kg i Bosna i Hercegovina na čijem tržištu je postignuta prosečna cena iznosila 1,9 \$/kg, dok su cene koje su ostvarene na tržištima Hong Konga (0,9 \$/kg) i Kipra (0,6) bile značajno manje od prosečne cene koja je ostvarena u izvozu živinskog mesa iz Republike Srbije.

Izvozna cena živinskog iz Republike Srbije bila je značajno viša od prosečne cene koja je ostvarena u svetskom izvozu. Cena živinskog mesa iz Republike Srbije niža je u odnosu na prosečnu cenu koju su Poljska i Francuska ostvarile na međunarodnom tržištu, dok je viša u odnosu na cenu koju su u izvozu ostvarili ostali vodeći izvoznici, što ukazuje na nisku cenovnu konkurentnost na međunarodnom tržištu.

Vrednost izvoza živinskog mesa u analiziranom periodu prosečno je iznosila 5,9 miliona dolara i imala je tendenciju izraženog rasta po stopi od 17,05% godišnje (grafikon 36).

Grafikon 36. Kretanje izvoza živinskog mesa iz Republike Srbije (2005-2014), miliona dolara



Izvoz je značajno varirao u odnosu na prosečnu vrednost, a na navedeno ukazuje koeficijent varijacije koji je u analiziranom periodu bio na nivou od 48,89%. Najmanja vrednost izvoza, koja je iznosila 2,1 miliona dolara, ostvarena je 2006. godine, da bi u poslednjoj godini istraživanja bio ostvaren najveći izvoz koje dostigao vrednost od 12,2 miliona dolara.

Najznačajnija zemlja, prema vrednosti izvoza, je Crna Gora u koju je u analiziranom periodu živinsko meso izvezeno u prosečnoj vrednosti od 4,1 miliona dolara, što čini 69,8% vrednosti ukupnog izvoza (*tabela 35*). Najveća vrednost izvoza ove vrste mesa na ovom tržištu ostvarena je 2012. godine, kada je iznosila 6 miliona dolara. U ostalim godinama analiziranog perioda u kojima je izvoz evidentiran vrednost živinskog mesa u izvozu u Crnu Goru kretala se intervalu od 2,0 do 5,6 miliona dolara.

Tabela 35. Izvoz živinskog mesa iz Republike Srbije (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza živinskog mesa iz Srbije	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Srbija	5.904	2.142	12.217	48,89	17,05	100,0%
Crna Gora	4.122	0	5.999	*	*	69,8%
Bosna i Hercegovina	1.037	0	4.768	*	*	17,6%
Makedonija	506	0	1.559	*	*	8,6%
Hong Kong, China	186	0	1.752	*	*	3,2%
Hrvatska	23	0	143	*	*	0,4%
Kipar	19	0	125	*	*	0,3%
Nemačka	5	0	35	*	*	0,1%
Holandija	2	0	16	*	*	0,0%
Kina	1	0	10	*	*	0,0%
Mađarska	1	0	9	*	*	0,0%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

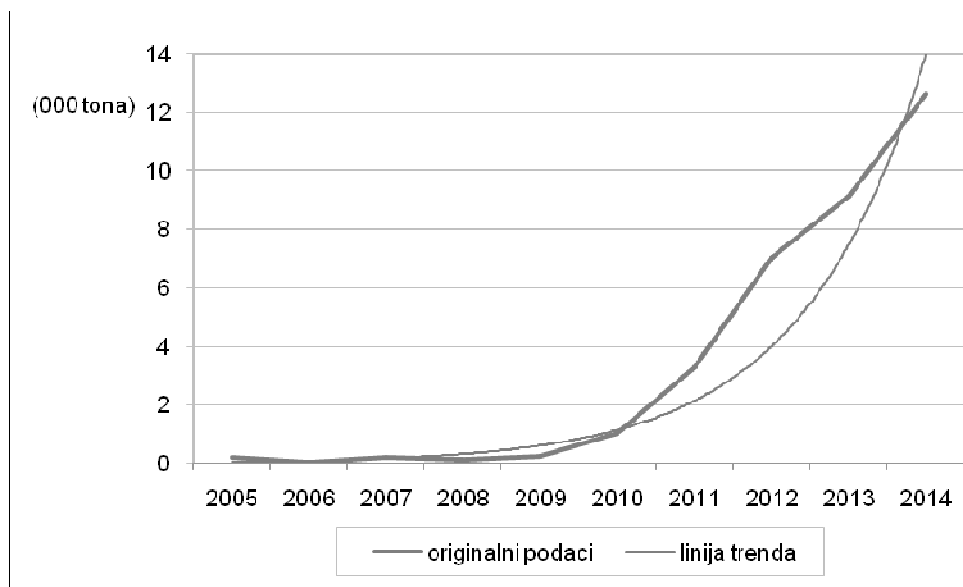
Sledeća najznačajnija zemlja prema vrednosti izvoza iz Republike Srbije je Bosna i Hercegovina na čije tržište je u analiziranom periodu prosečno izvezeno živinsko meso u vrednosti od milion dolara, što čini 17,6% ukupne vrednosti izvoza. Najveća vrednost izvoza na ovo tržište ostvarena je u poslednjoj godini istraživanja kada je iznosila 4,8 miliona dolara. U ostalim godinama analiziranog perioda u kojima je izvoz evidentiran vrednost živinskog mesa u izvozu u Bosnu i Hercegovinu varirala je intervalu od 89 hiljada do 2,3 miliona dolara.

Vrednost izvoza u Makedoniju bila je na prosečnom nivou od 506 hiljada dolara. Izvoz nije imao kontinuitet, a najveća vrednost ostvarena je 2007. godine kada je iznosio 1,6 miliona dolara, sto je činilo 8,6% ukupne vrednosti izvoza.

Vrednost izvoza živinskog mesa na tržišta Crne Gore, Bosne i Hercegovine i Makedonije u analiziranom periodu predstavljalo je 96 ukupne vrednosti izvoza živinskog mesa iz Republike Srbije.

Uvoz živinskog mesa u Republiku Srbiju u analiziranom periodu iznosio je prosečno 3.399 tona i imao je tendenciju izraženog rasta po stopi od 86,76% godišnje (grafikon 37). Koeficijent varijacije od 135,00% ukazuje na značajna variranja uvezenih količina u odnosu na prosečnu vrednost. Najmanja količina u uvozu, koje iznosila svega 47 tona, ostvarena 2006. godine, dok je najveći uvoz ostvaren u poslednjoj godini istraživanja kada je bio na nivou od 12.628 tona. Rast uvoza živinskog mesa prouzrokovan je porastom uvoza iz Nemačke, Bosne i Hercegovine, Belgije, Holandije i Slovenije, što je bilo najizraženije u poslednje dve godine analiziranog perioda.

Grafikon 37. Kretanje uvoza živinskog mesa u Republiku Srbiju (2005-2014), 000 tona



U analiziranom periodu uvoz iz najznačajnijih zemalja nije imao kontinuitet, odnosno u pojedinim godinama nije evidentiran. Najveći uvoznik živinskog mesa u Republiku Srbiju je Bosna i Hercegovina. U analiziranom periodu prosečno je uvezeno 945 tona, što čini 27,8% ukupnog uvoza ove vrste mesa (tabela 36). Najveći uvoz iz Bosne i Hercegovine ostvaren je 2012. godine kada je iznosio 2.763 tone. U ostalim godinama analiziranog perioda u kojima je izvoz evidentiran količina živinskog mesa u uvozu u Republiku Srbiju kretala se intervalu od 5 do 2.384 tone.

Prema značaju sledeća zemlja je Nemačka, iz koje je u analiziranom periodu prosečno uvezeno 935 hiljada tona, što čini 27,5% ukupnog uvoza živinskog mesa u Republiku Srbiju. Najveći uvoz iz ove zemlje ostvaren je u poslednjoj godini istraživanja kada je iznosio 4.691 tonu. U ostalim godinama perioda u kojima je uvoz evidentiran količina živinskog mesa koja je plasirana na tržištu Republike Srbije kretala se intervalu od 15 do 3.160 tona.

Uvoz živinskog mesa iz Holandije iznosio je 465 tona, odnosno 13,7% ukupnog uvoza ove vrste mesa u Republiku Srbiju. Uvoz iz Holandije nije imao kontinuitet, a u godinama tokom analiziranog perioda u kojima je evidentiran kretao se u intervalu od 20 do 1.894 tone.

Tabela 36. Uvoz živinskog mesa u Republiku Srbiju (2005-2014), tona

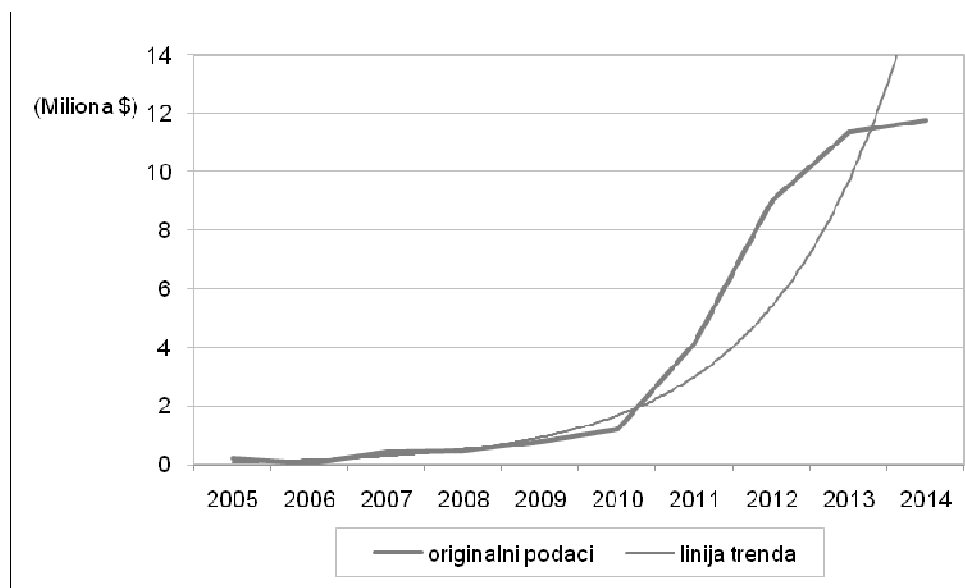
Struktura uvoza živinskog mesa u Srbiju	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Srbija	3.399	47	12.628	135,00	86,76	100,0%
Bosna i Hercegovina	945	0	2.763	*	*	27,8%
Nemačka	935	0	4.691	*	*	27,5%
Holandija	465	0	1.894	*	*	13,7%
Slovenija	295	0	1.066	*	*	8,7%
Belgija	216	0	1.732	*	*	6,4%
Poljska	174	0	645	*	*	5,1%
Mađarska	155	0	434	*	*	4,6%
Hrvatska	76	0	613	*	*	2,2%
Italija	44	0	238	*	*	1,3%
Slovačka	33	0	214	*	*	1,0%

Izvor: Obracun na bazi Trade statistics for international business development
 *zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

O značaju Bosne i Hercegovine, Nemačke i Holandije ukazuje i podatak da je ukupno učešće ovih zemalja iznosilo skoro 70% ukupnog uvoza živinskog mesa u Republiku Srbiju.

Vrednost uvoza živinskog mesa u Republiku Srbiju prosečno je iznosila 3,9 miliona dolara i imala je tendenciju izraženog rasta po stopi od 79,57% godišnje (grafikon 38), dok koeficijent varijacije od 123,30% ukazuje na značajna variranja vrednosti uvoza tokom analiziranog perioda. Najmanja vrednost uvoza ostvarena je 2006. godine, kada je bila na nivou od 48 hiljada dolara, dok je najveća vrednost uvoza, koja je iznosila 11,8 miliona dolara, ostvarena je u poslednjoj godini istraživanja.

Grafikon 38. Kretanje uvoza živinskog mesa u Republiku Srbiju (2005-2014), miliona dolara



U uvozu živinskog mesa na tržište Republike Srbije najveće učešće imala je Bosna i Hercegovina iz koje je uvezeno meso u vrednosti od 1,3 miliona dolara, što je činilo 34,0% ukupne vrednosti uvoza u analiziranom periodu (*tabela 37*). Vrednost uvoza iz Bosne i Hercegovine, u godinama u kojima je uvoz evidentiran, kretala se u intervalu od 10 hiljada do 4,1 miliona dolara, a najveća vrednost ostvarena je 2012. godine.

Tabela 37. Uvoz živinskog mesa u Republiku Srbiju (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza živinskog mesa u Srbiju	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Srbija	3.948	48	11.780	123,30	79,57	100,0%
Bosna i Hercegovina	1.343	0	4.134	*	*	34,0%
Nemačka	765	0	3.802	*	*	19,4%
Mađarska	409	0	1.010	*	*	10,4%
Slovenija	406	0	1.488	*	*	10,3%
Holandija	351	0	1.350	*	*	8,9%
Poljska	188	0	888	*	*	4,8%
Belgija	170	0	1.254	*	*	4,3%
Italija	122	0	700	*	*	3,1%
Hrvatska	84	0	431	*	*	2,1%
Slovačka	27	0	162	*	*	0,7%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Sledi Nemačka iz koje je uvezeno živinsko meso učestvovalo u ukupnom uvozu sa 19,4%, što je činilo prosečno 765 hiljada dolara. Uvoz iz ove zemlje evidentiran je u poslednje četiri godine analiziranog perioda. Najveća vrednost uvoza iznosila je 3,8 miliona dolara i ostvarena je 2014. godine, dok se u ostalim godinama u kojima je uvoz evidentiran vrednost kretala u intervalu od 194 hiljade do 2,6 miliona dolara.

Prema značaju u uvozu slede Mađarska i Slovenija iz kojih je u analiziranom periodu prosečno uvezeno živinskog mesa u vrednosti od 409, odnosno 406 hiljada dolara, što čini učešće od 10,4%, odnosno 10,3% u ukupnoj vrednosti uvoza živinskog mesa.

Na značaj prethodno navedenih zemalja ukazuje i podatak da je njihovo ukupno učešće iznosilo skoro 75% ukupne vrednosti uvoza živinskog mesa u Republiku Srbiju.

U spoljnotrgovinskoj razmeni živinskog mesa Republika Srbija je ostvarila negativan bilans, odnosno izvoz je bio za 920 tona manji od količina koje su uvezeno u analiziranom periodu. Međutim, značajno je navesti da je bilans razmene posmatrano sa stanovišta vrednosti bio pozitivan, odnosno izvoz je za 2 miliona dolara bio veći od vrednosti uvezenog živinskog mesa. Razlog za navedeno predstavlja uvozna cena koja je bila za polovinu niža od cene koja je ostvarena u izvozu.

7.7. SWOT ANALIZA PLASMANA MESA IZ REPUBLIKE SRBIJE

Operacionalizacija izvoznog potencijala je u neposrednoj zavisnosti od stabilnosti i konkurentnosti proizvodnje u stočarstvu i industriji mesa. Zadovoljavajući nivo proizvodnje i izvoza mesa direktno zavisi od ambijenta, uslova, organizovanosti, tehnološke opremljenosti i kulture poslovanja, sa jedne strane, i makrookruženja i tržišnih uslova, sa druge strane. Konkretni odgovori, koji predisponiraju iznalaženje optimalnih rešenja predmetne problematike (stabilna proizvodnja i internacionalizacija poslovanja), moguće je dobiti samo racionalnom, kompleksnom marketing analizom svih relevantnih, kontinualno prikupljenih, podataka i informacija. Metode prikupljanja i obrade informacija, elaborirane u marketing informacionom sistemu, doprinose razumevanju interaktivnosti odnosa mikro i makrookruženja na prilike u stočarstvu, proizvodnji i izvozu mesa.

Potrebno je sagledati postojeće snage i slabosti, kao i potencijalne mogućnosti i pretnje stočarstva i proizvodnje mesa u Republici Srbiji. Prema *Džoberu i Fahiju (2006)* evaluacija strateške pozicije jedne grane poljoprivredne proizvodnje, kao što je stočarstvo, putem identifikacije njenih snaga, slabosti, mogućnosti i pretnji može se sprovesti putem SWOT analize.

Za potpunu SWOT analizu neophodni su i relevantni podaci. Međutim, nije moguće pronaći relevantne podatke koji bi sadržavali sveukupne podatke o broju grla krupne stoke, svinja, ovaca, koza i živine, niti o količini proizvedenog mesa i prerađevina od mesa. Razlog tome je što ne postoji registar poljoprivrednih gazdinstava koji bi razlikovao proizvođače koji proizvode za sopstvene potrebe od proizvođača koji sopstvenu proizvodnju usmeravaju na potrebe zadovoljavanja lokalne tražnje (privatne klanice, mesare, pijace). Značajna trgovina krupnom i sitnom stokom, ali i mesom, odvija se na vašarima i sličnim lokalnim manifestacijama. Proizvođači, koji svoju proizvodnju interesno podređuju potrebama klaničara, prerađivača i trgovinskih lanaca, kao dobavljači, evidentirani su. Međutim, nema preciznih podataka da li su oni, u pravom smislu reči, primarni proizvođači ili samo karika dugačkog lanca logistike i distribucije (registrovani otkupljivači, otkupljivači iz sfere sive ekonomije i sl.).

Navedene konstatacije upućuju na činjenicu da instrumenti, koji su na raspolaganju institucijama nisu dovoljno operativno efikasni u sistematizaciji podataka, na osnovu kojih bi bilo moguće imati uvid u potpunu ekonomiju obima proizvodnje grla stoke, količine mesa i prerađevina od istih. Za statističku obradu obima proizvodnje konkretno mesa, službeni podaci, koji su institucijama na raspolaganju, omogućavaju samo procenu tržišne ponude. Ova, svakako, institucionalna manjkavost ima za posledicu da je moguće dati relevantne statističke podatke samo o količinama vezanim za obim izvoza ali ne i za sveobuhvatni obim proizvodnje. Uočava se da podaci GIS-a (geografski informacioni sistemi) često nisu predmet interesovanja nadležnih institucija, iako je poznato da su oni od velikog značaja kada se radi o neophodnosti podrške principa koncentracije i specijalizacije proizvodnje.

Kada je u pitanju stočarstvo i industrija mesa, potrebno je na nivou lokalnih samouprava formirati odeljenja poljoprivrede koja bi, između ostalog, bavila se i prikupljanjem podataka o

broju matičnih stada stoke, matičnih jata živine, proizvodnji steonih junica, broju grla goveda, svinja, ovaca i koza u tovu, raspoloživim prostornim i proizvodnim kapacitetima, kvalitetu proizvodnje i sl. Objedinjavanjem, sistematizacijom i kontinuiranim ažuriranjem prikupljenih podataka sa podacima o teritorijalnoj identifikaciji, bila bi formirana jedinstvena baza podataka koja bi institucijama sistema i kompanijama, koje se bave izvozom bila od velikog značaja. Kompanije bi imale uvid u raspoloživost i izvozni potencijal, dok bi država podatke, između ostalog, koristila pri bilateralnim susretima sa stranim državicima da se postigne što je moguće viši nivo liberalizacije izvoza na tržišta koja su predmet interesovanja izvoznika.

Formiranjem centralnog registra registrovanih poljoprivrednih gazdinstava, zadruga i udruženja koja se bave uzgojem stoke (goveda, svinja, ovaca i koza i živine), kao i registar zanatskih radnji i malih klanica, koje se bave preradom mesa, relevantne institucije bile bi u mogućnosti da u svakom momentu raspoložuju podacima na osnovu kojih bi mogle da procene izvozni potencijal. Konceptualno, registar bi trebao da elaborira i u kontinuitetu ažurira podatke o broju, rasi, kategoriji starosti grla stoke, proizvodnim kapacitetima i potencijalnim mogućnostima proširenja kapaciteta. Kumulativni prikaz realnog stanja kreatorima agrarne politike omogućio bi da pravovremeno obezbede sredstva za agrarni budžet iz koga će biti finansirani projekti čiji je cilj unapređenje stočarske proizvodnje i njoj kompatibilnog mesno-prerađivačkog kompleksa.

Vlahović (2011) navodi da se strategija marketinga privrednih subjekata definiše uz prethodnu analizu situacije - SWOT analizu. Osnovni cilj sastoji se u tome da sagleda faktore koji bitno determinišu uspešnost privrednog subjekta. Naziva se SWOT analiza usled početnih slova engleskih reči: prednosti, slabosti, mogućnosti i pretnje (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Sastoji se iz dva dela: interni faktori (prednosti, slabosti) i eksterni faktori (mogućnosti i pretnje).

U konkretnom slučaju SWOT analiza biće primenjena da bi se sagledale interne snage i slabosti, kao i eksterne šanse i pretnje koje će uticati na razvoj stočarstva, proizvodnju i izvoz mesa u Republici Srbiji.

Prednosti

- Povoljni agroekološki uslovi za stočarsku proizvodnju
- Tradicija u proizvodnji
- Ishrana grla stočnom hranom bez GMO komponenti
- Prepoznatljiv kvalitet pojedinih vrsta mesa i prerađevina od mesa (peštarska teletina, zlatiborski pršut, bačka šunka, sremska kobasica)
- Postojanje institucija koje imaju značaj za stočarstvo (fakulteti, instituti, stručne službe)

Slabosti

- Mali broj proizvođača koji primenjuju standarde bezbednosti i kvaliteta u proizvodnji (HACCP, BRC, IFS)
- Nedostatak finansijskih sredstava za finansiranje proizvodnje

- Mali broj udruženja
- Nedovoljna edukovanost proizvođača primarnih proizvoda
- Produktivnost je na niskom nivou
- Nedovoljna informisanost proizvođača o mogućnostima korišćenja finansijskih sredstava iz Agrarnog budžeta ili fondova koji su namenjeni razvoju poljoprivredne proizvodnje

Mogućnosti

- Povećanje broja grla u sistemu organske proizvodnje
- Udruživanje proizvođača sa ciljem ostvarivanja boljih uslova pri proizvodnji i efikasnijeg nastupa na međunarodnom tržištu
- Proizvodnju koncipirati prema zahtevima potrošača i standardima na međunarodnom tržištu
- Mogućnost proširenja proizvodnog programa
- Uvođenje standarda koji bi omogućili izvoz na nova tržišta

Pretnje

- Neodgovarajuća agrarna politika u oblasti poljoprivredne proizvodnje
- Nepovoljni uslovi kreditiranja proizvodnje (visoke kamate i kratki rokovi otplate)
- Nedovoljna povezanost primarne proizvodnje i prerađivačkih kapaciteta

7.8. ANALIZA STANJA I KONKURENTNOSTI PROIZVODNJE I IZVOZA MESA REPUBLIKE SRBIJE

Poljoprivreda, kao najvitalniji segment privrednog sistema, jedina je bila u mogućnosti da obezbedi egzistenciju i socijalno zbrine stanovništvo ruralnih područja i obodnih gradskih sredina u vremenu koje su obeležile društvene krize i reformski zaokreti ka tržišnoj privredi, prema modelu neoliberalnog koncepta. Veliki agroindustrijski sistemi, u periodu organizacionog, vlasničkog i upravljačkog prestrukturiranja, segment po segment, devastirani su neuspelim privatizacijama. Zadrugarstvo, kao oblik organizovanja primarnih proizvođača, prestalo je da funkcioniše. Stočarstvo, i pored tradicijskih iskustava, vitalnosti i prilagodljivosti, nije bilo u mogućnosti da održi nivo proizvodnje koji bi bio upravo proporcionalan društvenim i materijalnim potencijalima koji su na raspolaganju. Pokušaji da se stanje popravi i organizuje stočarska proizvodnja iniciranjem izgradnje malih, privatnih klanica, nisu doneli očekivane rezultate. Veliki broj ovakvih klanica, iako nisu zadovoljavale ni minimum sanitarno-veterinarskih standarda za zdravstveno bezbedno klanje životinja i preradu mesa, nepovoljno su uticale na razvoj industrije mesa. Konfuzno stanje u stočarstvu i na tržištu mesa ima za posledicu stagnaciju, ali i regresiju industrijske proizvodnje i prerade mesa, što se neminovno odražavalo na obim izvoza stoke za klanje i mesa.

Primarni uzgajivači stoke za klanje, poučeni iskustvom da njihova proizvodnja namenjena tržištu ili industrijskoj preradi, kvantitativno nije, u cikličnim intervalima, kompatibilna sa potrebama tržišta, niti je u skladu sa interesima postojećih prerađivačkih kapaciteta, često menjaju strukturu svoje primarne proizvodnje. Ovakvo ponašanje primarnih proizvođača proističe iz činjenice da se često suočavaju sa nepredvidivom strukturom troškova inputa, negarantovanim cenama i nesigurnim otkupom. Hroničan nedostatak obrtnih sredstava logično sledi ukoliko se sagledaju uslovi poslovanja.

Stočarsku proizvodnju karakterišu, od godine do godine, u periodu koji je predmet istraživanja, nepredvidivi usponi, stagnacije i padovi prihoda po jedinici proizvoda. Kompleksnosti razloga promene strukture proizvodnog programa doprinosi i sistemska neefikasnost u suzbijanju uticaja uvoznčkih lobija na tržišne prilike, neprimerena, sa karakteristikama monopola, ponašanja logističko-distributivnih aliansi i nedoslednost u kontroli „sivih“ tokove prometa stoke za klanje, mesa i prerađevina od mesa. Nepredvidivost isplativosti proizvodnje unosi nesigurnost i izaziva kolebljivost stočara po pitanju donošenja odluke o orijentaciji na specijalizovanu proizvodnju, ali i odluke o mogućnosti odustajanja od proizvodnje. Širem aspektu ovog problema, uključujući i posledice ovakvih ponašanja, nije posvećivano dovoljno pažnje.

Kada je reč o socijalnoj infrastrukturi, ne može se zaobići činjenica da veliki deo radno sposobnog stanovništva, posebno onih sa kvalifikacijama i visokim obrazovanjem živi u gradskim zonama ili na samim obodima gradskih sredina gde su koncentrisane škole, fakulteti, instituti. Iz tog razloga gradovi su prenaseljeni dok sela imaju sve manje stanovništva, i to ne samo radno sposobnog, već uopšte. To je jedan od ključnih faktora koji ograničavaju ekonomiju obima u poljoprivredno-prehrambenoj proizvodnji.

Disbalans prostorno raspoređenih elemenata ekonomske i socijalne infrastrukture sam po sebi pretpostavlja nepovoljan i teško prihvatljiv ambijent poslovanja. Kada je u pitanju ekonomska infrastruktura, pored loše i zastarele putne, vodovodne i kanalizacione mreže treba napomenuti da logistički (skladišta; hladnjače) i prerađivački kapaciteti (klanice) su ili devastirani ili ih je nedovoljno. Osim konstatacije da ih je nedovoljno, odmah se uočava da ni prostorna koncentracija postojećih kooperativa, otkupnih centara, skladišta, hladnjača i klanica nije kompatibilna sa stvarnim potrebama proizvođača.

Činjenica je da devastirana i usporena ekonomija može se oživeti isključivo kroz trgovinsku razmenu. Trgovinska razmena dobara podrazumeva zadovoljavanje interesa svih strana uključenih u predmetni proces. Međutim, kada se radi o stočarskoj proizvodnji i industriji mesa, generalno posmatrano, ovaj sporazumu o slobodnoj trgovini (SSP) do 2012. godine nije donosio očekivane benefite domaćim proizvođačima. Ukoliko se analiziraju svi parametri koji određuju kriterijume apostrofirane marketingškim pravilom 4 K (kvalitet, kontinuitet, konkurentnost, kontrola), dolazi se do činjenice da ni jedan od njih nije bio u potpunosti zadovoljen.

Domaći proizvođači mesa i preradevina od mesa, nižih i viših faza prerade, i svi u lancu isporuke vrednosti, svesni su bili sopstvene ne konkurentnosti, i tim pre, zagovarali su stav da SSP je previše rano inkorporiran u ekonomski sistem Srbije. Ovakav stav pokušavali su da opravdaju isticanjem mišljenja da je potpisani sporazum o slobodnoj trgovini iznuđen. Argumentacija se bazira na samoj suštini, ali i formi sporazuma po kojoj sporazum, u konkretnom slučaju, ne podrazumeva samo jednostavan odnos kvota, već uključuje prava na intelektualnu svojinu, regulative i standarde. Odnos prema slobodnoj trgovini dodatno se komplikovao stavom EU da ne želi da odustane od svojih planova da svoju spoljnu politiku implementira u oblasti poput trgovine, realne pomoći i spoljnog uticaja. Kao primer navode se uslovljavanja. Evidentno je da se korišćenje sredstava iz predpristupnih fondova EU, koja su na raspolaganju Srbiji, kao državi kandidatu, administracija EU uslovljava insistiranjem da se uradi više po pitanju ljudskih prava, prava radnika, poštovanju odrednica Briselskog sporazuma i sl. Ovakav model trgovinskog sporazuma uključuje i stavke poput klauzula koje se odnose na bezbednosne standarde proizvoda i zaštite geografskog porekla, ali i na mogućnost jednostranog redukovanja kvota.

Očigledno, u prve dve godine primene SSP-a, došlo je do asimetričnog trgovinskog toka proizvoda između zemalja partnera potpisnica, odnosno skromnog izvoza mesa iz Republike Srbije i neprimereno velikog uvoza iz ovih zemalja.

U pitanju su strukturalni problemi domaćeg tržišta u čije rešavanje su morali da se uključe, pored države, i sami proizvođači. Inicijativa razvoja, potekla od individualnih proizvođača, može imati smisla samo ako naiđe na razumevanje kreatora aktuelne, sistemski osmišljene, agrarne politike.

Navedene konstatacije upućuju na postojanje problema koji je zahtevao urgentnu reakciju institucija sistema. Potrebno je stvoriti uslove za značajniju revitalizaciju proizvodnih i infrastrukturnih objekata, izgradnju novih, savremenih prostornih kapaciteta za intenzivno stočarstvo, kao i obnoviti i uvećati stočni fond.

7.8.1 Faktori koji ograničavaju primarnu proizvodnju u stočarstvu i imaju uticaj na izvoz

Pored tržišnih, ekonomskih faktora koji ograničavaju proizvodnju u stočarstvu i proizvodnju mesa, ali i poljoprivredo-prehrambenu proizvodnju uopšte, uočavaju se i ne manje važni egzogeni faktori ograničenja primarne poljoprivredne proizvodnje.

Egzogeni, neekonomski faktori, kada je stočarska proizvodnja u pitanju, ne odnose se na klimatske uslove, pedološki sastav i vodno-vazdušni režim zemljišta, kao što je to slučaj kod ostalih grana poljoprivrede, već na moguću pojavu epidemijskih i pandemijskih bolesti. Na pojavu epidemija i pandemija bolesti nije moguće uticati. Eventualno delovanje svodi se na

krajnje selektivne i ograničene aktivnosti tipa profilaktičkog delovanja (vakcinacije), kao i na registraciju i osiguranje jedinki životinjskog porekla u uzgoju.

Ekonomski faktori, pored već hroničnih (komunikacije; energetika; transport) uočavaju se i novo-nasleđeni koji su bitno uticali na devastiranost poljoprivredne proizvodnje uopšte:

- Neuspešne privatizacije.
- Zakasnelo prestrukturiranje privredno-organizacionih celina.
- Nedorečena agrarna politika.
- Ponašanje distributivnih alijansi.
- Usitnjeni posedi.
- Zastarela i skupa za održavanje mehanizacija.
- Tehnološka zastarelost, i sl.

Jedan od ograničavajućih faktora konkurentnosti u stočarstvu i poljoprivredi uopšte u Republici Srbiji jeste odsustvo veće saradnje naučno-istraživačkih institucija, instituta i fakulteta, kao nosioca obrazovnih institucija, sa poljoprivrednim proizvođačima i, njima kompatibilnim prerađivačima poljoprivrednih proizvoda. Odsustvo saradnje posebno se zapaža u stočarstvu. Na primer, resursi kao kapital i potencijalna kadrovska osnova, ne samo da nisu analitički elaborirani već ni ekonomska svest o njihovom postojanju nije u potpunosti formirana. Nije ocenjeno pravo stanje nivoa organizovanosti, strateške konkurentnosti, niti održivosti stočarstva, kao dinamičnog i višedimenzionalnog sektora koji obuhvata veliki broj, međusobno uslovljenih, elemenata (raznovrsna i međusobno uslovljena proizvodnja, prerada, distribucija), unutar grane poljoprivrede. Stepenn tehnološke zastarelosti i proaktivne zavisnosti od razvijenih zemalja (transfer tehnologija), bez obzira na imperativnost problema i uticaj na konkurentnost, kao problem, do sada je marginalizovan, do mere, da je u velikom delu ostao nepoznanica za veliki broj proizvođača.

Empirijski posmatrano, razvoj bogatih društava temelji se na materijalnim resursima i intelektualnom potencijalu (znanju) društvenog kolektiviteta.

Odnos institucija sistema prema obrazovanju direktno se odražava na kulturu, kulturu poslovanja i opšte stanje u privredi, uslovljavajući ga. Nezadovoljavajuće stanje u privredi i kulturi uopšte, samo po sebi, upućuje na zaključak da obrazovni sistem kod nas je zastareo i, velikim delom, produkuje kadrove koji se utapaju u prosečnosti. Relativno mali broj ustanova unutar institucija obrazovnog i naučno-istraživačkog sistema kod svojih zaposlenih, ali i učenika u obrazovnim ustanovama, neguje osobine kao što su funkcionalno znanje i veštine, prilagodljivost, kreativnost, inicijativnost u delovanju, komunikativnost, interdisciplinarnost, fleksibilnost u razmišljanju, odlučnost i spremnost na stalno usavršavanje i poštovanje univerzalnih pravila (normi) i vrednosti. Neefikasnost obrazovnog sistema bitno ograničava konkurentnost i razvoj privrednog sistema uopšte.

Pojam tehnologije u savremenom smislu podrazumeva ne samo postupak proizvodnje već i proces organizacije i upravljanja proizvodnjom i marketingom, unapređenje postojećeg nivoa konkurentnosti proizvodnje, postupke i metode komercijalizacije proizvoda, proces obrazova-

nja i stručnog usavršavanja odnosno svaku organizaciju znanja za postizanje praktičnih ciljeva (Jović, 2002).

Shodno navedenom, sada, kada postoji prilika da konačno nosioci javne debate o strategiji koja, na primer, definiše razvoj stočarstva i razvoj njoj kompatibilne mesno-prerađivačke industrije, budu isključivo ljudi od nauke i struke, ne treba da iznenadi situacija da za operacionalizaciju ustanovljenih ciljeva, nedostaju kvalitetni operativni radnici (stočari, mesari, ekolozi, marketari ali i rukovaoci savremenim mašinama, modernim tehnologijama i sl.) u stvaranju i isporuci novostvorene vrednosti.

Kontinuirani odliv mladih i obrazovanih kadrova zbog nezaposlenosti, još uvek je aktuelan problem. Kao takav, stavljen je na listu prioriteta sistemskog rešavanja.

Pored navedenih faktora koji ograničavaju razvoj i konkurentnost poljoprivrede uopšte, pažnju treba usmeriti na sledeće inhibitore (kočnice) razvoja stočarstva: nestandarizovana i nestabilna proizvodnja, nedovoljno investiranje u tehnologiju, opremu i modernizaciju proizvodnje, nerazvijeno tržište stoke, neorganizovane i nefunkcionalne kooperative, nedostatak organizovanih otkupnih centara, odsustvo komunikacije proizvođača stoke, klaničara i izvoznika i sl.

U Srbiji su drastično redukovani proizvodni kapaciteti u stočarstvu i prehrambenoj industriji. Ovakvo stanje uslovalo je da uvoznički lobi u punom kapacitetu preuzme ulogu koordinatora tržišnih prilika i tako direktno utiče na rastuće i opadajuće tržišne mogućnosti. U tu svrhu, potrebno je aktuelizovati strategiju uvozne supstitucije jer, kao politika trgovine, i kreira se sa ciljem da se podsticajnim sredstvima (subvencijama, beneficijama i podrškom uopšte) ohrabre lokalni proizvođači da se baziraju na proizvodnju proizvoda koji se uvoze u zemlju.

Korupcija, delovanja logističko-distributivnih aliansi, uvoznički lobi i siva ekonomija podrivaju ekonomsku stabilnost Srbije. Uvoznički lobiji, sagledavajući samo profitne efekte svojih poslovanja, a obesmišljavaju napore ugrađene u platformu agrarne politike. Vođeni sopstvenim interesima ne vode mnogo računa o zdravstvenoj bezbednosti prehrambenih proizvoda koje uvoze, i tako, potrošače dovode u nedoumicu po pitanju zdravstvene bezbednosti i pravog porekla proizvoda koje plasiraju na domaće tržište.

Međunarodna trgovina, ukoliko zadovoljava samo partikularne interese privrednog subjekta, a zanemaruje interese države, mora biti sankcionisana. Aspekt koristi od spoljnotrgovinskog prometa treba da je u žiži interesovanja nadležnih institucija. U slučajevima kada uvoznički lobi nadvlada nacionalne interese upitni su efekti spoljnotrgovinskog prometa.

Pitanje, da li je takvo poslovanje uvoznika i izvoznika, distributivnih aliansi uopšte, posledica bukvalno prihvaćenog neoliberalnog ponašanja ili sistemskih propusta nije bilo predmet interesovanja institucija sistema Republike Srbije. Činjenično, uvoznički lobi, neprimerena ponašanja distributivnih aliansi, izvoz po svaku cenu, uz sivu ekonomiju, predstavlja veliki problem u ekonomiji države Srbije.

Između izvoznika i izvoznog tržišta država treba da se postavi kao medijator kroz svoje bilateralne i multilateralne diplomatske susrete. Na tržišnu cenu država ne može da utiče ali može da kontroliše odnos otkupne i izvozne cene. Prostor za delovanje logističko-distributivnih aliansi se ovakvim delovanjem države znatno smanjuje.

Marketing analizom stanja moguće je nabrojati još čitav niz faktora koji ograničavaju stočarsku proizvodnju i direktno utiču na proizvodnju, konkurentnost i izvoz mesa. Izdvaja se sledeće:

- Nedostatak obrtnih sredstava kod primarnih proizvođača.
- Komponenta manualnog rada u strukturi domaćeg proizvoda daleko je veća nego što je to slučaj kod uvoznog.
- Zastupljenost novih tehnologija je simbolična.
- Pomotehničke mere i profilaksa sprovode se samo u meri u kojoj je to neophodno.
- Cene inputa za proizvodnju su visoke jer ih formiraju dobavljači (trgovci), shodno sopstvenim interesima, od situacije do situacije.
- Nisu uvedene poreske olakšice za uvoz proteinskih komponenti za stočnu hranu.
- Ponašanje neformalnih kartela i oligarha ukazuje na, još uvek prisutno, monopolsko ponašanje.
- Odsustvo kontrole i apresijacija evra (2005-2014) stimuliše uvoz, i u interesu je uvozničkog lobija.
- Cena finalnog proizvoda nije poznata proizvođačima, ne samo pri planiranju proizvodnje, već često ni kada je novostvorena vrednost spremna za tržište.
- Domaći proizvođači su neorganizovani i, najčešće, samostalno nastupaju na tržištu.
- Organizovani otkupni centri su malobrojni i neadekvatno prostorno raspoređeni, tako da proizvođači su upućeni na preprodavce.

Iz razloga delovanja ograničavajućih faktora primarni proizvođači u stočarstvu većinom, nisu bili u mogućnosti da kadrovski (organizacija i operacionalizacija procesa proizvodnje), tehnički i tehnološki osavremene proizvodne i klanične kapacitete (linije za klanje, preradu, pakovanje, distribuciju proizvoda,). Sve to je rezultiralo kvantitativno skromnom i, sa aspekta kontinuiteta, nestabilnom, nekonkurentnom proizvodnjom mesa, što se odrazilo i na izvoz.

Imajući u vidu da struktura proizvodnje stoke za klanje i mesa u Srbiji nije prilagođena tražnji na međunarodnom tržištu neophodno je aktuelizovati proizvodnju proizvoda koji se traže (teletina, jagnjetina) na stranim tržištima. Promenom strukture izvoza postiže se veća profitabilnost izvoza, koji će proaktivno garantovati održivost proizvodnje, doprinositi sigurnosti proizvođača i stimulisati rast i razvoj proizvodnih kapaciteta izvozno orijentisanih proizvođača stoke za klanje i mesa.

Šanse za izvozne poslove postoje ali realizacija izvoza nesrazmerna je apsorpcionoj moći stranih tržišta. Količine mesa koje se izvoze korenspondiraju sa stvarnošću. Izvozni su otisak

i oličenje stvarnih, trenutnih mogućnosti preduzeća iz mesno-prerađivačkog kompleksa opredeljenih za poslovanja na stranim tržištima.

7.8.2. Perspektive proizvodnje i izvoza stoke za klanje i mesa

Pored klimatskih i agroekoloških uslova, ekonomske, i socijalne infrastrukture (zadovoljavajući poslovni ambijent i kadrovski resurs visokog i prosečnog nivoa znanja vezanog za stočarsku proizvodnju ili usluge) i organizovanosti, perspektivnost stočarske proizvodnje i izvoza mesa u neposrednoj je zavisnosti i od agrarne politike, tržišnih kretanja i profitabilnosti proizvodnje.

Stabilnost tržišta i isplativost proizvodnje utiču na odluku primarnog proizvođača o aglomeraciji (nagomilavanju) grla jedne rase date vrste, iz širokog spektra raznorodnih životinjskih vrsta pogodnih za ljudsku ishranu. Veća koncentracija odabranih grla stoke ukazuje na bolju poslovnu organizovanost i specijalizaciju uzgoja.

Pored tržišnih uslova, na rentabilnost stočarske proizvodnje od velikog značaja je odabir rase za uzgoj i korišćenje savremenih metoda gajenja jedinki.

Stabilna proizvodnja u stočarstvu i industriji mesa zadovoljavajuće ekonomije obima i kvaliteta proizvoda, predisponira izvozni potencijal. Ova konstatacija upućuje na zaključak da izvoz stoke za klanje i mesa rezultanta je obima i dinamike stočarske proizvodnje u Republici Srbiji. Ako se ima u vidu da samo organizaciono restrukturirani, tehnološki usavršeni i produkciono efikasni proizvodni kapaciteti u mogućnosti su da primarnu poljoprivrednu proizvodnju i međunarodnu razmenu poljoprivrednih proizvoda uopšte, kao globalnu društveno-ekonomsku potrebu, podignu na nivo pozitivne korelacije, neophodno je pribeći sistemskim reformskim potezima. Reforme, koje podrazumevaju prestrukturiranje sveukupnih proizvodnih snaga i odnosa privrednog sistema, posebno će se odraziti na stanje u stočarstvu i industriji mesa i tako doprineti realizaciji izvoznog potencijala. Ukoliko se zadovolje kriterijumi koji se očekuju od istinski neophodnih sistemskih reformi, trend rasta proizvodnje i izvoza mesa značajno će doći do izražaja.

Reformski proces prestrukturiranja privrednih subjekata (misija, organizacija, kompetencije, kontrola) posmatrano sa aspekta realizacije strateškog cilja, započinje marketing poslovnim aktivnostima (istraživanjima, planiranjem, realizacijom).

Nakon što se uspostavi balans prostorno raspoređenih elemenata ekonomske i socijalne (privredne i društvene) infrastrukture može se govoriti o organizovanoj specijalizaciji proizvodnje. Specijalizacijom proizvodnje postiže se visok nivo ekonomske aktivnosti tako da ne izostaju ni ekonomski racionalni efekti. Međusobnim povezivanjem specijalizovanih privrednih subjekata (registrovana gazdinstva; zadruge) moguće je formirati klustere kao i asocijacije (organizaciono zaokružene celine udruženih poljoprivrednih proizvođača) koji bi generisali budući izvozni potencijal. Međusobno povezani i upućeni na saradnju različito spe-

cijalizovana udruženja, formalno-pravno regulisanog statusa (zadruga; klasteri; asocijacije), mogu biti okosnica kako horizontalne, tako i vertikalne diverzifikacije (pravac rasta; razgranavanje) zainteresovanog privrednog subjekta. To je model interesnog udruživanja primarnih proizvođača u cilju postizanja većeg obima aktivnosti i kompleksnog razvoja proizvodno-izvozno orijentisanih privrednih subjekata, bez obzira na modalitete njihove organizovanosti (preduzeća; kompanije; holdinzi; korporacije).

Savremena intenzivna stočarska proizvodnja zahteva i savremena sredstva za proizvodnju. Pri tome se misli na usavršena tehničko-tehnološka sredstva za pravilnu ishranu i dostupnost vode, instalirane sisteme za izđubrivanje i otok osoke u prostoru za smeštaj jedinki, kao i propratnu mehanizaciju za različite namene.

To svakako ne znači da, ukoliko nije moguće priuštiti takve uslove za uzgoj jedinki, intenzivno stočarstvo gubi smisao, i to više nije. Naime, s obzirom na to da klimatski uslovi, na velikom delu teritorije Republike Srbije, to dozvoljavaju, ne samo da je moguće, već je i poželjno stado sa izvanrednim genetskim potencijalom uzgajati na pašnjacima. Tako uzgajana grla su otpornija na bolesti, meso je mnogo kvalitetnije, a i prirast je na zadovoljavajućem nivou.

Razlog boljih performansi mesa grla, kojima je obezbeđena ispaša, je u dostupnosti stada dovoljnih količina sveže, zelene biljne mase. Voluminozitet (obimnost) i kvalitet hrane na ispaši doprinosi efikasnosti konverzije proteina biljnog porekla u proteini životinjskog porekla, što je fiziološka sposobnost najviše izražena kod preživara. Ispaša stoke je humani pristup uzgoju u stočarstvu. Najviše se preporučuje u ishrani teladi jer se u tom razvojnom periodu telesne karakteristike (kostur i mišićna masa) formiraju, proporcionalizujući telesne delove.

Pored toga, neophodno je obezbediti dovoljnu količinu pitke vode i izgraditi improvizovanu (prostorno primerenu) nastrešnicu da se jedinke, u slučajevima nevremena (vetra, kiše pa i snega), mogu zaštititi. Kabaste biljne mase imaće dovoljno, dok se hrana mora davati u unapred pripremljenim hranilicama. Kada zelene biljne mase nestane potrebno je ishrani dodavati dovoljne količine unapred pripremljene kvalitetne, kabaste biljne mase. Iskustva ovakvog intenzivnog stočarstva sa svim elementima ekstenzivnosti, potiču iz Austrije. Naime, u ovoj zemlji je to uobičajena praksa. Razlog ovakvoj praksi kod nas bi bio ušteda na adaptaciji i opremanju objekta. Razmišljanja na temu potreba za radno intenzivnim aktivnostima pri čuvanju stada, kvalitetu prirodne livadske trave, čistoći svežeg brdsko-planinskog vazduha i sličnom, većini potencijalnih primarnih proizvođača ne bi bila predmet interesovanja. U Austriji o takvim temama se razmišlja, izvode se kalkulacije odnosa koristi i troška, razmenjuju se iskustva, tim pre, što kod njih radno intenzivno angažovanje je veoma skupo.

Ekstenzivno stočarstvo u Srbiji do pre nekoliko desetina godina umnogome je podsećalo na model intenzivnog stočarstva u Austriji danas. Iskustva se razlikuju u činjenici da gorštaci u Republici Srbiji, kao stočari, nisu imali tehničkih mogućnosti da jedinkima stada, blagovremeno i u potrebnim količinama, dostavljaju hranu i vodu, a ni genetski potencijal jedinki nije

bio na nivou na kom je danas. Danas tehničke mogućnosti ne predstavljaju faktor koji ograničava razvoj ovakvog tipa stočarstva. Faktore ograničenja treba tražiti prvenstveno analizirajući demografski aspekt, ali i finansijski (hronični nedostatak obrtnih sredstava). Zabrinjava činjenica da u brdsko-planinskim oblastima Republike Srbije gotovo da i nema mladih stanovnika koji bi se bavili stočarstvom po ugledu na kolege iz Austrije.

