

МОГУЋНОСТ ТРЖИШНЕ ВАЛОРИЗАЦИЈЕ СРПСКИХ ПРОИЗВОДА С ПОСЕБНИМ КАРАКТЕРИСТИКАМА

МАРИО ЛУКИНОВИЋ

Универзитета Унион, Правни факултет
Булевар маршала Толбухина 36, Београд, Србија
lukinovicmario@gmail.com

ЂОРЂЕ ЈОВАНОВИЋ

Факултет за инжењерски менаџмент
Булевар војводе Мишића 43, Београд, Србија
jovdjor@gmail.com

САЖЕТАК: Питања перспективе опстанка и производње довољних количина и квалитета здравствено безбедне хране у будућности налазе се на врху листе приоритета савременог друштва. Ограничење необновљивих и обновљивих ресурса (уз драматичан раст популације у свету и климатске промене) додатно отежава остварење овога циља. Простор Републике Србије (а посебно АП Војводине) је у том смислу посебно значајан као регија погодна за овакву врсту производње, како за домаће потребе, тако и за пласман ових производа на светско тржиште. У раду су системски предочене различите врсте ознака (географске ознаке порекла, стандарди, сертификати и др.) којима се могу означавати производи који поседују посебне карактеристике. Овакве ознаке производа на тржишту могу утицати на њихову бољу позиционираност и продају (свеукупну валоризацију) јер производи који су њима означени постижу и вишу цену.

КЉУЧНЕ РЕЧИ: производња хране, стандарди, сертификациони знак, органски производ, географске ознаке

JEL: A12

Савремени развој већине држава и региона све више се базира на очувању природних добара и специфичности као и на неговању националних

и регионалних идентитета. Очување тих вредности одвија се на различитим нивоима и уз различите приступе. Све израженији тренд на светском тржишту је наглашена жеља потрошача за аутентичношћу, традицијом и производима који се у том смислу одликују посебним и карактеристичним квалитетом. На светском (али и домаћем) тржишту, све већи је број купаца који су спремни да плате додатну вредност за овакве производе, а који испуњавају више стандарде у погледу квалитета, еколошких, етичких и здравствених одлика.

Заједничка аграрна политика Европске уније (ЗАП) током својих готово педесет година трансформисала је своје приоритете. Од повећања производње хране, скоро без обзира на трошкове, све до контроле вишка производње и прекомерних трошкова уз испуњавање низа друштвених и еколошких норми. С друге стране, Република Србија концентрисана је на завршавање процеса транзиције у тржишну економију и стварање ефикасног и конкурентног пољопривредног сектора, узимајући у обзир актуелне друштвене и еколошке проблеме [Цвијановић и др. 2011: 368].

Иако имамо готово тридесет година непрекидног пада привредне активности, посебно у индустријском сектору, који је знатно утицао на смањење негативних утицаја на квалитет ваздуха, воде и земљишта, што омогућује подизање нивоа квалитета пољопривредних и прехранбених производа, чини се да слабо или у недовољној мери користимо све компаративне предности стања у којем се налазимо. Изражена депопулација, као и наглашено демографско старење уз вишедеценијске миграције становништва из привредно неразвијених општина ка урбаним центрима, неки су од главних стратешких проблема Републике Србије.

РАСПОЛОЖИВИ РЕСУРСИ И МОГУЋНОСТ ПРОИЗВОДЊЕ ЗДРАВСТВЕНО БЕЗБЕДНЕ ХРАНЕ

Прекомерна експлоатација природних ресурса и други негативни фактори престали су да буду видљиви само за посвећенике заштите животне средине и очувања природе и сада заокупљају пажњу целокупне јавности. Савремено друштво данас све више стреми ка другој врсти борбе, уважавајући потребе савременог друштва и опредељење ка концепту одрживог развоја као избалансираном односу задовољења потреба и тенденцији привредног раста, уз неопходно очување животне средине. Намеће се потреба ка одговорнијој употреби ресурса уз неопходно развијање свести о питањима животне средине и спровођењу основних стратешких активности којима се дефинишу плански принципи и критеријуми даљег развоја [Павловић и др. 2016: 553].

Проблеми које са собом носи нарушавање природе на пиједестал су довели проблеме животне средине. Досадашње мере и правила понашања заштите животне средине нису довољни. Изградња хуманог друштва које ће се трајно развијати у складу са природом, водећи рачуна о праву будућих генерација није само идеал којем треба да тежимо, већ нужна потреба савременог човечанства. Еколошка свест није само пасивна слика

објективног стања о животної средини, она мора да буде активни носилац неопходног уравнотежења економских циљева уз примену пословне етике [Miladinović 2008: 235].

Савремени економисти сагледавају економски живот као активност која се заснива на рационалном избору оскудних средстава (која имају и могућу алтернативну употребу), за задовољење одређених људских потреба. Појам „средстава” често замењују појмом ресурси, којим се означавају ограничена добра која човек може трошити, размењивати или користити за производњу других добара [Марковић 2014: 31]. Економија заснована на филозофији и концепту константног привредног раста и профита данас је суочена са границама које поставља екосфера планете Земље. Када дођемо до тог нивоа развоја, једина могућа прогресивна алтернатива је квалитативни друштвени развој, који подразумева економију засновану на равнотежи (балансу), а то је концепт одрживог развоја. Одрживи развој је процес промена у коме експлоатација ресурса, управљање инвестицијама, технолошки развој и институционалне промене морају бити конзистентне са будућим, а не само са садашњим потребама [Штрбац и др. 2012: 18–29].