Ipak u održivost ruralnog razvoja i perspektivnost ruralne ambijentalnosti, ne treba sumnjati. Organizaciono transformisana i strukturno prestrukturirana poljoprivreda, kao grana privrede, usmerena na specijalizaciju u stočarstvu i proizvodnji mesa, ima sve predispozicije da obezbedi revitalizaciju ruralnih oblasti i obodne zone gradskih sredina. Disbalans prostorne koncentracije interaktivno kompatibilnih elemenata ekonomske i socijalne (privredne i društvene) infrastrukture, koji sada predstavlja jedan od bitnih ograničavajućih faktora proizvodnje i razvoja, ukoliko se prevaziđe, ruralne oblasti će postati sredine prihvatljivog poslovnog ambijenta i poželjne sredine za investiranje.

7.8.3. Konkurentnost stočarstva i proizvodnje mesa

Konkurentnost se obično definiše kao mogućnost proizvodnje i prodaje proizvoda efikasnije od subjekata koji se bave istom delatnošću. Sa obzirom na to da pretpostavlja nivo organizovanosti, efikasnosti i efektivnosti proizvodnje, kao i sposobnost da faktore rizika poslovanja svodi na minimum, konkurentnost je pokazatelj uspešnosti u ostvarivanju poslovnih ciljeva. Konkurentnost se postiže metodologijom tj. elaboracijom znanja, veština i iskustava i ne zasniva se na nečijem proizvoljnom mišljenju.

Konkurencija se definiše, prema Mankiwu i Tayloru (2008) kao suparništvo između učesnika u ponudi proizvoda. Cilj svakog proizvođača je da realizaciju proizvoda (komercijalizaciju) učini što efektivnijom i tržište proširi na račun drugih učesnika. Nadmetanje, jednih naspram drugih, ukazuje na to da ni jedan od njih nema dovoljno uticaja da sam određuje cenu. Ako je ponuda proizvoda veća od potražnje, onda konkurencija je u problemu. Izlaz pokušava naći u prodaji proizvoda po nižim cenama (smanjenjem troškova ili smanjenjem profitne marže) ili sofisticiranijim metodama (ukazivanjem na izraziti kvalitet proizvoda, specifični sortiment sirovinske baze, diferenciranjem proizvoda, inovacijama, deklarisanjem proizvoda da je organski proizveden, atraktivnim i ekološkim pakovanjem prihvatljive jedinice mere, i sl.) kojima stiče konkurentsku prednost. Slabiji proizvođači izlaze sa tržišta. Ako je ponuda proizvoda manja od potražnje, onda se konkurencija prenosi na stranu potražnje. Potrošači (kupci) se nadmeću u kupovini i tako direkto stvaraju uslove da cena proizvoda bude veća. U ovakvim slučajevima može se reći da oni koji prodaju robu (prodavci) ponašaju se na način koji predstavlja neki vid monopola.

Troškovi poslovanja uz planiranu profitnu maržu osnovni su parametri na osnovu kojih se formira prodajna cena proizvoda. Međutim, ovi parametri u uslovima kada tržište prati

izrazita turbulentnost, mora biti dopunjena konstatacijom da troškovi poslovanja i planirana profitna marža, usled delovanja konkurentnih snaga i drugih sila, na primer, opasnost od alternativnih proizvoda, su promenljiva kategorija. Održivost procenta profitne marže u direktnoj je zavisnosti od troškova poslovanja i obrnuto. Samo smanjenjem troškova poslovanja moguće je obezbediti održivost planirane profitne marže i zadržati stečenu konkurentnost. Instrument kontrole troškova poslovanja, sa obzirom na to da se odnosi na troškove koji su već nastali, ne može uticati na troškove. Ipak, operacionalizacijom tog instrumenta moguće je utvrditi u kom segmentu procesnih radnji u buduće su moguće uštede.

Konkurentno tržište je tržište sa mnogo kupaca i prodavaca koji trguju gotovo identičnim proizvodima tako da svako od njih uzima cenu kao datu (*Mankiw i Taylor, 2008*). Na primer, kada je u pitanju tržište osnovnih životnih namirnica (svežeg mesa; prerađevina od mesa), kupci ne mogu da utiču na cenu jer kupuju malu količinu u odnosu na veličinu tog tržišta. Isto tako, prodavci imaju ograničenu kontrolu nad cenom jer mnogi drugi prodavci nude u suštini isti proizvod. Pošto svaki prodavac može da proda koliko god želi po tekućoj ceni, on nema razloga da prodaje po manjoj ceni, a ako prodaje po većoj ceni, rizikuje da se kupci odluče za drugog prodavca. Kupci i prodavci na konkurentnim tržištima moraju da prihvate cenu koje tržište određuje i zato se za njih kaže da cenu uzimaju kao datu.

Princip komparativne prednosti objašnjava međuzavisnost i koristi od trgovine. Komparativna prednost se kreira ili nižim troškovima proizvodnje, ili kroz superiornu prednost za kupca (slučaj kada kupac prepoznaje proizvod i na osnovu perceptivitetnosti (prepoznatljivosti) može da ga razlikuje od proizvoda konkurencije).

Princip komparativne prednosti ukazuje na to da svako dobro treba da proizvodi ono preduzeće koje ima manji oportunitetni trošak (ono čega se mora odreći da bi nešto proizveo) njegove proizvodnje.

Za preduzeća (lica) koja mogu da proizvedu neko dobro pomoću manje količine inputa od drugih, kaže se da imaju apsolutnu prednost u proizvodnji tog dobra. Za preduzeća koja imaju manji oportunitetni trošak proizvodnje tog dobra, kaže se da imaju komparativnu prednost. Koristi od trgovine zasnivaju se na komparativnoj prednosti, a ne na apsolutnoj prednosti. Trgovina omogućava proizvođačima da se specijalizuju za one aktivnosti u kojima imaju komparativnu prednost. Princip komparativne prednosti odnosi se na zemlje jednako kao i na pojedince (*Mankiw i Taylor, 2008*).

Osnovni kriterijum, na osnovu kojeg se jedna zemlja poredi i rangira u odnosu na druge zemlje, kada je u pitanju privredna uspešnost, je konkurentnost sveopštih privrednih aktivnosti. Najopštiji agregatni pokazatelj stanja privrede u celini i, ujedno, pokazatelj realne konkurentnosti domaće privrede u odnosu na okruženje je bruto domaći proizvod (BDP). Drugim rečima, ako se uzmu u obzir svi efekti i elementi (opšte norme i elementarne vrednosti) konkurentnosti, komparativnim analizama moguće je odrediti sposobnost kompanija, preduzeća i registrovanih poljoprivrednih gazdinstava, da na otvorenim tržištima, domaćim i stranim ostvaruju pozitivne poslovne rezultate.

Analiza poslovanja primarnih proizvođača u stočarstvu može se prikazati na sledećem primeru. Važno je obuhvatiti sve troškove jer oni odražavaju proizvodni proces stočara (resursi; inputi; finansijska zaduženja). Ukupni trošak obuhvata oportunitetni trošak vremena i novca koji vlasnici ulažu u poslovanje. Oportunitetni trošak finansijskog zaduženja koji je investiran u poslovanje predstavlja važan implicitni trošak, gotovo, svakog proizvođača.

Oportunitetni trošak jednak je zbiru kamate na kredit od banke (eksplicitni trošak) i neostvarene kamate na štednju (implicitni trošak) (*Mankiw i Taylor, 2008*).

Pojedini oportunitetni troškovi su eksplicitni, recimo nadnice koje stočar isplaćuje svojim radnicima. One su obično minimalne (minimalna cena rada doprinosi konkurentske prednosti). Ostali oportunitetni troškovi su implicitni, kao na primer, nadnice kojih se vlasnik odriče time što on, ali i članovi njegovog domaćinstva, rade u procesu stočarske proizvodnje, a ne rade u nekom preduzeću.

Na primeru stočara, prema *Mankiwu i Tayloru (2008)*, može se objasniti kako je moguće da njegovo poslovanje bude konkurentno u uslovima kada ostvaruje *nulti* profit (razlika ukupnog prihoda i ukupnog troška) na tržištu. Naime, stočar je morao da investira sredstva u podizanje farme i zasnivanje stočarske proizvodnje a mogao je uložiti taj novac u banku i ostvarivati prihod od kamate. Plus, mogao je da radi u drugom preduzeću i da ostvaruje zaradu. Oportunitetni trošak za njega je i gubitak prihoda od kamata i neprihodovanje od eventualne zarade u drugom preduzeću. Međutim, sa obzirom na to da stočar razmatra samo računovodstveni profit, tj. razmatra samo razliku između ukupnog prihoda i ukupnog eksplicitnog troška (novčanih izdataka), dok implicitne troškove (koji ne nameću novčane izdatke proizvodnje) zanemaruje, njegov računovodstveni profit je pozitivan i u slučajevima kada je ekonomski profit *nulti*. On je svestan da njegov ekonomski profit je *nulti*, ali zna da njegov računovodstveni profit je isti ili viši od implicitnih troškova i to je dovoljan razlog da nastavi sa proizvodnjom.

Dakle, ukupni trošak obuhvata oportunitetni trošak vremena i novca koji vlasnici preduzeća uvode u poslovanje. U ravnoteži sa *nultim* profitom, prihod preduzeća mora da kompenzira vlasnicima vreme i novac koji oni ulažu u nastavak poslovanja.

Vremenom, u primeru navedeni stočar, deo računovodstvenog profita, onaj koji je viši od implicitnih troškova, može, i trebao bi, da izdvaja u akumulacioni fond koji bi, u tom slučaju, predstavljao sredstva takozvanog zadržanog profita koji povećava osnovni kapital. Ova sredstva investirana u poslovanje uvećavaju obim poslovanja, utiču na konkurentnost i, kao takva, mogu biti osnovni izvor kratkoročnog i srednjeročnog ekonomskog rasta.

Metodama kao što su inovacije, diferenciranje, ukazivanje na specifičnost i kvalitet, organska proizvodnja, obezbeđuje se dodatna vrednost proizvoda, što je poželjan vid konkurentske prednosti. Obezbeđenje ovako stečene konkurentske prednosti nije moguće bez znatnih investicija.

Inovacije značajno doprinose povećanju nivoa konkurentnosti. U planiranom procesu inoviranja proizvoda neophodna je elaboracija mišljenja potrošača. Pouzdane informacije o po-

trebama i preferencijama potrošača stavlja potrošače u poziciju partnera u procesu inovacije proizvoda. Aktivacijom inovativnih rešenja kapacitet proizvoda, u smislu konkurentne prednosti, povećava se.

Diferenciranje proizvoda, pored toga što je jedan od načina operacionalizacije inovativnih rešenja, predstavlja i način postizanja konkurentne prednosti u odnosu na konkurenciju.

Pri diferenciranju proizvoda broj osnovnih grupa proizvoda ostaje isti, a raste broj, inovacijom unapređenih, proizvoda u okviru jedne grupe ili linije proizvoda. Karakteristično za diferenciranje je da osnovni proizvod i dalje ostaje u proizvodnom programu, dok inovirani proizvod povećava ponudu kompanije (Vasiljev, 2005).

Koncipiranje i proizvodnja novih proizvoda, inovativnošću višeg potencijala, zahteva proizvodnu opremu koja je na višem tehnološkom nivou i specijalizovana za kvalitetnu proizvodnju inovirane palete proizvoda, i to u serijama koje će zadovoljiti princip zadovoljavajućeg kontinuiteta.

Stepen prihvaćenosti novog proizvoda, ujedno i pokazatelj nivoa konkurentnosti, odnosi se na broj potrošača na ciljnom tržištu koji vremenom prihvataju konkretan proizvod. Da bi se omogućio viši stepen prihvaćenosti konkretnog proizvoda svaka marketing orijentisana kompanija treba da obrati pažnju na sledeće (Rogers (1983), prenose Kotler i Keler (2006):

- Sposobnost ostvarivanja relativne vrednosti (sposobnost proizvoda da zadovolji potrebe i želje potrošača bolje i potpunije od konkurentskih proizvoda),
- Stepen kompatibilnosti sa ciljnim segmentom (uklapanje u postojeće norme, ukuse i navike),
- Pristupačnost, prijemčivost proizvoda (u smislu troškova i faktora rizika koji se javljaju na strani potrošača u korišćenju proizvoda),
- Sagledavanje korisnosti.

Investicije, pored obrazovanja i inovacija, predstavljaju treći stub konkurentnosti. Elementarne funkcije investicija su: podizanje nivoa efikasnosti društvenih potencijala (obrazovanje; kultura) i raspoloživih materijalnih resursnih potencijala, uvođenje modernih tehnologija u cilju unapređenja produktivnosti, izgradnja novih proizvodnih kapaciteta, kao i razvijanje inovativnosti (znanja, veština).

Da bi kompanija svojim proizvodnim programom postala konkurentna u međunarodnim tokovima prometa vrednosti, a zarad podizanja efektivnosti, neophodne su znatne investicije. Domaće i strane investicije, uz direktnu ili indirektnu budžetsku podršku, od strateškog su značaja. To je razlog što Srbija se trudi da ispuni sve kriterijume (ali i očekivanja), od interesa za investitore, kako strane, tako i domaće. Ispunjeni kriterijumi investitora daju na snazi konstataciji da atraktivnost Srbije, kao poželjne za investiranje tržišne destinacije, ne treba dovesti u pitanje.

Investirati u privredne aktivnosti za strane investitore podrazumeva rast ili diverzifikaciju (grananje) kompanije interesno optimalnom alokacijom svojih finansijskih resursa na tržišta

za koja su ocenili da su privlačna. Da bi kompanije donele odluku o investiranju, pored ekonomske stabilnosti, kao osnovnog kriterijuma, moraju biti zadovoljeni i sledeći kriterijumi:

- Povoljno ocenjena opšta investiciona klima.
- Jasni kriterijumi investiranja.
- Formalno-pravna sigurnost investitora.
- Kultura poslovanja okruženja predmeta investiranja.
- Mogućnosti izvoza na strana tržišta iz zemlje u koju se investira.
- Realno utemeljena elaboracija argumenata o izvodljivosti investicionog plana.
- Poreski tretman investicija (nivo efektivnog poreskog opterećenja).

Visina efektivnih poreskih opterećenja određuje poresku konkurentnost jedne države. *Jović (2002)* navodi da je za investitore poreska konkurentnost države, za čije tržište su zainteresovani, od velikog značaja. Potencijalni investitori očekuju da efektivna poreska opterećenja budu niža u odnosu na zemlje u okruženju, pogotovo, u odnosu na zemlju iz koje dolaze ili u kojoj već posluju.

Visina poreske stope na neto dobit proizvođača u Srbiji nominalno je relativno niska. Međutim, efektivno poresko opterećenje je značajno više jer je upotpunjeno nizom fiskalnih i parafiskalnih nameta od strane lokalnih samouprava koji ograničavaju profitabilnost, a samim tim, i efikasnost poslovanja.

Međukorporativna saradnja, iako za sada zaobilazi sektor prehrambene industrije, polako zaživljava nizom grana privrede operacionalizacijom formi saradnje kroz javno-privatno partnerstvo, strateško partnerstvo i proizvodno poslovnu saradnju.

Strateško partnerstvo je uobičajena forma političko-ekonomske saradnje. Istovremeno, to je i formalno-pravni akt kojim se regulišu međudržavni odnosi. Cilj mu je davanje signala potencijalnim investitorima.

Proizvodno poslovna saradnja podrazumeva oblike poslovanja gde partneri ulaze kroz ugovorni odnos u proizvodnju ili realizaciju nekog gotovog proizvoda korišćenjem izvesnih lokalnih komponenti i tehnologije uz uključivanje određenih dodatnih komponenti i tehnologija nastalih kod drugog partnera ili u drugoj zemlji (*Jović, 2002*).

7.8.4. Preduslovi konkurentne prednosti

Postignuti izvozni rezultati posledica su delovanja brojnih, izrazito heterogenih, internih, i eksternih faktora. U faktore interne prirode, spada, pre svega, obim primarne poljoprivredne proizvodnje, nivo domaće potrošnje, stepen otvorenosti domaćeg tržišta, odnos cena na domaćem i međunarodnom tržištu, stepen podsticaja od strane države, nedefinisano pitanje svojinske transformacije i dr. U faktore eksterne prirode spadaju carinska i druga netarifna ograničenja, zatvorenost Evropske unije, visina opterećenja po osnovu uvoznih dažbina, visok stepen

samosnabdevenosti u osnovnim poljoprivredno-prehrambenim proizvodima i dr. (Vlahović i Umićević, Biljana, 2002).

Sagledavajući interne i eksterne faktore u kontekstu postignutih izvoznih rezultata može se doći do zaključka da se, u vremenu koji je predmet istraživanja, mnogo toga se promenilo. EU je 2008. godine, nakon potpisivanja SSP-a, liberalizovala protok proizvoda na relaciji Republika Srbija - EU i obrnuto. Pre toga to je učinila Ruska Federacija, a posle toga Belorusija, Kazahstan i druge države. Carinska i druga netarifna ograničenja povučena su ali ostale su kvote za pojedine proizvode, kada je u pitanju EU, i standardi proizvodnje i proizvoda. Suočeni sa novim izazovima, proizvođači i izvoznici mesa, morali su uložiti više znanja i sredstava kako bi stekli konkurentsku prednost za svoje proizvode.

Konkurentska prednost, prema *Mankiwu i Tayloru (2008)* proizilazi iz komparativne prednosti koja predstavlja poređenje proizvođača nekog proizvoda prema njihovom oportunitetnom trošku. Onaj proizvođač koji ima manji oportunitetni trošak (ono čega se mora odreći da bi nešto proizveo) ima komparativnu prednost u proizvodnji tog proizvoda i, samim tim, konkurentsku prednost. Drugim rečima, proizvodi domaćih proizvođača imaju konkurentsku prednost ukoliko se smanje troškovi proizvodnje i distribucije proizvoda, što je moguće racionalizacijom materijalnih i društvenih resursa.

Trend internacionalizacije poslovanja nije zaobišao ni privredu Republike Srbije, u celini. Ovaj trend posebno je aktuelan u stočarstvu i industriji mesa. Izvozni potencijal ove grane poljoprivrede i njoj kompatibilnog mesno-prerađivačkog kompleksa je izuzetan. Međutim, za operacionalizaciju izvoznog potencijala potrebno je stvoriti uslove.

Internationalizacija poslovanja, zahteva visok stepen integrisanosti marketing procesnih radnji proizvodnje i marketing funkcija, od procesa planiranja i istraživanja, do operacionalizacije izvoza. Poslovna politika organizacije koja pristupa procesu internacionalizacije poslovanja, i kada je u pitanju pasivna varijanta ostvarivanja funkcije međunarodne razmene (izvoz – uvoz), mora biti definisana na principima međunarodnog marketing koncepta.

Formulisanje i implementacija međunarodne marketing strategije može se posmatrati kao neprekidni ciklus određivanja proizvođača prema stalnom izmenljivom marketing okruženju koje polazi od misije poslovanja, da bi se na toj osnovi postavili ciljevi koje kompanija želi da ostvari u međunarodnim marketing aktivnostima. Određivanje ciljeva, strategija, alokacije, resursa i operativni pristup na međunarodnom planu uslovljeni su zauzetim stavom menadžmenta prema takvoj aktivnosti i shvatanjem, odnosno mogućnostima postizanja konkurentske prednosti (*Jović, 2002*).

Preduslovi za realizaciju strateški zacrtanih ciljeva i sticanje konkurentske prednosti.:

- Marketing orijentacija poslovanja.
- Efikasno upravljanje i organizacija proizvodnje i plasmana autputa.

- Insistiranje na znanju, veštinama, kreativnosti, inovacijama i novim tehnologijama u organizovanju procesa proizvodnje i formatiranju suštine, dizajna, pakovanja i distribucije outputa.
- Otvorenost za raznolikost ideja i inicijativnost uopšte.
- Spremnost na specijalizaciju pri operacionalizaciji segmenata procesnih radnji.
- Efektivna koordinacija procesnih radnji u procesu proizvodnje i plasmana outputa.
- Interes za poštovanje univerzalnih vrednosti, pravila i normi pri poslovanju.
- Kontrola svih procesnih radnji u proizvodnji i plasmanu outputa.
- Tehnološka disciplina.
- Poštovanje standarda u procesu proizvodnje (GlobalGAP, HACCP i GOST-R i dr).
- Odgovornost za kvalitet proizvoda iz proizvodnog programa.
- Standardizovanje novostvorene vrednosti.
- Interes da se obezbedi kvantitet outputa iz proizvodnog programa.
- Interes da se obezbedi kontinuitet pri isporuci outputa iz proizvodnog programa.
- Kontrola efikasnosti logističkih sistema i distributivnih kanala (marketing kanala).
- Instaliranje savremenih komunikacionih sistema i informacionih tehnologija.
- Insistiranje na većoj efikasnosti resursnih potencijala.
- Podržavanje kreativnosti i istraživačkih projekata.
- Odgovornost prema investitorima.

Za međunarodne poslovne aktivnosti od značaja su kvalifikovanost preduzeća, u smislu organizaciono-tehnološke osposobljenosti, i motivisan, stručan i kompetentan menadžment koji će biti u stanju da obezbedi, ne samo finansijsku likvidnost preduzeća, već i akumulira profit od izvoznih poslova.

Konkurentnost preduzeća može se pratiti kroz četiri faktora na nacionalnom nivou: priroda strategija kompanija, odnos preduzeća prema drugim konkurentnim preduzećima, odnos prema radnicima i odnos prema državnoj upravi (*Porter, 1990, prenose Jober i Fahy, 2006*)

Prema istom autoru konkurentnost, između ostalog, zavisi od produktivnosti, a ona je uslovljena kvalitetom lokalne sredine (poslovnog okruženja). To znači da zavisi od saobraćajne infrastrukture, nivoa obrazovanja društvenog resursa, efikasnosti lokalne samouprave i sl., a ne treba zanemariti ni uticaj snaga konkurencije.

7.8.5. Načini ostvarivanja konkurentne prednosti

Konkurentna prednost proizilazi iz analize komparativne prednosti. Jedan od načina sticanja konkurentne prednosti je organizovanje i udruživanje.

7.8.5.1. Registrovana poljoprivredna gazdinstva

Registrovana poljoprivredna gazdinstva, opredeljena za stočarsku proizvodnju, često se suočavaju sa problemima koji ograničavaju njihovu konkurentnost. Između ostalih, to su; nedostatak likvidnih sredstava, skupi komercijalni krediti, nepoznavanje marketing prakse, neorganizovanost (udruženja) i sl.

U cilju sticanja poželjnog nivoa konkurentnosti registrovana poljoprivredna gazdinstva mogu da se registruju kao pravna lica. Ova okolnost ukazuje na želju administracije da ih izjednači sa već registrovanim pravnim licima. Zakup poljoprivrednog zemljišta u državnoj svojini pravnim licima ima cilj da zemlji, kao resursu, obezbedi dodatnu vrednost. Dodata vrednost se ispoljava u mogućnosti veće iskorišćenosti zemljišta i sigurnijeg investiranja.

Da bi prevazišli izazove u proizvodnji, registrovana poljoprivredna gazdinstva opredeljena za stočarsku proizvodnju, moraju biti edukovani i pripremljeni za:

- Suočavanje sa tržišnom realnošću jer ona direktno utiče na profitabilnost proizvodnje (troškovi proizvodnje; ponuda; potražnja; cena finalnog proizvoda).
- Sagledavanje realnih resursnih potencijala.
- Shvatanje neophodnosti udruživanja i razvoja kooperativa, zadrugarstva, organizovanja klastera i asocijacija proizvođača.
- Prihvatanje značaja umrežavanja znanja, ideja i inicijativa.
- Savladavanje načina za sveobuhvatno podizanje produktivnosti u cilju sticanja konkurentne prednosti.
- Razvijanje ambicija kao vrline koja tera na usavršavanje.
- Projektovanje ambicioznih ali istovremeno i realnih programa proizvodnje.
- Prihvatanje opštih principa savesnog standardizovanog poslovanja.
- Upoznavanje sa mogućnostima (prednosti i mane) intenzivne i ekstenzivne proizvodnje u stočarstvu
- Uzgoj jedinki pouzdanog genetskog potencijala i značajnim reproduktivnim kapacitetom.
- Nabavka kategorisanih inputa.
- Uvođenje novih tehnika i tehnologija proizvodnje.
- Obezbeđenje kvaliteta i kontinuiteta u proizvodnji proizvoda.
- poštovanje standarda proizvodnje.
- Insistiranje na legalnim tokovima kada je u pitanju logistička podrška i plasman poljoprivrednih proizvoda.

Generalno posmatrano, postoje dve vrste poljoprivrednih proizvođača: oni koji se trude da budu konkurentni i oni koji se plaše konkurencije. Zajedničko im je samo jedno, konkurencija ih brine. To je u svakom slučaju pozitivan stav. Fokus edukativnih programa usmeren je na obe kategorije primarnih poljoprivrednih proizvođača, jer podjednako zavređuju pažnju. Prvi

da bi ostali konkurentni, drugi da bi to postali. Prevazilaženju ovog problema umnogome može doprineti, pored edukacije, i udruživanje.

Udruženja poljoprivrednika treba da imaju savetodavnu, edukativnu i lobirajuću ulogu i da predstavljaju prvu sponu malog poljoprivrednog proizvođača sa svim relevantnim institucijama i organizacijama u okruženju. *Bogdanov (2007)* navodi da su istraživanja pokazala da je potreba za informacijama i savetima visoko kotirana među svim ispitanicima, međutim, domaćinstva retko ovu potrebu nazivaju potrebom za informacijama, već kao pomoć u dobijanju kredita ili iznalaženju tržišta

Dostignuća, do sada zanemarivanih naučno-istraživačkih institucija, korisno bi bilo staviti u funkciju edukacije interesno zainteresovanih formalno-pravnih subjekata koji se bave stočarskom proizvodnjom, kao i subjektima iz industrije mesa. Programi edukacije treba da su koncipirani tako da, uz teorijsku elaboraciju problematike, ukazuju na mogućnosti inkorporacije marketing teorijskih saznanja i praktičnih iskustava drugih u njihovu proizvodnu praksu.

Edukacija je način da se ukaže proizvođačima kako se dostignuti nivo uspešnosti poslovanja može unaprediti. Brojna pitanja i problemi, sa kojima se suočavaju proizvođači u svojoj poljoprivrednoj praksi, elaborirani su u agroekonomskoj teoriji i praksi. Koliko je bitan odnos društvenih i materijalnih resursa u kvalitativnom i kvantitativnom smislu? U kojoj meri poslovni uspeh zavisi od strukture troškova? Kakav je uticaj troškova na ostvarenu dobit? Samo su neka od pitanja na koja poljoprivrednici traže odgovore. Neophodnost udruživanja, razvoj kooperativa, zadrugarstva, organizovanje klastera i asocijacija proizvođača samo jedna je od tema edukativnih programa. Stručnjaci koji sprovode programe edukacije ne mogu poljoprivrednim proizvođačima garantovati uspeh, ali mogu ukazati na pretpostavke uspešnosti. Drugim rečima, edukacija nije garant uspeha ali je obećanje budućnosti, kako navode *Jobber i Fahy (2006)*, koristeći izraz učenje na mestu reči edukacija.

7.8.5.2. Zadruga

I pored značajnih prednosti koje donosi udruživanje, ono u Republici Srbiji nije razvijeno u zadovoljavajućoj meri. Većina zadruga, bez obzira što su formalno-pravno registrovane kao organizacije čiji je zadatak da promovišu, organizuju, unapređuju poljoprivrednu proizvodnju, edukuju proizvođače i rade na ustanovljenju konkurentnosti uopšte, nisu osposobljene da svoju ulogu sprovedu u delo. Mogućnosti povlačenja sredstava iz državnih fondova, donatorskih fondova država i vlada, predpristupnih fondova EU, potrebu sertifikacija i navođenja geografskog porekla i sl. najčešće su nepoznanice i za nosioce upravljačkih funkcija u zadrugama.

Zadruga, kao osnovne organizacione celine i prva karika u prezentaciji lanca izvoznog potencijala, imaju obavezu da institucijama sistema, svojim planskim dokumentima razvoja, ukažu na potrebe njihovih zadrugara u cilju zadovoljenja preduslova za postizanje optimalnog

obima, kvaliteta, kvantiteta i kontinuiteta proizvodnje uz prihvatljive profitne efekte. U svakom drugom slučaju, ostaje konstatacija da zadruga, što je čest slučaj bio i do sada, ostaju organizacione celine koje zadovoljavaju formu kojom pravdaju sopstveno postojanje. Međutim, imajući u vidu da forma i nije u mogućnosti da rešava problem suštine, suština postojanja ovakvih zadruga, ukoliko nisu lični interesi u pitanju, ostaje zapostavljena. Ukoliko je ovo drugo u pitanju, ignorisanjem suštine zadružnog organizovanja i svođenjem njihovog poslovanja na interesno privatno mešetarenje bitno se uvećava nepoverenje zadrugara prema zadrugama, umanjuje korisnost udruživanja, a tako, i konkurentnost.

Ovaj problem može biti rešen samo angažovanjem institucija sistema. Uz kontrolu poslovanja registrovanih zadruga, neophodno je njihove dalje aktivnosti, što bi važilo i za sve zadruga koje se žele registrovati, usloviti striktno određenim pravilima ponašanja kako prema zadrugarima, tako i prema širem interesnom okruženju. Prava i obaveze zadruga prema zadrugarima, koje zastupaju na tržištu, moraju biti sadržana u statutu zadruga i usklađena sa pozitivnim pravnim aktima institucija sistema.

7.8.5.3. Klasteri

Klaster pretpostavlja geografsku koncentraciju međusobno povezanih kompanija i institucija u određenoj sferi delovanja u zajedničkom interesu ili delatnosti ili, pak, kritična masa preduzeća i institucija na jednom mestu, neobičnog konkurentskog uspeha u određenim poljima delatnosti (*Porter, 1998*). Klasteri se mogu definisati i kao grupe povezanih kupaca, dobavljača, konkurenata i drugih institucija za podršku, kao što su univerziteti, škole, istraživačke institucije, finansijske institucije i servisi, agencije za standardizaciju, provajderi infrastrukturnih usluga (*Jefferson Institute, 2003*).

Klasteri se organizuju u cilju unapređenja konkurentnosti članica klastera, povećanju njihove produktivnosti, efektivnosti i efikasnosti poslovanja (proizvođači; prerađivači); i lakše operacionalizacije inovativnog potencijala (logistički sistemi; istraživačke institucije; agencije za standardizaciju; i sl.). U fokusu interesovanja organizacionih segmenata klastera, između ostalog, je razvoj preduzetništva i koordinacija sa kupcima (veleprodaja; maloprodaja) i krajnjim potrošačima.

Udruženja i klasteri, kao modaliteti organizovanja proizvođača, prerađivača i logističkih sistema, specijalizovani svaki u svojim aktivnostima, pružajući podršku jedni drugima, značajno mogu doprineti podizanju opšteg nivoa konkurentnosti segmenta grane (svinjarstvo; govedarstvo; ovčarstvo, kozarstvo, živinarstvo) unutar koje su ostvarili kooperativnu saradnju, kao i konkurentnosti domaćeg izvoza na međunarodnom tržištu.

Potrebno je naglasiti da, pored niza pretpostavljenih koristi od organizovanja, mnogi klasteri nisu odmakli dalje od faze registracije i donošenja statuta poslovanja.

7.8.5.4. Kooperacije

Stočarska proizvodnja u Republici Srbiji najčešće se posmatra sa aspekta tradicionalnosti i atraktivnosti ruralnih sredina u klasičnom smislu. Međutim, elaboracija problema održivosti i konkurentnosti stočarstva i proizvodnje mesa, kao integralnog dela sociološkog i ekonomskog života, zahteva analizu faktora koji utiču na uzročnost karaktera odnosa primarnih proizvođača grla za klanje i mesno-prerađivačkog kompleksa, sa jedne strane, i posledičnosti ovakvih odnosa na tržišna kretanja, ambijent poslovanja i društvene odnose, sa druge strane.

Poslovni legitimitet proizilazi iz poštovanja ustanovljenih kriterijuma koji uobličavaju poslovnu kulturu. Pozitivno poslovanje mora biti javno i medijski eksponirano. Eksponiranost poslovne kulture preduzeća, negovanje inovativnosti, mogućnost da prihvati investicije ali i investira je vrlina u poslovanju i treba da je u funkciji ohrabriranja onih koji izražavaju izvesnu skeptičnost u namere predstavnika preduzeća koja se bave preradom mesa. Ugovorno-kooperativni odnos registrovanih poljoprivrednih gazdinstava, koji se bave stočarstvom, sa udruženjima i zadrugama koje imaju direktan kontakt sa predstavnicima industrije mesa, siguran je put za ostvarenje poslovnih ciljeva.

Industrija mesa u obavezi je da razvija svoju sirovinsku bazu, instruirana je i shodno tome ulaže u nju. Intenzivnija saradnja i koordinacija među proizvođačima i prerađivačima mesa omogućava lakše ustanovljenje prioriteta u poslovanju. Izbalansirani pristup ovoj problematiki doprinosi eliminaciji favorizovanja samo partikularnih interesa pojedinih udruženja i grupa čija poslovanja asociraju na ponašanja oligarha i monopolista. Recentralizacija uticaja favorizuje doktrinu racionalizacije resursa u cilju zadovoljenja zajedničkih interesa.

Ugovor o zasnivanju kooperativnog odnosa je formalni dokument. Overen, potpisan i zaveden pravno je obavezujući. Ishitrene i neobavezujuće odluke kako primarnih proizvođača, tako i prerađivača, same po sebi, rizične su i idu na teret samih donosioca odluka. U svakom drugom slučaju odgovornost za izvesne incidentne i akcidentne situacije mora biti solidarna.

Rizik prevencije i zaštite u uzgoju potencijalnih grla za klanje treba da bude ugovorno određen i proporcionalno treba da se prenosi na obe ugovorne strane. Iluzorno je da jedna strana snosi rizik poslovanja, na primer, u slučajevima epidemija i pandemija stočnih bolesti, tim pre što ni jedna ugovorna strana ne može da snosi odgovornost za pojavu ovih bolesti. U slučajevima ekstremnih situacija, slučaj kada se od strane relevantnih organa utvrdi da odgovornost određene strane ugovornih subjekata postoji, dileme ne sme biti, odnosno krivac treba da snosi posledice.

Diskreciono pravo ugovarača je da ugovor o uzgoju i kvalitetu grla za klanje koji će otkupiti (rasa, starost grla, poštovanje standarda proizvodnje) precizira prema kriterijumima koje sam odredi. Međutim, sigurnost otkupa i otkupna cena (vrednosno/naturalno reciprocitna) ne sme biti nepoznanica. Ugovor u kome cena otkupa nije javno objavljena i, uz to, sadrži klauzole koje je mogu umanjiti, a u momentu ugovaranja uzgoja nisu bile naglašene, ima sve

elemente koji karakterišu diskriminaciju. Krajnji efekat svake diskriminacije je nepoverenje i odustajanje od dalje saradnje.

Kreativnost i inovativnost, i kada su u funkciji zadovoljenja samo jednostranih interesa, pod pretpostavkom da nisu u suprotnosti sa formalno-pravnim aktima i ne kose se sa moralnim i etičkim normama društva u kom se poslovanje obavlja, prihvatljivi su. Alternativnost i samovoljnost u poslovnom angažmanu, u krajnjem slučaju, ide na korist/štetu samih proizvođača, a odluka je na njima. Ipak, konstruktivna rešenja, temeljena na tradiciji, ukoliko su u skladu sa organizaciono-tehnološkim mogućnostima ugovarača stočarske proizvodnje, bez obzira na to što u datom momentu čine se ne prihvatljivim, moraju biti tema kojoj se posvećuje posebna pažnja.

Koncept participacije registrovanih poljoprivrednih gazdinstava, udruženja, zadruga, klastera i sličnih organizacionih celina u Programima revitalizacije stočarstva na lokalnu podrazumeva da uzgajivači i prerađivači nastupaju sa stanovišta da svako od njih svojom imovinom i interesima upravlja najbolje što može i društvu, ispunjavajući, pre svega, obaveze, da svoj doprinos. Takav stav, u svakom slučaju, od opšteg je interesa i doprinosi kolektivitetu, ne kao kolokvijalnoj vrednosti, već vrednosti zajedništva kao preduslova uspeha i održivosti stočarstva, ruralnih sredina i društva u celini.

7.8.6. Mala i srednja preduzeća i veliki agroindustrijski sistemi u funkciji intenzivnije operacionalizacije izvoza

Republika Srbija mora da se osloni na materijalne i društvene resurse sopstvenih ruralnih oblasti. Porodični biznis predstavlja faktor razvoja i država mora pružiti podršku njihovom održanju.

Jeftinija i efikasnija državna uprava, koja će prvo ograničiti parafiskalna opterećenja reformom poreskog sistema, selektivno mora favorizovati i podržavati preduzetništvo u oblasti proizvodnje i prometa mesa i prerađevina od mesa.

Mala i srednja preduzeća okosnica su razvoja i bez podrške države mogu problema imati u održanju. Uslov njihovog opstanka, pored respektabilnih kapaciteta i poslovnog boniteta, leži u njihovoj umreženosti sa razlogom podmirjenja potreba velikih sistema. Veliki sistemi zavise od malih i srednjih preduzeća samo do nivoa kada zadovoljavaju njihove interese. U svakom drugom slučaju veliki sistemi se najčešće odlučuju na poslovanje sa isto tako velikim sistemima.

Državnim intervencionizmom neophodno je podržati formiranje velikih agroindustrijskih sistema. Ulaganjem u velike privredne sisteme spašavaju se mala i srednja preduzeća. Mala i srednja preduzeća teško mogu da opstanu ukoliko za nekoga iz sektora, interaktivnih komplementarnih interesa, ne rade. Institucije sistema treba da predvide mogućnost selektivnog podržavanja malih i srednjih preduzeća u slučajevima kada se njihove poslovne aktivnosti nepo-

sredno vezuju za poslovanja velikih sistema. Razvojem velikih sistema stvaraju se predispozicije i za razvoj malih i srednjih preduzeća.

Postojeći i novoformirani agrosistemi, sa jasno definisanim statusom i rešenim imovinskim odnosima, u mogućnosti su da preciziraju standarde koje mala i srednja preduzeća moraju poštovati obzirom na to da će ugovorno biti vezani. Imajući u vidu da za nepoštovanje ugovornih obaveza mogu snositi ozbiljne konsekvence, sigurnost poslovanja malih i srednjih preduzeća mora biti na nivou respektabilnosti.

U domaćim uslovima, potpuno je razumljiva bojazan od velikih poljoprivredno-industrijsko-prehrambenih kompleksa, tzv. zatvorenih sistema ekonomije hrane. Oni su svi, u procesu tranzicije, devastirani i gotovo uništeni. Međutim, treba imati u vidu da uzrok njihovog devastiranja nije bila njihova nefunkcionalnost već imaginarno definisana vlasnička struktura i komandno upravljanje.

Međutim, prestrukturiranjem, privatizacijom i stranim investicijama mnogi veliki agrosistemi su revitalizovani, a mnogi su i novostvoreni. Mogu se izdvojiti oni koji zaslužuju pažnju svojim respektabilnim poslovnim rezultatima i izvoznim poslovima:

- Industrija mesa **Zlatiborac** - Mačkat - Ima tradiciju proizvodnje sušenog mesa na obroncima Zlatibora.

Navedeni proizvodi su kvaliteta koji zadovoljavaju svetske standarde. Prisustvo proizvoda ovog renomiranog proizvođača na tržištima sveta ne treba da čudi. Kompatibilnost tradicije i savremenih tehnoloških rešenja u proizvodnji, prisustvo marketing postulativnih načela u svim procesnim odeljenjima od sirovinskog, proizvodnog do prodajnog sektora rezultirali su rezultatima poslovanja koji zaslužuju svaki respekt, kako na domaćem tržištu, tako i stranim tržištima.

- Industrija mesa **Carnex** - Vrbas

Kompanija Carnex predstavlja jednog od lidera u proizvodnji mesa i mesnih prerađevina u Republici Srbiji. Osnovne prednosti kompanije su: analiza kvaliteta, vertikalna integrisanost, široka lepeza proizvoda, tradicija i reputacija, standardizovana proizvodnja.

Zaokružen proces proizvodnje i brojni resursi doprineli su visokom kvalitetu proizvoda: 4.500 ha obradive površine, prostrani silosi kapaciteta 75.000 tona, sopstvena farma koja poseduje preko 100.000 svinja, proizvodnja stočne hrane (50.000 tona u jednoj godini), proizvodnja gotovih proizvoda,

- **Kotlenikpromet** – Lađevci (Kraljevo)
- **Budućnost** - klanica i prerada mesa – Kragujevac
- Mesna industrija **Golija Raška** - klanica i savremeno opremljena fabrika za preradu mesa. Sirovinska baza je oslonjena na područja Golije, Pešterske visoravni i Kopaonika. Proizvodi su sa oznakom geografskog porekla.
- **Yuhor** Jagodina - proizvodnja mesnih proizvoda i konzervi.

- Klanica **Divci** - Divci (Valjevo) - klanica je prepoznatljiva po proizvodnji valjevskih duvan čvaraka
- Industrija mesa **Matijević** - Novi Sad
- Industrija mesa **SIMIMPEX** - Bela Palanka
- Industrija mesa **Turković Sjenica** - klanica i prerada mesa, farma za uzgoj tovnih junadi, ovaca, jagnjadi i krava muzara. Proizvodi juneće i teleće meso, dimljeno meso i kobasice.
- **Stokoimpeks** a.d. Niš - sedište u Nišu i klanicom u Knjaževcu - Uzgoj junadi i proizvodnja junećeg mesa "baby beef" kvaliteta.
- **ZZ Trlič** Ub - uzgoj krupne i sitne stoke za klanje u zadrugarskom odnosu sa svojim zadrugarima na geografskom području Kolubare i Tamnave.

Navedena preduzeća su navedena kao primeri uspešnog poslovanja industrije mesa u Republici Srbiji. Mnoga nisu navedena što, svakako, ne znači da su manje važna. Navedenim preduzećima kvalitet je postao zaštitni znak i instrument animiranja potrošača na tržištu u cilju sticanja leaderske pozicije. Preduzeća poseduju vrhunsku tehnologiju. Prateći najnovije trendove u industriji mesa ne zanemaruju ni tradicijske norme i iskustva koja bitno doprinose kvalitetu.

Poslovanje ovih preduzeća u mogućnosti je da obezbedi komparativnu prednost svojim proizvodima na svetskom tržištu upravo zbog njihovog kvaliteta i specifičnosti koja je zasnovana na tradiciji. Znanje i iskustvo treba operacionalizati i ostvariti korist za sopstveno preduzeće i državu. Šanse za internacionalizaciju poslovanja postoje. Podrška države je neophodna, ali bez inicijative samih preduzetnika ona malo znači.

7.8.7. Mere za povećanje konkurentnosti na međunarodnom tržištu

Operacionalizacija izvoznog potencijala u neposrednoj je zavisnosti od stabilnosti i konkurentnosti proizvodnje u stočarstvu i industriji mesa. Zadovoljavajući nivo proizvodnje i izvoza mesa direktno zavisi od ambijenta, uslova, organizovanosti, tehnološke opremljenosti i kulture poslovanja, sa jedne strane, i makrookruženja i tržišnih uslova, sa druge strane.

Razvijena tržišta država tzv. "moćnih" ekonomija karakteriše izrazita turbulentnost. Razloge turbulentnosti na razvijenim tržištima ne treba tražiti u opadajućim, stagnirajućim ili rastućim tržišnim mogućnostima. Ponuda i tražnja, kao odrednice tržišnih kretanja i koordinatori tržišnih aktivnosti, iako su promenljive kategorije i jednakog značaja, na razvijenim tržištima nisu od presudnog uticaja na promet mesa, bez obzira na to koja vrsta mesa je u pitanju. Ova tržišta su razvijena, zahtevna i zasićena ponudom. Tražnja za svim vrstama mesa, iako značajno raste, često nije u situaciji da zadovolji ponudu vse većeg broja ponuđača. Disproporcija faktora određenja tržišnih kretanja na tržištu mesa, u korist ponude, proizvođačima nameće potrebu da stimulišu tražnju (snižavanjem cena, ukazivanjem na izraziti kvalitet proizvoda, diferenciranjem proizvoda, inovacijama i sl.).

Navedene konstatacije upućuju na činjenicu da kriterijumi potrošača, pri donošenju odluke o kupovini na ovim tržištima, znatno su strožiji nego na drugim, isto tako heterogenim tržištima. Potrošači predstavljaju relevantan i respektivan faktor tržišnih kretanja i njima se mora udovoljiti bez obzira na to što njihove potrebe, želje, percepcije preferencije su sve zahtevnije i kriterijumi kupovine strožiji. Stabilne ekonomije zemalja, pored toga što su obezbedile respektabilnu kupovnu moć svojim građanima, na svojim razvijenim tržištima, ustanovile su norme tržišnih prioriteta kada je ponuda u pitanju. Poreklo, kvalitet ponude, ekskluzivitet i zdravstvena bezbednost mesa u ponudi, na listi su prioriteta. Konkurentnost po pitanju cene mesa, iako bitna, obzirom na to da životni standard potrošača u ovim zemljama je na nivou koji treba poštovati, potrošačima najčešće nije od presudnog značaja.

Na tržištima zemalja tzv. "malih" ekonomija i posebno na tržištima zemalja sa ekonomijom čija je stabilnost diskutabilna, ponuda i tražnja doslovno determinišu tržište. Ova konstatacija svakako ne navodi na pomisao da se na ovim tržištima ne vodi računa o kvalitetu i zdravstvenoj bezbednosti mesa. Ona samo ukazuje na činjenicu da elementarne odrednice konkurentnosti, dostupnost i cena, utemeljuju tržišna kretanja.

Preduzeća koja žele da internacionalizuju svoje poslovanje moraju imati jasnu viziju, definisan resursni potencijal i želju za rastom.

Prema *Vlahoviću i Puškariću (2008)* osnovni problemi nedovoljne konkurentnosti izvoza iz Republike Srbije jesu u organizaciji proizvodnje koja je namenjena inostranom tržištu i još uvek neodgovarajućoj primeni marketing koncepta privređivanja.

Uspostavljena integrisana marketing komunikacija doprinosi boljem poznavanju tržišnih kretanja i razumevanju preferencija potrošača. Izvedeni zaključci iz homogenizovanih analiza marketing istraživanja ponašanja kupaca, kao krajnjih potrošača na globalnom tržištu i ponašanja organizacija kao kupaca na poslovnom globalnom tržištu, ukazuju na činjenicu da međunarodni promet mesa ima značajnu ekspanziju.

Da bi izvoz mesa iz Republike Srbije u zemlje regiona ali i sve druge zemlje, bez obzira na suštinska određenja bilateralne saradnje (diplomatski posignute nivoa liberalizacije izvoza), bio povećan potrebno je učiniti sledeće (*Vlahović, 2003*):

- Dinamizirati rast proizvodnje - potrebno je odgovarajućim ekonomskim merama stimulisati oživljavanje proizvodnje mesa i prerađevina od mesa, što se javlja kao neophodan preduslov izvoza.
- Redefinisati agrarnu politiku - važno je da agrarna politika bude izvozno orijentisana. To podrazumeva odgovarajuću politiku cena, zemljišnu politiku, poreski sistem i uvozno-izvoznu zaštitu,
- Stabilizovati primarnu proizvodnju - nestabilnost u proizvodnji se prenosi i na područje spoljnotrgovinske razmene. Neophodno je stvoriti stabilne izvozne viškove koji će po pitanju količine i kvaliteta zadovoljiti potrebe inostranih kupaca,
- Promeniti strukturu izvoza - težiti da se što veći deo izvoza mesa realizuje proizvodima iz viših faza prerade, pošto se time postiže veća profitabilnost izvoza,

- Održavati i poboljšavati kvalitet mesa za izvoz - ovo je značajno jer na međunarodnom tržištu vladaju izuzetno oštri kriterijumi u pogledu kvaliteta proizvoda,
- Izvršiti segmentaciju inostranog tržišta - potrebno je odrediti one segmente koji su od posebnog značaja za izvoz mesa, a pogotovo prerađevina na bazi mesa. Nužno je proizvode prilagoditi odabranom tržišnom segmentu
- Formirati prepoznatljivu marku proizvoda – “Serbian meat“, odnosno “Meat of Serbia“ koja će garantovati visok kvalitet proizvoda, po čemu će biti poznata kod inostranih potrošača,
- Stimulisati izvoz - pošto je izvoz u velikoj meri određen privredno-sistemskim rešenjima i merama ekonomske politike, potrebna je pomoć države kojom bi se olakšao prelaz stvorenih barijera u međunarodnom prometu,
- Izvoziti organski proizvedeno meso - svetski trend organske proizvodnje poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, sa ciljem dobijanja zdravstveno bezbedne hrane, potrebno je iskoristiti u svrhu povećanja izvoza mesa.
- Usaglasiti standarde i propise sa standardima i propisima zemalja uvoznica - ovo podrazumeva uvođenje sistema bezbednosti i kvaliteta poljoprivredno prehrambenih proizvoda (GlobalGAP, ISO, HACCP i dr.).

Preduslovi koje je neophodno ispuniti da bi se povećala konkurentnost i realizovao izvoz mesa, u uslovima stabilne proizvodnje, na strana tržišta: Prihvatiti zakonitosti otvorenog tržišta; Poslovnu politiku preduzeća i sve njegove funkcije podrediti zahtevima tržišta; Izbegavati stihijnost u nastupima na tržištima; Više ulagati u napredne tehnologije; Metodološka, ekonomska i tehnička znanja i veštine staviti u funkciju sveobuhvatnog podizanja produktivnosti, smanjenja troškova i uvećanja efikasnosti i efektivnosti poslovanja; Više iskoristiti potencijale dostupnih sirovina; Učiniti ambijent poslovanja privlačnim; Unaprediti kulturu poslovanja i inkorporirati je u poslovnu praksu domaćih preduzeća; Poboljšati kvalitet korporativnog upravljanja; Savremeno upravljati informacijama.

Prihvatiti zakonitosti otvorenog tržišta - Tržište je mesto na kome se dovode u vezu ponuda proizvoda i tražnja za tim proizvodima u vidu različitih potrošačkih potreba i preferenci.

Činjenica je danas da samo otvorene ekonomije koje su spremne da prihvate novu logiku tržišta u punom smislu i prilagode svoju strukturu i institucije tim procesima mogu da računaju na međunarodne, pa samim tim i ukupne ekonomske efekte. Domaća tržišta ne mogu više biti „sačuvana“, odnosno izolovana od spoljne konkurencije, niti se mogu postaviti kao okvir za proizvodnu ili tržišnu ekspanziju (*Jović, 2002*).

Pristup na otvoreno tržište, za razliku od jedinstvenog tržišta na kom kretanje roba, usluga i kapitala je bez ikakvih administrativnih ograničenja, može biti ograničen nizom carinskih i ne carinskih barijera (prelevmani; kvote i sl.).

Uvozna kvota (ograničenje uvoza) ima efekte koji su slični uticajima carine. Iako se poboljšava položaj domaćih proizvođača, a država povećava svoje prihode, gubici potrošača

premašuju te dobitke. Kada se nametne kvota, vlasnici uvoznih licenci ostvaruju prihod koji bi vlada ostvarila na osnovu carine (*Mankiw i Taylor, 2008*).

Uslovi tržišnog poslovanja iz raznih razloga se menjaju. Razlog promena može biti neizbežno usklađivanje poslovanja sa pozitivno-pravnom regulativom državnih institucija (politika, zakonski faktori, finansijske obaveze, usklađivanje tehnoloških standarda sa ekološkim), a i pojava tržišnih disbalansa (stagnacija, recesija – period sužavanja privrednih aktivnosti, nelojalna konkurencija). Kada dođe do promena na tržištu eventualni organizacioni propusti pojedinih kompanija, njihovi ograničeni resursi, efikasnost na štetu efektivnosti, nedostatak inovativnih rešenja, nezadovoljstvo zaposlenih, rezultiraće neminovnošću menadžmenta da revidira programe strategije i opšte ciljeve (*Cvijanović i sar., 2011*).

Poslovanje na tržištima uslovljeno je poštovanjem standarda proizvodnje i proizvoda. Na primer, Evropska komisija uspostavila je zakonski okvir koji obuhvata konkurentsko ponašanje, standarde proizvoda, pouzdanost proizvoda i trgovinske transakcije. Pored toga, mnoga tržišta ograničena su verskim, tradicijskim i kulturnim uticajima. Ove konstatacije upućuju na neophodnost marketing istraživanja i analize specifičnosti tržišta sa aspekta determinanti kulture, tradicije, legislativne uslovljenosti, političke i ekonomske stabilnosti, pre eventualnog profilisanja potencijalne ciljne grupe.

Ono što je neophodno da institucije sistema urade je utvrđivanje kriterijuma za praćenje sledljivosti pri prometu prehrambenih proizvoda. Sledljivost podrazumeva da svaki prehrambeni proizvod namenjen tržištu i služe za ishranu ljudi i domaćih životinja, poseduju dokument koji ukazuje na svaku fazu njegove pripreme za tržišno plasiranje, od proizvodnje, prerađivanja, skladištenja do plasmana. Monitoring kvaliteta prehrambenih proizvoda je finalna faza pre njihovog tržišnog plasmana. Ovoj fazi treba da predhodi niz ustanovljenih kontrolnih mehanizama koji imaju već uspostavljenu sledljivost koraka.

Velikim proizvođačima finalnih prehrambenih proizvoda biće u interesu da oforme sopstvene laboratorije za kontrolu hrane, koje će imati prestižne performanse na osnovu čijih rezultata referentna laboratorija će biti u stanju da, uvidom u činjenično stanje, spreči zloupotrebe u prometu životnih namirnica, uopšte.

Poslovnu politiku preduzeća i sve njegove funkcije podrediti zahtevima tržišta – sistem poslovne orijentacije zasnovan na proizvodnji i prodaji (Kotler naziva koncept proizvoda i koncept prodaje) u suštini je ne tržišno poslovanje i kao takvo je društveno disfunkcionalno. Bio je neophodan radikalna zaokret, sistemskim strategijama razvoja, ka tržišnoj privredi i marketing poslovnoj orijentaciji. Ovakvo postavljena orijentacija u suštini predstavlja osnove društvenog procesa kojim pojedinci ili grupe dolaze do onoga što im je potrebno proizvodnjom, prodajom, kupovinom ili razmenom sa drugim licima. Ovakav proces predstavlja, prema *Kotleru i Keleru (2006)*, marketing filozofiju (društvena diferencijacija marketinga). Marketing, pored toga što stavlja kupca u centar poslovanja, predstavlja i poslovnu funkciju koja obuhvata niz aktivnosti koje se moraju izvršiti da bi se isporučila vrednost za kupca, napominje *Džober i Fahi (2006)*.

Izbegavati stihijnost u nastupima na tržištima - insistirati na eliminisanju stihijnosti u fazi prodora finalnog proizvoda na tržište, jer ona, kao periodična i ne kontinuitetna pojava, predstavlja ozbiljan balast konkurentnosti. Prisustvo na tržištu ukoliko nije u kontinuitetu na duži rok, pruža šansu konkurenciji da se konsoliduje. Iz tog razloga izvoznici, bez obzira na modalitete organizovanosti, proizvođači prerađevina od mesa, ukoliko poštuju postulate modernog marketinga, ne bi trebalo da se u tržišnu utakmicu na stranim tržištima upuštaju sa pozicija čija platforma sadrži koncept samodovoljnosti. Razlog leži u činjenici da veliki broj kompanija nije u stanju da obezbedi kvantitet istovetnog kvaliteta proizvoda u kontinuitetu za tržište, na kojim su svojim proizvodima prisutni, ili to žele biti.

U skladu sa iznetom konstatacijom, čini se da pun efekat bi se postigao samo ukoliko se aktuelizuje model zajedništva pri nastupu na strana tržišta. Interaktivna saradnja svih zainteresovanih subjekata u lancu isporuke vrednosti, od izuzetnog je značaja, posebno u slučajevima, kada se žele targetirati tržišta velike propusne moći.

Skeptičnost prema modelu zajedništva, kojim bi se ustanovila jedinstvena izvozna lista istorodnih proizvoda, na kojoj bi bila zastupljena i paleta istorodnih proizvoda različitog sortimenta, različitog asortimana i raličitih proizvođača, uslovno govoreći, i malih proizvođača, izražavaju proizvođači čiji su proizvodi već prisutni na stranim tržištima. Argumentaciju za takav stav nalaze u pretpostavci da bi u tom/takvom slučaju došlo do konkurentne borbe među proizvođačima. Jedna od nedoumica odnosila bi se i na pitanje: ko ispunjava uslove da formatira eventualni brend i, kao takvog, zaštititi ga kao svoj?

Insistirati na specijalizaciji pri sprovođenju procesnih ranji (proizvodnji i prodaji) - nakon što se uspostavi balans prostorno raspoređenih elemenata ekonomske i socijalne (privredne i društvene) infrastrukture može se govoriti o organizovanoj specijalizaciji proizvodnje i prodaje. Specijalizacijom postiže se visok nivo ekonomske aktivnosti definisane konkurentnosti, tako da ni ekonomski efekti ne mogu izostati. Međusobnim povezivanjem specijalizovanih privrednih subjekata moguće je formirati klasterne kao i korporacije (organizaciono zaokružene celine) koje bi generisale budući izvozni potencijal konkretnog, konkurentnog sadržaja. Međusobno povezani i upućeni na saradnju različito specijalizovani subjekti, formalno-pravno regulisanog statusa (zadruga; klasteri; preduzeća, kompanije, holdinzi), mogu biti okosnica kako horizontalne, tako i vertikalne diverzifikacije (pravac rasta; razgranavanje) zainteresovanog privrednog subjekta, na primer, korporacije orijentisane na izvoz. To je model interesnog udruživanja u cilju postizanja većeg obima aktivnosti, kompleksnog razvoja ali i unapređenja konkurentnosti.

Međutim, treba imati u vidu i sledeće zakonitosti kada je u pitanju specijalizacija proizvodnje. Pri niskim nivoima proizvodnje preduzeće ostvaruje korist od većeg obima jer može da iskoristi prednosti specijalizacije. Nasuprot tome, pri visokim nivoima proizvodnje, koristi od specijalizacije su se ostvarile, problemi u koordinaciji postaju sve izraženiji i veći kako se preduzeće povećava. Dakle, ukupni dugoročni prosečni trošak opada pri niskim nivoima

proizvodnje zbog pojačane specijalizacije a raste pri visokim nivoima proizvodnje zbog sve većih problema u koordinaciji (Mankiw i Taylor, 2008).

Učiniti ambijent poslovanja privlačnim - na intenzitet indikatora konkurentnosti moguće je uticati unapređenjem atraktivnosti ambijenta poslovanja. Pored putne, saobraćajne, vodovodne i kanalizacione infrastrukture, energetske stabilnosti i društvene sposobnosti da prihvati investicije, kvalitet poslovnog okruženja u neposrednoj je zavisnosti od kontinuiteta političke stabilnosti i doslednosti utemeljenog institucionalnog okvira. Stabilna i efikasna legislativa, u smislu da garantuje sigurnost investitora (zaštita njihovih prava i interesa), stabilna poreska politika i zadovoljavajuća ekonomska infrastruktura doprinose da kriterijumi privlačnosti i atraktivnosti poslovnog ambijenta budu zadovoljeni.

Unaprediti kulturu poslovanja i inkorporirati je u poslovnu praksu domaćih preduzeća - kultura, u svim sferama života, predstavlja osnovu perspektivnosti pa tako i u poslovanju. Kultura poslovanja odnosi se na osnovne stavove poslovnog okruženja i podrazumeva koncept racionalnog poslovanja u skladu sa logičkim, moralnim i etičkim principima. Poštovanje legislative u punom kapacitetu i preuzimanje odgovornosti za preduzete poslovne radnje, upotpunjuju okvir kulture poslovanja.

Metodološka, ekonomska i tehnička znanja i veštine staviti u funkciju sveobuhvatnog podizanja produktivnosti, smanjenja troškova i uvećanja efikasnosti i efektivnosti poslovanja - interaktivna saradnja i interesna povezanost proizvodnih organizacija, organizacija dobavljača i logistike (grupa kompanija) sa javnim sektorom i obrazovnim i istraživačkim institucijama, ostvarena, na primer, u zadrugama i klasterima, ima za cilj unapređenje kako kumulativne (svih zajedno) tako i pojedinačne konkurentnosti (svakog aktera posebno). Saradnja značajno doprinosi unapređenju produktivnosti, a time, i granske konkurentnosti prehrambene industrije (mesno-prerađivačkog kompleksa), sa jedne strane, i ostalih interesno zainteresovanih, organizacionih celina, sa druge strane.

Produktivnost podrazumeva marketing poslovnu orijentaciju organizovanja i kontrole proizvodnje, efikasniji pristup inputima, angažovanje specijalizovane radne snage, dobavljača i efektivnijih i efikasnijih logističkih sistema. Racionalno korišćenje društvenih i materijalnih resursa (proizvodnja, nabavka, istraživanje tržišta, promocija i sl.) u punom kapacitetnom obimu, i u skladu sa ekološkim principima, maksimalno doprinosi smanjenju troškova, efikasnosti i efektivnosti poslovanja.

Ukoliko društveni resursi i veštine uz materijalne resurse premašuju konkurenciju, oni predstavljaju ključne izvore konkurentne prednosti. Ne samo da treba ispitati veštine i resurse u sklopu aktivnosti koje stvaraju vrednost, već treba ispitati i veze između njih (veći stepen usklađenosti između operacija i ulazne tačke distribucije može da doprinese smanjenju troškova preko nižeg nivoa zaliha) (Jobber i Fahy, 2006).

Iskoristiti potencijale dostupnih sirovina - registrovana poljoprivredna gazdinstva, posebno ukoliko svoje poslovne aktivnosti, kooperativnom saradnjom, vezuju za organizacione celine (zadruga, preduzeća), elementarna su karika sirovinskog sektora u dugom lancu ispo-

ruke vrednosti prehrambene industrije. Treba napomenuti, proizvodnja u stočarstvu u direktnoj je zavisnosti od proizvodnje u ratarstvu. Od kvaliteta hrane zavisi kvalitet stoke. Kvalitetno proizvedena hrana obezbeđuje bolji prirast po proizvodnoj jedinici (kvalitet proizvodnje) i direktno utiče na trajanje proizvodnog ciklusa.

Konkurentnost individualnih proizvođača sirovina za mesno-prerađivački kompleks zavisi od inkorporiranosti naprednih tehnologija, tehnika, veština i novih znanja u proizvodni proces, njihove povezanosti u udruženja i kooperative i primene nasleđenih znanja iz sfere tradicijske i kulturne vertikale, ali i od primene standarda tokom celokupnog procesa proizvodnje. Striktno poštovanje propisa i definisanih procedura sprovođenja i kontrole doprinosi konkurentnosti organizacionih i procesnih aktivnosti, kao i kvalitetu finalnih proizvoda.

Poboljšati kvalitet korporativnog upravljanja - prema *Mankiwu i Tayloru (2008)* korporativni sistem upravljanja najviše dolazi do izražaja kada je kompanija organizovana na nivou korporacije sa značajnim akcijskim kapitalom u zajedničkom vlasništvu sukcesivnih nivoa proizvodnje i marketing kanala (proizvodni menadžment). Moguće je i spajanje na korporativnom nivou prodaje, transporta i distribucije (logistički marketing). Visina akcijskog kapitala određuje hijerarhijsku poziciju u upravljanju ekonomskim disciplinama (računovodstvo, finansije, marketing, upravljanje kadrovima, proizvodnja i prodaja). Korporativno upravljanje vodi tim menadžera - menadžment.

Menadžment je učesnik u organizaciji poslovanja. Funkcija menadžmenta je upravljanje i vođenje poslovne organizacije ka ostvarivanju postavljenih ciljeva u interesu vlasnika. Vlasnik, postavljanjem glavnog menadžera prestaje da direktno upravlja svojom organizacionom celinom. Njegove organizacione sposobnosti kao i komunikacione i informacione veštine treba da budu garant uspešnosti poslovanja. Top menadžeri su lideri i od njihove organizacione sposobnosti sve zavisi. *Kotler i Keler (2006)* navode, kako je marketing "umetnost prodaje proizvoda" i tu svoju definiciju navode kao menadžersku definiciju marketinga. Kompetencije top menadžera obuhvataju dijapazon od planiranja strategija i opštih ciljeva do revidiranja istih. Do revidiranja strategija poslovanja i opštih ciljeva dolazi kada nivo konkurentnosti finalnih proizvoda biva ugrožen (organizacioni propusti, nedostatak inovativnih rešenja, ali i stagnacije i recesije privrednih aktivnosti uopšte).

Savremeno upravljati informacijama - percepcija tržišnih prilika, na eventualno odabranom ciljnom tržištu, petpostavlja da su parametri koji uslovljavaju opadajuće i rastuće tržišne prilike, marketing informacionim sistemom, korektno analizirani i kao takvi, na osnovu ključaka, određeni.

Okolnosti koje preduzeću ne dozvoljavaju dovoljan manevarski prostor u tržišnom poslovanju posledica su nedovoljnog poznavanja tržišnih prilika. Osnovni razlog leži u nepoznavanju pouzdanosti marketing informacionog sistema. Vreme menadžera, sposobnih za prilike i neprilike u poslovanju, je vreme koje je nestalo krajem dvadesetog veka. U vremenu neoliberalizma, lični kontakti svrstavaju se u protokolarna dešavanja i najčešće su u funkciji prezentacije poslovnih interesa preduzeća zainteresovanih za saradnju. Marketing informacioni si-

stem ima dovoljno potencijala i sposobnosti da situacije, koje su naizgled samo potencijalno interesantne, dovedu u poziciju ozbiljnih pregovora. Zanemarivanje marketing informacionog sistema nosi sa sobom nesagledive posledice.

Kompanije danas pribegavaju savremenim upravljanjem informacijama kao metodi kumulativno saznanjnih informacionih analiza sekundarnih izvora (specijalizovane institucije) i internih marketing sistematskih analiza tržišnih, poslovnih i marketing dešavanja (*Cvijanović i sar., 2011*).

Napredne informacione tehnologije i unapređeni sistemi poslovnih komunikacija osnova su marketing informacionog sistema i marketing koncepta uopšte. Instrumenti marketing sistema u funkciji su rasta i razvoja domaće proizvodnje i intenziviranja internacionalizacije poslovanja, odnosno izvoza.

Informacioni i komunikacioni sistemi dizajnirani su da bi olakšali učenje i osigurali brz protok informacija prema ključnim pojedincima, nadležnim za odlučivanje o novom proizvodu ili za sprovođenje razvojnih planova (*Kotler i sar., 2007*).

Pored navedenog, za efikasnost i efektivnost poslovanja (konkurentnost) preduzeća od izuzetnog je značaja stabilnost tržišta kapitala i pojednostavljivanje administrativnih procedura.

Kada se govori o finansijskom tržištu, onda je neophodno videti u kakvom se ekonomskom okruženju dato tržište nalazi. Ukoliko je država u ekonomskim problemima i finansijsko tržište je nerazvijeno, što znači da nisu adekvatno zastupljeni svi delovi finansijskog tržišta. Ekonomska stabilnost nesumnjivo dovodi do optimalne alokacije finansijskih resursa u privredi. Za tako nešto neophodni su uslovi u smislu uspostavljanja tržišta kapitala. Cilj tržišta kapitala je interesno unapređenje pristupa izvorima finansiranja i racionalizacija investicionih sredstava.

Prema *Joviću (2002)* tržište kapitala je mesto tj. skup svih institucija pomoću kojih se vrši alokacija (razmeštaj) slobodnih dugoročnih finansijskih sredstava ka onim privrednim subjektima kojima nedostaju ta sredstva. Te firme pozajmljuju kapital i ulažu ga sa ciljem oplodnje, kako bi bile u mogućnosti da ga vrate uvećanog za kamatu.

Oportunitetni trošak finansijskog kapitala koji je investiran u poslovanje predstavlja važan implicitni trošak gotovo svakog preduzeća. Oportunitetni trošak jednak je zbiru kamate na kredit od banke (eksplicitni trošak - troškovi inputa koji preduzeću nameću novčane izdatke) i neostvarene kamate na štednju (implicitni trošak - troškovi inputa koji preduzeću ne nameću novčane izdatke) (*Mankiw i Taylor, 2008*).

Komercijalni krediti i drugi instrumenti finansijske podrške sa kamatom, ukoliko su investirani u proizvodnju, ne mogu se tretirati kao trošak već kao sredstvo za sticanje koristi. Neophodno razlikovati ekonomski profit (razlika između ukupnog prihoda preduzeća i svih oportunitetnih troškova, znači eksplicitnih i implicitnih troškova proizvodnje proizvoda i usluga koje se prodaju) i računovodstveni profit (razlika između ukupnog prihoda preduzeća i isključivo eksplicitnih troškova preduzeća). Prema *Mankiwu i Tayloru (2008)* ukupni trošak proizvodnje je tržišna vrednost inputa koje neko preduzeće koristi u proizvodnji, dok ukupni pri-

hod je iznos koji neko preduzeće ostvaruje na osnovu prodaje svog autputa. Razlika između ukupnog prihoda i ukupnog troška je profit preduzeća.

Za državu, kao što je Republika Srbija, uspostavljanje i održiva stabilnost tržišta kapitala je od prioritetnog značaja, posebno kada je u pitanju stočarstvo i mesno-prerađivački kompleks, s obzirom na to da intenzivno stočarstvo vremenom je preraslo u industrijski proizvodni sistem i kao takvo, uz industriju mesa, predstavlja integralni deo multidisciplinarnog sistema ekonomije hrane.

7.9. ULOGA AGRARNE POLITIKE U CILJU POVEĆANJA PROIZVODNJE I IZVOZA MESA

Ekonomski odnosi, u kontekstu međuzavisnosti proizvodnje, raspodele, razmene i potrošnje materijalnih dobara, uvek su razmatrani sa aspekta potreba i sa aspekta profita u konkretnim društveno-političkim uslovima. Razvoj proizvodnih snaga i usavršavanje produkcionih odnosa u procesima društveno-ekonomskih formatiranja, kao ekonomska i sociološka stvarnost, u neposrednoj je vezi i zavisnosti od političkih okolnosti i uticaja.

Ekonomija i politika su dve međusobno uslovljene kategorije sa nesporno zajedničkim interesima. Ekonomski jake države imaju respektabilni politički kredibilitet. Politički kredibilitet ne gradi se samo snažnom ekonomijom, ali bez snažne ekonomije politička respektabilnost je krajnje neizvesna. Politika, bez obzira na snagu ideoloških motiva i potrebu dokazivanja humanizma i demokratičnosti, kao prerogativnog (suštinskog) opredeljenja, nema nikakvih izgleda za održivost ukoliko u preambuli njenih strateških opredeljenja nije fundamentalizovana zdrava ekonomija. Politika i ekonomija, kao dve celine, interaktivno se ustanovljavaju, određuju i međusobno dopunjuju, učvršćujući jedna drugu.

Nepostojanje otvorenih političkih pitanja između zemalja osnovni su uslov uspešne ekonomske saradnje. Srbija respektabilnost svoje unutrašnje i spoljne politike koristi za uspostavljanje bilateralne i multilateralne saradnje sa zemljama sveta u cilju privlačenja investitora i obezbeđenja tržišta za proizvode iz svog domicilnog okruženja. Time podstiče rast i razvoj svog privrednog sistema.

Agrarna politika, kao integralni deo privrednog sistema, inkorporirana je u domaći ekonomski, pravni i socijalni sistem. Razumevanje suštine Agrarne politike, kao i razumevanje mehanizama njene implementacije u segmentu stočarstva i industrije mesa, nije moguće bez sagledavanja realnog stanja u kontekstu pretpostavljenih mogućnosti ovih sektora.

U periodu koji je predmet istraživanja, eksplicitno je naglašavano strateško, sistemsko opredeljenje da se poljoprivredi da prioritet. Deklarativna zalaganja i stručno osmišljene strategije razvoja poljoprivrede nisu bile dovoljne da rezultiraju konsolidacijom ekonomskih i društvenih resursa i potencijala. U sferi korporativno-interesnih delovanja, do napredka u poljoprivredi i nije moglo doći. Opravdanja, vezana za nespretne procese prestrukturiranja i neuspele reforme, sa ove vremenske distance, deluju impresivno jer ne sadrže analizu moralno

neprihvatljivih i koruptivnih delovanja kao faktora koji su usloveli da tranzicioni tok ne bude samo težak već i poražavajući. Težak period tranzicije (prelazak iz komandne u tržišnu ekonomiju) i globalna ekonomska kriza od 2008. godine, ne bi trebalo da budu dovoljna argumentacija za činjenicu da strateški utvrđeni prioriteti budu do te mere zapostavljeni da privredna aktivnost doživi toliki krah. Kreatori agrarnih politika, u tom periodu, svoj doprinos unapređenju poljoprivrede i ruralnog razvoja, u mnogim slučajevima, mogu da sagledavaju samo sa aspekta teorijske, akademske elaboracije prednosti, mogućnosti i šanse naše poljoprivrede, koje u praksi nisu zaživele. Shodno navedenom, konstatacija da definisane politike i strategije nisu donele očekivane rezultate, ne zvuči ni malo tendenciozno.

Bogdanov (2009) da Republika Srbija još nema širi konsenzus u pogledu mesta i značaja poljoprivrede u domaćoj privrednoj strukturi. Značaj poljoprivrede se sagledava isključivo na osnovu makroekonomskih pokazatelja: koliko učestvuje u BDP-u, koliko je učešće sa prehrambenom industrijom, koliki je udeo poljoprivrede u izvozu i koliko to doprinosi spoljnotrgovinskom bilansu. Isti autor ističe da navedeno upućuje na neophodnost donošenja dugoročne strategije razvoja agrara koji će važiti znatno duže od mandata jedne Vlade .

Šteta prouzrokovana sistemskim propustima je znatno veća nego što se pretpostavljalo. Poljoprivredni proizvođači, pa tako stočari i njima kompatibilni mesno-prerađivački kompleks, u kontinuitetu suočavali su se sa nedostatkom obrtnih sredstava. Problem sa likvidnošću rešavali su skupim zaduživanjima novcem kod poslovnih banaka, a naturalno kod dobavljača inputa za proizvodnju. Ovakvo poslovanje, na pretežno sitnim posedima, skromnim stadima i uzgojem grla na niskom organizaciono-tehnološkom nivou nije mogla, bez obzira na trud, bitno uticati na stopu rasta životnog standarda stočara. Kvalitet života poljoprivrednih proizvođača, koji je u neposrednoj zavisnosti od ostvarenja njihovih profitnih interesa, neposredno je ugrožen neprimerenim, delovanjem oligarha, distributivnih aliansi, uvoznčkog lobija i aktera iz domena sive ekonomije.

Agrarna politika, po definiciji, određuje strateške ciljeve i prioritete razvoja poljoprivrede, odnosno pojedinačnih grana poljoprivrede. Sve relevantne institucije, naučne, stručne, proizvođačke i prerađivačke organizacije, koje svojim znanjem i iskustvom mogu da pomognu, treba da budu uključene u kreiranje agrarne politike, kao i u definisanje mera budžetske podrške (*Vlahović, 2010*).

Stočarska proizvodnja sklona je oscilacijama. Tendencije opadanja, stagnacije i rasta vrednosti proizvodnje u korelacionom su odnosu sa tržišnim, ekonomskim i političkim uslovi-ma. Međutim, faktore koji ograničavaju stočarsku proizvodnju i njoj kompatibilnu industriju mesa, moguće je, precizno definisanom agrarnom politikom, instrumentima podsticaja i kontrole, svesti na zadovoljavajući nivo.

Ministarstvo poljoprivrede je institucija koja je u potpunosti uključena u proces kreiranja i sprovođenja agrarne politike, a direktno angažovanje, formalna saradnja i visok nivo koordinacije operativnih struktura drugih resornih ministarstava, Privredne komore, obrazovnih i naučno-istraživačkih institucija, centara i ustanova, ne sme da izostane.

U kreiranje agrarne politike treba da su uključeni i oni koji, po prirodi stvari, od agrarne politike neposredno zavise (poljoprivrednici, preduzeća iz oblasti agrobiznisa, trgovci i drugi subjekti, direktno ili indirektno povezani sa poljoprivredom). Po ugledu na proizvođačke organizacije, koje su formirane oko pojedinih segmenata poljoprivredne proizvodnje (mesa, mleka, voća, povrća) u EU, u Republici Srbiji bi trebalo organizovati funkcionalne asocijacije proizvođača mesa koje bi, sa obzirom na to da predstavljaju bitan segment poljoprivrede, imale zadatak da, kao relevantan partner institucijama, učestvuju prilikom kreiranja agrarne politike. One bi svakako bile promoteri interesa svojih osnivača, ali i garant implementacije agrarne politike koja ima sve predispozicije da bude uspešna, jer bi bila kreirana prema potrebama korisnika i tržišta.

Prema *Živkovu (2006)* država treba da kreira agrarnu politiku čija će strateška opredeljenja biti primenljiva, a određena budžetska sredstva raspoređivana po modelu racionalne selektivnosti. Prema istom autoru, agrarna politika u Republici Srbiji treba da prati promene i sledi pravac (*Živkov, 2006*):

- Povećanja konkurentnosti na proizvođačkom i prerađivačkom nivou,
- Usmeravanja na diverzifikaciju, povećanje kvaliteta i dobijanje sertifikata (integralna proizvodnja, organska i geografska oznaka porekla)
- Povećanja svesti o važnosti marketinga i unapređenja trgovinske pozicije od nivoa pojedinačnog do nivoa cele države.
- Unapređenja znanja na svim nivoima

Međutim, u periodu koji je predmet istraživanja, primenjivana agrarna politika, bez obzira što je sadržavala instrumente za koje se pretpostavljalo da su efikasni u artikulisanju tokova razvoja i rasta stočarske proizvodnje i industrije mesa, nije ostvarila zadovoljavajuće rezultate. Nedorečenost agrarne politike posebno je bila izražena u stočarstvu, jednom od značajnijih sektora poljoprivrednih delatnosti, koji je trebao, shodno aktuelnom privredno-ekonomskom trenutku, da bude kamen temeljac sveobuhvatne ekonomije hrane i okosnica razvoja izvoznih aktivnosti.

Politika udruživanja, podsticajnih investicionih ulaganja, obnove stočnog fonda, stimulacije izvoza, sigurnog i kontinuiranog plasmana, sigurnost cena uz politiku robnih rezervi, kao mere koje mogu doprineti stabilnijoj poljoprivrednoj proizvodnji većeg obima, kao tema, nije na pravi način elaborirana i stoga, nije čudo da nema adekvatnih rezultata.

Iz tog razloga agrarnu politiku treba koncipirati tako da ustanovljeni prioriteti i strategije, po pitanju organizovanja i tehnološkog usavršavanja, precizno budu definisani. Implementiranim instrumentima obezbeđenja i mehanizmima kontrole, pri realizaciji agrarnom politikom zacrtanih ciljeva, treba biti posvećena posebna pažnja. Tako se neće događati da realizacija utvrđenih ciljeva zavisi od političkih uticaja i favorizovanja onih projekata privrednih subjekata za čiju realizaciju nema garancija profitne održivosti niti adekvatnog hipotekarno-vrednosnog obezbeđenja. Makro i mikroekonomska i finansijska struktura mora biti predstavljene

na strukom a ne politikom. Do sada politika razvoja nije definisala stroge mehanizme kontrole plasmana sredstava, stepena njihove efektivne iskorišćenosti i validnost garancija povraćaja investiciono i kreditno usmerenih sredstava.

Stekli su se uslovi da se agrarnom politikom aktuelizuje strategija uvozne supstitucije. Ona se, kao politika trgovine, kreira sa ciljem da se podsticajnim sredstvima (subvencijama i beneficijama ostvarenim kroz planski sprovedene Programe razvoja) motivišu i ohrabre domicilni proizvođači da proizvode dobra koja se uvoze u zemlju. Strategija uvozne supstitucije treba da je aktuelna dok se ne steknu uslovi (prihvatljiv poslovni ambijent, unapređena poslovna kultura, tehnološka disciplina, sposobnost privrede da prihvati investicije, stvarna politička spremnost) za međukorporativnu saradnju kroz instrumente strateškog partnerstva, domaćih i stranih kompanija, i modele javno privatnog partnerstva. Strateško partnerstvo je uobičajena forma političko-ekonomske saradnje. Istovremeno, to je i formalno-pravni akt kojim se regulišu međudržavni odnosi. Cilj im je davanje signala potencijalnim, stranim investitorima. Strane investicije značajno doprinose rastu BDP-a, najopštijeg agregatnog pokazatelja stanja privrede, razvoju privrede uopšte, većoj zaposlenosti, a time i rastu životnog standarda građana.

Podsticaji su neophodni, ne samo za revitalizaciju postojećih kapaciteta za proizvodnju mesa, koja podrazumeva tehničko-tehnološko osavremenjavanje i kadrovske usavršavanje, već i za zasnivanje novih stada, izgradnju novih smeštajnih kapaciteta za stoku i uvećanje klanično-prerađivačkih kapaciteta.

Međutim, činjenica je da nije bilo kontinuiteta ni u percepciji ni u sprovođenju programskih ciljeva. U okviru Agrarne politike potrebno je definisati Akcioni plan proizvodnje i izvoza mesa. Precizno ustanovljene smernice treba da ukažu na pravac delovanja primarnih proizvođača i izvoznika mesa u slučajevima kada mogu očekivati budžetsku podršku.

Ciljeve agrarne politike, u segmentu koji se bavi problematikom proizvodnje i izvoza mesa, treba koncipirati tako da akcenat bude stavljen na definisanje adekvatnih mera investicione i strukturalne podrške primarnim proizvođačima. Neophodno je determinisati mehanizme fiskalnih, opštih (podsticaj – subvencije po jedinici mere, površine) i planski usmerenih, podsticaja. Planirana sredstva podrške, prema ovoj strategiji, treba da budu ciljno usmerena, prema precizno utvrđenim kriterijumima i strogo kontrolisana. Ovakvom agrarnom politikom prioritarno će biti podržani projekti usmereni na rast i razvoj onih proizvođača koji tržišno posluju, izvozno su orijentisani i ne oslanjaju se samo na subvencije države.

Sagledavajući učinak sredstava za subvencionisanje poljoprivrede, šire posmatrano, u periodu koji je predmet istraživanja, uočava se situacija da izdvojena sredstva iz agrarnog budžeta omogućavala su više pojedincima da zadrže status registrovanog poljoprivrednog gazdinstva, onih sa minimalnim površinama i malim brojem jedinki stoke, nego što su bila sredstva u funkciji razvoja. Iz tog razloga, država bi trebala da umesto klasičnog subvencionisanja, ustanovi model podsticanja primarne proizvodnje u stočarstvu i industriji mesa koji će registrovanim poljoprivrednim gazdinstvima, zadrugama i preduzećima omogućiti efikasniju proizvodnju i uvećati komercijalne efekte. Namenska sredstva za podsticanje primarne proi-

zvodnje, kao ekonomski opravdana kategorija, bila bi u funkciji održivosti i unapređenja proizvodnje i izvoza mesa. Odnosila bi se na nabavku matičnih stada, grla za uzgoj, steonih junica, tehničko-tehnološko osavremenjavanje, i sl. Na taj način bi interes, i poljoprivrednika, i države bio zadovoljen. Poljoprivrednicima bi bila obezbeđena egzistencija a država bi imala sigurnu stavku na prihodnoj strani budžeta.

Država, u širem smislu, sama po sebi i po definiciji, je grub centralizovani sistem koji barata širokim spektrom ingerencija i moći. Ali, kao takva, ona bez podrške institucija na nivou lokalnih samouprava, nema mogućnosti da sagledava problematiku poljoprivrede sa svih aspekata, svugde i na svakom mestu. Ona nije univerzalni socijalni i razvojni ekonomski donator a građanstvo i privredni subjekti univerzalni primaoci. Država je servis u funkciji opšteg dobra. Institucionalno, država formalno-pravno, uvažavajući strategijom utvrđene prioritete, samo raspoređuje sredstva, usmeravajući društvene, materijalne i finansijske resurse. Sva davanja države moraju biti iz realnih izvora. Odgovoran odnos svih subjekata prema državi osnovni je preduslov očekivanja od države.

Precizno treba ustanoviti pravila postupanja primarnih proizvođača u slučajevima kada žele da im se sredstva za podsticaj proizvodnje i izvoza stave na raspolaganje. Prvenstveno se misli na strategiju razvoja, akcioni plan, i, u okviru njih, koncipirani realni projekti. Realizacija projekata nije moguća bez prateće dokumentacije. Osnova te dokumentacije su rešeni imovinski odnosi, formalno-pravni status, realni projekti i biznis planovi.

U cilju lakše realizacije biznis planova i unapređenja stočarske proizvodnje, lokalne samouprave trebalo bi da formiraju odeljenja poljoprivrede i u okviru njih opštinske agrofondove koji bi bili u funkciji realizacije projekata i biznis planova primarnih poljoprivrednih proizvođača sa teritorije opštine i onih koji gravitiraju opštini.

Nije sporna činjenica da rast i razvoj proizvodnje u stočarstvu i industriji mesa je limitiran budžetskim kapacitetima i raspoloživim investicijama. Međutim, u okvirima realnih budžetskih sredstava na raspolaganju poljoprivredi, moguće je iznaći prostor za podsticanje projekata koji značajno mogu unaprediti ovu oblast. Većim iznosom podsticajnih sredstava, uvođenjem premija, odobravanjem, po povoljnim uslovima, namenskih kredita, uvođenjem principa transparentnosti u dostupnost domaćim i stranim investicionim Programima, obezbeđenjem sredstava iz Programa predpristupnih fondova EU, donacijama stranih država i vlada, aktivacijom niza formi strateškog partnerstva (kooperative, udruženja klasteri), javno privatnog partnerstva i sl., moguće je unaprediti stočarsku proizvodnju i učiniti je konkurentnom granom u okviru klanično-mesoprerađivačkog kompleksa.

Kreatorima agrarne politike u fokusu interesovanja su i tzv. stubovi konkurentnosti: obrazovanje, inovacije i investicije.

Agramom politikom treba podsticati saradnju naučnih, istraživačkih i obrazovnih institucija i ustanova sa primarnim proizvođačima i izvozniciima. Saradnja treba da se zasniva na edukaciji o predmetnoj problematici koja je u sferi interesovanja primarnih proizvođača i

izvoznika, zatim, o mogućnostima razvoja inovativnih rešenja, neophodnosti investiranja i privlačenja investicija i sl.

Programi edukacije treba da su koncipirani tako da, uz teorijsku elaboraciju problematike, zainteresovanim poljoprivrednim proizvođačima i izvoznicima, ukazuju na mogućnosti inkorporacije teorijskih saznanja i praktičnih iskustava u njihovu proizvodnu i izvoznu praksu.

Jedan od prioriteta ekonomske politike, uopšte, trebao bi biti usmeren i na podsticanje preobražaja klasične ruralne strukture u privatljivi urbani prostor koji neće izgubiti na svojoj ambijentalnoj atraktivnosti i autohtonoj specifičnosti. Zajednički interes, kao jedini koordinator motivacije angažmana relevantnih faktora, sa jedne strane prirodom datih, koje treba zaštititi, i sa druge strane, investicionih ulaganja, koja treba oploditi (*Cvijanović i sar., 2011*).

Ukazivanje na promenu prioriteta apostrofira činjenicu da uobičajena sledljivost društvenih prilika i ambijentalnost, mora da se menja. Konačno, sazrela je svest da vrednosti ruralnih sredina mogu bitno uticati na ekonomske prilike i egzistencijalnu održivost društva u celini.

Agrarna politika, pored toga što značajno doprinosi poboljšanju performansi u stočarskoj proizvodnji i industriji mesa, kada je u pitanju ekonomija obima i izvozni potencijal, ona svojom kompleksnošću, ima širok uticaj na oblasti društva koje ne moraju biti poljoprivredne (usluge, turizam). Tu se prvenstveno misli na ruralni razvoj i mogućnosti transformacije ruralnih sredina (ambijentalni i infrastrukturni preobražaj) uz uslov da zadrže tradicijske i folklorne vrednosti. Međutim, ne treba deliti optimizam da depresivne ruralne sredine moguće je re-vitalizovati samo razvojem stočarstva i drugih grana poljoprivredne proizvodnje. Ruralni razvoj je kompleksno pitanje i zahteva postizanje konsensusa oko niza multidisciplinarnih pitanja.

U Republici Srbiji na snazi su subvencije u poljoprivredi koje su direktno usmerene na razvoj stočarstva. Prema aktuelnoj uredbi Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede (*Sl. glasnik RS, broj 18/18*) iznosi koji se dodeljuju za pojedine linije stočarske proizvodnje su sledeći:

- podsticaj za tov junadi u iznosu od 10.000 dinara po grlu u tovu;
- podsticaj za tov jagnjadi u iznosu od 2.000 dinara po grlu u tovu;
- podsticaj za tov jaradi u iznosu od 2.000 dinara po grlu u tovu;
- podsticaj za tov svinja u iznosu od 1.000 dinara po grlu u tovu;
- podsticaj za krave dojilje u iznosu od 20.000 dinara po grlu;
- podsticaj za košnice pčela u iznosu od 720 dinara po košnici;
- podsticaj za krave za uzgoj teladi za tov u iznosu od 10.000 dinara po grlu;

7.10. MARKETING STRATEGIJA IZVOZA STOKE ZA KLANJE I MESA IZ REPUBLIKE SRBIJE

U procesu osmišljavanja proizvoda, realizacije proizvodnje, skladištenja i distribucije proizvoda do plasmana finalnog proizvoda, marketing nedvosmisleno predstavlja ideju vodilju. Ne poznavanje marketinga, kao nauke, često se spočitava poljoprivrednim proizvođačima iako ima indicija da marketing postulati (marketing sazajne mogućnosti) su inkorporirani u njihove svakodnevne aktivnosti. U direktnoj komunikaciji sa primarnim poljoprivrednim proizvođačima poljoprivredne stručne službe često se suočavaju sa mišljenjima da marketing u teoriji je precenjen. Ovu konstataciju ne treba shvatiti kao negaciju teoretske vrednosti marketing postulata od strane proizvođača, već kao potrebu da im se približe moguće koristi od marketing orijentacije u poslovanju i ukaže na kompatibilnost marketing teorije i marketing prakse.

Ključni atributi marketing orijentacije (*Jović, 2002*):

- Filozofija orijentisanosti na potrošače,
- Integralna marketing organizacija,
- Posedovanje adekvatnih marketing informacija,
- Strateška orijentacija,
- Operativna efikasnost.

Isti autor navodi da je marketing aplikativno nauka koja traži i daje primenljive odgovore bazirane na iskustvenom odnosno eksperimentalnom znanju, za razliku od klasične ekonomije (ekonomske teorije) koja se bazira na „čistim“ naučnim pretpostavkama.

Marketing pristup analizi osnovnog koncepta poslovanja ne podrazumeva posmatranje aspekta proizvodnje i prodaje proizvoda i usluga, već posmatranje aspekta stvaranja i isporuke vrednosti. Razlika nije samo terminološka već suštinska. Proces stvaranja nove vrednosti, obzirom na to da je u neposrednoj zavisnosti od interaktivnog delovanja niza angažovanih elemenata, podrazumevajući društvene i materijalne resurse, otelotvoruje proizvodni sistem. Osnova prodajne koncepcije, proizvodne i prodajne orijentacije u suštini je netržišno poslovanje. Kao takvo, u uslovima neoliberalnog formatiranja proizvodnih snaga i produkcionih odnosa, postalo je zastarelo, neupotrebljivo i društveno disfunkcionalno. Sistemskim pretpostavkama i strategijama razvoja bio je neophodan radikalni zaokret ka tržišnoj privredi i marketing poslovnoj orijentaciji. Sistemska transformacija ekonomskih odnosa i proces restrukturiranja u pravcu tržišne privrede posledica su marketing poslovnih aktivnosti. U razvoju poslovne koncepcije marketing predstavlja poslovnu funkciju.

Osnovna razlika između prodajne i marketing poslovne koncepcije, kako ističe *Vlahović (2011)*, jeste u tome što se u prodajnoj nastoji da se zadovolje interesi privrednog subjekta (preduzeća). U marketing orijentaciji u središtu je težnja ka zadovoljenju potreba, zahteva, odnosno želja potrošača.

Ciljno tržište, potrebe potrošača, integrisani marketing i profitabilno poslovanje su ključne osnove marketing koncepta (Kotler i Keler, 2006).

Za efikasnu realizaciju marketing koncepta neophodna su istraživanja i analize tržišnih tokova sa stanovišta njihovog uticaja na ponašanje potrošača. Marketing istraživanja i iz njih izvedeni relevantni zaključci osnova su marketinških planova koji strateški usmeravaju upravljačke strukture kompanije, dajući im argumentaciju za opredeljenje da proporcionalizuju svoje aktivnosti i ponašanja u cilju uravnoteženja kratkoročne potrebe za profitom i dugoročne odgovornosti prema potrošačima (Cvijanović i sar., 2011).

Sa aspekta stvaranja i isporuke vrednosti, marketing se nalazi na početku procesa planiranja. Proces stvaranja i isporuke vrednosti sastoji se iz tri faze (Kotler i Keler, 2006):

Prva faza je izbor vrednosti i to je zadatak marketinga koji mora obaviti pre nastanka bilo kog proizvoda. Marketing stručnjaci moraju da segmentiraju tržište, izaberu odgovarajuće ciljno tržište i razviju pozicioniranje vrednosti ponude. Ovi postupci su suština strategijskog marketinga. Kada poslovna jedinica odabere vrednost, druga faza je stvaranje vrednosti. Marketing mora da utvrdi određene karakteristike, cene i distribuciju proizvoda, što je u domenu tzv. taktičkog marketinga. U trećoj fazi zadatak je komunikacija vrednosti komunikacijom prodajne sile, unapređenja prodaje, propagande i drugim instrumentima promovisanja proizvoda. Svaka od ovih faza utiče na troškove.

Svako od navedenih faza predhodi istraživanje, analiza i razumevanje mikro i makrookruženja, tržišnih tokova i snage konkurencije. Razumevanje tržišta podrazumeva analizu niza njegovih mikrosegmenta na kojima su izražene specifičnosti želje, percepcije, preference i kriterijume kupovanja. Tržišno poslovanje, kao i proces stvaranja i isporuke vrednosti, zahteva uključivanje marketinga, instrumenta razumevanja potrošača, na početku planiranja.

Instrumenti upravljanja marketingom su planiranje, organizovanje i kontrola (Vasiljev i sar., 2002).

Proces marketing planiranja uključuje analizu okruženja i sposobnost organizacije, i odlučivanje o pravcima delovanja i načinima da se te odluke primene. Postojanje plana pruža menadžerima osnovu za odluke i akcije. Ono takođe stimuliše dostignuća dajući organizaciji jasne ciljeve kojima treba da teži, što može biti od pomoći u pokretanju promena u organizaciji (Jobe i Fahi, 2006).

Marketing plan je centralni instrument strategijskog planiranja. Sadržaj marketinškog plana (Kotler i Keler, 2006):

- Sadržaj – glavne smernice plana sa racionalnim i operativnim detaljima
- Situaciona analiza – relevantni podaci o troškovima, tržištu, konkurenciji i različitim faktorima u makrookruženju.
- Marketing strategija – menadžer vrši konkurentsko pozicioniranje linija proizvoda, i određuje strategije brenda i strategije kupaca koje će biti primenjene.
- Finansijske projekcije – ukazuju koliko se jedinica mora mesečno prodati da bi se nadoknadili mesečni fiksni troškovi i prosečni varijabilni troškovi po jedinici.

- Kontrola implementacije – obezbeđuje uvid u rezultate svakog analiziranog perioda i mere reagovanja na situaciju

U stratejskom marketing planu govori se o ciljnim tržištima i o predlogu vrednosti koje će biti ponuđene na osnovu analize najboljih tržišnih šansi. U taktičkom planu određuju se marketing taktike, uključujući karakteristike proizvoda, promociju, formiranje cena, kanale prodaje i usluge. Operativni plan obuhvata funkcionalna područja kao što je plan promotivnih aktivnosti sa zavisnim troškovima, razvoj novog proizvoda u kraćem periodu sa nižim nivoom inovativnih rešenja i ograničenim rokovima (*Vasiljev i sar., 2002*).

Termin strategija, prema ekonomskoj teoriji, definiše put i pravac kretanja budućih poslovnih aktivnosti. Strategijom se definiše organizaciona struktura i poslovna politika ekonomskih sistema i privrednih subjekata.

Prema istim autorima strategija je upravljačka, planska odluka kojom se definišu osnovni načini ostvarivanja postavljenih ciljeva. Na menadžmentu preduzeća je da definiše ciljeve i iznese plan kako utvrđene ciljeve realizovati.

Planske odluke, pre svega, strategije podređene su marketing ciljevima, i kao takve ih u globalu treba posmatrati. Planski, marketing ciljevi proizilaze iz rezultata marketing revizije i SWOT analize, i obuhvataju suštinu strategije i strateške ciljeve, koji zajedno definišu gde kompanija sa svojim proizvodima namerava da bude u budućnosti (*Jobber i Fahi, 2006*).

Osnova svih definisanih strategija je marketing strategija. Shodno uslovima poslovanja, tržišnim kretanjima, generisanim šansama i opasnostima koncipiraju se strategije koje se odnose na ekspanziju rasta, stabilizaciju, ali i redukciju poslovanja. Za efikasnu realizaciju marketing strategija neophodna je inkorporacija principa ciljnog i integrisanog marketinga. Osnovne funkcije ciljnog marketinga (koncentrisanog marketinga) su segmentacija tržišta, odnosno identifikacija tržišnog segmenta, profilisanje ciljne grupe potrošača, analiza mogućnosti pozicioniranja proizvoda i pretpostavljena projekcija profitnih efekata. Integrisani marketing podrazumeva povezanost marketinga sa ostalim procesnim odeljenjima unutar preduzeća sa jedne strane i objedinjavanje svih marketing funkcija, kao što su prodaja, oglašavanje, upravljanje proizvodom i marketing istraživanja, sa druge strane.

Dobro koncipirana marketing strategija osnovni je preduslov za pravilan nastup na domaćem, odnosno stranom tržištu, u cilju zadovoljenja potreba potrošača. Orijentisana je na konkurenciju i potrošače. Vrste marketing strategija su sledeće (*Vlahović, 2011*):

- Defanzivna strategija – primenjuje se da bi se održalo postojeće tržište, odnosno da bi se sprečio gubitak trenutnog tržišta. Osnovni ciljevi jesu održavanje i poboljšanje kvaliteta proizvoda, poboljšanje imidža privrednog subjekta.
- Razvojna strategija – primenjuje se u cilju povećanja prodaje proizvoda na tržištu. Podrazumeva proširenje asortimana proizvoda privrednog subjekta.
- Ofanzivna strategija – podrazumeva aktivnosti i mere u cilju značajnog proširenja postojećeg tržišta. Ovo se postiže koordiniranim aktivnostima svih instrumenata marke-

tinga – povećanje kvaliteta i proširivanje asortimana, koncipiranje odgovarajuće politike cena, poboljšanje distributivnih kanala, snažna ekonomska propaganda.

- Strategija dominacije na tržištu - ovakvu strategiju koriste privredni subjekti koji imaju za cilj dominaciju na tržištu u svom području poslovanja.
- Strategija orijentisana na inovacije – primenjuje se u inovativnim privrednim subjektima koji teže da na tržište izbacuju što više novih proizvoda.
- Strategija rasta - namenjena privrednim subjektima koji planiraju intenzivan rast na tržištu.
- “Ratna” strategija - primenjuje se kada treba agresivno napasti konkurenciju ili se odbraniti kako bi se osigurali od gubitaka.

Strategija bitno utiče na strukturu organizovanja. Organizaciona struktura ustanovljava osnov za definisanje strategije. Iz organizacione strukture kompanije, marketing aktivnostima, proističe ključna strategija (Kotler i sar., 2007).

Ključna strategija je usredsređena na to kako ciljevi mogu da se ostvare, i sastoji se od tri glavna elementa: ciljnih tržišta, ciljnih konkurenata i konkurentske prednosti (Jobber i Fahj, 2006).

Ciljno tržište podrazumeva tržišni segment (nišu) na kojem je preduzeće, zahvaljujući marketing istraživanjima, identifikovalo ciljnu grupu potrošača, čije potrebe, želje i preferencije može zadovoljiti.

Ciljni konkurenti su konkurentske snage kompanija koje svoje poslovne aktivnosti već obavljaju na tržišnom segmentu (niši) koje je preduzeće identifikovalo kao ciljno tržište. Preduzeće, na osnovu marketing istraživanja, mora da se upozna sa razlozima strategijskog investiranja, osnovama konkurentske prednosti, kao i eventualnim slabostima konkurencije. U kontekstu odnosa atraktivnosti i apsorpcione moći identifikovane strategijske grupe potrošača i procenjene snage konkurencije na ciljnom tržištu, preduzeće sagledava kapacitete sopstvenih sredstava i sposobnosti, projektuje pretpostavljene profitne efekte i analizira moguće rizike poslovanja. Na osnovu ovih parametara preduzeće donosi odluku o mogućnosti strategijskog investiranja i budućim aktivnostima na odabranom ciljnom tržištu.

Mogućnost snižavanja proizvođačke cene proizvoda (cena proizvoda bez trgovine) i operativna efikasnost što kraćih logističkih i marketing distributivnih kanala, uz performanse proizvoda, superiorne vrednosti za potrošače, pretpostavljaju da će preduzeće, koje posluje/želi da posluje na stranim tržištima, imati konkurentsku prednost (komparativnu prednost). Komparativna prednost u odnosu na konkurenciju ne može se ostvariti visokim stepenom produktivnosti, stručnosti i naporima za smanjenje troškova, ako izostane isporuka superiorne vrednosti za potrošače (Jobber i Fahj, 2006).

Konkurentska prednost, sama po sebi, nije garant profitabilnog poslovanja ali realno pretpostavlja veće tržišno učešće i razvoj poslovanja. Profitabilnost poslovanja u neposrednoj je zavisnosti od efikasnosti pri operacionalizaciji marketing koncepta i realizaciji ključne strategije.

Ciljni marketing (koncentrisani marketing) podrazumeva angažovanje marketing stručnjaka na segmentaciji tržišta, na izboru ciljnog tržišta, postupku procene mogućnosti profitnog poslovanja i na iznalaženju načina pozicioniranja proizvoda za svaki ciljni segment posebno (Jobe i Fah, 2006).

Prema istim autorima postoje četiri opšte strategije ciljnog marketinga koje se mogu odabrati: nediferencirani marketing, diferencirani marketing, fokusirani marketing i marketing prilagođen pojedinačnim potrebama ili "kustomizirani marketing". Diferencirani marketing je strategija ciljnog marketinga i primenjuje se kada preduzeće posluje na nekoliko tržišnih segmenata. Za svaki od izabranih ciljnih segmenata tržišta, preduzeće razvija različite marketing mikseve iz kojih proizilaze različite ponude, u skladu sa preferencijama kupaca i kriterijumima prema kojima donose odluku o kupovini. Nediferencirani marketing podrazumeva određivanje menadžmenta da definiše model jedinstvenog marketing miksa za celo tržište i tako zadovolji kupce.

Za preduzeća, koja žele da se bave, ili se bave izvozom mesa, strategije diferenciranog i nediferenciranog ciljnog marketinga od velikog su značaja. Strateški pristup tržištu modelom nediferenciranog marketinga ima smisla ukoliko su u pitanju velika i razvijena tržišta. Ukoliko ne postoje bitne razlike u karakteristikama kupaca i kriterijumima koje potrošači koriste pri donošenju odluke o kupovini, mnogi menadžment timovi, smatrajući da je tržište homogeno po zahtevima, ne izdvajaju tržišne segmente i ne razvijaju posebne marketing mikseve. Međutim, primenom ovog modela tržišnog pristupa na velikim i razvijenim tržištima, preduzeća se suočavaju sa snažnom i oštrom konkurencijom, koja primenjuje isti strateški tržišni pristup. Uštede koje preduzeća ostvare tako što ne selekcionišu tržišne segmente i ne razvijaju posebne marketing mikseve za svaki tržišni segment, već uslužuju nekoliko tržišnih segmenata odjednom, često su manje od štete koju im nanose konkurentske snage.

Na nerazvijenim tržištima, ma kako velikim se činila, poslovanje po modelu nediferenciranog marketinga je disfunkcionalno, neefikasno i, kao takvo, neprihvatljivo. Uspešno poslovati na manje razvijenim i nerazvijenim tržištima moguće je samo po modelu diferenciranog marketinga, opšte strategije ciljnog marketinga u procesu strateškog pristupa tržištu.

Prema Kotleru i Keleru (2006) izbor ciljnog tržišta podrazumeva tržišnu strategiju segmentacije tržišta dok potrebe potrošača se zadovoljavaju pravilnom strategijom diferenciranja proizvoda.

Marketing strateški pristup tržištu podrazumeva operacionalizaciju precizno definisane marketing strategije segmentacije tržišta, postupka izbora ciljnog tržišta i indentifikacije tržišnog segmenta (niše). Na osnovu marketing istraživanja, analitičkom metodom komparacije, marketing stručnjaci procenjuju rastuće i opadajuće mogućnosti i karakteristike odabranog tržišnog segmenta, u odnosu na druge segmente, analiziraju strategijske grupe kupaca i pokušavaju da ih profiliraju prema opštim (potrebe, želje, preferencije) i specifičnim kriterijumima (kulturni uticaji), na osnovu kojih kupci donose odluku o kupovini.

Od resursa, ciljeva i politike kompanije zavisi prema kojim identifikovanim segmentima, i prema koliko segmenata će usmeriti svoje marketing programe i aktivnosti i na taj način ih uslužiti kao ciljne tržišne segmente (*Jobber i Fahi, 2006*).

Diferenciranjem ponude proizvoda obezbeđuje se superiorna vrednost za kupca ili se troškovi svode na minimum. U kombinaciji sa obimom konkurentskih aktivnosti, ova dva sredstva daju dve marketing generičke strategije: strategije diferenciranja i strategije vođstvo u troškovima (*Vasiljev i sar., 2002*).

Prema navedenim autorima, marketing generičke strategije diferenciranja i vođstvo u troškovima imaju za cilj ostvarivanje konkurentne prednosti u širokom spektru tržišnih i granskih segmenata. Diferenciranje proizvoda, uz smanjenje troškova proizvodnje, minimalne cene rada i smanjenje profitne marže, doprinose konkurentskoj prednosti proizvoda.

Jobber i Fahi (2006) strategiju segmentacije tržišta i strategiju diferenciranja proizvoda, nazivaju tržišnim strategijama. Strategija segmentacije tržišta podrazumeva orijentaciju na potrošače istih karakteristika i sličnosti reagovanja na ponudu kompanije. Prema istim autorima, diferenciranje proizvoda je strategija koja se bavi karakteristikama proizvoda i mogućnošću njegove izmene na način koji bi kompaniji doneo konkurentsku prednost na tržištu. Strategija diferenciranja je izbor jednog ili više kriterijuma za izbor koje koriste kupci, i pozicioniranje ponude u skladu sa odabranim kriterijumima radi stvaranja superiorne vrednosti za kupca. Diferenciranje pruža kupcima razlog da preferiraju jedan proizvod u odnosu na drugi i zato on ima presudnu važnost za strateški marketing.

Stepen prihvaćenosti novog proizvoda, ujedno i pokazatelj nivoa konkurentnosti, odnosi se na broj potrošača na ciljnom tržištu koji vremenom prihvataju konkretan proizvod. Da bi se omogućio viši stepen prihvaćenosti konkretnog proizvoda svaka marketing orijentisana kompanija treba da obrati pažnju na sledeće (*Rogers, 1983., prenose Kotler i Keler, 2006*):

- Sposobnost ostvarivanja relativne vrednosti (sposobnost proizvoda da zadovolji potrebe i želje potrošača bolje i potpunije od konkurentskih proizvoda),
- Stepent kompatibilnosti sa ciljnim segmentom (uklapanje u postojeće norme, ukuse i navike),
- Pristupačnost, prijemčivost proizvoda (u smislu troškova i rizika koji se javljaju na strani potrošača u korišćenju proizvoda),
- Sagledavanje korisnosti.

Marketing miks se sastoji od četiri instrumenta marketinga - proizvoda, cene, promocije i distribucije. Optimalnim kombinovanjem instrumenata marketing miksa ostvaruje se zadovoljenje i potreba želja potrošača uz ostvarivanje odgovarajućeg profita. Instrumenti marketing miksa nazivaju se i 4P – product, price, promotion, place. Marketing miks sastoji se od svega što firma može učiniti kako bi uticala na potražnju za svojim proizvodom (*Kotler i sar., 2007*).

Da bi se optimalno koncipirao marketing miks potrebno je da menadžment privrednog subjekta raspolaže sledećim informacijama (*Vlahović, 2011*).

Informacije o proizvodu – kako bi se proizveo takav proizvod koji će potrošači prihvatiti. U tu svrhu neophodno je sakupiti informacije koje se odnose na sledeće elemente:

- Kome je proizvod namenjen?
- Koje karakteristike treba da ima proizvod?
- Kakav kvalitet treba da pruži potrošačima?
- Kakvo pakovanje i ambalažu treba da ima?
- Kakvo je učešće proizvoda na potencijalnim tržištima?
- Kakvi su stavovi potrošača o postojećem proizvodu na tržištu?

Informacije o cenama – neophodne su sledeće informacije:

- Kakva cena treba da bude sa stanovišta potreba potrošača?
- Koji nivo cena odgovara postavljenim ciljevima proizvoda?
- Kakva je cenovna elastičnost tražnje?
- Kakvu cenu će potrošači najbrže prihvatiti?
- Kakve su cene u odnosu na konkurente?

Informacije o promociji – neophodne su sledeće informacije:

- Koliko sredstava treba uložiti u promociju?
- Kakva je efikasnost komuniciranja?
- Kakvu propagandnu poruku treba uputiti auditorijumu?
- Kome je promocija namenjena?
- Koje medije (prenosnike) i sredstva koristiti u svrhu promocije?

Informacije o distribuciji – neophodne su sledeće informacije:

- Gde prodavati proizvod?
- Izbor optimalnih kanala prodaje?
- Lokacija prodajnih objekata?
- Koji transport koristiti?

Na osnovu relevantnih podataka, proisteklih iz marketing istraživanja posredstvom marketing informacionog sistema, moguće je optimalno koncipirati marketing miks, odnosno instrumente marketinga maksimalno prilagoditi ciljnoj grupi potrošača. Prodajni i profitni efekti ovakvog pristupa ciljnoj grupi značajno će se uvećati.

Međunarodna politika proizvoda zahteva donošenje niza odluka (*Jović, 2002*):

- Definisavanje međunarodne linije proizvoda
- Opređenje za standardizovani proizvod
- Podržavanje postojećih proizvoda
- Politika marke proizvoda
- Utvrđivanje mogućnosti novih proizvoda
- Pakovanje i etiketiranje

▪ Testiranje proizvoda

Modaliteti uključivanja na međunarodna tržišta imaju svoju stratešku i operativnu dimenziju. Strateška dimenzija odražava na izvestan način odnos prema međunarodnom marketing okruženju. Operativna dimenzija oslikava spremnost, marketing kvalifikovanost i sposobnost kompanije u prilagođavanju i usklađivanju svojih resursa sa zahtevima konkurentskog okruženja (Jović, 2002).

Postoji niz modaliteta, konceptualno različitih strategija, koje je moguće primeniti u međunarodnom poslovanju, tj. pri nastupu na stranim tržištima. Galogaža (1988) navodi sledeće izvozne strategije:

- Strategija prilagođavanja izvoza - privredni subjekt mora da se striktno pridržava zahteva inostranog kupca (npr. izvoz proizvoda u većem pakovanju).
- Strategija aktivnog izvoza - kada je privredni subjekt u situaciji da aktivno učestvuje u koncipiranju izvoza, što je daleko povoljniji oblik od prethodnog.
- Strategija izvozne ekspanzije - primena je moguća samo u specifičnim tržišnim uslovima. Neophodan preduslov je marketinški orijentisani privredni subjekat.
- Strategija agresivnog izvoza - predstavlja najvišu fazu izvoza, kada je privredni subjekt u poziciji da diktira određene uslove vezane za izvoz.
- Strategija međunarodnog marketinga - predstavlja potpunu internacionalizaciju privrednog subjekta.

Realizacija marketing ciljeva izvoznika u korelacionoj je zavisnosti od strukture domaće proizvodnje i od stepena tražnje na stranim tržištima.

Da bi se međunarodna razmena mogla predvideti i usmeravati, u konkretnom slučaju izvoz, svaki privredni subjekt, bez obzira na modalitet organizovanja, mora koncipirati svoju marketing strategiju. Koherentnost i kompatibilnost organizacione strukture, tehnološke i marketing strategije se podrazumeva. Strategija mora biti definisana na realnim osnovama, što znači da su procene resursnih potencijala u odnosu na snagu konkurencije pozitivne. Precizno definisana strategija izvozu šansu može pretvoriti u realnost.

Izvozu šansu ne treba tražiti u kvantitetu, jer smo relativno mali proizvođači mesa, već u visokom kvalitetu prema definisanim tržišnim segmentima. Prilikom planiranja izvoza u EU neophodno je voditi računa o sledećem (Vlahović, 2003):

- Prilagoditi proizvodnju zahtevima inostranog tržišta,
- Istraživati tržište u cilju identifikacija potreba potrošača
- Uvažiti razlike u ekonomskoj propagandi,
- Odabrati optimalne kanale prodaje,
- Sagledati razlike u pogledu cena i kvaliteta,
- Povećati konkurentnost izvoza,
- Istražiti propise, standarde i zakonska ograničenja pojedinih zemalja.

Menadžment tim domaćih preduzeća, ukoliko se odluči da posluje na stranim tržištima, ima zadatak da planira proizvodnju, cenu (finansijske efekte), logističko-distributivne sisteme

i promotivne aktivnosti za svako tržište posebno, odnosno različit marketing miks za svako tržište koje je marketing strategijom utvrđeno da je ciljno tržište. Ovakva aktivnost zahteva strogu kontrolu implementacije integrisanog marketinga i aktuelizaciju diferenciranog marketinga, strategije ciljnog marketinga.

Treba imati u vidu da ne postoji univerzalna matrica poslovanja, kao što ne postoji ni konzistentna marketing strategija izvoza, koja bi bila u mogućnosti da se primeni u svim okolnostima bez obzira na to koliko pozitivnih iskustava nekoj firmi određena strategija je donela. U međunarodnoj ekonomskoj razmeni postoje zakonitosti koje se moraju poštovati. Sa formalno-pravnog aspekta sve kompanije svoje aktivnosti moraju uskladiti sa pozitivnim, zakonskim i regulatornim uslovima i ograničenjima nacionalnih tržišta. Pored poštovanja opštih normi poslovanja (marketing koncept, kultura poslovanja), neophodno je upoznati se sa državnim regulativom tržišnih prilika (specifikacije i obeležavanje proizvoda, zdravstveno-bezbednosni standardi) i kulturnim uticajima (tradicija, vera, običaji, predrasude, navike, zahtevi).

Pored toga, potrebno je naglasiti da najviši međunarodni standardi definišu metode i postupke u primarnoj proizvodnji tj. toku procesa finalizacije proizvoda, preciziraju parametre koji određuju kvalitet finalnog proizvoda i uslove pod kojima se može izvoziti na određeno inostrano tržište. Od značaja za internacionalizaciju poslovanja je kredibilitet upravljačke i vlasničke strukture organizacionih celina. Forma i modaliteti organizovanja organizacionih celina, koji se bave proizvodnjom i izvozom, nisu precizirani jer se podrazumeva da su prilagođeni zahtevima stranih tržišta i da ne ispoljavaju karakteristične strukturne slabosti.

Izražena perspektivnost i potencijal dostojan respekta, sami po sebi, nisu garancija uspešnosti niti u proizvodnji niti u prodaji proizvoda, kako na domaćem tržištu, tako i na stranom tržištu. Aspekt ponude (izvoza) konkretnog proizvoda na strana tržišta inicira angažovanje svih aktera kompleksnih procesnih radnji od proizvodnje do prodaje. Podrazumeva operacionalizaciju marketing koncepta organizovanjem integrisanog marketinga i punu implementaciju marketing miks, postulativnih načela. Marketing istraživanje na nivou kompanije uz korišćenje informacija iz baze iskustava i podataka koje nudi međunarodni marketing informacioni sistem, od izuzetnog su značaja za donošenje ispravnih odluka u proizvodnji i izvozu posebno kada je u pitanju koncipiranje proizvodnje i proizvoda za izvoz, segmentacija tržišta, izbor ciljnog tržišta i pozicioniranje proizvoda. Samo na osnovu marketing stručne analitike predmetne problematike, moguće je jasno definisati prioritete i odrediti redosled procesnih aktivnosti u proizvodnji, distribuciji i plasmanu proizvoda namenjenog izvozu.

Međunarodni marketing informacioni sistem (MMIS) je ključna karika i sredstvo poslovnog informacionog sistema. Predstavlja osnovu marketing efikasnosti sistema međunarodnog marketinga ali i komponentu bez koje poslovni informacioni sistem ne bi mogao da ostvari ni svoju ukupnu efikasnost ni efektivnost (*Jović, 2002*).

Marketing istraživanja i analize tržišnih prilika na ciljnom tržištu, u kontekstu njihovog uticaja na ponašanje potrošača, osnova su marketing planiranja strategije (upravljačka odluka) targetiranja ciljne grupe. Efikasna realizacija marketing koncepta i zadovoljavajući rezu-

Itati operacionalizacije definisane marketing strategije izvoza u neposrednoj su zavisnosti od relevantnosti izvedenih zaključaka iz marketing analiza i realne procene resursnih (materijalnih i kadrovskih) potencijala preduzeća proizvođača/izvoznika u odnosu na snagu konkurencije. U principu, odabrana strategija je odgovarajuća strategija izvoza, ukoliko omogućava servisiranje obaveza, doprinosi ostvarenju profita i dugoročno je odgovorna prema potrošačima. Formalizovani sistem marketing planiranja strateškog upravljanja u praksi se pokazao uspešnim, i to je dovoljan razlog da preduzeća pomoću ovog sistema posluju.

Poslovanje u skladu sa marketing postulativnim principima (marketing poslovna orijentacija) podrazumeva konkurentnost u poslovanju i ispunjenost svih preduslova u predisponiranju (pripremi) konkurentnosti proizvoda. Definisana struktura upravljanja marketingom, i njoj kompatibilne strategije, pretpostavljaju da privredni subjekt, koji poseduje resurse (proizvodne; kadrovske), prvo istraži mogućnosti domaćih i stranih tržišta, potom, koristeći se relevantnim podacima proisteklih iz SWOT analiza i analiza tržišnih tokova, segmentira tržište (strategija segmentacije tržišta), izabere ciljno tržište, targetira ciljnu grupu, sagleda potrebe potrošača (strategija diferenciranja proizvoda), pozicionira proizvod (prodaja, tržišno učešće i profitni ciljevi), upravlja proizvodom (integrirani marketing), poveže distributivno-logističke lance, kontroliše i analizira kompletan proces u odnosu na okruženje i, na kraju, uposli u potpunosti sve raspoložive proizvodno-prerađivačke kapacitete, distributivno-logističke kapacitete, kao i kapacitete promotivnih aktivnosti. Opšte norme marketing koncepta (principi i tehnike integrisanog marketinga) primenjivane u domaćoj proizvodnji i plasmanu primenjuju se i u uslovima kada dođe do internacionalizacije poslovanja. Samo implementacijom marketing koncepta, marketing postulativnih principa u platformu poslovanja (stanovište marketing orijentisanog preduzeća) moguće je angažovane resurse i trud valorizovati adekvatnim vrednostima i ostvariti profit.

7.11. ORGANIZACIONI NIVOI PLANIRANJA I BIZNIS PLANOVI

Strategije koje se donose na državnom nivou i koje obuhvataju planove razvoja konkretnog segmenta agroindustrije, kao i strategije razvoja primarnih proizvođača mesa, svih nivoa organizovanosti poslovnih aktivnosti, treba definisati kao strategije prilagođavanja u opštem smislu. Različite veličine kapaciteta organizacija, sa užim ili širim proizvodnim programom, različitim upotrebnim znanjima zaposlenih, različitom tržišnom pozicijom, uslovljavaju različite organizacione nivoe planiranja (*Vasiljev i sar., 2002*):

- Korporativni nivo plana – strategijski plan kompanije
- Divizionni nivo – nivo pod sistema, dela sistema – strategijski plan dela kompanije
- Nivo strategijske poslovne jedinice – strategijski plan poslovne jedinice
- Nivo proizvoda – strategijski plan proizvoda

Strategije razvoja, same po sebi, trebalo bi da teoretski elaboriraju realan razvoj, što uključuje i potpunu realizaciju zacrtanih ciljeva i pretpostavljenih prioriteta. Pored toga, one bi trebale da ukažu na neophodnost očuvanja životne sredine i staranja o agroekološkom i tradicionalnom, kulturološkom blagu ruralnih sredina.

Za održivi ruralni razvoj, bez kojeg nema ni intenzivne stočarske proizvodnje niti profitabilne i izvozno sposobne industrije mesa, pored klimatskih i agroekoloških uslova, ekonomske i socijalne infrastrukture (zadovoljavajući poslovni ambijent i društveni resurs visokog i prosečnog nivoa znanja vezanog za stočarsku proizvodnju ili usluge), neohodne su strategije razvoja privrednih subjekata i, u okviru njih, koncipirani realni projekti i biznis planovi.

Precizno su ustanovljena pravila postupanja primarnih proizvođača u slučajevima kada žele da im se sredstva za podsticaj proizvodnje stave na raspolaganje. Prvenstveno se misli na formalno-pravni status i rešena imovinska pitanja, kao osnove budžetske podrške i dobijanja namenskih i komercijalnih kredita banaka. Kvalitativno opravdani projekti i stručno izrađeni biznis planovi se podrazumevaju.

Biznis planovi su u stvari strategije razvoja za registrovana poljoprivredna gazdinstva, zadruge i mala preduzeća. Tim planovima obično se iznose argumenti na osnovu kojih se zadovoljavaju kriterijumi za dobijanje finansijske podrške iz budžetskih agro-fondova, Programa za razvoj, donacija ili odobravanje kreditnih linija od banaka. Predmet planova su nabavka mehanizacije, proširenje ili izgradnja proizvodnih kapaciteta, tehnološko usavršavanje, uvećanje stočnog fonda, nabavka grla stoke posebnog sortimenta i sl.

Kada su biznis planovi (strategije razvoja) usmereni na nabavku matičnog stada, uzgoj steonih junica, uvećanje broja grla i, uopšte proširenje proizvodnih kapaciteta, institucije zadužene za tzv. agrarna plaćanja (kolokvijalan izraz koji se koristi bez obzira da li su u pitanju budžetska sredstva ili sredstva banaka) planove bi trebale prioritarno da razmotre. Prioritet se nameće iz razloga što realizacijom takvih planova (strategija) obezbeđuje se sirovinska baza za industriju mesa. Osigurana sirovinska baza može biti značajan motivacioni faktor upravljačkim strukturama industrije mesa da prošire sopstvene kapacitete i pokušaju da internacionalizuju proizvodnju usmeravajući proizvode na strana tržišta.

Bitno je naglasiti da dinamika realizacije projekata ključna je i u strateško razvojnom i hodovnom smislu.

Prirodno je da u slučajevima kada klaničari i prerađivači mesa, u procesu (preradi ili samo hlađenjem) zadovolje svoje proizvodno-skladišne kapacitete, teže tehničko-tehnološkom osavremenjavanju i proširenju kapaciteta. Osavremenjavanje postojećih klaničnih kapaciteta, hladnjača i sušara za meso ići će u pravcu modernizacije linija za klanje, sortiranje i pakovanje, dok će prerađivači svoj put razvoja usmeriti ka inovativnijem i fleksibilnijem upotpunjavanju proizvodnog asortimana.

Isto tako, kada prerađivači (mesno-prerađivački kompleks) upotpune svoj proizvodni asortiman novim proizvodima pa i linijama proizvoda, realno je očekivati da će u tom slučaju, ovakvi privredni subjekti, vrlo brzo biti suočeni sa nedovoljnim potencijalom domicilnog tržišta.

šta što će, svakako, inicirati potrebu internacionalizacije njihovog poslovanja. Ovakvo poslovanje, međutim, iziskuje mnogo znanja, visok stepen poslovne kulture, kao i sredstava, sa obzirom na to da podrazumeva suočavanje sa ozbiljnim konkurentskim snagama. Konkurenti su kompanije koje, pored toga što brižno rade na očuvanju stečenog statusa lidera na svom domicilnom tržištu, svoje poslovne aktivnosti usmeravaju, u marketing strateškom i operativnom smislu, i na međunarodna tržišta, globalnog nivoa.

U početku, potencijalni izvoznici zainteresovani su za poslovanje na tržištima zemalja u svom, najčešće neposrednom okruženju. Razlog tome je poznavanje jezika, mentaliteta i kulture, što samo po sebi pretpostavlja konkurentsku prednost, ali, istovremeno je i način sticanja međunarodnog konkurentskog, poslovnog iskustva. Sigurno, motiv je i činjenica da sveže meso (rashlađeno ali ne i zamrznuto), kao kvarljivi proizvod, najsigurnije je izvoziti u zemlje neposrednog okruženja. Stoka za klanje i sveže meso nisu pogodni za transport na duge destinacije. Upućivanje robe na udaljene destinacije snosi sa sobom ozbiljan rizik. Svako, eventualno, neplansko zadržavanje bitno može uticati na stanje proizvoda u vreme isporuke inostranom tržištu.

Marketing organizaciono strukturirana industrija mesa sa osiguranom sirovinskom bazom ima sve predispozicije da postane značajan izvoznik.

Međutim, treba napomenuti da, npr. zadruga, pre nego što definiše svoj biznis plan (strategiju razvoja) potrebno je da izvrši čitav niz predradnji. Neophodno je elaborirati pretpostavljenu finansijsku konstrukciju. Troškovi dela investicionog zaduženja (obezbeđenje sredstava za isplatu anuiteta) rada, inputa, pakovanja, distributivnih kanala, logistike, kao i očekivani profit, moraju biti valorizovani cenom finalnog proizvoda. Znači, pre izrade biznis plana, a nakon izvršene procene vremena za dospeće proizvoda (završetak proizvodnog ciklusa, ako su jedinke životinja u pitanju, ili finalizacija proizvodnje, ako je meso ili prerađevina od mesa u pitanju) i procene, što je moguće realnije, troškova proizvodnje, kvantitativne i kvalitativne vrednosti proizvoda namenjenog tržištu, potrebno je pouzdano istražiti tržište. Marketing istraživanjem tržišta dobijaju se relevantni podaci o kvantitativnoj ponudi i tražnji u odnosu na kvalitet, distributivnim kanalima, mogućoj logističkoj podršci, o načinu i nivou ekskluzivnosti pakovanja po jedinici mere, marketinškoj agresivnosti konkurencije, ceni i njenim mogućim fluktuacijama, nužnosti promotivnih aktivnosti, ali i trendu ovih parametara u vremenu koje sledi. Marketing kompleksnom analizom svih tržišnih parametara, i njihovom statističkom obradom, za period koji prethodi definisanju biznis plana, dolazi se do kvalitetnih informacija i relevantnih zaključaka o opadajućim i rastućim tržišnim mogućnostima, zatim, i o pretpostavljenoj konkurentnosti planiranog finalnog proizvoda u odnosu na sredstva konkurencije (sposobnost snižavanja cena, podizanje kvaliteta, stabilan kontinuitet isporuke, nova tehnologija i sl.). Na osnovu kontinualno prikupljenih podataka i informacija, dobijenih marketing istraživanjem tržišta, odgovornije i ozbiljnije je moguće pristupiti izradi kvalitetnog biznis plana (strategije). Operacionalizacija biznis plana (prodaja), u krajnjoj instanci, isključivo će zavisiti od toga koliko su realno sagledani interni (organizaciono stabilna proizvodnja;

racionalno odabrani prioriteti) i eksterni (okruženje; konkurentnost; prepoznatljivost) prerogativi kako proizvođača, tako i njegovog finalnog proizvoda. Da li će biznis planovi biti oronjeni na tri ili više godina zavisi isključivo od tipa i prirode planirane proizvodnje.

Potreba za konstantnim usavršavanjem uzročno-posledično je vezana za stečena iskustava na sve zahtevnijim tržištima. Biznis planove (strategije) je moguće redefinisati ukoliko primarni proizvođači imaju dovoljno obrtnih sredstava za tehničko-tehnološko usavršavanje proizvodnje ili dovoljno znanja i sredstava za inovativno poboljšanje performansi svojih finalnih proizvoda.

8. ZAKLJUČAK

Na bazi napred istraživanja mogu se izvući sledeći zaključci:

Prva hipoteza: Međunarodni promet mesa ima značajnu ekspanziju. Prihvata se.

U drugoj polovini dvadesetog veka sve više se razvijaju i kontinuirano usavršavaju napredne informacione tehnologije i unapređuju sistemi poslovnih komunikacija. Uzročno-posledično, intenziviranje napora usmerenih u cilju internacionalizacije poslovanja logično je usledilo. Trend internacionalizacije poslovanja aktuelan je i u stočarstvu i industriji mesa. Internacionalizacija poslovanja zahteva visok stepen integrisanosti marketing procesnih radnji proizvodnje i marketing funkcija od procesa planiranja i istraživanja do operacionalizacije izvoza ili uvoza.

Uspostavljena integrisana marketing komunikacija doprinosi boljem poznavanju tržišnih kretanja i razumevanju preferencija potrošača. Izvedeni zaključci iz homogenizovanih analiza marketing istraživanja ponašanja kupaca kao krajnjih potrošača na globalnom tržištu i ponašanja organizacija kao kupaca na poslovnom globalnom tržištu, ukazuju na činjenicu da međunarodni promet mesa ima značajnu ekspanziju.

Navedena konstatacija ukazuje na potrebu da se stočarstvu i industriji mesa posveti veća pažnja. Činjenica je da prosečna potrošnja mesa per capita predstavlja jedan od osnovnih indikatora nivoa životnog standarda građana jedne zemlje. Meso važi za veoma poželjnu namirnicu na trpezi potrošača. Nutritivna vrednost, organoleptička svojstva, izvor proteina, minerala i vitamina, uz specifičan ukus i prepoznatljivu aromu, karakteristike su mesa i razlozi preferencija potrošača.

U analiziranom periodu na sve vrste mesa koje su bile predmet istraživanja zabeležila su tendenciju rasta u svetskom izvozu. Na međunarodnom tržištu goveđe meso je zabeležilo tendenciju rasta izvoza po stopi od 1,63% godišnje. Izvoz svinjskog mesa je rastao po stopi od 3,85% godišnje, dok je izvoz kozijeg i ovčijeg i pilećeg mesa zabeležio tendenciju rasta po stopi od 1,34%, odnosno 5,72% godišnje.

Druga hipoteza: Tražnja za svim vrstama mesa u svetu značajno raste. Uslovljena je, pre svega, ekonomskim faktorima. Prihvata se.

Razvijena tržišta država tzv. "moćnih" ekonomija karakteriše izrazita turbulentnost. Razloge turbulentnosti na razvijenim tržištima ne treba tražiti u opadajućim, stagnirajućim ili rastućim tržišnim mogućnostima. Ponuda i tražnja, kao odrednice tržišnih kretanja i koordinatori tržišnih aktivnosti, iako su promenljive kategorije i jednakog značaja, na razvijenim tržištima nisu od presudnog uticaja na promet mesa, bez obzira na to koja vrsta mesa je u pitanju. Ova tržišta su razvijena, zahtevna i zasićena ponudom. Tražnja za svim vrstama mesa, iako značajno raste, često nije u situaciji da zadovolji ponudu sve većeg broja ponuđača.

Navedene konstatacije upućuju na činjenicu da kriterijumi potrošača, pri donošenju odluke o kupovini na ovim tržištima, znatno su strožiji nego na drugim, isto tako heterogenim tržištima. Potrošači predstavljaju relevantan i respektivan faktor tržišnih kretanja i njima se mora udovoljiti bez obzira što njihove potrebe, želje, percepcije, preferencije i kriterijumi kupovine su sve zahtevniji. Stabilne ekonomije zemalja, pored toga što su obezbedile respektabilnu kupovnu moć svojim građanima, na svojim razvijenim tržištima, ustanovile su norme tržišnih prioriteta kada je ponuda u pitanju. Poreklo, kvalitet ponude i zdravstvena bezbednost mesa u ponudi, na listi su prioriteta. Konkurentnost po pitanju cene mesa, iako bitna, obzirom na to da životni standard potrošača u ovim zemljama je na nivou koji treba poštovati, najčešće nije od presudnog značaja potrošačima.

Na tržištima zemalja tzv. "malih" ekonomija i posebno na tržištima zemalja sa ekonomijom čija je stabilnost diskutabilna, ponuda i tražnja doslovno determinišu tržište. Ova konstatacija svakako ne navodi na pomisao da se na ovim tržištima ne vodi računa o kvalitetu i zdravstvenoj bezbednosti mesa. Ona samo ukazuje na činjenicu da konkurentnost, naročito cenovna konkurentnost, je ta koja utemeljuje tržišna kretanja. Na ovim tržištima, ako je ponuda proizvoda veća od potražnje, onda konkurencija je u problemu. Izlaz pokušava naći u prodaji proizvoda po nižim cenama (smanjenjem troškova ili smanjenjem profitne marže) ili sofisticiranijim metodama (ukazivanjem na izraziti kvalitet proizvoda, diferenciranjem proizvoda, inovacijama i sl.) kojima stiče konkurentnu prednost. Slabiji proizvođači izlaze sa tržišta. Ako je ponuda proizvoda manja od potražnje, onda se konkurencija prenosi na stranu potražnje. Potrošači (kupci) se nadmeću u kupovini i tako direkto stvaraju uslove da cena proizvoda bude veća.

U periodu koji je predmet istraživanja na sve analizirane vrste mesa u svetskom uvozu zabeležile su trend rasta. Na međunarodnom tržištu goveđe meso je zabeležilo tendenciju rasta uvoza po stopi od 2,78% godišnje, dok je uvoz svinjskog mesa je rastao po stopi od 3,86% godišnje. Količine kozijeg i ovčijeg mesa u svetskom uvozu imale su tendenciju rasta po stopi od 1,31%. Uvoz živinskog mesa rastao je po stopi od 8,27% godišnje, odnosno ova vrsta mesa imala je najizraženiju tendenciju rasta uvoza u analiziranom periodu, a razlog, između ostalog, predstavlja sve izraženiji trend zdravije ishrane, kao i što, ukoliko se problem posmatra sa aspekta religije, ne postoje ograničenja u konzumiranju ove vrste mesa.

Treća hipoteza: Stanje stočarske proizvodnje u Republici Srbiji nije na zadovoljavajućem nivou. Prihvata se.

Operacionalizacija izvoznog potencijala u neposrednoj je zavisnosti od stabilnosti i konkurentnosti proizvodnje u stočarstvu i industriji mesa. Zadovoljavajući nivo proizvodnje i izvoza mesa direktno zavisi od ambijenta, uslova, organizovanosti, tehnološke opremljenosti i kulture poslovanja, sa jedne strane, i makrookruženja i tržišnih uslova, sa druge strane. Razlozi što

Republika Srbija ove kriterijume nije pravovremeno ispunila objašnjavaju se sporim i dugim tranzicionim procesima reformi i prestrukturiranja započetim još 2000. godine.

Veliki agro-industrijski sistemi, u periodu organizacionog, vlasničkog i upravljačkog prestrukturiranja, segment po segment, neuspelim privatizacijama devastirani su. Zadrugarstvo, kao oblik organizovanja primarnih proizvođača, prestalo je da funkcioniše. Stočarstvo, i pored tradicijskih iskustava, vitalnosti i prilagodljivosti, nije bilo u mogućnosti da održi nivo proizvodnje koji bi bio upravo proporcionalan društvenim i materijalnim potencijalima koji su na raspolaganju. Pokušaji da se stanje popravi i organizuje stočarska proizvodnja iniciranjem izgradnje malih, privatnih klanica, nisu doneli očekivane rezultate. Konfuzno stanje u stočarstvu i na tržištu mesa ima za posledicu stagnaciju, ali i regresiju industrijske proizvodnje mesa i prerade mesa, što se neminovno odražavalo na obim izvoza stoke za klanje i mesa.

Zatim, potrebno je naglasiti da sela imaju sve manje stanovništva, i to ne samo radno sposobnog, već uopšte. Depopulacija ruralnih sredina jedan je od ključnih faktora koji ograničavaju ekonomiju obima u stočarstvu i poljoprivredno-prehrambenoj proizvodnji uopšte.

Disbalans prostorno raspoređenih elemenata ekonomske i socijalne (privredne i društvene) infrastrukture sam po sebi pretpostavlja nepovoljan i teško prihvatljiv ambijent poslovanja, posebno kada je stočarstvo u pitanju. Prostorna koncentracija postojećih kooperativa, otkupnih centara i klanica nije kompatibilna sa stvarnim potrebama proizvođača.

Kompleksnosti problema u stočarstvu i industriji mesa doprinosi i sistemska neefikasnost u suzbijanju uticaja uvozničkih lobija na tržišne prilike, neprimerenih, sa karakteristikama monopola, delovanja logističko-distributivnih alijansi i nedoslednost u kontroli „sivih“ tokova prometa stoke za klanje, mesa i prerađevina od mesa. Broj svinja u okvirima ukupne stočarske proizvodnje u Republici Srbiji u analiziranom periodu imao je tendenciju rasta stopi od 0,75% godišnje. Broj ovaca i koza imao je trend rasta po stopi od 0,45% godišnje, dok je broj živine u uzgoju imao tendenciju rasta po stopi od 0,60% godišnje. Od analiziranih vrsta stoke jedino je broj goveda imao tendenciju pada po stopi od 2,38% godišnje.

U analiziranom periodu proizvodnja goveđeg mesa u Republici Srbiji zabeležila je tendenciju pada po stopi od 2,66% godišnje, a kao posebno nepovoljno značajno je navesti da je proizvodnja goveđeg mesa na najnižem nivou bila u poslednje dve godine analiziranog perioda. Proizvodnja svinjskog mesa imala je trend blagog pada po stopi od 0,33% godišnje, a vrednost koeficijenta varijacije od 4,75% godišnje ukazuje da je proizvodnja ove vrste mesa u celokupnom istraživanom periodu bila je stabilna. Proizvodnja ovčijeg i kozijeg mesa imala je tendenciju rasta po stopi od 3,46% godišnje, dok je posebno značajno da je proizvodnja živinskog mesa imala izražen trend rasta po stopi od 4,63% godišnje, što je u skladu sa rastućom tražnjom za ovom vrstom mesa u svetu.

Četvrta hipoteza: Izvoz stoke za klanje i mesa rezultanta je obima i dinamike stočarske proizvodnje u Republici Srbiji. Prihvata se.

Šanse za izvozne poslove postoje, ali realizacija izvoza nesrazmerna je apsorpcionoj moći stranih tržišta. Značajno je navesti da su količine mesa koje su bile predmet izvoza u analiziranom periodu predstavljale mali deo ukupne proizvodnje mesa u Republici Srbiji. Izvoz goveđeg mesa činio je 4,3% ukupne proizvodnje ove vrste mesa u Republici Srbiji, dok je izvoz svinjskog mesa iznosio je svega 1,0% proizvodnje ove vrste mesa. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa u ukupnoj proizvodnji participirao je sa svega 0,3%, dok je izvoz živinskog mesa iznosio 2,9% ukupne proizvodnje ove vrste mesa u Republici Srbiji.

Stabilna proizvodnja u stočarstvu i industriji mesa zadovoljavajuće ekonomije obima i kvaliteta proizvoda, predisponira izvozni potencijal. Ova konstatacija upućuje na zaključak da izvoz stoke za klanje i mesa rezultanta je obima i dinamike stočarske proizvodnje u Republici Srbiji. Ako se ima u vidu da samo organizaciono restrukturirani, tehnološki usavršeni i produkciono efikasni proizvodni kapaciteti u mogućnosti su da primarnu poljoprivrednu proizvodnju i međunarodnu razmenu poljoprivrednih proizvoda uopšte, kao globalnu društveno-ekonomsku potrebu, podignu na nivo pozitivne korelacije, neophodno je pribeci sistemskim reformskim potezima. Reforme, koje podrazumevaju prestrukturiranje sveukupnih proizvodnih snaga i odnosa privrednog sistema, posebno će se odraziti na stanje u stočarstvu i industriji mesa i tako doprineti realizaciji izvoznog potencijala.

Peta hipoteza: Ukupan izvoz stoke za klanje i mesa iz nije na zadovoljavajućem nivou, sa stanovišta količine i vrednosti. Prihvata se.

Iz razloga delovanja ograničavajućih faktora primarni proizvođači u stočarstvu većinom, nisu bili u mogućnosti da kadrovski (organizacija i operacionalizacija procesa proizvodnje), tehnički i tehnološki osavremene proizvodne i klanične kapacitete (linije za klanje, preradu, pakovanje, distribuciju proizvoda). Sve to je rezultiralo kvantitativno skromnom i, sa aspekta kontinuiteta, nestabilnom, nekonkurentnom proizvodnjom mesa, što se odrazilo i na izvoz.

Imajući u vidu da struktura proizvodnje grla za klanje i mesa u Srbiji nije prilagođena tražnji na međunarodnom tržištu neophodno je aktuelizovati proizvodnju proizvoda koji se traže (teletina, jagnjetina) na stranim tržištima. Promenom strukture izvoza postiže se veća profitabilnost izvoza, koji će proaktivno garantovati održivost proizvodnje, doprinostiti sigurnosti proizvođača i stimulisati rast i razvoj proizvodnih kapaciteta izvozno orijentisanih proizvođača grla za klanje i mesa.

Izvoz goveđeg mesa iz Republike Srbije u analiziranom periodu prosečno je iznosio 3.780 tona, što je vrednosno činilo 17,8 miliona USD, dok je izvoz svinjskog mesa iz Republike Srbije iznosio 2.620 tonu, odnosno 9,0 miliona USD. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa bio je na nivou od svega 62 tone, što je činilo 370 hiljada dolara. Količina živinskog mesa koja je bila

predmet izvoza u analiziranom periodu bila je na nivou od 2.480 tona, odnosno vrednosno izraženo iznosila je 5,9 miliona USD.

Šesta hipoteza: Nepovoljna je konkurentna pozicija Republike Srbije na međunarodnom tržištu mesa. Prihvata se.

Faktori koji ograničavaju razvoj i konkurentnost stočarstva: nespecijalizovana, nestandardizovana i nestabilna proizvodnja, nedovoljno investiranje u tehnologiju, opremu i modernizaciju proizvodnje, nerazvijeno tržište stoke, neorganizovane i nefunkcionalne kooperative, nedostatak organizovanih otkupnih centara, odsustvo komunikacije proizvođača stoke, klaničara i izvoznika i sl.

Konkurentnost izvoza nije zadovoljavajuća a na navedeno, između ostalog ukazuje i izvozna cena pojedinih vrsta mesa koja na međunarodnom tržištu ostvaruje značajno višu vrednost u odnosu na prosečnu svetsku cenu, ali i cene koje ostvaruju vodeći izvoznici.

U analiziranom periodu svinjsko meso iz Republike Srbije na međunarodnom tržištu je ostvarilo prosečnu cenu od 3,4 \$/kg, što je za 25,9% viša vrednost od prosečne cene koja je ostvarena u svetskom izvozu. Ostvarena cena viša je i u odnosu na cenu koju su u izvozu ostvarili vodeći izvoznici što ukazuje na nisku cenovnu konkurentnost na međunarodnom tržištu. Izvozna cena ovčijeg i kozijeg mesa iz Republike Srbije na međunarodnom tržištu prosečno je iznosila 6,0 \$/kg, što je za 22,4% viša vrednost od prosečne cene koja je ostvarena u svetskom izvozu. Živinskog meso iz Republike Srbije na međunarodnom tržištu ostvarilo je cenu od 2,4 \$/kg. Navedena cena je za 41,2% viša od prosečne cene koja je ostvarena u svetskom izvozu, što ukazuje na izuzetno nisku cenovnu konkurentnost na međunarodnom tržištu. Izuzetak predstavlja goveđe meso koje je na međunarodnom tržištu ostvarilo cenu od 4,7 \$/kg, što je za 14,5% manja vrednost od prosečne cene koja je ostvarena u svetskom izvozu. Ostvarena cena bila je niža i u odnosu na cenu koju su u izvozu ostvarili vodeći izvoznici, što ukazuje na značajnu konkurentnost na međunarodnom tržištu. Dodatnu šansu za dinamiziranje izvoza goveđeg mesa predstavlja i odobrena kvota koja omogućava nesmetan izvoz ove vrste mesa na tržište Evropske unije.

Jedan od ograničavajućih faktora konkurentnosti u stočarstvu i poljoprivredi uopšte u Republici Srbiji je odsustvo veće saradnje naučno-istraživačkih institucija, instituta i fakulteta, kao nosioca obrazovnih institucija, sa poljoprivrednim proizvođačima i, njima kompatibilnim prerađivačima. Odsustvo saradnje posebno se zapaža u stočarstvu. Na primer, resursi kao kapital i potencijalna kadrovska osnova, ne samo da nisu analitički elaborirani već ni ekonomska svest o njihovom postojanju nije u potpunosti formirana. Nije ocenjeno pravo stanje nivoa organizovanosti, strateške konkurentnosti, niti održivosti stočarstva, kao dinamičnog i višedimenzionalnog sektora koji obuhvata veliki broj, međusobno uslovljenih, elemenata (raznovrsna i međusobno uslovljena proizvodnja, prerada, distribucija). Stepen tehnološke zastarelosti i proaktivne zavisnosti od razvijenih zemalja (transfer tehnologija), bez obzira na imperati-

vnost problema i uticaj na konkurentnost, kao problem, do sada je marginalizovan, do mere da je u velikom delu ostao nepoznanica za veliki broj proizvođača.

Sedma hipoteza: Povećanje konkurentnosti predstavlja imperativ bolje pozicije Republike Srbije na međunarodnom tržištu mesa. Prihvata se.

U cilju povećanja konkurentnosti, odnosno, podizanja nivoa efikasnosti i efektivnosti proizvodnje i prodaje u stočarstvu, od značaja je da se stočari u svom specijalizovanom programu uzgoja, zasnovanom na marketing konceptu, opredele za kvalitetan rasni. Od rase, njenog genetskog potencijala i fenotipskih karakteristika, reproduktivnih osobina, selekcije jedinki (odabira kroz kontrolu prirasta i reproduktivnih kapaciteta), klimatskih i prostornih uslova uzgoja jedinki, kvaliteta hrane, profilakse (preventivna zaštita od bolesti, predohrana, vakcinacija) i pomotehničkih mera (zaštita od bolesti, prenosioca bolesti i štetočina) u potpunosti zavisi prirast jedinki, kvalitet mesa, kao i profitni efekti proizvođača.

Preduslovi koje je neophodno ispuniti da bi se povećala konkurentnost i u uslovima stabilne proizvodnje realizovao izvoz mesa na strana tržišta su sledeći : prihvatiti zakonitosti otvorenog tržišta; poslovnu politiku preduzeća i sve njegove funkcije podrediti zahtevima tržišta; izbegavati stihijnost u nastupima na tržištima; više ulagati u napredne tehnologije; metodološka, ekonomska i tehnička znanja i veštine staviti u funkciju sveobuhvatnog podizanja produktivnosti, smanjenja troškova i uvećanja efikasnosti i efektivnosti poslovanja; više koristiti potencijale dostupnih sirovina; učiniti ambijent poslovanja privlačnim; unaprediti kulturu poslovanja i inkorporirati je u poslovnu praksu domaćih preduzeća; poboljšati kvalitet korporativnog upravljanja; savremeno upravljati informacijama; stabilizovati tržište kapitala; uprostiti administrativno-birokratske procedure.

Konkurentnost individualnih proizvođača sirovina za mesno-prerađivački kompleks zavisi od inkorporiranosti naprednih tehnologija, tehnika, veština i novih znanja u proizvodni proces, njihove povezanosti u udruženja i kooperative i primene nasleđenih znanja iz sfere tradicijske i kulturne vertikale, ali i od primene standarda. Striktno poštovanje propisa i definisanih procedura sprovođenja i kontrole doprinosi konkurentnosti organizacionih i procesnih aktivnosti, kao i kvalitetu finalnih proizvoda.

Inovacijama, diferenciranjem, ukazivanjem na specifičnost i kvalitet, organskom proizvodnjom, obezbeđuje se dodatna vrednost proizvoda koja značajno utiče na konkurentnost.

Organska proizvodnja u stočarstvu (inputi hrane bez GMO komponenti; ekološki balans biotopa i biodiverziteta) predstavlja mogućnost postizanja prednosti u odnosu na konkurenciju. Lako prepoznatljiva specifičnost boje i ukusa, karakteristična organoleptička vrednost i zdravstvena bezbednost, obezbeđuju dodatnu vrednost proizvodu i ustanovljavaju pretpostavke za stvaranje geografski određene i zaštićene robne marke, kojom je moguće targetirati strana tržišta.

Potrebno je navesti da visina državnih subvencija može značajno uticati na poboljšanje konkurentne sposobnosti na inostranim tržištima, naročito kad su proizvodni troškovi u zemlji za određeni proizvod viši od cene koja se na svetskom tržištu može ostvariti.

Osma hipoteza: Neophodno je prestrukturiranje proizvodnje u skladu sa zahtevima međunarodnog tržišta. Prihvata se.

Reformski proces prestrukturiranja privrednih subjekata (misija, organizacija, kompetencije, kontrola) posmatrano sa aspekta realizacije strateškog cilja, započinje marketing poslovnim aktivnostima (istraživanjima, planiranjem, realizacijom).

Treba stvoriti uslove za značajniju revitalizaciju proizvodnih i infrastrukturnih objekata, izgradnju novih, savremenih prostornih kapaciteta za intenzivno stočarstvo, kao i obnoviti i uvećati stočni fond.

Osavremenjavanje stočarske proizvodnje i industrije mesa mora biti zasnovano na naučnim multidisciplinarnim osnovama. Samo implementacijom naučnih saznanja iz oblasti genetike, agrotehnike, tehnologije, marketinga i sl. u proizvodnu praksu, moguće je pospešiti modernizaciju stočarske proizvodnje i industrije mesa. Uvođenjem naprednih tehnologija i automatizacije u niz procesnih radnji u proizvodnji, smanjuje se potreba za radno intenzivnim angažovanjem i povećava produktivnost. Savremena proizvodno-tehnološka i kadrovska-organizaciona rešenja strukturiranja, u skladu sa marketing saznanjima dostignućima, mogu dati novi impuls efikasnosti i konkurentnosti stočarske proizvodnje i industrije mesa na domaćim i stranim tržištima.

Potrebno je organizovati model interesnog udruživanja primarnih proizvođača u cilju postizanja većeg obima aktivnosti i kompleksnog razvoja proizvodno-izvozno orijentisanih privrednih subjekata, bez obzira na modalitete njihove organizovanosti (preduzeća; kompanije; holdinzi; korporacije). Značajno je navesti da je potrebno marketinški pristupiti analiziranom problemu, odnosno važno je da marketing miks bude prilagođen zahtevima inostranog tržišta.

Deveta hipoteza: Segmentacija međunarodnog tržišta neophodna je mera u cilju povećanja izvoza mesa. Prihvata se.

Marketing strateški pristup tržištu podrazumeva operacionalizaciju precizno definisane marketing strategije segmentacije tržišta, postupka izbora ciljnog tržišta i indentifikacije tržišnog segmenta (niše). Na osnovu zaključaka proisteklih iz analiza marketing istraživanja, analitičkom metodom komparacije, marketing stručnjaci procenjuju rastuće i opadajuće mogućnosti i karakteristike odabranog tržišnog segmenta, u odnosu na druge segmente, analiziraju strategijske grupe kupaca i pokušavaju da ih profilisu prema opštim (potrebe, želje, preferencije) i specifičnim kriterijumima (kulturni uticaji). Pored toga, neophodno je sagledati snagu konkurencije i mogućnosti sticanja komparativne prednosti u odnosu na konkurenciju.

Ciljni konkurenti su preduzeća koja svoje poslovne aktivnosti već obavljaju na tržišnom segmentu (niži) koje je preduzeće identifikovalo kao ciljno. Preduzeće putem marketing istraživanja mora se upoznati sa razlozima strategijskog investiranja, osnovama konkurentske prednosti, kao i eventualnim slabostima konkurencije. U kontekstu odnosa atraktivnosti i apsorpcione moći identifikovane strategijske grupe potrošača i procenjene snage konkurencije na ciljnom tržištu, preduzeće sagledava kapacitete sopstvenih sredstava i sposobnosti, projektuje pretpostavljene profitne efekte i analizira moguće rizike poslovanja. Na osnovu ovih parametara preduzeće donosi odluku o mogućnosti strategijskog investiranja i budućim aktivnostima na odabranom ciljnom tržištu.

Mogućnost snižavanja proizvođačke cene proizvoda i operativna efikasnost što kraćih logističkih i marketing distributivnih kanala, uz performanse proizvoda, superiorne vrednosti za potrošače, pretpostavljaju da će preduzeće, koje posluje/želi da posluje na stranim tržištima, imati konkurentsku prednost.

Za preduzeća, koja žele da se bave, ili se bave izvozom mesa, strategije diferenciranog i nediferenciranog ciljnog marketinga od velikog su značaja. Strateški pristup tržištu modelom nediferenciranog marketinga ima smisla ukoliko su u pitanju velika i razvijena tržišta. Ukoliko ne postoje bitne razlike u karakteristikama kupaca i kriterijumima koje potrošači koriste pri donošenju odluke o kupovini, mnogi menadžment timovi, smatrajući da je tržište homogeno po zahtevima, ne izdvajaju tržišne segmente i ne razvijaju posebne marketing mikseve. Međutim, primenom ovog modela tržišnog pristupa na velikim i razvijenim tržištima, preduzeće se suočava sa snažnom i oštrom konkurencijom, koja primenjuje isti strateški pristup. Uštede koje preduzeće ostvari tako što ne selekcioniše tržišne segmente i ne razvija posebne marketing mikseve za svaki tržišni segment, već uslužuje nekoliko tržišnih segmenata odjednom, mogu biti manje od štete koju im nanose konkurentske snage.

Na nerazvijenim tržištima, ma kako velikim se činila, poslovanje po modelu nediferenciranog marketinga je disfunkcionalno, neefikasno i, kao takvo, neprihvatljivo. Uspešno poslovanje na manje razvijenim i nerazvijenim tržištima moguće je samo po modelu diferenciranog marketinga, opšte strategije ciljnog marketinga u procesu strateškog pristupa tržištu.

Značajno je da izvoz bude prilagođen tržištima koja su najznačajnija za izvoz mesa iz Republike Srbije. Navedeno podrazumeva da marketing miks bude prilagođen svakom pojedinačnom tržištu, odnosno da kao najvažniji segmenti budu apostrofirane Evropska unija, CEFTA i Ruska federacija.

Deseta hipoteza: Povećanje izvoza uslovljeno je primenom odgovarajuće marketing strategije. Prihvata se

Realizacija marketing ciljeva izvoznika u korelacionoj je zavisnosti od strukture domaće proizvodnje i od stepena tražnje na stranim tržištima.

Menadžment tih domaćih preduzeća, ukoliko se odluči da posluje na stranim tržištima, ima zadatak da planira proizvodnju, cenu, logističko-distributivne sisteme i promotivne aktivnosti za svako tržište posebno, odnosno poseban marketing miksa za svako tržište koje je marketing strategijom utvrđeno da je ciljno tržište. Ovakva aktivnost zahteva strogu kontrolu implementacije integrisanog marketinga i aktuelizaciju diferenciranog marketinga, strategije ciljnog marketinga.

Ne postoji univerzalna matrica poslovanja, kao što ne postoji ni konzistentna marketing strategija izvoza, koja bi bila u mogućnosti da se primeni u svim okolnostima bez obzira na to koliko pozitivnih iskustava nekoj firmi određena strategija je donela. U međunarodnoj ekonomskoj razmeni postoje zakonitosti koje se moraju poštovati. Sa formalno-pravnog aspekta sve kompanije svoje aktivnosti moraju uskladiti sa pozitivnim, zakonskim i regulatornim uslovima i ograničenjima nacionalnih tržišta. Pored poštovanja opštih normi poslovanja (marketing koncept, kultura poslovanja), neophodno je upoznati se sa državnim regulativom tržišnih prilika (specifikacije i obeležavanje proizvoda, zdravstveno-bezbednosni standardi) i kulturnim uticajima (tradicija, vera, običaji, predrasude, navike).

Marketing istraživanja i analize tržišnih prilika na ciljnom tržištu, u kontekstu njihovog uticaja na ponašanje potrošača, osnova su marketing planiranja strategije targetiranja ciljne grupe. Efikasna realizacija marketing koncepta i zadovoljavajući rezultati operacionalizacije odabrane marketing strategije izvoza u neposrednoj su zavisnosti od relevantnosti izvedenih zaključaka iz marketing analiza i realne procene resursnih potencijala preduzeća proizvođača/izvoznika u odnosu na snagu konkurencije. Precizno definisana marketing strategija, pomoću koje se može predvideti i usmeravati međunarodno poslovanje, izvozna šansu preduzeća može pretvoriti u realnost. Odabrana strategija je odgovarajuća strategija izvoza ukoliko omogućava servisiranje obaveza, doprinosi ostvarenju profita i dugoročno je odgovorna prema potrošačima. Formalizovani sistem marketing planiranja strateškog upravljanja u praksi se pokazao uspešnim, i to je dovoljan razlog da preduzeća pomoću ovog sistema posluju.

Definisana struktura upravljanja marketingom, i njoj kompatibilne strategije, pretpostavljaju da privredni subjekt, koji poseduje resurse (proizvodne; kadrovske), prvo istraži mogućnosti domaćih i stranih tržišta, potom, koristeći se relevantnim podacima proisteklih iz SWOT analiza i analiza tržišnih tokova, segmentira tržište (strategija segmentacije tržišta), izabere ciljno tržište, targetira ciljnu grupu, sagleda potrebe potrošača (strategija diferenciranja proizvoda), pozicionira proizvod (prodaja, tržišno učešće i profitni ciljevi), upravlja proizvodom (integrisani marketing), poveže distributivno-logističke lance, kontroliše i analizira kompletan proces u odnosu na okruženje i, na kraju, u potpunosti uposli sve raspoložive proizvodno-prerađivačke kapacitete, distributivno-logističke kapacitete, kao i kapacitete promotivnih aktivnosti. Opšte norme marketing koncepta primenjivane u domaćoj proizvodnji primenjuju se i u uslovima kada dođe do internacionalizacije poslovanja. Samo implementacijom marketing koncepta u platformu poslovanja moguće je angažovane resurse i trud valorizovati adekvatnim profitom.

9. LITERATURA

Aleksić S, Sunfang, Jingming, Z., Meiyu, Q., Jiabo, W., Liuli, Liudi, Petrović, M., Ostojić-Andrić, D., Nikšić, D. (2012): Cattle Production – Pr China and Republic of Serbia , *Biotechnology in Animal Husbandry*, Vol. 28, br.4.

Aleksić, S., Pantelić, V., Radović, Č. (2009): Livestock production – present situation and future development directions in Republic of Serbia, *Biotechnology in Animal Husbandry*, Vol. 25 br. 5-6-1.

Aleksić, S., Petrović, M., Mišćević, B., Pantelić, V., Tomašević, D., Ostojić, D. (2005): Production of High Quality Beef in Accordance With European Trends, *Biotechnology in Animal Husbandry*, Vol. 21 br. 5-6.

Aleksić, S., Petrović, M., Sretenović, L., Pantelić, V., Tomašević, D., Ostojić-Andrić, D. (2007): Cattle Production – Current Situation and Future Directions of Development in Republic of Serbia, *Biotechnology in Animal Husbandry*, Vol. 23, br. 5-6-1.

Andrijanić, I. (2001): Vanjska trgovina – kako poslovati sa inozemstvom, *Microrod*, Zagreb.

Antov, G. (1997): Stanje stočarstva u svetu i Jugoslaviji i trendovi razvoja, *Zbornik referata: Kriza stočarstva u SR Jugoslaviji*, Novi Sad.

Baltić, Ž. M., Đurić, J., Karabasil, N., Dimitrijević, M., Marković, R., Mirilović, M., Pavličević, N. (2010): Istorijski osvrt na proizvodnju mesa u Srbiji, *Savetovanje veterinarara Srbije (XXI), sa međunarodnim učešćem, zbornik referata i kratkih sadržaja*, str. 249-259, Zlatibor.

Bogdanov, Natalija (2003): Položaj stočarske proizvodnje u trgovinskim sporazumima Srbije i Crne Gore sa EU, *Agroekonomika*, (32), str. 53-58.

Bogdanov Natalija (2007): Mala ruralna domaćinstva u Srbiji i ruralna nepoljoprivredna ekonomija, *UNDP*, Beograd,.

Bogdanov, Natalija (2009): Srbija nema stabilnu agrarnu politiku, *Ekonometar* br. 59., str. 31.

Bošković, M., Baltić, M.Ž., Ivanović, J., Đurić, J., Dokmanović, M., Marković, R., Šarčević, D., Baltić, T. (2015) Uticaj svinjskog mesa i masti na zdravlje ljudi, *Tehnologija mesa*, vol. 56, no. 1, pp. 8-15.

Božidarević, Desanka, Vlahović, B. (1989): Isporučene količine goveda i svinja za klanje vojvođanskom tržištu, *Zbornih radova - Uzroci i posledice zaostajanja stočarske proizvodnje u Vojvodini*, Bečej.

Čobić, T., Antov, G. (2002): *Tov goveda*, Poljoprivredni fakultet, Univerzitete u Novom Sadu.

Dedijer, V. (1947): *Pariska konferencija*, Prosveta Beograd.

Drobnjak, J. (2013): *Strane direktne investicije-instrumenti eksploatacije*, <https://www.-makroekonomija.org/strane-direktne-investicije/strane-direktne-investicije-instrumenti-eksploatacije/>

Dekić, S. (2007): *Stočarska proizvodnja u Srbiji - problemi i neophodne promene*, *Savremena poljoprivreda*, Vol. 56 br. 1-2.

Dorović, M., Stevanović, S., Lazić, V. (2009) *Globalno tržište mesa*. *Ekonomika poljoprivrede*, vol. 56, br. 3, str. 343-358

Dorović, M., Stevanović, S., Lazić, V. (2010) *Srbija na međunarodnom tržištu mesa*. *Ekonomika poljoprivrede*, vol. 57, br. 1, str. 91-110

Dorović, M., Stevanović, S., Lazić, V. (2010): *Srbija na međunarodnom tržištu mesa*. *Ekonomika poljoprivrede*, Vol. 57 br.1.

Đurić, I., Puškarić, A. (2015): *Impact of the Russian Import Ban on the Serbian Pork Exports and Prices*, Thematic proceedings - International Scientific Conference "Sustainable Agriculture and Rural Development in Terms of the Republic of Serbia Strategic Goals Realization within the Danube Region – regional specificities", Institute of Agricultural Economics, Belgrade ISBN 978-86-6269-046-3, p.p.173-188.

Ferčej, J., Bačvanski, S. (1987): *Osavremenjavanje proizvodnje mleka i goveđeg mesa*, *Hrana i razvoj*, Beograd.

Fulponi, L. (2006): *Private voluntary standards in the food system: The perspective of major food retailers in OECD countries*. *Food Policy* 31(1), 1–13.

Globalni akcioni plan za životinjske genetičke resurse i interlaken deklaracija, Komisija za genetičke resurse za hranu i poljoprivredu, Republika Srbija Ministarstvo poljoprivrede, trgovine, šumarstva i vodoprivrede- Komisija za genetičke resurse za hranu i poljoprivredu Organizacije Ujedinjenih nacija, Rim, 2007 www.fao.org/docrep/014/a1404sr/a1404sr00.pdf

Hocquette, J.F., Chatellier, V. (2011) *Prospects for the European beef sector over the next 30 years*. *Animal Frontiers*, 1(2): 20-28

Ivanović, S. (1991): *Tržište i plasman goveda i goveđeg mesa u svetu i Jugoslaviji*, *Ekonomika poljoprivrede*, broj 1-2, Beograd.

Ivanović, S., Ivanović, D. (1995): *Režimi izvoza i uvoza poljoprivredno-prehrambenih proizvoda i značaj spoljno-trgovinske razmene za SRJ*, Arandjelovac

- Ivanović, S.D., Stojanović, Z.M., Popov-Raljić, J.V., Baltić, M.Ž., Pisinov, B.P. & Nešić, K.D. (2013): Kvalitet mesa svinja rase DurokxJorkšir, DurokxJorkširxdivlji vepar i divlji vepar, *Hemijaska industrija*, vol. 67, no. 6, pp. 999-1006.
- Jakšić, K. (2011): Jareće i kozije meso u ishrani, *Poljoprivredne savetodavne i stručne službe Srbije*, <https://www.psss.rs>
- Jevtić, S., Stanković, V. (2011): Savremene tendencije na međunarodnom tržištu poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, *Tržište, novac, kapital*, Vol. 44 br. 3.
- Jović, M. (2002): *Međunarodni marketing*, Institut ekonomskih nauka, Beograd.
- Jobber, D., Fahy, J. (2006): *Osnovi marketinga*, Data status, Beograd
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., Armstrong, G. (2007): *Principi marketinga*, Mate, Beograd.
- Krajinović, M., Vlahović, B., Ćinkulov, Mirjana, Popov-Raljić, Jovanka, Matović, Lj. (1997): *Proizvodnja, kvalitet i promet jagnječeg mesa*, zbornik radova. *Meso i proizvodi od mesa – ishrana i okolina*, Beograd.
- Krajinović, M., Čobić, T., Ćinkulov, M. (2000): *Opšte stočarstvo*, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad.
- Kulier, I. (1994) *Hrvatsko-engleski prehrambeni rječnik*, Hrvatski farmer, Zagreb.
- Lazarević, Lj. (1994): *Pravci razvoja govedarstva u Jugoslaviji*, Beograd.
- Lazarević, Lj., Lazarević, R., Koljajić, V., Adžić, N. (1995): *Stanje i problemi razvoja stočarstva, IV kongres o hrani: Razvoj agroindustrijske proizvodnje u Jugoslaviji*, knjiga I, Beograd.
- Lazarević, R. (1997): *Stočarstvo između potreba i mogućnosti*, Zbornik referata. *Kriza stočarstva u Jugoslaviji*, Novi Sad.
- Lončičkar, F., Milošević, Miroslava (1987): *Naučna dostignuća i trendovi razvoja u stočarstvu*, *Hrana i razvoj*, Beograd.
- Lopandić, D. (1999): *Ugovor o Evropskoj uniji- Rim-Mastriht-Amsterdam*, *Međunarodna politika*, Beograd.
- Milošević, N., Perić, Lidija, Strugar, V (2006): *Sistemi proizvodnje pilećeg mesa u skladu sa zahtevima tržišta*, *Savremena poljoprivreda*, Vol. 55, br. 1-2
- Mitić, A., Ferčej, J., Zeremski, D., Lazarević, Lj. (1987): *Govedarstvo*, Beograd.
- Mrvaljević, B. (1997): *Stočarstvo u svetu i Jugoslaviji*, Beograd.
- Novković, N., Mutavdžić, B., Radojević, V. (2006): *Kretanje stočarske proizvodnje u Vojvodini početkom XXI veka*, *Savremena poljoprivreda*, Vol. 55, br. 1-2

Porter, M. (1990): *The Competitive Advantage of Nations*, The Macmillan Press Ltd., London.

Porter, M. (1998): *Clusters and the New Economics of Competition*, Harvard Business Review; page 78.

Pejanović, R. (1997): *Kriza jugoslovenskog stočarstva*, Zbornik referata. *Kriza stočarstva u Jugoslaviji*, Novi Sad.

Pejanović, R. (2011): *O agrarnim krizama*. *Letopis naučnih radova Poljoprivrednog fakulteta*, vol. 35, br. 1, str. 5-16

Pejanović, R., Vlahović, B. (2000): *Ograničavajući faktori i mogući pravci razvoja stočarske proizvodnje u Srbiji i Crnoj Gori*, Zbornik radova, Kopaonik.

Pereira P. M., Vicente, A. F., (2013): *Meat nutritional composition and nutritive role in the human diet*. *Meat Science*, 93, 3, 586–592.

Petrović M., Petrović, C. V., Petrović, Caro, V., Muslić, Ružić, D., Ilić, Z, Petrović, M., Pavlovski, Z. (2012): *Principi razvoja stočarstva u Republici Srbiji*, *Biotechnology in Animal Husbandry* vol. 28, br. 2.

Petrović, Lj., Rede, R., Radovanović, R., Mišković, Đ., Okanović, Đ., Aničić, V. (1995): *Stanje i perspektive prerade svinjskog, goveđeg i ovčijeg mesa*, IV Kongres o hrani: *Stočarska proizvodnja, prerada, kvalitet, promet, ekonomika i zaštita životne sredine*, Beograd.

Petrović, Z., Milićević, D., Parunović, N. (2013): *Totalno upravljanje kvalitetom u proizvodnji i distribuciji goveđeg mesa*, *Tehnologija mesa*, Vol. 54, br. 2.

Popović R., Knežević M., Štavljanin B. (2010): *Razvoj tržišta osnovnih stočarskih proizvoda u Srbiji u kontekstu evropskih integracija*, Zbornik radova sa Savetovanja sa međunarodnim učešćem “*Agroprivreda Srbije i evropske integracije – (ne)prilagođenost prelaznom trgovinskom sporazumu*, Društvo agrarnih ekonomista Srbije.

Pravilnik o kvalitetu mesa stoke za klanje, peradi i divljači

Radmanović, D. (1997): *Korišćenje proizvodnih potencijala u stočarstvu Srbije*, Zbornik referata: *Kriza stočarstva u SR Jugoslaviji*, Novi Sad.

Radovanović, R. (1985): *Neki pokazatelji stanja u proizvodnji, potrošnji i izvozu sirovog mesa u Jugoslaviji*, Zbornik radova: *Kvalitet mesa i standardizacija*, Osijek.

Radović, Ranka (2002): *Tržište goveđeg mesa u Republici Srbiji*, magistarska teza, Poljoprivredni fakultet, Univerzitet u Novom Sadu.

Raljić, D. (2000): *Tržište svinjskog mesa u Jugoslaviji*, Poljoprivredni fakultet, Univerzitet u Novom Sadu.

- Rašeta, J., Dakić, M. (1984): Higijena mesa, Veterinarski fakultet, Beograd.
- Rogers, E. M. (1983): Diffusion of inovations, III ed., The Free Press, New York
- Sl. glasnik RS, br. 41/2009 Zakon o bezbednosti hrane
- Sl. glasnik RS, br. 91/2005 Zakon o veterinarstvu
- Sl. glasnik RS, br. 15/2011 Nacionalni program ruralnog razvoja od 2011. do 2013. godine
- Sl. glasnik RS, br. 105/2013 Pravilnik o veterinarsko-sanitarnim uslovima objekata za promet životinja
- Sl. glasnik RS, br. 11/2008 i 73/2010 - dr. pravilnik Pravilnik o veterinarsko-sanitarnim uslovima objekta za proizvodnju i promet hrane životinjskog porekla
- Sl. glasnik RS, br. 14/2010 Pravilnik o uslovima i sredstvima za lišavanje životinja života, načinu postupanja sa životinjama neposredno pre klanja, načinu omamljivanja i iskrvarenja životinja, uslovima i načinu klanja životinja bez prethodnog omamljivanja, kao i programu obuke o dobrobiti životinja tokom klanja
- Sl. glasnik RS, br. 14/2010 Pravilnik o uslovima u pogledu prevoznih sredstava u kojima se prevoze životinje
- Sl. glasnik RS, br. 22/94 Pravilnik o veterinarsko-sanitarnim uslovima u objektima za prodaju proizvoda životinjskog porekla van poslovnih prostorija
- Sl. glasnik RS, br. 25/2011 i 27/2014 Pravilnik o veterinarsko-sanitarnim uslovima, odnosno opštim i posebnim uslovima za higijenu hrane životinjskog porekla, kao i o uslovima higijene hrane životinjskog porekla
- Sl. glasnik RS, br. 38/2010 Pravilnik o listi genetskih rezervi domaćih životinja, načinu očuvanja genetskih rezervi domaćih životinja, kao i o listi autohtonih rasa domaćih životinja i ugroženih autohtonih rasa
- Sl. glasnik RS, br. 94/2015 Pravilnik o kvalitetu usitnjenog mesa, poluproizvoda od mesa i proizvoda od mesa
- Sl. glasnik RS, broj 38/10 Pravilnik o programu obuke o dobrobiti životinja prilikom njihovog prevoza, kao i sadržini i načinu vođenja registra prevoznika životinja
- Sl. list SCG, br. 33/2004 i 31/2012 Pravilnik o kvalitetu i drugim zahtevima za proizvode od mesa
- Sl. list SFRJ", br. 34/74, 26/75, 13/78 - dr. pravilnik, 1/81 - dr. pravilnik i 2/85 - dr. pravilnik Pravilnik o kvalitetu mesa stoke za klanje, peradi i divljači

Sl. list SFRJ, br. 2/85, 12/85 i 24/86 Pravilnik o kvalitetu zaklanih svinja i kategorizaciji svinjskog mesa

Sl. list SFRJ, br. 53/89 i Sl. glasnik RS, br. 11/2008 - dr. pravilnik i 73/2010 - dr. pravilnik Pravilnik o uslovima koje moraju da ispunjavaju objekti za klanje životinja, obradu, preradu i uskladištenje proizvoda životinjskog porekla

Sl. list SFRJ", br. 1/81 i 51/88 Pravilnik o kvalitetu mesa pernate živine

Sl. list SFRJ", br. 34/74, 26/75, 13/78 - dr. pravilnik, 1/81 - dr. pravilnik i 2/85 - dr. pravilnik)

Sl. glasnik RS, broj 18/18 Uredba o raspodeli podsticaja u poljoprivredi i ruralnom razvoju u 2018. godini

Cvijanović, D., Cvijanović Gorica, Puškarić, A. (2011): Marketing i ekološka poljoprivreda, Monografija, Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd.)

Tepavac, D. (2006): Obeležja izvoza stočarskih proizvoda iz Vojvodine, magistarska teza, Poljoprivredni fakultet, Univerzitet u Novom Sadu.

Teodorović, M., Radović, I. (2004): Svinjarstvo, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad.

Toldra, F., Reig, M. (2011): Innovations for healthier processed meats. Trends. Food Sci. Tech. 22, 517-522.

Tomić, D., Vlahović, B. (1996): Obeležja proizvodnje i potrošnje mesa u zemljama podunavskog regiona, Zbornik radova: Troškovi proizvodnje, ekonomski položaj poljoprivrede Jugo-slavija, Banja Vrujci.

Tomić, D., Vlahović, B. (2002): Samosnabdevenost domaćeg tržišta u mesu, Agroekonomika broj 31, Tematski zbornik: Stočarstvo i agroekonomija u uslovima tranzicije, Novi Sad.

Vasiljev, S., Cvetković, Lj., Kancir, R. (2002): Marketing upravljanje, Ekonomski fakultet, Subotica.

Vasiljev, S. (2005): Marketing principi, Prometej, Novi Sad.

Vidović, V. (1997): Uzroci i posledice krize u svinjarstvu SR Jugoslavije, Zbornik referata. Kriza stočarstva u Jugoslaviji, Novi Sad.

Vlahović, B. (2003): Tržište poljoprivredno prehrambenih proizvoda, specijalni deonknjiga II, Novi Sad

Vlahović, B. (1997): Komparativna analiza proizvodnje mesa u svetu i SR Jugoslaviji, Zbornik referata: Kriza stočarstva u SR Jugoslaviji, Novi Sad.

- Vlahović, B. (1997): Međunarodno tržište stoke i mesa, doktorska disertacija, Poljoprivredni fakultet, Univerzitet u Novom Sadu.
- Vlahović, B. (2003): Tržište poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad.
- Vlahović, B., Mišković, Đ. (1999): Proizvodnja i plasman mesa balkanskih zemalja, Letopis naučnih radova Poljoprivrednog fakulteta, Novi Sad.
- Vlahović, B., Umićević, Biljana (2002): Stanje i mogućnosti za plasman povrća na međunarodno tržište, Savremeni povrtar, naučno-stručni časopis, broj 3-4, Novi Sad.
- Vlahović, B., Puškarić, A. (2008): Izvoz povrća iz Republike Srbije, XIII savetovanje o biotehnologiji, zbornik radova, Univerzitet u Kragujevcu, Agronomski fakultet u Čačku, vol. 13. (14), 28-29. mart 2008, Čačak.
- Vlahović, B., Puškarić, A., Mažić, M. (2014): Međunarodno tržište svinjskog mesa – stanje i perspektiva, XXVIII savetovanja agronoma, veterinara, tehnologa i agroekonomista, Zbornik radova, Vol. 20. No. 1-4, str. 267-279, Institut PKB Agroekonomik, Beograd.
- Vlahović, B., Radojević, V. (2002): Tržište – limitirajući činilac razvoja stočarstva, Agroekonomika broj 31, Tematski zbornik: Stočarstvo i agroekonomija u uslovima tranzicije, Novi Sad.
- Vlahović, B., Stevanović, S., Tomašević, D., Zelenjak, M.: Agrarna proizvodnja u republici Srbiji, DAES, Novi Sad, 2006.
- Vlahović, B., Štrbac, Maja (2007): Trendovi u proizvodnji svinjskog mesa u Evropi, zbornik radova: Naučna dostignuća u stočarstvu, Herceg Novi.
- Vlahović, B., Tepavac, D., Lovrić, D. (2008): Izvoz stočarskih proizvoda iz AP Vojvodine. Savremena poljoprivreda, Vol. 57 br. 1-2.
- Vlahović, B., Tomić, D., Radojević, V. (2007): Promene na međunarodnom tržištu mesa. Savremena poljoprivreda, Vol. 56 br. 1-2.
- Vlahović, B., Tomić, D., Radojević, V. (2007): Promene na međunarodnom tržištu mesa, Savremena poljoprivreda, broj 1-2, Novi Sad
- Vlahović, B. (2011): Tržište i marketing poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad.
- Vlahović, B. (2015): Tržište agroindustrijskih proizvoda - specijalni deo, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad.
- Vučković, M. (1997): Stočarstvo Jugoslavije, Zbornik referata: Kriza stočarstva u SR Jugoslaviji, Novi Sad.

Williams, P. (2007) Nutritional composition of red meat. *Nutrition & Dietetics*, No. 64(s4 The Role of): p.p. 113-119

Živadinović, B., Milovanović, M. (2010): Vodič kroz EU politike – Poljoprivreda, Istraživački centar slovačke asocijacije za spoljnu politiku, Evropski pokret Srbija.

Živković, D., Perunović, M. (2012): Poznavanje mesa, praktikum, Univerzitet u Beogradu, Poljoprivredni fakultet.

Živkov, G. (2006): Postojeća i buduća podrška povrtarstvu u Republici Srbiji, Savremeni povrtar, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad.

Web sajтови i statistička dokumentacija:

FAO STAT Data base (<http://www.fao.org/statistics/databases/en/>)

International Trade Centre (<http://www.intracen.org/itc/market-info-tools/statistics-export-product-country/>)

Републички завод за статистику (<http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/>)

Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде Републике Србије (<http://www.mpsv.gov.rs/>)

European Commission, http://ec.europa.eu/internal_market/index_en.htm [pristupljeno oktobar 2016]

<http://www.tehnologijahrane.com> [pristupljeno oktobar 2016]

<https://www.brcglobalstandards.com> [pristupljeno decembar 2016]

<http://www.kvalitet.org.rs> [pristupljeno decembar 2016]

www.siepa.gov.rs [pristupljeno jun 2015]

http://www.seedev.org/publikacije/Sektorske_analize_i_investicione_strategije/files/assets/basic-html/page24.html [pristupljeno mart 2017]

www.iso.org [pristupljeno decembar 2016]

https://www.globalgap.org/uk_en/ [pristupljeno decembar 2016]

<http://ras.gov.rs/podrska-izvozu/standardi/globalgap-1> [pristupljeno decembar 2016]

<http://ras.gov.rs/podrska-izvozu/standardi/iso-standardi> [pristupljeno decembar 2016]

<http://ras.gov.rs/podrska-izvozu/standardi/koser> [pristupljeno decembar 2016]

<http://ras.gov.rs/podrska-izvozu/standardi/brc-standard-1> [pristupljeno decembar 2016]

<http://www.portal-srbija.com/meso-i-proizvodi-od-mesa> [pristupljeno mart 2017]

www.globalgap.org [pristupljeno decembar 2016]

www.halal.ba [pristupljeno decembar 2016]

www.gost-r.ru [pristupljeno decembar 2016]

www.wikipedia.org [pristupljeno decembar 2016]

<http://www.tikrf.org/sertifikati/vrste-sertifikata-u-sistemu-gost-r/> [pristupljeno decembar 2016]

<https://www.eurostandard.rs/iso-22000-sistemi-menadzmenta-bezbednoscu-hrane/> [pristupljeno decembar 2016]

<http://ras.gov.rs/podrska-izvozu/standardi/koser> [pristupljeno decembar 2016]

<http://www.kvalitet.org.rs/standardi/koser> [pristupljeno decembar 2016]

<http://www.kvalitet.org.rs/standardi/brc> [pristupljeno decembar 2016]

<http://www.kvalitet.org.rs/standardi/haccp> [pristupljeno decembar 2016]

<http://www.kvalitet.org.rs/standardi/halal> [pristupljeno decembar 2016]

<http://www.kvalitet.org.rs/standardi/ifs> [pristupljeno decembar 2016]

10. PRILOG

Tabela 36. Izvoz goveđeg mesa iz Sjedinjenih Američkih Država (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza goveđeg mesa iz SAD	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Sjedinjene Američke Države	1.983.965	717.586	3.090.335	39,13	15,16	100,0%
Meksiko	690.672	526.176	857.047	14,88	1,29	34,8%
Kanada	595.948	118.328	944.217	45,20	19,44	30,0%
Japan	360.493	4.718	761.331	73,72	55,41	18,2%
Taipei, Chinese	65.993	28.623	133.641	53,31	14,08	3,3%
Holandija	58.021	1.501	122.775	81,87	64,31	2,9%
Koreja	43.869	0	114.536	*	*	2,2%
Italija	24.355	1.545	75.077	113,70	66,31	1,2%
Čile	18.604	28	56.923	*	*	0,9%
Hong Kong, China	22.055	0	61.409	*	*	1,1%
Ujedinjeni Arapski Emirati	11.198	902	28.042	77,91	36,55	0,6%
Ostale zemlje	92.757	33.464	139.022	47,54	19,00	4,7%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 37. Izvoz goveđeg mesa iz Holandije (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza goveđeg mesa iz Holandije	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Holandija	2.372.902	1.736.062	2.754.119	14,43	4,30	100,0%
Nemačka	577.973	350.283	726.897	22,58	7,38	24,4%
Francuska	446.951	346.662	522.628	11,67	2,70	18,8%
Italija	515.622	406.204	621.888	11,84	-2,40	21,7%
Danska	144.915	89.703	195.500	24,32	8,36	6,1%
Švedska	85.290	27.811	171.985	67,79	25,64	3,6%
Španija	162.870	128.141	203.882	16,07	-0,22	6,9%
Engleska	84.499	59.404	112.245	23,43	5,15	3,6%
Belgija	64.958	43.113	97.647	25,87	6,96	2,7%
Portugal	82.627	61.211	101.949	15,22	1,58	3,5%
Austrija	44.732	27.340	60.066	25,12	8,89	1,9%
Ostale zemlje	162.466	92.808	227.780	30,67	10,87	6,8%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 38. Izvoz goveđeg mesa iz Australije (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza goveđeg mesa iz Australije	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Australija	1.825.232	1.510.374	2.322.928	12,52	2,97	100,0%
Japan	974.891	735.420	1.261.335	16,54	-5,01	53,4%
Sjedinjene Američke Države	231.739	134.336	534.625	48,34	8,13	12,7%
Koreja	211.493	123.117	284.287	22,75	6,47	11,6%
Engleska	52.306	25.243	105.505	54,82	15,78	2,9%

Italija	16.738	69	56.431	103,87	87,28	0,9%
Ujedinjeni Arapski Emirati	27.922	9.575	54.317	54,76	21,60	1,5%
Saudiska Arabija	10.128	764	53.828	186,39	51,44	0,6%
Holandija	12.884	591	41.662	107,95	55,11	0,7%
Taipei, Chinese	26.405	8.636	61.771	78,49	21,28	1,4%
Hong Kong, China	24.979	15.984	38.466	32,05	10,57	1,4%
Ostale zemlje	235.747	67.612	428.216	52,12	21,04	12,9%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 39. Izvoz goveđeg mesa iz Irske (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza goveđeg mesa iz Irske	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Irska	1.725.832	1.304.836	2.026.580	13,16	3,78	100,0%
Engleska	777.109	573.446	948.068	16,68	5,13	45,0%
Italija	245.228	195.782	311.536	14,44	-1,61	14,2%
Holandija	173.564	157.378	196.209	7,74	0,60	10,1%
Francuska	175.462	137.190	204.070	10,73	1,26	10,2%
Nemačka	61.075	7.321	146.929	87,68	43,86	3,5%
Švedska	74.266	59.958	97.613	14,67	1,19	4,3%
Španija	77.184	57.238	89.373	12,38	-0,54	4,5%
Belgija	36.593	23.211	51.498	24,14	7,68	2,1%
Danska	33.689	14.001	50.709	39,70	15,02	2,0%
Švajcarska	11.256	458	23.029	90,62	69,73	0,7%
Ostale zemlje	60.407	39.303	82.027	24,22	-3,92	3,5%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 40. Izvoz goveđeg mesa iz Nemačke (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza goveđeg mesa iz Nemačke	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Nemačka	1.671.283	1.277.468	2.023.452	12,55	1,91	100,0%
Francuska	317.418	265.544	337.261	7,96	0,14	19,0%
Italija	386.086	279.744	493.071	17,80	-4,16	23,1%
Holandija	276.051	181.737	374.608	22,32	4,46	16,5%
Danska	200.555	140.208	235.292	13,09	3,01	12,0%
Španija	108.478	87.567	117.765	9,59	1,88	6,5%
Austrija	69.280	31.835	96.812	32,73	12,09	4,1%
Švedska	54.157	33.616	91.989	40,31	11,78	3,2%
Švajcarska	35.792	1.747	63.282	65,42	38,46	2,1%
Grčka	51.399	38.000	66.472	18,72	-1,24	3,1%
Norveška	22.451	4	58.298	91,77	138,70	1,3%
Ostale zemlje	149.617	116.176	262.987	31,66	0,98	9,0%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 41. Izvoz goveđeg mesa iz Kanade (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza goveđeg mesa iz Kanade	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Kanada	1.010.685	841.857	1.374.045	16,28	-1,90	100,0%
Sjedinjene Američke Države	872.673	726.565	1.223.325	17,62	-1,83	86,3%

Meksiko	105.428	54.760	136.444	23,49	-5,88	10,4%
Japan	14.345	60	25.889	46,02	37,04	1,4%
Hong Kong, China	4.664	1.931	8.951	54,41	7,58	0,5%
Taipei, Chinese	630	0	4.692	*	*	0,1%
Holandija	908	0	3.524	*	*	0,1%
Švajcarska	2.109	245	3.760	58,54	31,29	0,2%
Koreja	374	0	2.860	*	*	0,0%
Francuska	3.413	1.921	5.450	39,57	-10,47	0,3%
Ujedinjeni Arapski Emirati	710	0	1.838	*	*	0,1%
Ostale zemlje	5.431	2.822	10.552	42,96	4,63	0,5%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 42. Izvoz goveđeg mesa iz Francuske (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza goveđeg mesa iz Francuske	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Francuska	1.212.758	925.113	1.499.561	13,20	2,21	100,0%
Italija	497.507	344.956	573.653	16,27	4,57	41,0%
Grčka	339.571	256.088	413.918	13,92	-2,51	28,0%
Nemačka	198.592	143.941	258.353	16,85	4,84	16,4%
Belgija	26.109	18.589	33.835	19,70	5,06	2,2%
Holandija	35.125	20.097	54.340	33,58	7,71	2,9%
Portugal	29.327	18.924	55.134	35,97	-4,49	2,4%
Španija	38.399	13.669	65.845	42,77	-11,71	3,2%
Luksemburg	8.412	5.735	10.056	13,80	2,53	0,7%
Austrija	2.247	95	6.944	134,53	73,46	0,2%
Švajcarska	4.552	2.979	6.299	24,58	5,47	0,4%
Ostale zemlje	32.916	14.139	122.814	99,80	11,72	2,7%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 43. Izvoz goveđeg mesa iz Poljske (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza goveđeg mesa iz Poljske	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Poljska	714.992	287.852	996.286	33,36	12,91	100,0%
Italija	195.092	81.985	305.464	35,62	11,98	27,3%
Nemačka	111.592	27.866	148.689	33,17	11,18	15,6%
Holandija	119.996	63.189	156.433	25,05	6,18	16,8%
Španija	53.784	3.184	91.983	57,64	34,40	7,5%
Engleska	19.643	5.717	46.009	87,15	20,97	2,7%
Češka	23.852	12.402	33.245	34,35	11,05	3,3%
Francuska	29.700	15.877	40.222	28,49	4,98	4,2%
Grčka	10.925	5.093	26.929	68,97	14,69	1,5%
Portugal	5.715	0	25.895	*	*	0,8%
Danska	23.483	16.329	29.329	24,00	-0,26	3,3%
Ostale zemlje	121.210	33.415	339.766	80,82	21,74	17,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 44. Izvoz goveđeg mesa iz Brazila (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza goveđeg mesa iz	Prosečna	Interval varijacije	CV (%)	Stopa	Struktura
----------------------------------	----------	---------------------	--------	-------	-----------

Brazila	vrednost (000 US Dolar)	min	max		promene (%)	svet=100%
Ukupno-Brazil	638.222	296.085	854.746	31,05	4,46	100,0%
Čile	145.999	12.329	362.341	96,16	37,53	22,9%
Holandija	99.615	31.931	199.158	52,25	-3,38	15,6%
Alžir	22.529	0	83.707	*	*	3,5%
Liban	68.561	27.011	99.763	36,45	10,17	10,7%
Nemačka	52.292	15.291	66.716	52,03	-1,87	8,2%
Jordan	19.874	745	38.601	71,33	50,84	3,1%
Španija	22.955	7.309	34.275	44,17	1,59	3,6%
Italija	39.301	21.523	88.866	61,14	-10,03	6,2%
Ujedinjeni Arapski Emirati	19.457	5.569	31.187	39,86	16,61	3,0%
Ruska Federacija	9.082	54	39.554	161,19	80,29	1,4%
Ostale zemlje	138.557	68.155	263.640	54,31	-12,72	21,7%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development
*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 45. Izvoz goveđeg mesa iz Belgije (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza goveđeg mesa iz Belgije	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Belgija	650.320	477.034	777.066	15,38	4,91	100,0%
Francuska	166.046	106.576	223.926	24,11	8,17	25,5%
Holandija	165.142	131.590	214.121	16,13	3,78	25,4%
Nemačka	113.215	68.510	144.515	26,78	8,94	17,4%
Italija	108.242	92.003	121.380	9,99	-0,31	16,6%
Luksemburg	33.238	22.718	35.936	14,30	3,89	5,1%
Španija	27.139	23.471	33.831	12,55	-0,90	4,2%
Grčka	8.742	7.442	15.386	33,80	4,65	1,3%
Portugal	4.697	2.349	7.244	40,28	3,29	0,7%
Engleska	12.500	6.168	14.965	22,56	-1,60	1,9%
Danska	4.028	1.273	6.165	39,56	11,24	0,6%
Ostale zemlje	7.330	3.506	10.360	38,57	10,60	1,1%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 46. Izvoz goveđeg mesa iz Sjedinjenih Američkih Država (2005-2014), tona

Struktura izvoza goveđeg mesa iz SAD	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Sjedinjene Američke Države	351.154	171.814	425.241	20,72	6,15	100,0%
Meksiko	157.157	107.092	209.047	22,12	-4,85	44,8%
Japan	52.821	619	98.132	63,00	51,09	15,0%
Kanada	95.639	21.320	134.867	34,57	12,36	27,2%
Koreja	6.249	0	12.244	*	*	1,8%
Taipei, Chinese	9.103	4.341	12.410	36,80	6,52	2,6%
Holandija	6.542	151	9.945	61,51	49,08	1,9%
Čile	2.989	8	8.880	126,67	154,25	0,9%
Italija	2.211	219	5.664	98,40	52,11	0,6%
Hong Kong, China	2.888	0	6.853	*	*	0,8%
Ujedinjeni Arapski Emirati	1.535	117	2.326	45,17	23,12	0,4%

Ostale zemlje	14.020	6.446	26.255	48,12	9,76	4,0%
<i>Izvor: Obracun na bazi Trade statistics for international business development</i>						
<i>*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene</i>						

Tabela 47. Izvoz goveđeg mesa iz Holandije (2005-2014), tona

Struktura izvoza goveđeg mesa iz Holandije	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Holandija	344.812	300.106	400.909	9,30	1,84	100,0%
Nemačka	87.757	70.136	102.428	12,20	2,94	25,5%
Francuska	67.116	61.463	72.398	5,65	-0,22	19,5%
Italija	76.786	54.446	84.186	22,30	-4,35	22,3%
Danska	22.819	18.928	28.315	15,70	4,23	6,6%
Švedska	11.280	4.412	20.415	59,50	22,13	3,3%
Španija	15.882	12.914	26.513	25,20	-0,61	4,6%
Engleska	10.976	9.040	15.233	18,33	4,10	3,2%
Portugal	12.350	9.679	15.189	20,34	0,74	3,6%
Belgija	9.340	7.970	11.583	12,26	2,94	2,7%
Bosna i Hercegovina	2.414	0	8.390	*	*	0,7%
Ostale zemlje	28.092	17.652	38.366	27,64	9,09	8,1%
<i>Izvor: Obracun na bazi Trade statistics for international business development</i>						
<i>*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene</i>						

Tabela 48. Izvoz goveđeg mesa iz Australije (2005-2014), tona

Struktura izvoza goveđeg mesa iz Australije	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Australija	285.561	271.085	319.607	5,53	-1,33	100,0%
Japan	165.897	117.999	232.729	22,90	-7,03	58,1%
Ujedinjene Američke Države	37.141	22.973	73.848	37,45	5,83	13,0%
Koreja	32.240	19.533	40.135	17,28	4,52	11,3%
Engleska	6.281	3.519	10.963	40,72	9,39	2,2%
Saudijska Arabija	1.861	14	9.424	185,24	54,17	0,7%
Italija	1.893	13	6.590	107,25	81,05	0,7%
Ujedinjeni Arapski Emirati	2.995	1.037	6.187	58,43	23,06	1,0%
Novi Zeland	2.677	1.113	5.685	52,25	14,37	0,9%
Taipei, Chinese	3.461	1.374	7.359	65,32	17,78	1,2%
Indonezija	3.383	967	4.723	46,37	17,29	1,2%
Ostale zemlje	27.732	8.102	55.694	55,24	21,20	9,7%
<i>Izvor: Obracun na bazi Trade statistics for international business development</i>						

Tabela 49. Izvoz goveđeg mesa iz Nemačke (2005-2014), tona

Struktura izvoza goveđeg mesa iz Nemačke	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Nemačka	311.871	271.359	341.456	9,17	-0,98	100,0%
Holandija	73.758	61.029	97.467	18,00	1,16	23,7%
Francuska	55.267	45.600	65.125	12,99	-3,04	17,7%
Italija	66.464	44.882	95.176	23,01	-6,69	21,3%
Danska	31.603	28.800	35.317	6,17	0,57	10,1%
Austrija	9.752	3.769	16.936	46,85	16,92	3,1%

Španija	12.946	10.959	14.217	8,08	1,23	4,2%
Švajcarska	7.346	251	12.580	61,43	38,06	2,4%
Švedska	9.409	6.749	13.805	22,61	4,12	3,0%
Grčka	12.030	7.367	16.151	25,29	-6,15	3,9%
Norveška	4.317	1	12.116	92,03	137,02	1,4%
Ostale zemlje	28.982	18.099	46.862	31,99	-4,41	9,3%

Izvor: Obracun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 50. Izvoz govedeg mesa iz Irske (2005-2014), tona

Struktura izvoza govedeg mesa iz Irske	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Irska	271.366	251.736	281.380	4,15	-0,23	100,0%
Engleska	135.207	120.750	147.454	7,16	2,00	49,8%
Francuska	30.637	24.944	40.339	15,78	-3,87	11,3%
Holandija	27.339	21.601	33.864	13,25	-3,19	10,1%
Italija	29.664	21.525	36.388	16,51	-4,91	10,9%
Švedska	14.423	12.242	17.467	14,42	-3,83	5,3%
Nemačka	5.667	1.114	12.383	77,32	34,44	2,1%
Španija	9.472	7.523	10.634	11,64	-1,08	3,5%
Danska	4.810	3.069	6.873	24,38	7,42	1,8%
Belgija	2.885	2.476	3.695	12,16	2,12	1,1%
Češka	1.714	483	2.386	34,29	9,97	0,6%
Ostale zemlje	9.550	5.188	13.966	33,18	-9,58	3,5%

Izvor: Obracun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 51. Izvoz govedeg mesa iz Kanade (2005-2014), tona

Struktura izvoza govedeg mesa iz Kanade	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Kanada	257.082	142.350	388.448	29,72	-5,69	100,0%
Ujedinjene Američke Države	227.485	122.351	347.493	29,67	-5,45	88,5%
Meksiko	25.524	11.353	39.379	39,27	-9,98	9,9%
Japan	2.152	5	4.242	48,33	39,99	0,8%
Hong Kong, China	418	190	875	59,47	6,65	0,2%
Taipei, Chinese	93	0	665	*	*	0,0%
Koreja	66	0	548	*	*	0,0%
Holandija	87	0	288	*	*	0,0%
Francuska	366	134	726	61,51	-16,57	0,1%
Ujedinjeni Arapski Emirati	88	0	190	*	*	0,0%
Švajcarska	125	11	185	52,45	26,05	0,0%
Ostale zemlje	679	382	1.109	38,60	-1,23	0,3%

Izvor: Obracun na bazi Trade statistics for international business development

*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 52. Izvoz govedeg mesa iz Poljske (2005-2014), tona

Struktura izvoza govedeg mesa iz Poljske	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Poljska	188.226	104.984	230.683	21,98	7,48	100,0%
Italija	46.533	26.264	60.468	25,81	6,56	24,7%
Nemačka	32.381	10.220	40.829	28,01	7,81	17,2%

Holandija	38.602	25.590	50.154	19,45	1,98	20,5%
Španija	13.173	1.072	21.788	55,29	29,39	7,0%
Engleska	3.543	1.193	7.545	63,69	15,49	1,9%
Grčka	2.866	1.218	7.026	64,94	11,12	1,5%
Bosna i Hercegovina	1.125	0	6.855	*	*	0,6%
Češka	4.921	3.244	6.393	24,38	4,18	2,6%
Portugal	1.172	0	5.256	*	*	0,6%
Francuska	7.009	5.072	12.104	32,04	-4,60	3,7%
Ostale zemlje	36.901	18.230	86.719	59,01	9,21	19,6%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 53. Izvoz goveđeg mesa iz Francuske (2005-2014), tona

Struktura izvoza goveđeg mesa iz Francuske	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Francuska	218.168	186.351	263.418	10,08	0,14	100,0%
Italija	83.999	68.929	93.364	10,76	2,66	38,5%
Grčka	69.135	50.751	78.505	14,07	-4,14	31,7%
Nemačka	34.272	29.567	43.606	11,81	2,20	15,7%
Belgija	6.050	4.017	7.787	19,20	-0,34	2,8%
Holandija	6.382	3.599	10.225	35,79	7,11	2,9%
Portugal	5.141	3.114	10.468	42,06	-462,00	2,4%
Španija	5.636	1.555	10.104	48,76	-13,59	2,6%
Austrija	403	5	1.283	136,45	85,24	0,2%
Luksemburg	815	670	972	10,45	0,15	0,4%
Švajcarska	549	418	681	16,77	0,22	0,3%
Ostale zemlje	5.787	1.980	25.435	123,46	12,23	2,7%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 54. Izvoz goveđeg mesa iz Brazila (2005-2014), tona

Struktura izvoza goveđeg mesa iz Brazila	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Brazil	112.251	50.753	177.764	33,73	-2,50	100,0%
Čile	30.781	5.060	68.182	86,58	25,81	27,4%
Alžir	4.751	0	17.231	*	*	4,2%
Liban	15.042	11.170	24.118	26,38	-1,25	13,4%
Holandija	12.137	2.971	26.146	70,14	-9,87	10,8%
Jordan	4.491	358	8.265	63,26	36,56	4,0%
Ruska Federacija	1.883	13	8.447	160,96	65,91	1,7%
Nemačka	6.441	1.312	12.905	69,57	-8,79	5,7%
Ujedinjeni Arapski Emirati	4.058	1.919	5.548	26,20	7,12	3,6%
Španija	3.366	811	5.859	52,98	-3,61	3,0%
Italija	5.191	2.015	11.721	77,47	-16,08	4,6%
Ostale zemlje	24.110	7.512	57.230	74,19	-19,91	21,5%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 55. Izvoz goveđeg mesa iz Belgije (2005-2014), tona

Struktura izvoza goveđeg mesa iz	Prosečna	Interval varijacije	CV (%)	Stopa	Struktura
----------------------------------	----------	---------------------	--------	-------	-----------

Belgije	vrednost (u tonama)	min	max		promene (%)	svet=100%
Ukupno-Belgija	101.728	92.117	111.823	6,96	1,76	100,0%
Holandija	29.558	21.778	34.559	12,03	0,45	29,1%
Francuska	27.553	22.584	33.028	14,62	4,64	27,1%
Nemačka	18.442	15.579	24.230	15,09	3,47	18,1%
Italija	14.637	13.116	16.523	8,29	-1,70	14,4%
Luksemburg	3.543	3.049	3.854	6,52	1,07	3,5%
Španija	2.847	2.493	3.279	8,29	-2,24	2,8%
Grčka	1.537	1.078	2.231	22,73	1,84	1,5%
Engleska	1.177	1.031	1.493	14,19	-1,66	1,2%
Portugal	804	271	1.522	55,03	-2,65	0,8%
Danska	478	149	872	53,80	15,75	0,5%
Ostale zemlje	1.154	553	1.645	35,83	0,91	1,1%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 56. Uvoz goveđeg mesa u Sjedinjene Američke Države (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza goveđeg mesa u SAD	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Sjedinjene Američke Države	1.458.451	1.086.023	2.406.756	60,26	-12,47	100,0%
Canada	870.333	725.052	1.031.815	60,26	-12,47	59,7%
Mexico	271.756	40.983	761.672	91,23	38,45	18,6%
Australia	238.722	139.784	513.170	43,65	7,91	16,4%
Nicaragua	24.176	12.560	43.022	39,86	8,89	1,7%
Uruguay	21.905	9.378	60.296	72,02	-10,89	1,5%
Japan	5.866	0	13.677	*	*	0,4%
Novi Zeland	15.924	6.220	32.569	60,26	-12,47	1,1%
Costa Rica	6.552	3.961	10.538	26,62	-3,56	0,4%
Honduras	2.705	0	6.798	*	*	0,2%
Čile	495	0	2.011	*	*	0,0%
Ostale zemlje	19	0	121	*	*	0,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 57. Uvoz goveđeg mesa u Italiju (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza goveđeg mesa u Italiju	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Italija	2.434.934	2.000.576	2.742.970	8,33	0,68	100,0%
Francuska	472.730	322.802	575.777	18,03	5,49	19,4%
Holandija	485.989	415.819	573.650	9,57	-2,15	20,0%
Poljska	206.746	87.427	323.085	32,84	11,11	8,5%
Nemačka	372.509	265.515	460.302	17,81	-5,12	15,3%
Irska	245.396	183.274	306.821	16,04	0,25	10,1%
Austrija	140.824	112.081	175.512	13,85	-3,09	5,8%
Španija	96.049	63.278	138.652	20,53	1,83	3,9%
Belgija	95.815	85.817	109.236	8,35	7,96	3,9%
Danska	95.937	71.160	111.663	13,38	-3,92	3,9%
Australija	16.281	54	54.791	106,31	107,31	0,7%
Ostale zemlje	206.658	260.291	260.291	17,04	0,84	8,5%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 58. Uvoz govedeg mesa u Nemačku (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza govedeg mesa u Nemačku	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Nemačka	1.529.898	863.152	2.095.762	26,98	9,29	100,0%
Holandija	423.846	257.577	606.723	28,50	9,42	27,7%
Argentina	302.554	228.889	427.228	19,92	-0,32	19,8%
Francuska	183.534	122.367	250.182	20,74	6,19	12,0%
Irska	59.425	2.520	147.230	103,47	68,84	3,9%
Poljska	98.078	18.046	145.170	41,61	18,21	6,4%
Danska	68.944	16.375	114.738	64,62	30,14	4,5%
Italija	70.567	32.512	104.664	32,41	9,83	4,6%
Belgija	73.603	37.251	120.650	37,72	11,44	4,8%
Austrija	55.765	19.251	100.072	57,74	21,77	3,6%
Urugvaj	43.018	14.157	78.985	51,28	19,90	2,8%
Ostale zemlje	150.565	83.110	199.944	30,22	5,51	9,8%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 59. Uvoz govedeg mesa u Holandiju (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza govedeg mesa u Holandiju	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Holandija	1.306.822	707.704	1.637.884	25,74	9,17	100,0%
Nemačka	243.051	150.545	307.335	22,41	5,14	18,6%
Argentina	103.925	44.312	166.264	38,55	14,69	8,0%
Irska	146.127	132.637	161.836	7,82	-0,48	11,2%
Engleska	103.161	12.611	188.797	53,83	25,39	7,9%
Poljska	137.891	51.875	197.601	29,21	8,40	10,6%
Urugvaj	45.847	6.666	119.305	75,17	30,22	3,5%
Belgija	115.356	73.208	148.502	20,96	4,61	8,8%
Sjedinjene Američke Države	57.575	1.748	114.496	77,16	61,82	4,4%
Brazil	94.320	31.449	181.461	50,48	-2,14	7,2%
Australija	35.237	0	92.091	*	*	2,7%
Ostale zemlje	224.334	104.755	300.925	35,78	12,90	17,2%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 60. Uvoz govedeg mesa u Japan (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza govedeg mesa u Japan	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Japan	1.357.991	1.157.259	1.596.675	10,22	2,49	100,0%
Austalija	973.419	751.147	1.269.973	16,43	-4,73	71,7%
Sjedinjene Američke Države	312.407	442	669.016	77,70	79,97	23,0%
Novi Zeland	44.693	31.733	62.055	21,00	5,51	3,3%
Meksiko	13.008	6.366	22.871	42,98	-0,46	1,0%
Kanada	14.145	68	26.083	49,12	35,43	1,0%
Francuska	291	0	1.512	*	*	0,0%
Holandija	3	0	19	*	*	0,0%
Čile	10	0	97	*	*	0,0%
Mađarska	15	0	66	*	*	0,0%

Ruska Federacija	0	0	4	*	*	0,0%
Ostale zemlje	0	0	0	*	*	0,0%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 61. Uvoz goveđeg mesa u Francusku (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza goveđeg mesa u Francusku	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Francuska	1.387.061	1.120.822	1.520.008	8,69	1,78	100,0%
Holandija	427.477	339.348	481.010	9,53	2,57	30,8%
Nemačka	316.469	263.819	395.665	12,83	-2,43	22,8%
Belgija	154.982	104.385	219.255	22,72	6,84	11,2%
Irska	179.830	143.781	203.443	9,21	0,96	13,0%
Italija	104.172	79.857	128.880	13,44	1,06	7,5%
Engleska	45.237	431	72.305	55,43	45,59	3,3%
Španija	71.238	51.260	95.636	22,50	-4,95	5,1%
Poljska	30.015	15.699	40.142	26,46	4,57	2,2%
Austrija	17.474	11.137	27.356	38,70	11,55	1,3%
Danska	13.079	5.395	28.911	61,87	13,29	0,9%
Ostale zemlje	27.089	20.052	36.993	21,65	-3,82	2,0%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 62. Uvoz goveđeg mesa u Englesku (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza goveđeg mesa u Englesku	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Engleska	1.058.110	851.523	1.321.905	13,47	3,73	100,0%
Irska	714.505	483.520	911.436	18,99	6,33	67,5%
Holandija	75.372	61.585	95.902	14,54	1,71	7,1%
Austrija	49.509	29.087	73.915	31,31	9,31	4,7%
Poljska	16.812	3.482	47.655	107,13	33,38	1,6%
Nambija	29.177	21.343	41.339	22,29	-1,43	2,8%
Italija	13.175	5.229	28.268	55,90	17,28	1,2%
Brazil	31.954	4.919	79.391	96,88	-16,59	3,0%
Nemačka	20.609	13.180	25.981	19,93	4,37	1,9%
Bocvana	16.021	0	30.505	*	*	1,5%
Belgija	10.483	5.725	16.963	33,41	7,61	1,0%
Ostale zemlje	80.493	51.633	118.318	36,81	-9,87	7,6%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 63. Uvoz goveđeg mesa u Meksiko (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza goveđeg mesa u Meksiko	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Meksiko	904.161	802.156	1.121.615	11,31	-0,84	100,0%
Sjedinjene Američke Države	774.760	654.272	980.098	13,04	-0,23	85,7%
Kanada	125.524	74.253	151.072	19,09	-3,99	13,9%
Urugvaj	689	0	3.404	*	*	0,1%
Nikaragva	1.017	0	6.164	*	*	0,1%
Japan	9	0	92	*	*	0,0%

Doktorska disertacija: Mogućnosti poboljšanja konkurentske pozicije Republike Srbije na međunarodnom tržištu mesa

Australija	114	0	809	*	*	0,0%
Čile	1.860	0	13.467	*	*	0,2%
Costa Rica	96	0	814	*	*	0,0%
Honduras	65	0	405	*	*	0,0%
Novi Zeland	27	0	183	*	*	0,0%
Ostale zemlje	0	0	0	*	*	0,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 64. Uvoz goveđeg mesa u Čile (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza goveđeg mesa u Čile	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Čile	577.205	303.266	831.282	38,44	13,87	100,0%
Brazil	153.817	13.325	383.701	95,99	37,63	26,6%
Paragvaj	186.328	538	436.074	68,84	-6,81	32,3%
Argentina	141.072	87.146	183.638	26,18	4,67	24,4%
Sjedinjene Američke Države	18.419	0	58.570	*	*	3,2%
Urugvaj	40.374	7.846	83.579	65,90	12,34	7,0%
Australija	33.506	0	100.916	*	*	5,8%
Area Nes	3.612	1.907	5.599	32,01	7,10	0,6%
Meksiko	78	0	781	*	*	0,0%
Kanada	0	0	3	*	*	0,0%
Čile	0	0	4	*	*	0,0%
Ostale zemlje	0	0	0	*	*	0,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 65. Uvoz goveđeg mesa u Kanadu(2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza goveđeg mesa u Kanadu	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Kanade	599.544	0	937.321	43,55	18,01	100,0%
Sjedinjene Američke Države	581.088	114.385	924.883	45,76	19,68	96,9%
Australija	9.948	6.533	13.872	27,66	3,11	1,7%
Meksiko	493	0	4.925	*	*	0,1%
Novi Zeland	4.722	2.095	8.495	48,15	-13,78	0,8%
Japan	195	0	586	*	*	0,0%
Holandija	0	0	2	*	*	0,0%
Uganda	5	0	45	*	*	0,0%
Urugvaj	3.094	0	10.154	*	*	0,5%
Ostale zemlje	0	0	0	*	*	0,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 66. Uvoz goveđeg mesa u Sjedinjene Američke Države(2005-2014), tona

Struktura uvoza goveđeg mesa u SAD	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Sjedinjene Američke Države	317.739	157.988	406.459	20,78	-7,89	100,0%
Kanada	226.155	109.064	347.493	30,90	-5,25	71,2%

Doktorska disertacija: Mogućnosti poboljšanja konkurentske pozicije Republike Srbije na međunarodnom tržištu mesa

Meksiko	43.691	6.588	106.436	84,07	37,53	13,8%
Australija	33.365	21.119	63.506	35,21	5,60	10,5%
Nikaragva	5.122	3.103	8.682	33,84	3,64	1,6%
Urugvaj	4.700	1.154	19.069	120,13	-21,84	1,5%
Novi Zelend	2.291	827	5.000	71,40	-16,58	0,7%
Costa Rica	1.501	702	2.948	45,76	-8,70	0,5%
Honduras	512	0	1.368	*	*	0,2%
Japan	312	0	1.276	*	*	0,1%
Čile	87	0	260	*	*	0,0%
Ostale zemlje	3	0	23	*	*	0,0%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 67. Uvoz goveđeg mesa u Italiju (2005-2014), tona

Struktura uvoza goveđeg mesa u Italiju	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Italija	388.468	352.439	411.991	5,77	-1,16	100,0%
Francuska	80.821	64.172	92.829	13,31	4,06	20,8%
Poljska	49.149	27.356	71.233	25,93	6,75	12,7%
Holandija	69.408	55.852	79.577	11,16	-3,61	17,9%
Nemačka	65.258	45.711	87.078	21,65	-6,84	16,8%
Irska	28.762	20.450	34.093	15,71	-3,49	7,4%
Austrija	24.005	18.554	29.002	16,22	-5,15	6,2%
Španija	17.754	12.020	24.803	19,40	-0,64	4,6%
Belgija	13.104	10.612	14.834	9,54	-1,26	3,4%
Danska	14.249	10.219	17.567	17,40	-5,54	3,7%
Australija	1.672	13	5.772	107,69	89,50	0,4%
Ostale zemlje	24.287	19.053	31.949	17,46	-3,19	6,3%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 68. Uvoz goveđeg mesa u Holandiju (2005-2014), tona

Struktura uvoza goveđeg mesa u Holandiju	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Holandija	263.453	186.835	325.233	20,04	5,49	100,0%
Nemačka	63.871	52.910	74.994	16,76	1,72	24,2%
Poljska	41.579	21.250	55.533	26,85	4,39	15,8%
Engleska	24.262	1.331	45.074	57,24	30,09	9,2%
Irska	24.052	16.329	30.560	19,36	-3,60	9,1%
Belgija	24.585	16.298	35.619	25,70	6,30	9,3%
Italija	9.000	1.494	18.063	60,75	16,07	3,4%
Austrija	13.909	6.357	17.699	22,36	3,37	5,3%
Urugvaj	3.882	822	10.282	77,68	27,05	1,5%
Argentina	8.027	5.819	10.144	16,83	5,07	3,0%
Brazil	10.763	2.782	22.585	68,14	-8,07	4,1%
Ostale zemlje	39.523	18.121	58.573	43,41	16,13	15,0%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 69. Uvoz goveđeg mesa u Nemačku (2005-2014), tona

Struktura uvoza goveđeg mesa u Nemačku	Prosečna	Interval varijacije	CV (%)	Stopa	Struktura
--	----------	---------------------	--------	-------	-----------

	vrednost (u tonama)	min	max		promene (%)	svet=100%
Ukupno-Nemačka	222.023	171.325	278.972	17,82	5,52	100,0%
Holandija	63.719	47.005	81.732	17,73	4,61	28,7%
Francuska	31.476	25.414	41.416	15,85	3,67	14,2%
Poljska	26.562	6.785	35.317	34,06	12,45	12,0%
Danska	17.536	4.673	28.716	60,97	26,77	7,9%
Argentina	24.629	15.551	32.275	24,85	-7,42	11,1%
Austrija	10.763	4.831	17.827	43,41	14,68	4,8%
Belgija	12.341	8.580	19.254	29,42	7,01	5,6%
Irska	5.111	309	12.609	99,04	62,16	2,3%
Italija	9.029	7.223	12.926	21,18	0,42	4,1%
Urugvaj	3.334	1.920	5.479	40,25	13,44	1,5%
Ostale zemlje	17.523	9.585	23.511	27,27	-0,89	7,9%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 70. Uvoz goveđeg mesa u Japan (2005-2014), tona

Struktura uvoza goveđeg mesa u Japan	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Japan	215.026	199.485	230.024	3,75	-0,40	100,0%
Austalija	161.162	115.649	222.893	22,38	-6,82	74,9%
Sjedinjene Američke Države	43.610	41	86.298	71,78	80,73	20,3%
Novi Zeland	6.312	4.530	7.975	16,69	3,22	2,9%
Meksiko	1.850	1.086	2.843	33,69	7,55	0,9%
Kanada	2.079	12	3.730	46,78	32,36	1,0%
Francuska	11	0	57	*	*	0,0%
Čile	2	0	18	*	*	0,0%
Mađarska	1	0	4	*	*	0,0%
Holandija	0	0	1	*	*	0,0%
Ruska Federacija	0	0	1	*	*	0,0%
Ostale zemlje	0	0	0	*	*	0,0%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development
 *zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 71. Uvoz goveđeg mesa u Francusku (2005-2014), tona

Struktura uvoza goveđeg mesa u Francusku	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Francuska	246.249	212.412	274.464	8,72	-2,59	100,0%
Holandija	65.649	61.347	69.781	4,19	-0,35	26,7%
Nemačka	55.190	39.739	67.730	19,17	-5,66	22,4%
Irska	30.796	24.518	38.367	13,18	-3,11	12,5%
Belgija	25.442	22.793	29.778	7,64	1,83	10,3%
Italija	26.961	22.295	32.821	14,00	-2,29	10,9%
Španija	20.198	11.673	38.952	45,07	-11,40	8,2%
Engleska	6.686	64	11.492	55,04	42,30	2,7%
Poljska	6.356	4.294	10.936	32,32	-4,72	2,6%
Austrija	2.619	1.727	3.636	26,22	5,77	1,1%
Danska	2.635	942	6.096	63,65	9,03	1,1%
Ostale zemlje	3.717	2.011	7.218	45,10	-10,04	1,5%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 72. Uvoz govedeg mesa u Englesku (2005-2014), tona

Struktura uvoza govedeg mesa u Englesku	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Engleska	172.086	162.032	187.540	4,07	0,42	100,0%
Irska	125.627	106.328	139.698	8,16	2,38	73,0%
Holandija	10.561	9.507	12.244	9,21	0,97	6,1%
Poljska	2.866	764	7.646	95,92	23,85	1,7%
Australija	5.760	4.525	7.112	17,86	2,58	3,3%
Nambija	4.409	2.699	6.365	29,13	-5,14	2,6%
Nemačka	3.060	2.706	3.455	9,10	6,71	1,8%
Italija	1.708	826	3.070	40,63	11,81	1,0%
Brazil	4.514	600	15.036	119,57	-22,36	2,6%
Danska	1.197	597	1.930	38,71	0,70	0,7%
Bocvana	2.533	0	5.633	*	*	1,5%
Ostale zemlje	9.852	5.595	17.992	46,83	-13,56	5,7%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 73. Uvoz govedeg mesa u Čile (2005-2014), tona

Struktura uvoza govedeg mesa u Čile	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Čile	120.229	84.921	163.958	19,91	4,41	100,0%
Brazil	32.648	2.685	90.950	93,63	27,44	27,2%
Paragvaj	38.260	85	78.905	59,39	-14,67	31,8%
Argentina	32.353	17.065	52.871	39,39	-5,05	26,9%
Sjedinjene Američke Države	2.885	0	8.542	*	*	2,4%
Urugvaj	8.073	2.490	22.468	72,67	3,07	6,7%
Australija	5.234	0	15.196	*	*	4,4%
Area Nes	764	591	950	14,12	-1,79	0,6%
Meksiko	12	0	122	*	*	0,0%
Ostale zemlje	0	0	0	*	*	0,0%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 74. Uvoz govedeg mesa u Meksiko (2005-2014), tona

Struktura uvoza govedeg mesa u Meksiko	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Meksiko	205.456	137.621	275.360	24,05	-6,80	100,0%
Sjedinjene Američke Države	174.261	118.964	238.549	24,21	-6,18	84,8%
Kanada	30.148	13.849	41.276	31,74	-9,88	14,7%
Nikaragva	256	0	1.546	*	*	0,1%
Urugvaj	163	0	1.014	*	*	0,1%
Japan	0	0	1	*	*	0,0%
Australija	20	0	124	*	*	0,0%
Čile	551	0	4.046	*	*	0,3%
Costa Rica	28	0	244	*	*	0,0%
Honduras	22	0	141	*	*	0,0%

Novi Zeland	9	0	55	*	*	0,0%
Ostale zemlje	0	0	0	*	*	0,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 75. Uvoz goveđeg mesa u Rusku Federaciju (2005-2014), tona

Struktura uvoza goveđeg mesa u Rusku Federaciju	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Ruska Federacija	39.690	11.913	97.510	77,51	19,58	100,0%
Belorusija	13.726	0	71.935	*	*	34,6%
Brazil	1.935	1	8.617	158,68	110,87	4,9%
Litvanija	9.359	5.676	13.118	30,44	-0,23	23,6%
Ukrajina	3.079	0	11.322	*	*	7,8%
Poljska	2.012	0	3.591	*	*	5,1%
Moldavija	857	0	3.033	*	*	2,2%
Urugvaj	124	0	1.125	*	*	0,3%
Kazahstan	96	0	892	*	*	0,2%
Novi Zeland	65	0	573	*	*	0,2%
Argentina	207	0	906	*	*	0,5%
Ostale zemlje	8.229	2.307	13.871	44,05	-12,38	20,7%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 76. Izvoz svinjskog mesa iz Nemačke (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Nemačke	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Nemačka	3.961.424	2.019.813	5.306.357	29,76	11,08	100,0%
Italija	813.268	594.847	1.030.985	16,77	5,45	20,5%
Poljska	426.517	70.948	629.508	50,87	24,49	10,8%
Holandija	424.592	315.383	484.017	12,33	3,59	10,7%
Engleska	252.190	109.140	383.930	33,17	11,98	6,4%
Češka	218.679	91.443	346.183	43,95	17,48	5,5%
Austrija	286.035	197.139	337.865	15,60	4,00	7,2%
Koreja	63.567	0	233.572	*	*	1,6%
Francuska	141.217	64.372	186.638	31,23	12,04	3,6%
Danska	131.205	70.004	213.997	35,40	11,29	3,3%
Kina	52.853	116	158.588	135,87	148,96	1,3%
Ostale zemlje	1.151.303	493.521	1.578.442	35,05	13,05	29,1%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 77. Izvoz svinjskog mesa iz Sjedinjenih Američkih Država (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza svinjskog mesa iz USA	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Sjedinjene Američke Države	3.611.960	2.063.279	4.881.999	37,46	10,07	100,0%
Japan	1.497.745	1.006.678	1.884.109	22,55	7,50	41,5%
Meksiko	563.227	246.423	1.144.744	51,18	17,30	15,6%

Kanada	398.074	268.742	492.495	18,59	5,98	11,0%
Koreja	254.694	133.549	433.294	41,46	9,89	7,1%
Kina	189.668	30.229	464.477	84,82	30,96	5,3%
Australija	111.436	47.086	181.542	47,55	17,57	3,1%
Ruska Federacija	160.513	16.051	315.591	54,45	-3,56	4,4%
Kolumbija	30.910	4.379	120.866	127,47	49,51	0,9%
Hong Kong, China	101.272	9.624	254.370	69,46	21,83	2,8%
Filipini	38.656	1.743	71.374	67,03	49,82	1,1%
Ostale zemlje	265.767	153.372	372.196	30,95	9,94	7,4%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 78. Izvoz svinjskog mesa iz Španije (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Španije	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Španija	2.419.007	1.386.356	3.382.357	28,97	10,45	100,0%
Francuska	740.360	457.528	925.970	21,97	7,58	30,6%
Portugal	312.234	263.916	393.519	12,83	3,22	12,9%
Italija	254.489	135.502	338.344	31,18	11,25	10,5%
Japan	98.981	21.399	316.961	89,14	28,20	4,1%
Nemačka	209.946	172.677	277.799	13,85	-1,74	8,7%
Kina	46.423	17	148.008	122,16	226,63	1,9%
Koreja	44.879	15.390	137.092	77,55	14,99	1,9%
Engleska	88.050	52.700	131.991	31,72	10,53	3,6%
Poljska	59.946	5.237	114.751	67,15	43,06	2,5%
Češka	40.875	10.934	79.949	56,65	22,30	1,7%
Ostale zemlje	522.825	194.671	801.814	42,33	16,69	21,6%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 79. Izvoz svinjskog mesa iz Danske (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Danske	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Danska	3.342.615	3.076.450	3.566.070	6,66	0,07	100,0%
Nemačka	658.422	563.307	745.348	10,91	2,99	19,7%
Japan	669.898	613.208	818.624	9,73	-2,21	20,0%
Engleska	413.852	312.045	518.560	17,76	-4,60	12,4%
Poljska	296.023	171.930	408.942	26,02	6,03	8,9%
Italija	280.171	239.942	335.406	13,74	-2,66	8,4%
Australija	148.945	85.365	210.762	25,52	7,13	4,5%
Sjedinjene Američke Dražave	142.789	121.422	168.659	9,67	-2,27	4,3%
Švedska	165.961	112.358	196.379	15,28	-3,49	5,0%
Kina	40.380	550	104.996	105,50	74,96	1,2%
Francuska	55.178	41.210	76.848	20,06	0,94	1,7%
Ostale zemlje	8.902	442	44.171	149,05	46,42	0,3%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 80. Izvoz svinjskog mesa iz Kanade (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Kanade	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			

Ukupno-Kanada	2.226.088	1.791.243	2.810.239	17,92	5,44	100,0%
Sjedinjene Američke Države	747.493	532.181	1.114.243	22,60	4,79	33,6%
Japan	741.893	623.704	846.589	8,98	1,08	33,3%
Ruska Federacija	204.422	23.241	461.702	66,13	25,76	9,2%
Kina	61.351	13.202	153.629	87,24	35,45	2,8%
Meksiko	52.849	29.172	100.824	42,13	7,26	2,4%
Australija	103.927	95.854	125.916	12,08	-2,42	4,7%
Koreja	103.431	66.726	208.841	39,57	0,71	4,6%
Taipei, Chinese	27.752	5.128	46.695	57,48	25,64	1,2%
Filipini	31.419	3.679	52.149	58,89	30,63	1,4%
Čile	10.082	1.033	34.623	112,34	45,25	0,5%
Ostale zemlje	141.470	72.813	199.410	25,63	6,11	6,4%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 81. Izvoz svinjskog mesa iz Holandije (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Holandije	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Holandija	1.913.027	1.466.737	2.170.977	12,76	3,57	100,0%
Italija	365.835	319.190	432.794	10,13	-1,52	19,1%
Nemačka	305.109	261.566	375.570	13,01	-1,06	15,9%
Grčka	243.398	198.274	279.266	11,13	2,56	12,7%
Engleska	195.125	167.588	210.653	7,11	-2,57	10,2%
Poljska	90.919	34.877	148.513	51,82	19,46	4,8%
Japan	50.384	18.419	124.845	60,32	17,30	2,6%
Španija	54.896	26.098	70.781	31,63	8,15	2,9%
Hong Kong, China	31.044	3.300	57.545	73,20	41,71	1,6%
Belgija	42.075	34.603	54.680	14,32	4,09	2,2%
Koreja	47.942	28.890	74.970	27,51	4,17	2,5%
Ostale zemlje	17.459	0	64.656	*	*	0,9%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 82. Izvoz svinjskog mesa iz Belgije (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Belgije	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Belgija	1.589.550	1.241.201	1.874.283	12,48	3,70	100,0%
Nemačka	722.310	648.773	882.721	9,04	-0,15	45,4%
Poljska	164.536	11.770	371.123	86,02	51,16	10,4%
Holandija	100.328	85.190	107.179	9,01	1,33	6,3%
Italija	119.169	85.047	137.661	13,70	-3,92	7,5%
Engleska	93.502	73.487	112.567	13,42	-1,94	5,9%
Češka	31.511	3.198	64.213	69,82	37,53	2,0%
Francuska	63.587	46.454	79.605	15,83	-4,66	4,0%
Koreja	41.622	23.355	59.448	24,21	-5,82	2,6%
Litvanija	18.287	1.028	39.728	72,71	45,62	1,2%
Rumunija	17.434	8.141	28.061	41,27	5,95	1,1%
Ostale zemlje	217.265	126.675	268.951	23,25	5,39	13,7%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 83. Izvoz svinjskog mesa iz Brazila (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Brazila	Prosečna	Interval varijacije	CV (%)	Stopa	Struktura
--	----------	---------------------	--------	-------	-----------

	vrednost (000 US Dolar)	min	max		promene (%)	svet=100%
Ukupno-Brazil	1.228.583	990.118	1.446.376	11,16	2,73	100,0%
Ruska Federacija	599.172	366.663	809.477	27,30	-4,35	48,8%
Hong Kong, China	158.576	67.663	237.143	35,30	11,83	12,9%
Singapur	69.580	33.430	95.187	24,34	8,67	5,7%
Angola	43.460	5.208	79.819	64,91	34,01	3,5%
Urugvaj	33.277	10.444	61.145	58,70	23,37	2,7%
Argentina	54.634	27.752	115.248	52,65	2,69	4,4%
Čile	6.083	0	23.583	*	*	0,5%
Gruzija	12.320	4.602	22.223	55,74	17,55	1,0%
Venecuela	16.722	0	48.410	*	*	1,4%
Ukrajina	130.571	17.170	358.288	75,30	5,11	10,6%
Ostale zemlje	104.189	82.054	144.971	19,83	-2,71	8,5%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 84. Izvoz svinjskog mesa iz Francuske (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Francuske	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Francuska	1.127.878	961.722	1.287.827	9,63	2,02	100,0%
Italija	331.585	296.096	390.634	7,96	-1,34	29,4%
Engleska	117.225	104.022	124.736	5,41	-0,77	10,4%
Grčka	104.839	66.670	161.454	27,80	-7,02	9,3%
Španija	47.514	26.556	67.641	29,62	9,73	4,2%
Kina	28.618	2.381	68.517	88,50	50,26	2,5%
Japan	39.254	30.079	53.621	18,23	3,20	3,5%
Bugarska	23.090	1.351	49.702	78,47	48,44	2,0%
Nemačka	44.109	34.467	56.305	14,49	1,25	3,9%
Koreja	50.366	27.075	68.958	27,06	-6,77	4,5%
Filipini	18.984	2.594	41.676	76,50	37,39	1,7%
Ostale zemlje	322.294	223.432	401.426	20,02	4,74	28,6%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 85. Izvoz svinjskog mesa iz Poljske (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Poljske	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Poljska	664.488	306.328	1.221.172	45,42	14,48	100,0%
Italija	39.929	510	117.010	114,09	75,42	6,0%
Slovačka	45.347	22.229	106.653	67,93	18,82	6,8%
Češka	70.212	27.096	96.687	30,57	11,56	10,6%
Sjedinjene Američke Države	12.087	198	72.287	181,48	77,74	1,8%
Nemačka	36.539	18.833	68.715	42,23	8,12	5,5%
Hong Kong, China	12.159	80	58.129	143,19	76,12	1,8%
Mađarska	33.889	6.009	76.078	80,34	33,44	5,1%
Litvanija	38.204	17.198	68.273	42,40	0,89	5,7%
Holandija	16.894	2.911	34.785	56,57	20,84	2,5%
Letonija	22.823	11.801	33.036	29,16	5,31	3,4%
Ostale zemlje	336.406	172.000	668.847	51,86	10,29	50,6%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 86. Izvoz svinjskog mesa iz Nemačke (2005-2014), tona

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Nemačke	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Nemačka	1.396.813	833.808	1.748.659	25,56	9,22	100,0%
Italija	300.975	271.442	373.707	12,45	3,77	21,5%
Poljska	142.656	31.820	208.546	48,93	21,68	10,2%
Holandija	148.170	135.928	170.990	13,33	4,07	10,6%
Češka	78.413	36.458	113.412	38,88	14,89	5,6%
Austrija	102.706	80.358	122.258	13,41	2,20	7,4%
Engleska	80.599	43.157	109.712	25,96	8,82	5,8%
Kina	27.267	152	82.931	134,36	116,92	2,0%
Koreja	18.098	0	66.451	*	*	1,3%
Danska	43.360	24.111	68.624	33,37	10,12	3,1%
Rumunija	45.087	31.699	58.087	21,14	3,67	3,2%
Ostale zemlje	409.484	239.283	547.240	31,15	10,95	29,3%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 87. Izvoz svinjskog mesa iz Sjedinjenih Američkih Država (2005-2014), tona

Struktura izvoza svinjskog mesa iz USA	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Sjedinjene Američke Države	1.282.011	819.573	1.647.005	22,92	7,28	100,0%
Meksiko	288.436	142.130	480.486	40,46	13,89	22,5%
Japan	387.075	325.831	464.614	11,09	2,16	30,2%
Koreja	97.034	60.230	148.626	28,82	5,83	7,6%
Kina	97.931	60.230	219.216	74,02	21,02	7,6%
Kanada	109.941	20.838	130.821	14,09	2,97	8,6%
Australija	38.493	18.033	59.668	38,41	13,53	3,0%
Kolumbija	12.123	2.831	41.449	110,12	35,57	0,9%
Hong Kong, China	52.408	5.863	155.081	82,16	13,95	4,1%
Ruska Federacija	65.133	5.437	134.066	56,00	-10,97	5,1%
Filipini	19.896	1.333	39.549	65,72	38,96	1,6%
Ostale zemlje	113.541	77.780	148.163	23,48	5,57	8,9%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 88. Izvoz svinjskog mesa iz Danske (2005-2014), tona

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Danske	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Danska	1.147.522	1.089.031	1.210.464	4,30	-0,90	100,0%
Nemačka	312.848	270.392	351.873	10,44	3,06	27,3%
Japan	146.281	115.787	220.996	22,26	-5,65	12,7%
Poljska	131.470	85.417	162.622	22,30	4,56	11,5%
Engleska	141.587	97.860	174.840	19,04	-5,97	12,3%
Italija	110.895	93.265	138.117	14,60	-3,55	9,7%
Australija	39.329	26.476	53.455	22,85	5,50	3,4%

Kina	18.312	628	43.254	88,87	50,96	1,6%
Sjedinjene Američke Države	32.023	23.982	38.822	13,95	-4,01	2,8%
Svedska	32.225	22.788	39.637	17,05	-4,82	2,8%
Francuska	16.690	10.286	26.814	36,66	-5,31	1,5%
Ostale zemlje	165.864	111.485	212.184	18,91	-3,67	14,5%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 89. Izvoz svinjskog mesa iz Španije (2005-2014), tona

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Španije	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Španija	855.306	598.008	1.076.365	21,11	7,31	100,0%
Francuska	245.263	190.638	280.562	13,71	4,14	28,7%
Italija	102.018	59.400	127.715	27,24	9,29	11,9%
Portugal	114.276	99.280	123.798	6,90	-0,26	13,4%
Kina	24.989	25	74.815	113,96	181,80	2,9%
Japan	22.042	5.451	68.408	85,41	26,91	2,6%
Nemačka	66.972	47.349	88.067	18,68	-5,27	7,8%
Koreja	16.906	7.303	42.552	58,92	11,91	2,0%
Engleska	29.046	18.998	37.757	22,73	6,52	3,4%
Poljska	16.514	1.808	30.648	65,87	39,70	1,9%
Bugarska	15.384	1.346	25.391	60,14	38,68	1,8%
Ostale zemlje	17.161	4.447	27.125	49,49	20,00	2,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 90. Izvoz svinjskog mesa iz Kanade (2005-2014), tona

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Kanade	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Kanada	832.558	737.808	903.994	6,92	2,10	100,0%
Sjedinjene Američke Države	272.217	206.087	318.908	12,98	-0,23	32,7%
Japan	199.035	153.452	233.664	20,53	-3,95	23,9%
Ruska Federacija	86.972	19.167	187.033	53,37	14,60	10,4%
Kina	41.156	11.014	100.307	78,75	28,11	4,9%
Meksiko	32.908	15.024	54.530	36,95	6,22	4,0%
Koreja	49.510	35.364	77.337	24,16	-2,01	5,9%
Australija	35.018	23.774	47.084	22,80	-5,07	4,2%
Taipei, Chinese	16.073	4.751	26.132	51,18	18,57	1,9%
Filipini	22.496	5.952	36.782	55,44	20,09	2,7%
Čile	3.942	498	12.042	106,14	39,98	0,5%
Ostale zemlje	73.231	41.960	109.021	26,22	1,91	8,8%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 91. Izvoz svinjskog mesa iz Holandije (2005-2014), tona

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Holandije	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Holandija	737.405	662.992	812.837	7,73	1,31	100,0%
Italija	146.494	122.799	189.814	15,90	-3,68	19,9%
Nemačka	130.161	98.277	162.688	16,45	-3,92	17,7%
Grčka	93.768	83.772	100.716	5,09	0,54	12,7%
Engleska	69.078	62.646	77.104	7,36	0,40	9,4%

Doktorska disertacija: Mogućnosti poboljšanja konkurentske pozicije Republike Srbije na međunarodnom tržištu mesa

Poljska	40.614	17.532	64.099	48,47	17,23	5,5%
Japan	11.503	4.192	28.784	65,43	15,30	1,6%
Belgija	20.162	12.508	26.507	20,29	0,56	2,7%
Španija	19.455	11.084	29.347	29,58	6,71	2,6%
Danska	15.401	11.634	19.043	14,20	4,32	2,1%
Hong Kong, China	12.770	2.764	23.172	59,38	26,39	1,7%
Ostale zemlje	178.001	130.021	207.588	15,09	4,48	24,1%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 92. Izvoz svinjskog mesa iz Belgije (2005-2014), tona

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Belgije	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Belgija	639.939	544.639	713.762	8,99	2,95	100,0%
Nemačka	289.985	271.403	319.112	5,93	-1,17	45,3%
Poljska	68.775	5.808	163.515	86,74	51,42	10,7%
Holandija	46.201	42.568	50.526	6,42	0,76	7,2%
Italija	44.072	30.800	52.489	15,67	-4,46	6,9%
Engleska	37.997	27.358	48.055	22,62	-3,75	5,9%
Češka	12.428	1.324	24.629	70,47	36,68	1,9%
Francuska	24.877	16.746	36.650	25,11	-7,21	3,9%
Litvanija	7.894	407	15.985	71,22	44,95	1,2%
Koreja	12.494	6.614	18.214	27,83	-7,44	2,0%
Rumunija	7.730	4.222	13.435	41,37	4,58	1,2%
Ostale zemlje	87.488	57.416	106.800	19,01	4,27	13,7%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 93. Izvoz svinjskog mesa iz Francuske (2005-2014), tona

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Francuske	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Francuska	468.577	438.840	490.484	4,48	0,76	100,0%
Italija	134.271	116.281	145.954	9,40	-2,78	28,7%
Engleska	40.264	34.379	54.466	13,58	-3,29	8,6%
Grčka	47.122	29.327	68.437	29,67	-8,87	10,1%
Španija	22.249	12.394	31.491	28,11	8,65	4,7%
Bugarska	10.581	656	24.481	78,34	45,82	2,3%
Kina	13.617	1.993	28.395	71,88	34,65	2,9%
Belgija	16.564	8.816	22.983	36,31	12,22	3,5%
Filipini	9.581	2.246	20.685	67,24	28,86	2,0%
Nemačka	20.125	16.545	24.377	15,05	0,21	4,3%
Mađarska	9.169	3.910	13.960	38,73	14,36	2,0%
Ostale zemlje	145.035	124.901	172.956	10,57	0,42	31,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 94. Izvoz svinjskog mesa iz Brazila (2005-2014), tona

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Brazila	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Brazil	486.971	418.474	579.413	10,86	-2,66	100,0%
Ruska Federacija	219.921	124.167	389.748	37,43	-9,72	45,2%
Hong Kong, China	71.764	45.493	87.929	19,04	3,68	14,7%
Angola	22.333	3.567	38.996	54,27	26,36	4,6%
Singapur	26.215	16.537	32.276	18,06	3,95	5,4%

Doktorska disertacija: Mogućnosti poboljšanja konkurentske pozicije Republike Srbije na međunarodnom tržištu mesa

Urugvaj	12.438	5.937	20.934	44,05	15,23	2,6%
Gruzija	5.982	2.732	10.787	45,83	11,75	1,2%
Čile	2.085	0	7.869	*	*	0,4%
Argentina	19.175	7.718	35.589	43,44	-3,69	3,9%
Albanija	6.618	2.344	9.091	53,61	-8,49	1,4%
Moldavija	8.784	3.217	20.423	62,98	-11,61	1,8%
Ostale zemlje	91.657	40.057	173.717	37,02	-1,00	18,8%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 95. Izvoz svinjskog mesa iz Poljske (2005-2014), tona

Struktura izvoza svinjskog mesa iz Poljske	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Poljska	273.337	147.314	441.309	35,07	10,28	100,0%
Italija	17.396	726	52.076	111,35	74,54	6,4%
Hong Kong, China	10.507	196	42.203	115,43	53,22	3,8%
Nemačka	19.260	10.352	41.125	51,80	7,16	7,0%
Slovačka	18.414	10.274	37.274	49,54	11,33	6,7%
Češka	20.341	15.060	25.580	17,16	2,47	7,4%
Sjedinjene Američke Države	2.951	57	18.881	193,69	70,95	1,1%
Mađarska	13.743	2.335	27.208	76,49	28,16	5,0%
Litvanija	17.547	9.424	36.329	44,81	-2,43	6,4%
Letonija	9.842	4.185	14.332	30,23	-1,26	3,6%
Holandija	5.277	1.124	10.282	52,43	12,37	1,9%
Ostale zemlje	138.062	77.538	242.205	40,31	6,94	50,5%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 96. Uvoz svinjskog mesa u Japan (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza svinjskog mesa u Japan	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Japan	4.238.325	3.298.674	5.224.737	14,77	2,48	100,0%
Sjedinjene Američke Države	1.609.351	1.149.706	2.125.581	19,88	3,37	38,0%
Kanada	916.622	689.215	1.146.771	18,40	0,98	21,6%
Danska	784.008	612.376	1.151.246	18,87	-3,36	18,5%
Meksiko	261.415	176.895	339.997	21,14	6,90	6,2%
Španija	124.732	25.286	339.239	76,60	27,91	2,9%
Čile	178.062	138.016	254.235	24,12	-4,16	4,2%
Holandija	48.794	20.591	99.156	46,82	14,31	1,2%
Mađarska	76.184	36.274	126.514	36,78	5,64	1,8%
Austrija	51.823	28.497	87.155	32,63	5,74	1,2%
Francuska	52.746	36.920	74.325	24,80	3,67	1,2%
Ostale zemlje	134.589	114.639	231.924	51,55	13,09	3,2%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 97. Uvoz svinjskog mesa u Italiju (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza svinjskog mesa u Italiju	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Italija	2.385.422	1.970.502	2.694.634	9,51	2,78	100,0%

Nemačka	788.966	574.909	997.824	16,81	5,23	33,1%
Holandija	386.279	354.091	442.079	7,88	-1,44	16,2%
Španija	264.806	147.492	363.146	30,97	11,36	11,1%
Francuska	321.262	286.432	358.388	6,41	-0,81	13,5%
Danska	279.422	228.982	328.418	13,30	-2,54	11,7%
Austrija	121.241	104.843	136.046	9,19	0,88	5,1%
Poljska	39.505	1.005	111.707	110,81	63,43	1,7%
Belgija	111.227	80.776	129.242	13,35	-3,93	4,7%
Mađarska	43.307	16.545	70.638	45,63	14,29	1,8%
Irska	8.191	4.959	12.078	24,12	-2,64	0,3%
Ostale zemlje	21.215	11.260	47.091	52,50	-3,80	0,9%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 98. Uvoz svinjskog mesa u Nemačku (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza svinjskog mesa u Nemačku	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Nemačka	2.250.934	2.045.350	2.456.945	6,81	1,40	100,0%
Belgija	741.585	648.081	837.961	8,07	1,66	32,9%
Danska	667.155	573.003	745.156	9,96	2,84	29,6%
Holandija	350.158	303.978	446.872	14,32	-2,31	15,6%
Španija	201.022	168.435	252.946	12,82	0,80	8,9%
Poljska	35.874	20.361	65.929	40,64	6,31	1,6%
Francuska	49.689	34.660	74.795	29,27	6,53	2,2%
Engleska	58.197	42.223	74.296	19,96	4,44	2,6%
Irska	29.966	22.605	32.475	10,96	0,12	1,3%
Austrija	20.858	11.315	30.611	34,31	8,16	0,9%
Italija	42.315	40.089	48.559	16,69	-1,53	1,9%
Ostale zemlje	54.114	29.357	88.758	31,91	-5,46	2,4%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 99. Uvoz svinjskog mesa u Poljsku (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza svinjskog mesa u Poljsku	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Poljska	1.174.195	345.596	1.721.954	44,93	19,64	100,0%
Nemačka	390.274	67.672	563.135	50,09	23,61	33,2%
Belgija	162.237	16.717	374.143	82,39	45,97	13,8%
Danska	294.615	159.386	390.191	27,62	6,69	25,1%
Holandija	107.931	46.221	164.669	44,55	16,91	9,2%
Španija	66.564	9.218	133.599	66,77	36,54	5,7%
Engleska	81.291	9.380	113.006	50,35	28,46	6,9%
Francuska	22.707	6.032	40.059	50,88	19,11	1,9%
Švedska	5.187	172	24.808	182,89	59,42	0,4%
Italija	5.011	553	15.992	99,54	37,29	0,4%
Mađarska	15.616	7.501	24.304	34,81	5,38	1,3%
Ostale zemlje	22.762	7.837	37.761	43,83	8,52	1,9%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 100. Uvoz svinjskog mesa u Meksiko (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza svinjskog mesa u Meksiko	Prosečna	Interval varijacije	CV (%)	Stopa	Struktura
--	----------	---------------------	--------	-------	-----------

	vrednost (000 US Dolar)	min	max		promene (%)	svet=100%
Ukupno-Meksiko	857.029	509.359	1.561.075	39,84	13,07	100,0%
Sjedinjene Američke Države	777.111	448.341	1.388.550	39,26	13,31	90,7%
Kanada	74.996	42.361	167.871	55,44	12,81	8,8%
Čile	4.583	1.724	11.527	70,33	-12,57	0,5%
Danska	331	0	1.659	*	*	0,0%
Španija	4	0	37	*	*	0,0%
Novi Zeland	3	0	27	*	*	0,0%
Švedska	4	0	35	*	*	0,0%
Ostale zemlje	0	0	0	*	*	0,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 101. Uvoz svinjskog mesa u Rusku Federaciju (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza svinjskog mesa u Rusku Federaciju	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Ruska Federacija	1.811.496	819.089	2.461.479	26,61	6,46	100,0%
Brazil	609.124	399.552	802.130	24,99	-1,77	33,6%
Kanada	233.960	11.988	574.329	66,68	28,25	12,9%
Čile	24.210	0	89.601	*	*	1,3%
Sjedinjene Američke Države	187.873	19.001	305.964	68,61	-5,40	10,4%
Srbija	6.204	0	52.850	*	*	0,3%
Belorusija	13.517	0	52.070	*	*	0,7%
Danska	191.544	21.198	261.651	48,40	-1,77	10,6%
Kina	1.756	0	15.133	*	*	0,1%
Nemačka	192.243	14.188	354.977	65,67	5,65	10,6%
Ukrajina	19.262	0	91.826	*	*	1,1%
Ostale zemlje	331.805	47.074	702.790	58,77	2,76	18,3%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 102. Uvoz svinjskog mesa u Francusku (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza svinjskog mesa u Francusku	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Francuska	1.045.819	730.090	1.253.061	15,96	5,35	100,0%
Španija	708.723	423.289	913.468	22,15	7,80	67,8%
Nemačka	123.949	46.148	178.420	36,43	14,76	11,9%
Danska	44.194	31.008	64.159	26,93	-6,49	4,2%
Belgija	57.865	43.481	75.367	20,94	-6,06	5,5%
Holandija	57.208	26.515	78.773	36,15	-11,56	5,5%
Italija	14.132	11.448	18.310	16,87	3,04	1,4%
Irska	7.587	5.860	9.276	14,69	-1,64	0,7%
Poljska	8.559	3.477	18.365	69,85	-16,44	0,8%
Francuska	3.789	1.123	5.942	51,35	12,68	0,4%
Engleska	3.965	2.201	5.512	26,39	-4,29	0,4%
Ostale zemlje	15.850	7.423	25.231	69,99	-7,53	1,5%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 103. Uvoz svinjskog mesa u Koreju (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza svinjskog mesa u Koreju	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Koreja	890.440	591.062	1.438.444	30,18	6,11	100,0%
Sjedinjene Američke Države	252.652	133.156	461.296	41,23	10,28	28,4%
Nemačka	58.316	0	217.146	*	*	6,5%
Španija	48.999	17.927	112.667	55,14	13,45	5,5%
Čile	103.429	79.155	124.660	16,25	2,48	11,6%
Kanada	110.714	72.839	208.867	35,77	-0,44	12,4%
Austrija	50.344	26.717	79.409	29,66	4,89	5,7%
Francuska	55.102	29.796	74.792	26,91	-6,87	6,2%
Holandija	46.050	33.635	74.058	26,46	1,99	5,2%
Belgija	46.579	28.815	58.240	24,24	-6,22	5,2%
Meksiko	16.714	3.744	34.356	70,71	27,07	1,9%
Ostale zemlje	101.539	52.501	168.017	35,56	-2,56	11,4%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 104. Uvoz svinjskog mesa u Englesku (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza svinjskog mesa u Englesku	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Engleska	1.157.429	1.007.462	1.392.195	10,62	-0,89	100,0%
Danska	385.136	264.438	590.694	34,23	-8,54	33,3%
Nemačka	190.374	111.385	280.106	28,80	7,97	16,4%
Holandija	146.113	115.609	167.573	12,21	1,65	12,6%
Irska	119.817	104.799	167.889	21,49	1,88	10,4%
Francuska	101.934	93.124	114.764	7,99	0,80	8,8%
Belgija	98.262	85.746	109.632	11,72	2,42	8,5%
Španija	69.022	49.978	99.334	23,65	6,10	6,0%
Poljska	11.528	4.166	21.928	55,16	-1,72	1,0%
Italija	9.103	4.242	14.977	43,62	9,00	0,8%
Portugal	4.904	182	10.266	90,78	62,61	0,4%
Ostale zemlje	21.237	8.831	53.313	63,35	-13,67	1,8%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 105. Uvoz svinjskog mesa u Kinu (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza svinjskog mesa u Kinu	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Kina	502.570	21.303	1.049.175	89,74	54,94	100,0%
Sjedinjene Američke Države	167.149	1.425	433.396	95,29	62,31	33,3%
Nemačka	65.584	0	210.707	*	*	13,0%
Španija	52.616	0	160.963	*	*	10,5%
Danska	68.969	723	142.955	79,52	64,98	13,7%
Kanada	63.329	15.157	138.620	66,05	25,58	12,6%
Francuska	37.738	454	80.995	80,25	55,42	7,5%
Čile	9.509	0	40.726	*	*	1,9%
Engleska	8.095	0	39.832	*	*	1,6%
Irska	11.253	0	35.355	*	*	2,2%
Poljska	11.806	0	75.765	*	*	2,3%
Ostale zemlje	6.522	0	26.132	*	*	1,3%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 106. Uvoz svinjskog mesa u Italiju (2005-2014), tona

Struktura uvoza svinjskog mesa u Italija	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Italija	925.981	856.583	1.024.651	6,16	1,42	100,0%
Nemačka	293.898	242.536	367.844	13,63	3,60	31,7%
Holandija	160.173	138.855	184.311	10,03	-2,94	17,3%
Španija	103.009	68.084	128.804	25,15	8,74	11,1%
Francuska	129.784	115.756	144.435	7,72	-2,00	14,0%
Danska	110.968	91.166	136.543	14,82	-3,54	12,0%
Poljska	16.781	248	49.968	111,77	74,48	1,8%
Austrija	40.032	30.810	45.525	10,71	-1,38	4,3%
Belgija	42.282	31.085	49.434	14,04	-3,97	4,6%
Mađarska	17.982	4.450	33.084	57,31	19,56	1,9%
Irska	2.881	1.591	3.846	24,74	-2,86	0,3%
Ostale zemlje	8.192	4.429	15.820	44,90	-3,10	0,9%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 107. Uvoz svinjskog mesa u Nemačku (2005-2014), tona

Struktura uvoza svinjskog mesa u Nemačku	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Nemačka	959.767	925.662	982.339	2,66	0,44	100,0%
Danska	316.384	272.170	353.640	10,22	3,11	33,0%
Belgija	308.302	268.542	329.578	6,44	0,93	32,1%
Holandija	149.350	112.012	193.313	18,98	-5,22	15,6%
Španija	64.747	54.691	84.016	14,70	-1,74	6,7%
Poljska	17.803	9.350	33.268	44,64	3,72	1,9%
Francuska	23.332	14.625	36.983	34,58	7,81	2,4%
Engleska	28.590	22.243	33.464	12,86	3,26	3,0%
Irska	13.752	9.604	15.655	12,90	-2,31	1,4%
Italija	16.238	8.981	22.212	20,91	-4,18	1,7%
Austrija	6.437	3.461	9.999	33,23	3,30	0,7%
Ostale zemlje	14.832	9.313	27.748	37,74	-7,25	1,5%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 108. Uvoz svinjskog mesa u Japan (2005-2014), tona

Struktura uvoza svinjskog mesa u Japan	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Japan	777.208	702.938	873.115	6,70	-0,14	100,0%
Sjedinjene Američke Države	292.966	252.288	336.993	8,79	0,63	37,7%
Kanada	167.515	142.241	195.235	9,56	-1,63	21,6%
Danska	147.342	113.951	230.976	23,76	-5,69	19,0%
Španija	21.444	4.551	65.515	83,99	26,84	2,8%
Meksiko	47.431	35.189	65.515	19,49	4,11	6,1%
Čile	33.706	23.777	63.041	32,98	-6,72	4,3%
Holandija	9.113	4.557	51.717	50,43	11,57	1,2%

Mađarska	13.790	8.103	19.921	29,82	2,95	1,8%
Austrija	9.721	5.082	21.003	35,11	3,09	1,3%
Francuska	9.722	7.205	17.556	19,97	1,06	1,3%
Ostale zemlje	24.458	8.652	13.369	47,86	10,39	3,1%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 109. Uvoz svinjskog mesa u Poljsku (2005-2014), tona

Struktura uvoza svinjskog mesa u Poljsku	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Poljska	440.798	164.430	602.107	40,56	16,70	100,0%
Belgija	67.254	7.040	160.941	83,28	46,09	15,3%
Nemačka	133.468	30.653	192.159	47,97	20,57	30,3%
Danska	127.767	74.897	160.120	23,65	4,87	29,0%
Holandija	48.594	22.880	72.559	38,65	14,44	11,0%
Španija	17.432	2.683	33.888	64,20	32,66	4,0%
Engleska	19.869	4.473	27.641	45,48	21,35	4,5%
Francuska	10.227	2.892	17.311	49,58	17,89	2,3%
Švedska	1.267	64	5.048	156,29	49,18	0,3%
Mađarska	4.486	2.668	6.851	29,59	5,24	1,0%
Finska	912	0	4.186	*	*	0,2%
Ostale zemlje	9.522	4.913	15.627	35,82	4,91	2,2%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 110. Uvoz svinjskog mesa u Meksiko (2005-2014), tona

Struktura uvoza svinjskog mesa u Meksiko	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Meksiko	445.546	304.494	600.528	24,21	8,08	100,0%
Sjedinjene Američke Države	405.304	267.526	531.023	23,98	8,14	91,0%
Kanada	37.620	24.248	67.885	40,94	8,93	8,4%
Čile	2.557	1.154	6.058	61,47	-11,01	0,6%
Danska	60	0	285	*	*	0,0%
Novi Zeland	2	0	15	*	*	0,0%
Španija	0	0	2	*	*	0,0%
Švedska	4	0	36	*	*	0,0%
Ostale zemlje	0	0	0	*	*	0,0%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 111. Uvoz svinjskog mesa u Kinu (2005-2014), tona

Struktura uvoza svinjskog mesa u Kinu	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Kina	298.801	23.843	583.480	76,03	42,63	100,0%
Sjedinjene Američke Države	94.991	2.102	252.451	93,00	46,92	31,8%
Nemačka	35.901	0	114.888	*	*	12,0%
Španija	32.801	0	91.533	*	*	11,0%
Danska	45.481	967	74.193	64,60	45,14	15,2%
Kanada	39.497	15.773	74.322	46,87	16,48	13,2%
Engleska	5.339	0	27.536	*	*	1,8%

Doktorska disertacija: Mogućnosti poboljšanja konkurentne pozicije Republike Srbije na međunarodnom tržištu mesa

Francuska	22.621	574	33.899	91,15	33,25	7,6%
Čile	5.713	0	25.500	*	*	1,9%
Irska	6.567	0	19.804	*	*	2,2%
Poljska	6.634	0	42.738	*	*	2,2%
Ostale zemlje	3.256	0	14.350	*	*	1,1%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 112. Uvoz svinjskog mesa u Sjedinjene Američke Države (2005-2014), tona

Struktura uvoza svinjskog mesa u USA	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Sjedinjene Američke Države	320.016	237.430	392.969	13,42	0,42	100,0%
Kanada	270.583	190.226	318.511	14,33	-9,47	84,6%
Danska	32.215	24.624	37.457	11,32	-3,02	10,1%
Poljska	2.666	0	16.857	*	*	0,8%
Meksiko	3.613	1.039	7.554	60,65	24,26	1,1%
Irska	2.870	1.642	5.721	45,04	10,53	0,9%
Holandija	2.776	629	4.787	44,54	13,46	0,9%
Engleska	2.113	1.507	3.442	32,70	8,13	0,7%
Španija	392	0	2.842	*	*	0,1%
Čile	1.443	0	2.688	*	*	0,5%
Finska	1.015	659	1.485	29,01	-7,83	0,3%
Ostale zemlje	330	1	790	87,26	-39,92	0,1%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 113. Uvoz svinjskog mesa u Rusku Federaciju (2005-2014), tona

Struktura uvoza svinjskog mesa u Rusku Federaciju	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Ruska Federacija	633.561	562.953	735.450	17,62	-2,33	100,0%
Brazil	220.654	124.386	397.826	38,07	-9,79	69,0%
Kanada	82.168	42.408	181.253	55,58	17,28	25,7%
Čile	7.440	0	23.900	*	*	2,3%
Sjedinjene Američke Države	67.436	5.937	159.377	66,95	-13,26	21,1%
Srbija	1.665	0	14.065	*	*	0,5%
Belorusija	3.634	0	16.714	*	*	1,1%
Danska	67.839	5.561	93.229	43,90	-10,82	21,2%
Ukrajina	4.754	0	19.815	*	*	1,5%
Nemačka	65.718	3.749	111.908	56,24	-3,06	20,5%
Kina	533	0	3.573	*	*	0,2%
Ostale zemlje	111.721	12.556	195.895	45,57	-5,28	34,9%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 114. Uvoz svinjskog mesa u Francusku (2005-2014), tona

Struktura uvoza svinjskog mesa u Francusku	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Francuska	345.122	302.049	365.914	5,99	1,80	100,0%

Doktorska disertacija: Mogućnosti poboljšanja konkurentne pozicije Republike Srbije na međunarodnom tržištu mesa

Španija	230.635	175.048	263.684	13,24	4,39	66,8%
Nemačka	37.427	18.498	51.712	28,65	10,57	10,8%
Danska	14.919	9.921	25.495	37,73	-4,70	4,3%
Belgija	22.585	16.167	32.368	28,39	-7,94	6,5%
Holandija	23.117	8.925	32.569	41,78	-14,02	6,7%
Italija	4.363	2.471	5.926	25,23	0,42	1,3%
Irska	2.960	972	4.748	40,50	-13,27	0,9%
Engleska	1.657	685	2.500	36,48	-4,20	0,5%
Poljska	2.047	630	4.783	81,18	-19,05	0,6%
Portugal	895	59	1.695	54,39	8,43	0,3%
Ostale zemlje	4.517	2.719	11.866	61,97	-4,27	1,3%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 115. Uvoz svinjskog mesa u Koreju (2005-2014), tona

Struktura uvoza svinjskog mesa u Koreju	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Koreja	334.289	261.378	487.169	19,35	2,65	100,0%
Sjedinjene Američke Države	97.208	59.488	150.112	25,95	5,89	29,1%
Nemačka	16.971	0	65.512	*	*	5,1%
Španija	21.710	9.283	38.115	38,18	10,76	6,5%
Kanada	56.681	34.850	80.237	22,16	-4,13	17,0%
Čile	35.718	25.169	43.494	18,67	-1,26	10,7%
Austrija	14.722	9.707	22.358	24,51	2,52	4,4%
Belgija	14.124	8.213	20.215	27,62	-7,82	4,2%
Francuska	15.894	7.262	21.864	31,03	-9,45	4,8%
Holandija	12.649	9.121	20.740	26,38	0,17	3,8%
Danska	15.336	8.835	25.513	39,60	-7,99	4,6%
Ostale zemlje	33.277	22.775	51.311	24,52	1,30	10,0%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development
*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 116. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Novog Zelanda (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Novog Zelanda	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Novi Zeland	1.997.314	1.555.183	2.540.006	15,92	4,94	100,0%
Kina	199.515	29.794	683.547	117,34	44,65	10,0%
Engleska	430.498	377.400	471.254	7,16	1,76	21,6%
Sjedinjene Američke Države	176.063	136.496	238.418	17,82	3,70	8,8%
Nemačka	213.819	170.397	244.588	12,00	-1,97	10,7%
Holandija	81.369	38.215	142.377	51,67	16,98	4,1%
Francuska	159.769	111.865	196.938	17,34	-3,48	8,0%
Saudijska Arabija	63.302	33.103	80.916	27,80	9,12	3,2%
Kanada	68.231	53.942	97.455	17,18	3,36	3,4%
Belgija	105.066	62.860	152.915	27,31	-5,88	5,3%
Japan	42.035	28.905	53.726	21,97	-0,31	2,1%
Ostale zemlje	457.647	381.413	577.601	14,63	2,70	22,9%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 117. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Australije (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Australije	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Australija	1.487.027	980.612	2.533.652	33,86	10,69	100,0%
Sjedinjene Američke Države	386.533	311.662	599.795	23,85	6,32	26,0%
Kina	129.786	18.017	395.626	112,56	44,26	8,7%
Ujedinjeni Arapski Emirati	104.318	39.772	167.606	37,85	14,78	7,0%
Malezija	48.708	22.233	114.166	59,13	18,61	3,3%
Japan	85.393	71.866	111.851	14,79	1,79	5,7%
Saudijska Arabija	70.666	59.839	108.294	20,37	4,33	4,8%
Engleska	73.494	61.495	100.668	17,91	5,05	4,9%
Jordan	38.361	3.249	83.622	72,91	41,83	2,6%
Taipei, Chinese	43.600	32.370	72.764	26,73	3,80	2,9%
Kanada	47.529	33.921	70.755	26,75	8,65	3,2%
Ostale zemlje	458.640	288.128	713.454	30,07	10,21	30,8%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 118. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Engleske (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Engleske	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Engleska	511.641	404.990	634.976	18,10	5,68	100,0%
Francuska	318.366	280.626	380.378	11,11	2,43	62,2%
Nemačka	40.168	19.014	67.052	47,81	16,57	7,9%
Belgija	42.743	29.314	61.417	22,33	6,44	8,4%
Irska	28.255	14.898	42.802	32,59	9,57	5,5%
Italija	31.532	20.182	46.188	21,28	3,48	6,2%
Hong Kong, China	8.264	0	31.552	*	*	1,6%
Holandija	10.461	4.912	20.353	48,82	15,81	2,0%
Norveška	4.393	0	16.211	*	*	0,9%
Austrija	4.366	2.275	5.984	25,41	8,75	0,9%
Španija	3.644	1.670	5.582	28,71	4,92	0,7%
Ostale zemlje	19.450	11.688	26.766	22,87	5,19	3,8%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 119. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Irske (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Irske	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Irska	248.214	214.555	292.687	9,86	2,07	100,0%
Francuska	128.607	107.570	152.927	11,63	-3,26	51,8%
Engleska	46.090	37.000	55.543	13,92	-1,27	18,6%
Nemačka	16.567	8.773	27.438	44,31	15,45	6,7%
Belgija	13.920	7.105	29.933	55,94	15,57	5,6%
Švedska	12.798	6.719	21.769	45,68	14,19	5,2%
Danska	5.294	2.656	11.550	58,84	18,39	2,1%
Švajcarska	4.360	2	11.239	119,16	188,35	1,8%
Italija	6.755	3.212	8.824	32,52	11,61	2,7%
Holandija	4.087	1.813	7.079	50,43	16,36	1,6%
Hong Kong, China	1.187	0	4.306	*	*	0,5%

Ostale zemlje	8.549	4.961	13.222	28,31	-2,35	3,4%
<i>Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development</i>						
<i>*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene</i>						

Tabela 120. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Holandije (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Holandije	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Holandija	142.610	47.942	244.326	57,29	21,10	100,0%
Belgija	54.437	23.565	103.037	61,78	19,50	38,2%
Nemačka	23.528	4.611	53.716	76,29	32,62	16,5%
Francuska	24.798	5.560	40.184	50,51	19,07	17,4%
Švedska	7.767	879	19.607	98,70	47,81	5,4%
Finska	6.232	486	15.568	73,56	27,62	4,4%
Engleska	4.041	975	7.177	61,02	2,90	2,8%
Italija	6.030	3.681	7.406	20,61	2,90	4,2%
Danska	2.578	496	4.441	58,35	27,51	1,8%
Španija	3.202	1.747	4.629	28,44	-1,43	2,2%
Švajcarska	1.627	0	5.133	*	*	1,1%
Ostale zemlje	8.368	3.857	14.318	49,73	18,03	5,9%
<i>Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development</i>						
<i>*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene</i>						

Tabela 121. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Španije (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Španije	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Španija	132.082	84.054	177.184	26,47	8,39	100,0%
Francuska	51.101	25.182	73.425	32,11	10,26	38,7%
Italija	30.860	24.120	40.388	14,99	1,85	23,4%
Portugal	11.410	8.681	13.235	14,26	4,11	8,6%
Alžir	2.239	0	12.288	*	*	1,7%
Engleska	13.314	8.449	20.393	35,46	2,35	10,1%
Ujedinjeni Arapski Emirati	962	0	7.705	*	*	0,7%
Holandija	4.659	1.460	9.917	67,46	18,98	3,5%
Grčka	2.864	477	5.791	60,09	10,15	2,2%
Hong Kong, China	2.131	0	9.614	*	*	1,6%
Nemačka	4.075	2.603	5.945	29,82	1,97	3,1%
Ostale zemlje	8.468	4.444	13.706	36,62	12,56	6,4%
<i>Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development</i>						
<i>*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene</i>						

Tabela 122. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Indije (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Indije	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Indija	73.443	15.383	182.508	74,58	23,57	100,0%
Ujedinjeni Arapski Emirati	22.987	3.799	131.643	100,18	35,88	31,3%
Saudijska Arabija	25.708	8.081	65.740	49,86	16,21	35,0%
Katar	4.508	1.304	43.547	80,91	28,14	6,1%
Kuvajt	4.804	221	10.988	111,62	50,41	6,5%

Oman	1.631	297	17.355	68,94	24,28	2,2%
Bahrain	417	122	2.993	87,58	31,39	0,6%
Maldivi	90	0	941	*	*	0,1%
Sejšeli	38	0	155	*	*	0,1%
Area Nes	308	0	2.889	*	*	0,4%
Angola	2.199	0	13.730	*	*	3,0%
Ostale zemlje	10.753	0	85.135	*	*	14,6%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 123. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Belgije (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Belgije	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Belgija	159.969	100.836	236.977	27,16	-7,33	100,0%
Francuska	83.078	33.014	141.435	44,07	-13,45	51,9%
Holandija	30.430	22.929	50.250	26,21	-2,53	19,0%
Nemačka	18.755	14.642	23.699	14,43	-1,57	11,7%
Luksemburg	4.678	3.572	5.488	13,83	4,34	2,9%
Švedska	3.871	3.045	4.841	15,77	2,78	2,4%
Italija	4.402	3.612	5.963	15,78	1,45	2,8%
Engleska	2.695	1.265	5.437	47,76	-3,48	1,7%
Finska	3.456	2.602	5.141	21,94	-3,17	2,2%
Danska	3.444	1.776	6.410	37,64	-7,92	2,2%
Austrija	1.819	1.413	2.244	12,10	2,73	1,1%
Ostale zemlje	3.342	2.107	4.833	25,60	4,42	2,1%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 124. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Urugvaja (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Urugvaja	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Urugvaj	71.412	37.189	98.374	28,51	10,10	100,0%
Brazil	27.826	11.114	54.709	48,68	17,14	39,0%
Kina	6.298	415	27.963	139,78	67,11	8,8%
Nemačka	6.248	3.172	13.464	44,71	4,77	8,7%
Jordan	2.823	73	12.270	130,56	49,30	4,0%
Holandija	3.541	2.220	4.574	29,49	4,52	5,0%
Francuska	4.146	2.042	6.505	31,98	-4,19	5,8%
Engleska	5.385	2.936	8.828	35,14	-9,99	7,5%
Ruska Federacija	1.753	75	4.656	87,48	37,23	2,5%
Kanada	252	0	1.219	*	*	0,4%
Tunis	413	0	1.742	*	*	0,6%
Ostale zemlje	12.728	3.499	21.716	45,33	-8,77	17,8%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 125. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Etiopije (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Etiopije	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			

Doktorska disertacija: Mogućnosti poboljšanja konkurentne pozicije Republike Srbije na međunarodnom tržištu mesa

Ukupno-Etiopija	41.997	13.568	77.353	62,90	24,74	100,0%
Ujedinjeni Arapski Emirati	25.582	4.503	50.350	68,79	30,43	60,9%
Saudiska Arabija	15.391	5.215	26.648	56,98	20,62	36,6%
Bahrain	535	0	2.784	*	*	1,3%
Oman	29	0	112	*	*	0,1%
Vijetnam	8	0	79	*	*	0,0%
Kuvajt	35	0	128	*	*	0,1%
Katar	15	0	92	*	*	0,0%
Area Nes	7	0	52	*	*	0,0%
Angola	0	0	4	*	*	0,0%
Bosna i Hercegovina	2	0	15	*	*	0,0%
Ostale zemlje	394	0	1.108	*	*	0,9%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 126. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Australije (2005-2014), tona

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Australije	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Australije	355.679	294.503	498.510	18,69	3,60	100,0%
Kina	46.702	15.625	117.523	82,12	25,89	13,1%
Sjedinjene Američke Države	65.837	57.064	81.978	11,50	0,35	18,5%
Ujedinjeni Arapski Emirati	23.377	12.151	30.572	21,14	6,36	6,6%
Malezija	12.838	8.481	25.353	42,67	10,80	3,6%
Saudijska Arabija	21.758	15.120	27.339	22,02	-4,46	6,1%
Taipei, Chinese	13.639	10.174	19.196	22,74	-2,00	3,8%
Hong Kong, China	7.888	854	16.369	65,10	28,46	2,2%
Japan	15.310	12.055	20.125	18,89	-4,33	4,3%
Jordan	9.025	1.247	15.966	62,05	31,48	2,5%
Engleska	14.141	11.702	16.760	11,78	-2,27	4,0%
Ostale zemlje	125.163	96.007	142.625	12,81	-0,68	35,2%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 127. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Novog Zelanda (2005-2014), tona

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Novog Zelanda	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Novi Zeland	392.620	348.040	442.500	7,86	-0,15	100,0%
Kina	60.956	22.729	146.322	85,47	23,87	15,5%
Engleska	79.318	63.632	91.392	13,97	-3,62	20,2%
Sjedinjene Američke Države	22.847	20.634	26.166	7,78	-0,98	5,8%
Nemačka	25.604	18.182	32.722	23,03	-6,82	6,5%
Francuska	25.361	16.284	31.412	25,29	-7,96	6,5%
Saudijska Arabija	18.552	14.171	27.538	22,82	-0,97	4,7%
Holandija	8.627	4.164	14.115	41,28	13,66	2,2%
Kanada	11.748	10.360	13.602	9,72	-0,97	3,0%
Jordan	6.495	1.204	13.238	56,46	22,54	1,7%
Malezija	8.104	6.679	10.432	17,15	1,41	2,1%

Ostale zemlje	125.009	75.242	169.456	26,53	-8,26	31,8%
---------------	---------	--------	---------	-------	-------	-------

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 128. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Engleske (2005-2014), tona

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Engleske	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Engleska	92.586	69.883	103.963	10,88	2,64	100,0%
Francuska	58.176	50.633	65.852	9,74	-1,92	62,8%
Hong Kong, China	3.411	0	13.072	*	*	3,7%
Nemačka	6.421	3.010	10.154	42,34	14,01	6,9%
Irska	5.120	2.191	8.256	40,13	12,21	5,5%
Belgija	7.424	5.777	7.311	18,17	-2,01	8,0%
Italija	4.923	3.422	6.980	18,60	0,91	5,3%
Holandija	1.607	730	3.516	53,69	16,91	1,7%
Norveška	572	0	2.108	*	*	0,6%
Austrija	710	517	877	17,43	4,72	0,8%
Španija	554	395	777	28,88	2,60	0,6%
Ostale zemlje	3.668	1.429	5.019	35,46	10,36	4,0%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 129. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Irske (2005-2014), tona

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Irske	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Irska	44.455	35.148	55.080	14,83	-3,23	100,0%
Francuska	22.384	17.178	32.603	24,26	-6,56	50,4%
Engleska	11.390	8.401	15.290	19,78	-5,19	25,6%
Svedska	2.257	1.604	3.309	26,64	4,33	5,1%
Nemačka	2.100	1.491	3.165	28,00	6,10	4,7%
Belgija	1.836	1.141	3.136	35,70	6,20	4,1%
Italija	1.160	806	1.465	20,23	4,63	2,6%
Hong Kong, China	343	0	1.158	*	*	0,8%
Danska	669	424	1.038	27,13	4,52	1,5%
Švajcarska	282	1	804	116,88	125,75	0,6%
Holandija	583	335	1.162	48,87	10,23	1,3%
Ostale zemlje	1.452	670	2.085	34,03	-5,81	3,3%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 130. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Španije (2005-2014), tona

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Španije	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Španija	26.405	18.321	34.392	21,81	5,94	100,0%
Francuska	10.302	6.489	13.609	26,18	6,40	39,0%
Italija	5.050	3.587	5.934	16,38	2,30	19,1%
Engleska	3.239	2.105	4.336	21,88	-2,25	12,3%
Portugal	2.471	2.264	2.264	6,93	-0,60	9,4%
Alžir	356	0	1.894	*	*	1,3%
Hong Kong, China	817	0	3.455	*	*	3,1%

Doktorska disertacija: Mogućnosti poboljšanja konkurentne pozicije Republike Srbije na međunarodnom tržištu mesa

Holandija	867	384	1.511	47,77	14,98	3,3%
Grčka	730	173	1.094	47,01	5,06	2,8%
Ujedinjeni Arapski Emirati	121	0	717	*	*	0,5%
Nemačka	627	478	835	19,01	1,49	2,4%
Ostale zemlje	1.826	1.032	3.025	39,64	10,98	6,9%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 131. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Holandije (2005-2014), tona

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Holandije	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Holandija	16.336	6.485	25.353	41,80	15,59	100,0%
Belgija	5.281	2.287	9.151	50,58	17,52	32,3%
Francuska	3.460	907	5.210	41,55	14,57	21,2%
Nemačka	2.351	674	4.605	61,86	25,43	14,4%
Švedska	548	89	1.371	86,23	38,31	3,4%
Finska	699	57	1.105	80,65	26,35	4,3%
Italija	1.322	982	1.663	18,89	-2,10	8,1%
Engleska	644	155	1.180	54,93	23,42	3,9%
Danska	312	61	590	57,95	21,99	1,9%
Španija	447	277	923	42,07	-0,61	2,7%
Portugal	143	81	283	50,22	5,43	0,9%
Ostale zemlje	1.129	606	2.095	42,39	13,42	6,9%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 132. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Indije (2005-2014), tona

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Indije	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Indija	18.795	6.581	66.729	95,07	11,73	100,0%
Ujedinjeni Arapski Emirati	4.923	1.554	11.455	74,72	23,74	26,2%
Saudijska Arabija	5.907	3.307	12.466	48,10	5,90	31,4%
Katar	997	431	1.914	50,27	11,84	5,3%
Kuvajt	1.366	84	7.427	160,19	30,95	7,3%
Oman	427	89	1.089	66,09	11,41	2,3%
Bahrain	95	27	165	53,83	0,88	0,5%
Maldivi	24	4	75	81,19	16,17	0,1%
Sejšeli	11	0	34	*	*	0,1%
Area Nes	149	0	1.430	*	*	0,8%
Angola	846	0	5.645	*	*	4,5%
Ostale zemlje	4.050	0	34.208	*	*	21,6%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 133. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Urugvaja (2005-2014), tona

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Urugvaja	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Urugvaj	16.607	11.217	24.850	23,09	1,65	100,0%
Brazil	6.732	4.611	9.582	23,47	2,86	40,5%

Doktorska disertacija: Mogućnosti poboljšanja konkurentne pozicije Republike Srbije na međunarodnom tržištu mesa

Kina	1.960	236	7.349	113,02	42,13	11,8%
Jordan	829	47	4.320	153,14	29,45	5,0%
Nemačka	619	401	1.002	27,19	5,22	3,7%
Holandija	493	394	686	17,90	-2,44	3,0%
Francuska	686	344	1.064	34,77	-8,40	4,1%
Engleska	843	351	1.291	44,28	-14,31	5,1%
Ruska Federacija	509	26	1.723	99,27	19,76	3,1%
Tunis	94	0	423	*	*	0,6%
Hong Kong, China	193	0	844	*	*	1,2%
Ostale zemlje	3.649	669	7.252	64,91	-18,47	22,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 134. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Etiopije (2005-2014), tona

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Etiopije	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Etiopija	9.829	4.552	15.267	41,27	13,13	100,0%
Ujedinjeni Arapski Emirati	5.887	1.413	10.296	51,66	19,26	59,9%
Saudijska Arabija	3.609	1.969	4.920	31,97	8,58	36,7%
Bahrain	131	0	364	*	*	1,3%
Oman	7	0	25	*	*	0,1%
Vijetnam	2	0	16	*	*	0,0%
Kuvajt	9	0	40	*	*	0,1%
Katar	4	0	18	*	*	0,0%
Area Nes	2	0	18	*	*	0,0%
Angola	0	0	2	*	*	0,0%
Bosna i Hercegovina	1	0	4	*	*	0,0%
Ostale zemlje	179	0	1.015	*	*	1,8%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 135. Izvoz ovčijeg i kozijeg mesa iz Pakistana (2005-2014), tona

Struktura izvoza ovčijeg i kozijeg mesa iz Pakistana	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Pakistan	10.236	5.403	17.218	40,08	11,73	100,0%
Saudijska Arabija	5.020	2.814	7.091	35,13	11,09	49,0%
Ujedinjeni Arapski Emirati	1.717	847	2.477	33,32	6,96	16,8%
Bahrain	860	211	2.243	85,07	31,83	8,4%
Oman	606	365	797	25,78	4,00	5,9%
Vijetnam	78	0	556	*	*	0,8%
Kuvajt	506	315	884	32,54	-2,12	4,9%
Katar	459	282	604	24,39	-5,33	4,5%
Malezija	27	0	221	*	*	0,3%
Avganistan	21	0	182	*	*	0,2%
Tajland	12	0	113	*	*	0,1%
Ostale zemlje	931	0	4.305	*	*	9,1%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 136. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Kinu (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Kinu	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Kina	336.958	54.712	1.132.463	116,16	43,23	100,0%
Novi Zeland	201.751	29.773	701.460	116,63	42,59	59,9%
Australija	126.441	19.107	398.406	113,84	43,19	37,5%
Urugvaj	8.729	317	34.018	151,26	73,53	2,6%
Kina	19	0	188	*	*	0,0%
Danska	2	0	20	*	*	0,0%
Irska	7	0	65	*	*	0,0%
Holandija	4	0	44	*	*	0,0%
Singapur	5	0	52	*	*	0,0%
Ostale zemlje	0	0	0	*	*	0,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 137. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Sjedinjene Američke Države(2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u USA	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Sjedinjene Američke Države	599.126	489.133	798.791	19,10	5,25	100,0%
Australija	412.335	339.536	594.391	21,16	5,92	68,8%
Novi Zeland	184.214	141.496	254.241	18,94	3,54	30,7%
Čile	394	0	2.656	*	*	0,1%
Island	1.410	514	2.553	55,28	17,72	0,2%
Meksiko	462	53	864	69,71	32,78	0,1%
Urugvaj	63	0	631	*	*	0,0%
Kanada	200	70	437	53,47	-0,86	0,0%
Dominikanska Republika	12	0	117	*	*	0,0%
Finska	17	0	173	*	*	0,0%
Orska	13	0	132	*	*	0,0%
Ostale zemlje	6	0	56	*	*	0,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 138. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Francusku (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Francusku	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Francuska	713.382	669.891	793.579	6,27	0,16	100,0%
Engleska	296.649	261.284	344.582	11,78	0,87	41,6%
Novi Zeland	176.883	127.346	207.096	16,39	-3,71	24,8%
Irska	133.671	110.433	155.350	10,90	-2,47	18,7%
Španija	41.855	26.141	53.208	22,30	5,57	5,9%
Austrija	7.428	0	21.886	*	*	1,0%
Belgija	9.087	2.885	18.408	63,29	21,64	1,3%
Australija	12.599	8.437	17.178	32,31	1,07	1,8%
Holandija	12.528	9.011	16.033	19,71	1,33	1,8%
Nemačka	7.106	1.839	12.047	43,11	13,01	1,0%
Urugvaj	5.131	2.849	7.230	27,23	-3,69	0,7%
Ostale zemlje	10.446	5.912	16.977	36,23	7,05	1,5%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 139. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Englesku (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Englesku	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Engleska	592.661	524.695	671.994	8,20	2,22	100,0%
Novi Zeland	450.484	394.216	500.312	7,76	2,27	76,0%
Australija	75.751	59.596	103.939	21,87	5,02	12,8%
Irska	27.301	23.418	34.895	12,68	-0,51	4,6%
Španija	10.559	6.973	17.571	39,51	-1,28	1,8%
Francuska	4.696	2.988	5.904	32,17	1,28	0,8%
Holandija	2.968	675	6.419	81,54	26,81	0,5%
Urugvaj	5.829	2.735	9.048	34,26	-10,37	1,0%
Nemačka	2.448	1.393	3.366	30,81	2,18	0,4%
Falkland Islands (Malvinas)	1.261	913	2.132	30,82	6,61	0,2%
Čile	1.834	711	3.014	43,48	4,78	0,3%
Ostale zemlje	9.531	3.904	15.167	38,10	-10,81	1,6%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 140. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Nemačku (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Nemačku	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Nemačka	331.223	288.739	470.045	15,91	1,94	100,0%
Novi Zeland	228.442	171.711	286.829	16,37	-3,28	69,0%
Holandija	20.392	3.203	55.591	93,47	41,35	6,2%
Engleska	28.038	11.431	45.720	54,05	18,61	8,5%
Irska	13.822	6.216	24.381	48,50	17,30	4,2%
Belgija	13.390	4.481	25.261	53,88	13,76	4,0%
Australija	10.979	6.913	19.658	34,77	-4,67	3,3%
Urugvaj	6.322	3.520	13.743	46,16	1,78	1,9%
Španija	3.263	830	5.703	52,36	4,46	1,0%
Francuska	2.544	1.920	2.925	14,16	-1,41	0,8%
Čile	1.349	413	4.082	81,23	-0,39	0,4%
Ostale zemlje	2.683	1.454	4.978	39,82	-1,74	0,8%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 141. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Holandiju (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Holandiju	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Holandija	157.185	74.041	282.955	55,53	18,38	100,0%
Novi Zeland	106.810	6.191	200.410	71,20	25,27	68,0%
Engleska	8.937	752	14.138	34,79	10,35	5,7%
Australija	5.658	752	11.817	72,39	28,24	3,6%
Urugvaj	3.305	1.039	5.818	50,86	13,25	2,1%
Nemačka	6.618	5.174	7.563	16,21	1,14	4,2%
Belgija	14.846	5.135	22.940	43,15	-10,50	9,4%
Španija	2.512	466	6.433	85,09	33,30	1,6%
Čile	3.427	1.493	6.390	52,84	15,74	2,2%

Irska	2.369	952	4.869	52,20	15,90	1,5%
Island	546	0	2.466	*	*	0,3%
Ostale zemlje	2.157	709	2.807	57,16	8,82	1,4%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 142. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Belgiju (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa Belgiju	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Belgija	281.499	216.978	364.730	16,56	-4,11	100,0%
Engleska	42.390	28.409	59.850	23,77	7,42	15,1%
Novi Zeland	149.842	54.693	240.122	45,98	-15,65	53,2%
Holandija	35.733	16.266	57.741	45,34	15,71	12,7%
Irska	16.721	8.790	34.166	53,44	14,77	5,9%
Francuska	19.680	17.203	21.541	6,64	-0,66	7,0%
Nemačka	4.639	3.269	7.259	24,09	1,85	1,6%
Španija	948	98	2.135	78,70	37,97	0,3%
Australija	8.628	1.459	18.798	53,78	-14,32	3,1%
Argentina	932	147	3.050	93,73	-19,62	0,3%
Urugvaj	1.000	104	2.433	82,56	-21,25	0,4%
Ostale zemlje	986	264	2.235	65,05	-9,14	0,4%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 143. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Italiju (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Italiju	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Italija	174.055	163.596	199.981	6,48	-0,25	100,0%
Engleska	28.853	17.754	34.559	16,70	3,78	16,6%
Španija	30.120	21.996	37.788	17,63	2,12	17,3%
Francuska	22.724	19.854	29.060	12,00	-1,04	13,1%
Novi Zeland	29.881	18.848	39.184	22,73	-7,07	17,2%
Grčka	7.973	3.191	16.063	51,77	15,73	4,6%
Rumunija	4.121	1.368	10.054	65,91	15,90	2,4%
Makedonija	9.806	6.708	12.582	24,57	2,51	5,6%
Irska	8.202	5.921	11.153	18,53	2,91	4,7%
Holandija	7.906	6.437	10.015	13,38	4,96	4,5%
Bugarska	8.389	1.550	12.585	58,89	-19,83	4,8%
Ostale zemlje	16.080	12.803	19.819	14,21	-2,72	9,2%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 144. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Kanadu (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Kanadu	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Kanada	126.613	95.737	165.264	18,96	5,77	100,0%
Australija	51.986	34.329	82.145	28,87	9,18	41,1%
Novi Zeland	71.959	58.365	74.124	16,70	2,98	56,8%
Sjedinjene Američke Države	2.293	634	3.744	47,02	5,64	1,8%
Urugvaj	219	0	1.240	*	*	0,2%
Engleska	99	0	472	*	*	0,1%

Irska	30	0	149	*	*	0,0%
Island	20	0	113	*	*	0,0%
Francuska	0	0	1	*	*	0,0%
Namija	2	0	19	*	*	0,0%
Južna Afrika	5	0	52	*	*	0,0%
Ostale zemlje	0	0	0	*	*	0,0%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 145. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Japan (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Japan	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Japan	135.739	109.105	161.018	14,45	0,50	100,0%
Australija	90.956	77.871	114.042	12,66	1,30	67,0%
Novi Zeland	43.900	30.922	59.981	22,44	-0,89	32,3%
Island	721	192	1.294	61,02	-0,73	0,5%
Mađarska	75	0	192	*	*	0,1%
Čile	50	0	353	*	*	0,0%
Norveška	30	0	105	*	*	0,0%
Sjedinjene Američke Države	7	0	72	*	*	0,0%
Ostale zemlje	0	0	0	*	*	0,0%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 146. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Kinu (2005-2014), tona

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Kinu	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Kine	105.235	36.818	282.882	86,44	25,07	100,0%
Novi Zeland	58.573	21.553	158.993	84,48	23,31	55,7%
Australija	43.852	14.510	114.355	86,76	26,66	41,7%
Urugvaj	2.792	211	9.534	130,88	53,43	2,7%
Kina	5	0	51	*	*	0,0%
Danska	2	0	23	*	*	0,0%
Irska	5	0	47	*	*	0,0%
Holandija	3	0	34	*	*	0,0%
Singapur	2	0	24	*	*	0,0%
Ostale zemlje	0	0	0	*	*	0,0%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 147. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Francusku (2005-2014), tona

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Francusku	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Francuska	119.753	102.164	138.066	11,57	-3,67	100,0%
Engleska	52.025	43.008	59.391	12,25	-3,04	43,4%
Irska	22.900	17.524	33.528	23,76	-6,23	19,1%
Novi Zeland	25.728	16.805	33.106	25,01	-7,87	21,5%
Španija	8.435	5.768	10.411	19,22	1,37	7,0%
Austrija	1.248	0	4.551	*	*	1,0%

Australija	1.891	1.272	3.048	32,14	-2,57	1,6%
Belgija	1.281	497	2.403	53,94	15,99	1,1%
Nemačka	1.449	411	2.898	52,51	5,95	1,2%
Holandija	1.962	1.302	1.950	40,77	-6,04	1,6%
Čile	522	256	697	37,97	0,42	0,4%
Ostale zemlje	2.314	1.604	2.990	19,53	0,16	1,9%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 148. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Sjedinjene Američke Države (2005-2014), tona

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u USA	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Sjedinjene Američke Države	86.809	78.566	97.674	7,62	-0,26	100,0%
Australija	64.209	56.627	69.771	10,68	-9,34	74,0%
Novi Zeland	22.166	19.799	23.728	17,48	-1,10	25,5%
Čile	97	0	549	*	*	0,1%
Meksiko	93	5	181	67,77	36,55	0,1%
Island	118	43	185	40,90	11,25	0,1%
Kanda	113	19	207	62,81	-6,86	0,1%
Urugvaj	6	0	63	*	*	0,0%
Dominikanska Republika	2	0	17	*	*	0,0%
Finska	1	0	13	*	*	0,0%
Irska	2	0	22	*	*	0,0%
Ostale zemlje	3	0	25	*	*	0,0%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 149. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Englesku (2005-2014), tona

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Englesku	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Engleska	103.968	85.658	116.377	11,24	-2,96	100,0%
Novi Zeland	75.619	62.533	87.992	12,62	-3,20	72,7%
Australija	12.751	10.427	14.295	8,89	-1,00	12,3%
Irska	6.970	5.522	8.795	14,06	-2,13	6,7%
Francuska	1.334	885	2.461	35,71	-2,78	1,3%
Španija	2.612	1.388	3.918	31,08	-5,95	2,5%
Holandija	520	144	1.338	79,91	21,08	0,5%
Nemačka	579	340	702	29,74	-3,02	0,6%
Falkland Islands (Malvinas)	303	211	537	33,10	4,91	0,3%
Urugvaj	901	385	1.442	46,75	-15,07	0,9%
Argentina	945	46	1.759	66,50	-24,53	0,9%
Ostale zemlje	1.436	968	1.879	25,21	-3,12	1,4%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 150. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Nemačku (2005-2014), tona

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Nemačku	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Nemačka	36.680	31.693	40.859	8,78	-2,06	100,0%
Novi Zeland	25.253	15.976	31.844	23,64	-7,47	68,8%

Engleska	4.129	1.997	6.638	44,98	14,45	11,3%
Holandija	1.757	379	4.538	83,23	33,11	4,8%
Irska	1.533	922	2.460	37,21	11,18	4,2%
Belgija	1.284	520	2.461	43,49	5,47	3,5%
Australija	927	463	1.350	38,53	-9,95	2,5%
Španija	463	147	835	44,54	4,36	1,3%
Urugvaj	602	373	999	30,97	-2,65	1,6%
Čile	177	47	470	71,93	-2,57	0,5%
Francuska	232	166	280	18,50	-2,50	0,6%
Ostale zemlje	323	165	558	39,20	-5,36	0,9%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 151. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Malaziju (2005-2014), tona

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Malaziju	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Malezija	20.274	14.778	31.222	24,27	6,81	100,0%
Australija	12.010	8.015	23.619	41,33	10,02	59,2%
Novi Zeland	7.721	6.587	9.656	14,40	1,55	38,1%
Indija	282	24	652	84,24	-5,94	1,4%
Saudijska Arabija	60	0	298	*	*	0,3%
Nemačka	3	0	26	*	*	0,0%
Kina	166	0	432	*	*	0,8%
Francuska	4	0	6	*	*	0,0%
Holandija	1	0	3	*	*	0,0%
Engleska	0	0	1	*	*	0,0%
Argentina	1	0	4	*	*	0,0%
Ostale zemlje	29	0	62	*	*	0,1%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development
*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 152. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Holandiju (2005-2014), tona

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Holandiju	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Holandija	17.338	8.211	27.330	45,20	16,25	100,0%
Novi Zeland	10.327	3.792	18.856	59,82	21,96	59,6%
Engleska	1.258	928	2.208	36,66	9,09	7,3%
Nemačka	934	498	2.507	66,98	12,98	5,4%
Australija	641	82	1.090	59,99	21,95	3,7%
Španija	464	117	919	74,75	27,59	2,7%
Belgija	2.074	679	3.210	42,22	-5,16	12,0%
Urugvaj	419	120	615	39,73	8,59	2,4%
Čile	535	286	792	38,20	11,81	3,1%
Irska	246	85	452	51,43	20,23	1,4%
Island	106	0	360	*	*	0,6%
Ostale zemlje	336	113	663	51,78	9,81	1,9%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development
*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 153. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Italiju (2005-2014), tona

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Italiju	Prosečna	Interval varijacije	CV (%)	Stopa	Struktura
--	----------	---------------------	--------	-------	-----------

	vrednost (u tonama)	min	max		promene (%)	svet=100%
Ukupno-Italija	26.774	24.110	31.335	8,04	-2,23	100,0%
Engleska	4.406	3.243	5.171	11,22	0,72	16,5%
Španija	4.847	3.210	6.188	21,17	2,06	18,1%
Francuska	3.821	3.041	4.910	14,20	-0,62	14,3%
Novi Zeland	4.364	2.155	6.542	37,25	-12,01	16,3%
Rumunija	613	211	1.623	71,23	14,78	2,3%
Irska	1.424	1.063	2.102	24,77	0,36	5,3%
Grčka	950	366	1.576	57,49	16,64	3,5%
Makedonija	1.348	1.006	1.848	17,67	2,55	5,0%
Holandija	1.540	1.381	1.858	14,63	-3,34	5,8%
Nemačka	733	97	1.233	56,81	-15,63	2,7%
Ostale zemlje	2.729	1.449	4.003	35,96	-10,84	10,2%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 154. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Jordan (2005-2014), tona

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Jordan	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Jordan	18.507	11.847	28.141	32,21	10,36	100,0%
Australija	8.501	3.075	14.833	53,43	19,98	45,9%
Novi Zeland	4.526	990	9.184	61,30	23,66	24,5%
Sudan	1.537	0	4.469	*	*	8,3%
Urugvaj	532	77	1.138	74,34	-1,34	2,9%
Rumunija	361	0	1.621	*	*	1,9%
Kina	2.935	107	7.224	89,63	-35,85	15,9%
Južna Afrika	3	0	28	*	*	0,0%
Sjedinjene Američke Države	1	0	3	*	*	0,0%
Argentina	11	0	93	*	*	0,1%
Brazil	24	0	136	*	*	0,1%
Ostale zemlje	78	0	209	*	*	0,4%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
*zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene

Tabela 155. Uvoz ovčijeg i kozijeg mesa u Belgiju (2005-2014), tona

Struktura uvoza ovčijeg i kozijeg mesa u Belgiju	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Belgija	32.541	21.639	39.770	24,53	-7,53	100,0%
Engleska	5.802	5.494	6.734	10,42	2,15	17,8%
Novi Zeland	17.931	5.633	28.211	54,49	-19,34	55,1%
Holandija	3.191	1.492	4.889	38,55	13,88	9,8%
Irska	2.083	1.337	3.757	38,06	10,20	6,4%
Francuska	1.561	1.250	1.989	15,07	-0,30	4,8%
Španija	223	47	394	56,59	20,40	0,7%
Nemačka	525	303	663	22,30	-0,35	1,6%
Australija	820	145	1.177	60,13	-12,95	2,5%
Argentina	152	24	555	105,47	-20,88	0,5%
Čile	111	12	285	97,48	-16,44	0,3%
Ostale zemlje	142	31	310	67,89	-14,62	0,4%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 156. Izvoz živinskog mesa iz Brazila (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza živinskog mesa iz Brazila	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Brazil	5.624.848	3.038.988	7.242.553	28,06	9,80	100,0%
Saudijska Arabija	876.632	379.661	1.406.814	41,82	15,74	15,6%
Japan	881.363	489.684	1.329.528	31,39	7,68	15,7%
Kina	224.600	1.389	518.794	98,14	58,31	4,0%
Ujedinjeni Arapski Emirati	355.374	151.076	517.509	36,31	14,12	6,3%
Hong Kong, China	446.751	144.672	589.777	31,81	9,68	7,9%
Venecuela	287.429	105.006	428.367	46,18	11,63	5,1%
Ruska Federacija	227.581	118.956	330.614	34,67	-3,58	4,0%
Singapur	142.101	87.831	192.748	26,28	8,91	2,5%
Kuvajt	210.451	98.059	273.274	30,12	5,91	3,7%
Angola	104.769	25.582	179.822	57,26	25,73	1,9%
Ostale zemlje	1.867.797	1.336.485	2.408.683	21,39	6,75	33,2%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 157. Izvoz živinskog mesa iz Sjedinjenih Američkih Država (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza živinskog mesa iz USA	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Sjedinjene Američke Države	3.926.391	2.237.961	4.504.363	25,75	9,02	100,0%
Meksiko	677.140	407.311	1.151.775	41,80	13,75	17,2%
Hong Kong, China	312.876	70.065	773.873	81,47	25,88	8,0%
Kanada	294.014	171.865	425.333	31,28	10,74	7,5%
Kina	383.919	131.939	720.200	55,22	0,86	9,8%
Angola	138.351	47.599	264.010	59,62	22,85	3,5%
Ruska Federacija	478.267	148.524	822.483	52,19	-14,18	12,2%
Kuba	110.679	44.648	157.956	36,41	11,71	2,8%
Taipei, Chinese	108.126	63.985	174.287	37,10	11,41	2,8%
Koreja	70.708	30.793	130.222	44,46	12,33	1,8%
Gvatemala	60.888	33.990	90.784	32,15	10,43	1,6%
Ostale zemlje	1.291.424	567.653	1.837.310	36,50	13,34	32,9%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 158. Izvoz živinskog mesa iz Holandije (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza živinskog mesa iz Holandije	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Holandija	2.046.004	1.290.499	2.502.314	22,13	7,47	100,0%
Engleska	678.461	541.375	733.535	11,58	1,50	33,2%
Nemačka	447.868	243.848	580.739	27,57	9,63	21,9%
Francuska	198.394	77.577	284.293	40,07	15,76	9,7%
Irska	102.996	70.341	171.227	30,33	8,88	5,0%
Belgija	109.868	82.051	155.996	23,45	7,19	5,4%
Južna Afrika	31.618	0	88.511			1,5%

Doktorska disertacija: Mogućnosti poboljšanja konkurentne pozicije Republike Srbije na međunarodnom tržištu mesa

Benin	31.683	4.092	62.661	69,87	36,37	1,5%
Španija	35.596	21.933	50.897	30,95	8,91	1,7%
Danska	27.769	10.409	56.209	50,31	14,21	1,4%
Hong Kong, China	23.710	5.565	49.157	60,34	23,11	1,2%
Ostale zemlje	358.043	189.627	445.107	26,22	7,15	17,5%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 159. Izvoz živinskog mesa iz Poljske (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza živinskog mesa iz Poljske	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Poljske	1.031.985	468.999	1.794.391	40,54	14,70	100,0%
Nemačka	339.652	235.442	452.821	21,89	5,91	32,9%
Engleska	144.837	81.102	242.002	36,06	11,44	14,0%
Češka	89.491	17.476	146.990	48,39	22,84	8,7%
Francuska	69.227	19.261	138.314	56,00	22,03	6,7%
Holandija	63.251	6.987	133.230	60,78	30,76	6,1%
Slovačka	38.140	14.285	63.071	55,45	22,39	3,7%
Benin	16.341	19	50.798	106,73	139,99	1,6%
Bugarska	17.857	0	49.334	*	*	1,7%
Belgija	23.950	8.131	49.171	49,42	18,24	2,3%
Hong Kong, China	24.903	4.724	43.308	54,47	24,58	2,4%
Ostale zemlje	204.336	72.101	425.352	54,26	19,85	19,8%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 160. Izvoz živinskog mesa iz Francuske (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza živinskog mesa iz Francuske	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Francuska	1.269.142	963.528	1.478.515	12,29	2,92	100,0%
Saudijska Arabija	186.200	77.278	303.255	45,61	15,48	14,7%
Nemačka	200.863	176.259	203.953	8,63	0,27	15,8%
Belgija	157.187	134.406	176.411	7,12	0,70	12,4%
Engleska	112.073	83.784	146.518	22,16	-6,71	8,8%
Španija	97.901	74.900	122.942	17,24	-4,63	7,7%
Švajcarska	45.706	33.484	56.368	16,36	5,30	3,6%
Jemen	46.916	17.285	67.455	32,08	9,02	3,7%
Benin	38.006	18.277	51.831	30,58	10,21	3,0%
Holandija	33.324	28.209	38.754	11,35	0,97	2,6%
Danska	39.170	30.081	38.640	18,36	-2,73	3,1%
Ostale zemlje	311.798	198.102	363.352	17,09	4,79	24,6%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 161. Izvoz živinskog mesa iz Nemačke (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza živinskog mesa iz Nemačke	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			

Ukupno-Nemačka	960.502	612.985	1.300.637	26,02	9,28	100,0%
Holandija	196.528	136.691	311.969	29,62	8,85	20,5%
Austrija	140.888	83.936	188.159	29,48	10,44	14,7%
Francuska	108.259	30.068	173.817	51,20	21,70	11,3%
Engleska	102.242	82.150	128.150	13,36	0,22	10,6%
Italija	37.232	4.479	72.314	74,34	40,49	3,9%
Danska	52.749	39.465	71.092	19,80	5,45	5,5%
Irska	21.234	9.136	35.414	36,16	10,81	2,2%
Švajcarska	34.372	19.722	44.550	26,91	5,66	3,6%
Belgija	18.220	10.605	30.215	40,26	9,93	1,9%
Španija	36.270	12.253	62.377	41,78	-8,65	3,8%
Ostale zemlje	212.508	117.041	287.058	29,27	10,60	22,1%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 162. Izvoz živinskog mesa iz Belgije (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza živinskog mesa iz Belgije	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Belgija	854.598	603.422	1.060.684	19,63	6,62	100,0%
Francuska	286.829	158.302	390.565	31,62	11,57	33,6%
Holandija	271.101	229.244	318.621	11,54	2,32	31,7%
Engleska	93.112	83.147	112.632	11,15	2,20	10,9%
Nemačka	58.329	29.927	75.541	26,37	8,83	6,8%
Luksemburg	15.983	8.306	23.445	31,57	11,77	1,9%
Gana	9.507	562	31.334	106,79	44,91	1,1%
Kongo	12.423	9.473	17.055	18,24	4,36	1,5%
Južna Afrika	6.042	894	15.523	93,51	35,46	0,7%
Španija	10.386	3.884	17.979	37,92	3,24	1,2%
Angola	8.531	2.560	11.920	34,62	12,55	1,0%
Ostale zemlje	82.356	65.665	104.401	15,67	4,41	9,6%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 163. Izvoz živinskog mesa iz Hong Konga (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza živinskog mesa iz Hong Konga	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Hong Kong	587.014	164.368	906.206	41,82	16,01	100,0%
Vijetnam	266.111	139	677.600	95,81	123,59	45,3%
Taipei, Chinese	112.425	41.797	260.530	58,38	6,10	19,2%
Tajland	12.248	0	69.522	*	*	2,1%
Macao, China	15.827	6.717	24.002	38,65	15,09	2,7%
Filipini	2.625	0	17.081	*	*	0,4%
Kina	174.854	7.606	373.538	75,66	-27,36	29,8%
Lao People's Democratic Republic	97	0	965	*	*	0,0%
Malezija	91	0	516	*	*	0,0%
Koreja	1.241	0	8.284	*	*	0,2%
Holandija	13	0	70	*	*	0,0%
Ostale zemlje	1.485	27	9.353	196,20	43,06	0,3%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 164. Izvoz živinskog mesa iz Mađarske (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza živinskog mesa iz Mađarske	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Mađarska	509.160	296.146	652.150	24,61	8,26	100,0%
Austrija	72.646	36.991	100.176	32,39	12,14	14,3%
Nemačka	102.317	75.047	139.783	21,70	-2,54	20,1%
Slovačka	30.429	8.572	59.293	59,43	26,00	6,0%
Francuska	41.656	29.986	57.219	16,83	3,56	8,2%
Rumunija	33.638	2.334	56.811	64,52	42,58	6,6%
Švajcarska	26.580	16.597	36.652	21,35	2,81	5,2%
Belgija	31.868	19.354	42.270	24,23	2,16	6,3%
Japan	17.960	7.483	33.856	50,36	15,69	3,5%
Engleska	24.138	18.883	30.329	12,40	-1,80	4,7%
Slovenija	14.407	6.940	23.175	39,70	14,05	2,8%
Ostale zemlje	113.521	42.658	167.709	38,50	14,39	22,3%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 165. Izvoz živinskog mesa iz Turske (2005-2014), 000 USD

Struktura izvoza živinskog mesa iz Turske	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Turska	271.536	27.009	651.262	91,71	49,00	100,0%
Irak	168.681	1.182	428.793	105,38	95,29	62,1%
Hong Kong, China	14.819	429	53.468	118,45	64,74	5,5%
Ruska Federacija	2.837	0	23.149	*	*	1,0%
Sirijska Arapska Republika	4.596	0	22.310	*	*	1,7%
Libija	9.149	0	27.829	*	*	3,4%
Demokratska republika Kongo	3.734	0	13.776	*	*	1,4%
Gruzija	2.942	0	11.554	*	*	1,1%
Tadžikistan	5.935	374	11.337	60,69	37,13	2,2%
Kongo	4.688	0	10.993	*	*	1,7%
Angola	2.831	0	9.169	*	*	1,0%
Ostale zemlje	51.323	22.120	90.276	40,23	11,68	18,9%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 166. Izvoz živinskog mesa iz Sjedinjenih Američkih Država (2005-2014), tona

Struktura izvoza živinskog mesa iz USA	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Sjedinjene Američke Države	3.544.844	2.726.948	3.934.581	12,88	3,79	100,0%
Meksiko	568.623	313.991	920.312	35,38	11,59	16,0%
Hong Kong, China	241.325	73.052	558.788	68,17	17,28	6,8%
Angola	135.983	68.095	234.432	45,14	15,72	3,8%
Kina	391.524	136.749	796.217	66,13	-6,08	11,0%
Kuba	121.598	78.968	150.620	24,38	6,24	3,4%
Ruska Federacija	517.986	142.915	866.770	56,53	-18,04	14,6%
Kanada	126.610	97.834	159.913	16,04	5,00	3,6%

Taipei, Chinese	98.167	61.283	142.274	27,99	7,43	2,8%
Irak	73.842	13.753	107.427	43,20	18,59	2,1%
Gruzija	67.736	30.471	96.701	36,09	10,60	1,9%
Ostale zemlje	1.201.449	808.833	1.548.977	148,36	18,13	33,9%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 167. Izvoz živinskog mesa iz Brazila (2005-2014), tona

Struktura izvoza živinskog mesa iz Brazila	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Brazil	3.356.190	2.666.264	3.730.332	10,92	3,50	100,0%
Saudijska Arabija	511.954	339.052	687.167	25,46	8,62	15,3%
Japan	379.644	307.428	443.702	11,86	1,54	11,3%
Hong Kong, China	329.792	157.356	429.287	22,70	3,40	9,8%
Ujedinjeni Arapski Emirati	204.886	130.850	256.597	19,61	6,77	6,1%
Kina	114.599	980	227.548	80,67	36,53	3,4%
Venecuela	167.271	102.907	316.621	37,00	2,41	5,0%
Južna Afrika	186.765	161.035	207.612	10,08	0,28	5,6%
Ruska Federacija	136.761	53.169	267.993	51,35	-12,82	4,1%
Angola	75.950	30.668	116.741	42,85	16,92,023	2,3%
Kuvajt	136.094	97.067	199.281	24,45	-1,49	4,1%
Ostale zemlje	1.112.474	878.533	1.186.892	10,36	2,77	33,1%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 168. Izvoz živinskog mesa iz Holandije (2005-2014), tona

Struktura izvoza živinskog mesa iz Holandije	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Holandija	967.017	687.227	1.217.486	17,44	5,50	100,0%
Nemačka	254.587	199.416	313.223	20,66	4,71	26,3%
Engleska	182.668	143.543	297.477	25,15	1,08	18,9%
Francuska	80.929	38.941	115.214	33,46	12,44	8,4%
Belgija	65.502	42.687	98.581	26,05	6,92	6,8%
Južna Afrika	23.647	0	75.493	*	*	2,4%
Benin	18.355	3.918	33.678	60,84	27,33	1,9%
Irska	23.795	14.867	34.312	29,89	8,26	2,5%
Filipini	8.173	2	29.124	129,24	154,89	0,8%
Gana	21.914	9.707	33.377	34,77	8,91	2,3%
Hong Kong, China	18.527	8.053	41.298	53,79	12,05	1,9%
Ostale zemlje	268.921	204.554	332.593	14,22	0,88	27,8%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 169. Izvoz živinskog mesa iz Poljske (2005-2014), tona

Struktura izvoza živinskog mesa iz Poljske	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Poljska	383.842	174.112	700.393	45,45	16,60	100,0%
Nemačka	83.990	67.861	122.402	21,90	6,08	21,9%

Češka	36.582	8.450	61.956	49,18	22,16	9,5%
Engleska	37.384	22.974	59.693	32,53	10,20	9,7%
Holandija	27.779	3.168	51.780	57,00	29,44	7,2%
Francuska	21.930	7.034	41.452	52,16	19,66	5,7%
Bugarska	13.487	0	37.759	*	*	3,5%
Slovačka	19.603	7.044	32.787	55,56	22,98	5,1%
Benin	10.060	24	30.707	103,10	123,68	2,6%
Hong Kong, China	16.721	1.846	31.387	64,04	29,36	4,4%
Litvanija	13.771	3.803	24.868	49,69	19,30	3,6%
Ostale zemlje	102.536	49.982	209.285	51,45	18,00	26,7%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 170. Izvoz živinskog mesa iz Hong Konga (2005-2014), tona

Struktura izvoza živinskog mesa iz Hong Konga	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Hong Kong	492.663	185.162	803.050	40,84	11,95	100,0%
Vijetnam	227.058	180	443.081	97,88	109,89	46,1%
Taipei, Chinese	96.093	43.928	137.363	48,30	2,18	19,5%
Tajland	8.933	0	51.861	*	*	1,8%
Filipini	2.096	0	9.525	*	*	0,4%
Macao, China	7.301	4.398	8.867	32,15	9,56	1,5%
Kina	148.657	109.106	313.825	72,82	-31,79	30,2%
Lao People's Democratic Republic	68	0	676	*	*	0,0%
Malezija	43	0	331	*	*	0,0%
Signapur	364	0	2.262	*	*	0,1%
Koreja	1.248	0	9.422	*	*	0,3%
Ostale zemlje	803	6	5.527	213,48	37,50	0,2%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 171. Izvoz živinskog mesa iz Nemačke (2005-2014), tona

Struktura izvoza živinskog mesa iz Nemačke	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Nemačka	413.888	320.623	536.083	20,76	6,82	100,0%
Holandija	94.515	55.484	137.794	26,55	6,75	22,8%
Francuska	34.872	12.137	49.325	39,13	15,28	8,4%
Austrija	35.467	24.131	44.077	21,16	6,98	8,6%
Engleska	33.192	27.247	38.467	11,94	2,81	8,0%
Danska	17.797	9.817	37.019	44,14	10,18	4,3%
Italija	13.318	1.260	27.843	80,37	46,01	3,2%
Južna Afrika	6.526	0	22.374	*	*	1,6%
Rumunija	10.090	1.486	22.855	75,22	30,38	2,4%
Ukrajina	13.167	1.368	23.758	53,80	23,28	3,2%
Poljska	8.000	1.757	15.033	62,99	24,27	1,9%
Ostale zemlje	146.944	136.698	171.371	7,17	-9,38	35,5%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 172. Izvoz živinskog mesa iz Francuske (2005-2014), tona

Struktura izvoza živinskog mesa iz Francuske	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Francuska	506.189	464.650	549.157	6,97	-2,10	100,0%
Saudijska Arabija	112.555	75.881	153.393	26,24	7,63	22,2%
Belgija	42.198	37.547	54.414	11,33	-1,54	8,3%
Nemačka	40.962	34.200	59.869	18,24	-2,49	8,1%
Španija	34.002	24.026	46.568	20,42	-6,14	6,7%
Benin	24.746	21.059	28.759	9,41	2,04	4,9%
Jemen	31.350	16.354	39.576	23,86	2,83	6,2%
Engleska	28.215	18.997	45.977	33,75	-9,55	5,6%
Hong Kong, China	13.730	8.809	18.179	21,62	2,44	2,7%
Ujedinjeni Arapski Emirati	13.344	8.397	18.483	22,85	1,28	2,6%
Ruska Federacija	36.923	12.086	58.121	52,24	-17,14	7,3%
Ostale zemlje	128.164	103.605	159.751	13,13	2,55	25,3%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 173. Izvoz živinskog mesa iz Belgije (2005-2014), tona

Struktura izvoza živinskog mesa iz Belgije	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Belgija	403.289	332.273	487.538	14,77	4,51	100,0%
Francuska	112.066	84.628	140.962	19,38	6,49	27,8%
Holandija	120.071	103.966	137.054	8,88	1,39	29,8%
Nemačka	34.976	22.050	49.678	28,50	9,66	8,7%
Engleska	32.110	26.984	41.022	14,17	2,44	8,0%
Gana	10.124	894	29.311	95,17	40,98	2,5%
Demokratska Republika Kongo	9.460	7.524	11.490	18,25	-1,33	2,3%
Južna Afrika	4.799	1.146	10.433	63,15	21,30	1,2%
Filipini	2.173	101	8.399	116,95	63,93	0,5%
Angola	6.187	3.057	8.660	24,00	4,72	1,5%
Ruska Federacija	6.869	0	10.904	*	*	1,7%
Ostale zemlje	64.455	50.175	76.603	13,19	2,15	16,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 174. Izvoz živinskog mesa iz Turske (2005-2014), tona

Struktura izvoza živinskog mesa iz Turske	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Turska	177.902	37.952	404.631	77,98	33,47	100,0%
Irak	83.214	619	214.300	103,67	86,84	46,8%
Hong Kong, China	16.003	880	44.483	103,11	52,17	9,0%
Tadžikistan	10.212	732	20.167	60,29	35,28	5,7%
Ruska Federacija	2.195	0	19.970	*	*	1,2%
Sirijska Arapska Republika	4.510	0	19.406	*	*	2,5%

Doktorska disertacija: Mogućnosti poboljšanja konkurentne pozicije Republike Srbije na međunarodnom tržištu mesa

Demokratska Republika Kongo	3.148	0	11.766	*	*	1,8%
Libija	4.406	0	11.547	*	*	2,5%
Gruzija	2.817	0	11.002	*	*	1,6%
Kongo	4.006	0	12.624	*	*	2,3%
Angola	2.430	0	7.515	*	*	1,4%
Ostale zemlje	44.962	32.770	59.192	22,42	1,62	25,3%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 175. Izvoz živinskog mesa iz Engleske (2005-2014), tona

Struktura izvoza živinskog mesa iz Engleske	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Engleska	297.891	259.584	352.788	10,46	1,88	100,0%
Holandija	85.447	59.781	119.047	26,73	-0,67	28,7%
Irska	41.294	28.886	48.420	17,31	2,87	13,9%
Južna Afrika	15.513	0	43.013	*	*	5,2%
Hong Kong, China	18.719	5.279	26.236	58,90	17,04	6,3%
Nemačka	28.489	18.267	46.805	30,34	-2,61	9,6%
Francuska	23.631	19.338	33.812	18,66	-4,73	7,9%
Benin	7.545	3.573	17.278	55,30	12,13	2,5%
Španija	13.305	9.345	17.075	19,38	2,93	4,5%
Belgija	6.742	1.707	14.826	60,49	11,40	2,3%
Mađarska	7.639	4.588	12.308	31,19	7,02	2,6%
Ostale zemlje	49.567	38.289	68.803	22,61	-5,40	16,6%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 176. Uvoz živinskog mesa u Englesku (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza živinskog mesa u Englesku	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Engleska	1.525.858	1.308.670	1.748.943	9,75	1,92	100,0%
Holandija	713.160	600.941	811.808	10,27	2,60	46,7%
Poljska	156.284	84.643	253.311	38,42	13,23	10,2%
Irska	122.171	65.454	227.371	47,68	9,45	8,0%
Nemačka	103.313	82.102	127.238	15,48	1,02	6,8%
Belgija	71.480	65.279	86.158	8,07	1,50	4,7%
Francuska	114.857	74.458	181.686	36,46	-10,53	7,5%
Italija	47.741	37.165	60.358	13,92	-1,87	3,1%
Čile	37.846	31.216	48.116	13,53	1,54	2,5%
Danska	35.887	24.188	47.087	21,63	-5,87	2,4%
Mađarska	24.366	17.155	31.482	19,93	0,31	1,6%
Ostale zemlje	98.752	63.841	181.265	32,49	-2,75	6,5%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 177. Uvoz živinskog mesa u Nemačku (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza živinskog mesa u Nemačku	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Nemačka	1.422.177	1.016.633	1.723.069	17,62	5,45	100,0%
Holandija	436.241	236.310	664.225	33,32	11,36	30,7%

Poljska	305.706	215.535	374.850	19,58	4,93	21,5%
Francuska	171.832	151.830	192.257	8,41	0,57	12,1%
Austrija	93.361	26.650	152.232	50,60	21,60	6,6%
Italija	82.915	53.148	106.162	18,34	5,47	5,8%
Mađarska	101.343	68.751	141.895	21,69	-3,62	7,1%
Belgija	41.235	20.710	61.933	35,91	12,32	2,9%
Engleska	36.976	22.984	54.500	28,94	5,20	2,6%
Danska	15.804	9.608	24.284	27,25	6,58	1,1%
Brazil	54.615	13.786	115.364	72,58	-22,59	3,8%
Ostale zemlje	82.150	48.620	135.294	36,06	0,98	5,8%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 178. Uvoz živinskog mesa u Hong Kong (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza živinskog mesa u Hong Kong	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Hon Kong	1.256.655	579.478	1.992.166	36,43	11,96	100,0%
Brazil	509.724	186.668	666.379	30,30	8,61	40,6%
Sjedinjene Američke Države	303.980	80.210	753.878	78,09	22,74	24,2%
Kina	224.030	151.345	284.933	19,60	6,72	17,8%
Poljska	20.899	5.352	42.121	62,35	25,31	1,7%
Francuska	31.413	13.571	41.645	29,95	10,22	2,5%
Turska	10.896	87	37.698	114,30	62,37	0,9%
Holandija	19.957	5.774	42.487	64,13	22,60	1,6%
Argentina	16.909	7.422	26.959	38,79	5,20	1,3%
Engleska	17.941	2.722	42.173	64,88	17,20	1,4%
Čile	13.464	8.271	21.462	28,53	1,38	1,1%
Ostale zemlje	87.444	29.713	135.990	46,47	17,63	7,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 179. Uvoz živinskog mesa u Japan (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza živinskog mesa u Japan	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Japan	1.140.420	742.922	1.713.759	27,72	6,72	100,0%
Brazil	979.374	631.639	1.230.062	27,93	6,49	85,9%
Tajland	16.158	0	161.298	*	*	1,4%
Sjedinjene Američke Države	57.683	33.813	121.517	44,84	7,24	5,1%
Francuska	31.514	21.394	32.481	18,51	3,82	2,8%
Mađarska	18.463	7.612	23.299	50,32	15,31	1,6%
Filipini	14.589	1.245	1.704	52,93	24,39	1,3%
Kanada	1.141	545	775	64,52	12,78	0,1%
Španija	155	22	1.652	142,89	1,87	0,0%
Danska	333	0	1.652	*	*	0,0%
Poljska	664	0	2.862	*	*	0,1%
Ostale zemlje	20.345	840	50.646	80,29	-32,73	1,8%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 180. Uvoz živinskog mesa u Meksiko (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza živinskog mesa u Meksiko	Prosečna	Interval varijacije	CV (%)	Stopa	Struktura
--	----------	---------------------	--------	-------	-----------

	vrednost (000 US Dolar)	min	max		promene (%)	svet=100%
Ukupno-Meksiko	870.072	532.851	1.337.963	31,52	10,66	100,0%
Sjedinjene Američke Države	796.861	460.965	1.226.918	34,31	11,91	91,6%
Čile	68.915	55.701	71.789	17,67	-3,21	7,9%
Brazil	3.674	0	35.865	*	*	0,4%
Argentina	483	0	4.833	*	*	0,1%
Kanada	140	0	1.009	*	*	0,0%
Ostale zemlje	0	0	0	*	*	0,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 181. Uvoz živinskog mesa u Francusku (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza živinskog mesa u Francusku	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Francuska	955.069	481.922	1.290.894	32,10	12,02	100,0%
Belgija	214.759	109.855	282.416	30,29	11,02	22,5%
Holandija	198.499	92.639	286.865	35,90	13,82	20,8%
Nemačka	121.350	36.930	196.581	53,08	22,47	12,7%
Poljska	71.234	19.238	154.480	62,28	24,25	7,5%
Bugarska	73.454	31.175	94.691	27,41	8,88	7,7%
Španija	42.071	13.041	72.646	48,84	18,41	4,4%
Mađarska	48.680	41.030	58.190	9,60	1,87	5,1%
Engleska	69.331	50.417	83.083	15,44	1,65	7,3%
Italija	28.681	12.912	40.210	32,76	10,62	3,0%
Rumunija	4.407	0	23.400	*	*	0,5%
Ostale zemlje	82.604	55.127	98.654	17,41	4,55	8,6%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 182. Uvoz živinskog mesa u Kinu (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza živinskog mesa u Kinu	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Kina	848.845	334.378	1.087.744	29,12	8,50	100,0%
Brazil	319.360	110	595.133	75,47	40,67	37,6%
Sjedinjene Američke Države	394.029	122.087	827.371	67,30	-4,29	46,4%
Argentina	104.146	19.136	229.068	74,39	6,92	12,3%
Čile	23.144	1.971	43.949	63,56	34,89	2,7%
Poljska	3.228	0	13.896	*	*	0,4%
Francuska	4.535	0	13.507	*	*	0,5%
Area Nes	4	0	41	*	*	0,0%
Belgija	4	0	38	*	*	0,0%
Kanada	295	0	2.739	*	*	0,0%
Danska	4	0	38	*	*	0,0%
Ostale zemlje	97	0	493	*	*	0,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 183. Uvoz živinskog mesa u Rusku Federaciju (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza živinskog mesa u Rusku Federacija	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Ruska Federacija	919.012	592.415	1.340.256	21,94	-2,97	100,0%
Brazil	207.752	147.474	295.080	27,76	-2,21	22,6%
Belorusija	52.069	0	213.604	*	*	5,7%
Sjedinjene Američke Države	474.753	163.967	836.688	45,05	-11,38	51,7%
Argentina	10.888	1.836	32.899	85,02	24,82	1,2%
Turska	3.039	0	25.317	*	*	0,3%
Holandija	9.174	1.671	14.862	57,03	9,72	1,0%
Ukrajina	16.818	0	73.835	*	*	1,8%
Francuska	39.699	11.913	64.117	39,32	-10,67	4,3%
Mađarska	7.212	1.236	14.850	74,10	30,03	0,8%
Kazahstan	1.097	0	8.079	*	*	0,1%
Ostale zemlje	96.512	28.641	189.606	49,65	-12,65	10,5%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 184. Uvoz živinskog mesa u Holandiju (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza živinskog mesa u Holandiju	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Holandija	685.554	636.016	834.553	17,00	4,44	100,0%
Nemačka	156.122	99.404	207.844	24,79	6,58	22,8%
Belgija	174.344	93.598	221.292	24,22	3,71	25,4%
Brazil	135.812	95.406	196.216	20,09	-2,60	19,8%
Engleska	68.217	48.215	88.990	19,95	2,32	10,0%
Poljska	33.731	10.941	54.684	41,76	16,90	4,9%
Ukrajina	4.070	0	40.180	*	*	0,6%
Francuska	29.783	21.385	35.664	18,61	3,20	4,3%
Letonija	10.601	2.255	21.935	68,13	25,27	1,5%
Tajland	4.299	0	18.056	*	*	0,6%
Mađarska	6.989	3.714	10.921	39,95	11,29	1,0%
Ostale zemlje	61.586	33.260	83.827	25,33	4,06	9,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 185. Uvoz živinskog mesa u Irak (2005-2014), 000 USD

Struktura uvoza živinskog mesa u Irak	Prosečna vrednost (000 US Dolar)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Irak	396.348	31.094	740.743	68,19	43,31	100,0%
Turska	168.681	1.182	428.793	105,38	95,29	42,6%
Brazil	114.749	3.762	228.109	69,56	48,23	29,0%
Sjedinjene Američke Države	72.241	11.094	105.606	47,44	22,78	18,2%
Ukrajina	9.585	0	54.029			2,4%
Kina	4.861	1.869	12.569	74,50	9,79	1,2%
Jordan	9.055	181	23.366	81,12	40,26	2,3%
Rumunija	1.266	0	5.280	*	*	0,3%
Francuska	561	0	4.275	*	*	0,1%
Kuvajt	565	0	2.475	*	*	0,1%

Belgija	32	0	168	*	*	0,0%
Ostale zemlje	14.753	280	71.967	147,24	-29,57	3,7%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 186. Uvoz živinskog mesa u Hong Kong (2005-2014), tona

Struktura uvoza živinskog mesa u Hong Kong	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Hong Kong	840.508	531.593	1.293.268	28,51	7,25	100,0%
Brazil	333.158	164.176	430.227	21,62	3,83	39,6%
Sjedinjene Američke Države	222.823	57.086	552.596	73,83	16,61	26,5%
Kina	134.163	106.668	151.214	9,94	2,65	16,0%
Turska	9.863	132	24.748	100,50	51,98	1,2%
Poljska	12.008	1.889	22.666	67,24	29,43	1,4%
Argentina	14.184	9.926	20.194	31,12	1,39	1,7%
Holandija	15.889	7.035	35.890	56,83	14,01	1,9%
Engleska	13.744	1.840	31.393	60,54	13,24	1,6%
Francuska	14.568	9.045	18.586	18,48	2,12	1,7%
Čile	8.692	4.414	12.645	37,09	-6,46	1,0%
Ostale zemlje	61.417	27.979	79.426	38,76	12,33	7,3%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 187. Uvoz živinskog mesa u Meksiko (2005-2014), tona

Struktura uvoza živinskog mesa u Meksiko	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Meksiko	677.862	615.639	861.008	16,35	5,38	100,0%
Sjedinjene Američke Države	650.204	481.222	828.142	18,01	6,07	95,9%
Čile	25.994	17.557	54.270	46,09	-10,18	3,8%
Brazil	1.294	0	12.644	*	*	0,2%
Argentina	222	0	2.224	*	*	0,0%
Kanada	148	0	1.197	*	*	0,0%
Ostale zemlje	0	0	0	*	*	0,0%

Izvor: Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 188. Uvoz živinskog mesa u Nemačku (2005-2014), tona

Struktura uvoza živinskog mesa u Nemačku	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Nemačka	466.200	370.670	573.563	15,31	3,92	100,0%
Holandija	186.177	126.148	278.580	28,40	8,31	39,9%
Poljska	73.278	55.176	98.785	18,93	5,30	15,7%
Austrija	25.147	13.688	34.159	28,39	10,16	5,4%
Belgija	23.448	11.767	34.560	28,39	10,16	5,0%
Francuska	35.028	30.430	55.352	22,41	-4,19	7,5%
Italija	20.539	16.506	25.200	11,48	3,20	4,4%
Engleska	24.199	7.072	30.640	30,84	5,23	5,2%
Mađarska	23.841	17.304	31.196	16,93	-3,42	5,1%
Danska	8.276	7.191	9.896	12,68	1,41	1,8%
Brazil	19.717	6.451	47.624	67,22	-19,38	4,2%

Ostale zemlje	26.551	13.985	34.762	28,94	-4,41	5,7%
---------------	--------	--------	--------	-------	-------	------

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

Tabela 189. Uvoz živinskog mesa u Japan (2005-2014), tona

Struktura uvoza živinskog mesa u Japan	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Japan	417.266	359.719	481.815	11,18	1,93	100,0%
Brazil	371.698	308.137	413.905	9,53	1,63	89,1%
Tajland	4.630	0	46.225	*	*	1,1%
Sjedinjene Američke Države	28.661	18.810	46.707	27,08	0,76	6,9%
Filipini	3.648	358	6.869	49,94	20,20	0,9%
Mađarska	1.079	258	2.244	77,01	26,57	0,3%
Francuska	1.589	1.034	1.952	16,25	1,65	0,4%
Danska	147	0	680	*	*	0,0%
Kanada	183	43	299	54,61	12,08	0,0%
Argentina	532	141	1.178	79,98	-23,98	0,1%
Poljska	252	0	1.155	*	*	0,1%
Ostale zemlje	4.848	116	12.918	80,21	-33,59	1,2%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 190. Uvoz živinskog mesa u Kinu (2005-2014), tona

Struktura uvoza živinskog mesa u Kinu	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Kina	589.617	383.408	832.954	26,71	-1,67	100,0%
Brazil	166.102	131	285.688	56,03	21,84	28,2%
Sjedinjene Američke Države	336.748	108.155	639.023	60,54	-7,79	57,1%
Argentina	70.141	23.767	192.254	79,56	-3,94	11,9%
Čile	12.301	2.502	18.527	44,98	15,50	2,1%
Poljska	1.277	0	5.903	*	*	0,2%
Francuska	2.647	0	10.443	*	*	0,4%
Area Nes	2	0	23	*	*	0,0%
Belgija	3	0	27	*	*	0,0%
Kanada	296	0	2.758	*	*	0,1%
Danska	3	0	26	*	*	0,0%
Ostale zemlje	98	0	498	*	*	0,0%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 191. Uvoz živinskog mesa u Rusku Federaciju (2005-2014), tona

Struktura uvoza živinskog mesa u Rusku Federacija	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Ruska Federacija	863.689	418.860	1.318.198	44,51	-13,49	100,0%
Sjedinjene Američke Države	537.670	137.713	890.375	58,79	-19,12	62,3%
Brazil	131.881	54.277	244.282	49,53	-12,50	15,3%
Belorusija	23.334	0	92.108	*	*	2,7%
Argentina	7.899	1.778	20.622	71,15	16,75	0,9%

Turska	2.016	0	18.473	*	*	0,2%
Holandija	8.949	1.128	13.493	37,26	-1,42	1,0%
Francuska	40.389	11.807	60.025	44,62	-15,64	4,7%
Ukrajina	8.267	0	39.540	*	*	1,0%
Mađarska	4.004	981	8.949	67,88	24,02	0,5%
Belgija	13.479	4.614	30.822	68,13	-16,86	1,6%
Ostale zemlje	85.800	20.218	152.652	56,57	-19,10	9,9%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 192. Uvoz živinskog mesa u Englesku (2005-2014), tona

Struktura uvoza živinskog mesa u Englesku	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Engleska	402.126	337.310	500.139	11,35	-0,84	100,0%
Irska	167.646	152.374	181.959	6,36	1,19	41,7%
Holandija	37.016	23.123	56.358	33,37	11,08	9,2%
Holandija	34.963	20.929	67.170	47,71	6,13	8,7%
Australija	39.243	22.711	97.833	58,21	-8,24	9,8%
Nambija	24.175	20.775	30.883	12,95	1,60	6,0%
Nemačka	28.887	17.120	52.492	46,05	-12,66	7,2%
Italija	11.543	9.188	16.671	22,37	-1,48	2,9%
Brazil	9.214	8.048	10.520	9,44	-0,98	2,3%
Danska	8.399	5.417	10.837	22,99	-6,46	2,1%
Bocvana	2.033	0	7.052	*	*	0,5%
Ostale zemlje	39.008	25.239	82.272	41,12	-7,05	9,7%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 193. Uvoz živinskog mesa u Holandiju (2005-2014), tona

Struktura uvoza živinskog mesa u Holandiju	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Holandija	389.728	288.899	469.956	15,81	3,84	100,0%
Engleska	95.939	36.166	128.571	28,66	5,34	23,9%
Nemačka	82.193	46.464	111.870	24,73	4,29	20,4%
Belgija	96.612	56.090	139.239	26,34	3,28	24,0%
Brazil	53.379	39.702	77.186	23,21	-3,12	13,3%
Poljska	14.020	4.455	22.838	46,56	19,62	3,5%
Ukrajina	1.222	0	12.011	*	*	0,3%
Francuska	12.111	7.826	20.906	34,16	-1,30	3,0%
Letonija	3.444	596	6.163	62,83	24,86	0,9%
Irska	4.842	2.110	9.643	41,10	5,14	1,2%
Italija	4.431	2.434	6.690	30,77	0,80	1,1%
Ostale zemlje	21.537	13.106	32.844	25,03	5,81	5,4%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development

**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 194. Uvoz živinskog mesa u Irak (2005-2014), tona

Struktura uvoza živinskog mesa u Irak	Prosečna	Interval varijacije	CV (%)	Stopa	Struktura
---------------------------------------	----------	---------------------	--------	-------	-----------

	vrednost (u tonama)	min	max		promene (%)	svet=100%
Ukupno-Irak	250.655	32.837	413.999	58,45	32,49	100,0%
Turska	83.214	619	214.300	103,37	86,84	33,2%
Sjedinjene Američke Države	73.842	13.753	107.427	43,20	18,59	29,5%
Brazil	70.655	3.972	139.307	68,46	37,27	28,2%
Ukrajina	5.535	0	31.678	*	*	2,2%
Kina	2.548	1.126	5.575	59,44	2,62	1,0%
Jordan	4.347	63	9.372	*	*	1,7%
Rumunija	660	0	2.654	*	*	0,3%
Belgija	37	0	174	*	*	0,0%
Francuska	373	0	2.773	*	*	0,1%
Kuvajt	341	0	1.249	*	*	0,1%
Ostale zemlje	9.103	65	34.725	123,08	-36,89	3,6%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*

Tabela 195. Uvoz živinskog mesa u Južnu Afriku (2005-2014), tona

Struktura uvoza živinskog mesa u Južnu Afriku	Prosečna vrednost (u tonama)	Interval varijacije		CV (%)	Stopa promene (%)	Struktura svet=100%
		min	max			
Ukupno-Južna Afrika	303.442	213.909	403.140	24,58	6,82	100,0%
Brazil	186.517	159.156	211.378	10,69	0,37	61,5%
Holandija	22.739	25	73.961	136,81	145,77	7,5%
Engleska	15.022	80	42.958	108,48	54,29	5,0%
Nemačka	7.139	0	23.189	*	*	2,4%
Argentina	24.479	12.632	31.365	23,12	5,72	8,1%
Belgija	4.526	1.201	11.944	68,15	10,65	1,5%
Španija	1.575	0	10.382	*	*	0,5%
Irska	2.780	0	8.274	*	*	0,9%
Mađarska	1.431	0	7.758	*	*	0,5%
Francuska	2.466	321	7.289	84,03	6,76	0,8%
Ostale zemlje	34.767	18.358	49.812	30,07	-3,90	11,5%

Izvor:Obračun na bazi Trade statistics for international business development
**zbog prekida kontinuiteta u vremenskoj seriji nije bilo moguće izračunati koeficijent varijacije i stopu promene*