Квалитетна животна средина представља један од предуслова одрживог развоја. Природни фактори су зато посебно важни у примарној пољопривредној производњи а посебно особине земљишта, квалитет воде и климатски услови имају велики утицај на квалитет одређеног пољопривредног производа. Специфична својства пољопривредних производа зато настају првенствено захваљујући овим природним факторима и условима као што су поднебље, клима, рељеф, земљиште, воде и др. али и као резултат начина и поступка производње карактеристичних за одређено (географско) подручје.

Сагледавајући природне, културне и друге потенцијале код нас, намеће се општи закључак да је потребно предузети много више значајних мера како би се постојећи природни ресурси боље користили, а тиме и повећао БДП. Када је у питању производња хране и коришћење земљишног ресурса ове мере и активности обухватају: (ургентно) повећање површина које се наводњавају, адекватан избор ратарских култура, коришћење и практичну примену зелених извора енергије (биомасе), геотермалне енергије, енергије воде, ветра и сунца и др. Поред изузетно високог процента обрадивог пољопривредног земљишта (83,2%) на територији АП Војводина, од чега је чак 95% квалитетно обрадиво земљиште, приметан је низак стандард грађана. Један од узрока (поред нижих приноса, изражене зависности од временских услова и др.) налази се и у томе што је већина производа која се узгаја на подручју АП Војводина меркатилна роба која не може да постигне високу цену и која зависи од тренутног стања на продуктним берзама.

Дакле, имамо огроман проценат пољопривредног земљишта и изразито плодну земљу. Уз постојећу слабу индустријску активност то резултира релативно квалитетном (незнатно загађеном) животном средином. Ипак наши производи и поред ових квалитетних природних услова на

тржишту имају ниску цену. Услед тога имамо низак стандард земљорадника, изражену депопулацију (број умрлих је за готово 30.000 већи од броја новорођених) као и наглашено демографско старење (1/6 становништва стара је 65 и више година). Рурално становништво чини 17,5% у ЕУ, а у Србији 43,6% [Србија 2020: Концепт развоја Републике Србије до 2020. године, 2010: 3]. Такође, изражене су и вишедеценијске миграције становништва из привредно неразвијених општина ка урбаним центрима [Програм развоја АП Војводине 2014–2020, 2014: 13].

С друге стране посматрано, анализом миграционих кретања установљено је да су она у високој корелацији са развијеношћу подручја и вишином БДВ-а по становнику. Напред наведени подаци последица су вишедеценијског стања, а санација захтева дугорочно и озбиљно стратешко решавање овог проблема. Једно од решења је усмеравање пољопривредника ка производњи производа који имају већу тржишну вредност. То у многим случајевима не значи нужну преоријентацију произвођача на производњу других производа, већ на све оне активности које се односе на подизање њихове вредности.

ЕКОЛОШКИ КОНТЕКСТ ПРОИЗВОДА, КОНКУРЕНТНОСТ И МЕЂУНАРОДНИ СТАНДАРДИ

Свака људска делатност доводи до већег или мањег негативног утицаја на животну средину и расположиве (необновљиве) ресурсе у најширем смислу. Када су у питању пољопривредни производи, потребно је да се нагласи да је посебно значајан загађивач животне средине сектор пољопривреде. Из процеса пољопривредне производње долази углавном до емисије различитих гасова, азотних оксида, амонијака и метана као последица природне денитрификације и коришћења ђубрива. Такође, употреба ђубрива и пестицида доводи до загађења земљишта и подземних вода као и процеса еутрофикације. Када се овом дода и смањење хумусног слоја, еолска ерозија, поплаве и употреба ГМО, постаје јасно да је за одрживу пољопривредну производњу неопходан сасвим другачији приступ од онога који смо до сада примењивали у свакодневној пракси.

Прописи и стандарди квалитета постају све строжи па је веома важно да производи, а посебно они намењени извозу, буду у складу с њима. На пример, идентификацијом врсте и места појављивања негативних еколошких утицаја, а кроз везивање за све техничко-технолошке и друге елементе производа. Ово може да подразумева стандарде производа, материјалне и енергетске инпуте, сâм процес добијања производа, његово паковање, складиштење, транспорт, коришћење и одлагање искоришћеног производа и нуспроизвода, као и све емисије током свих претходно наведених фаза. У таквим условима, еколошки идеалан производ био би онај који, с једне стране не проузрокује никакве штетне емисије у еколошки систем, а који с друге стране захтева најмање могуће утрошке природних ресурса. Утицај на животну средину је свака промена животне средине, било погоршање или побољшање, која је, потпуно или делимично,

результат активности, производа или услуга неке организације или појединаца. Спречавање загађења подразумева примену иновираних процеса, праксе, материјала или производа којима се избегава, смањује или контролише загађивање. Ово обухвата и рециклирање, обраду, промене процеса, контролне механизме, ефикасну употребу и супституцију материјала. Потенцијалне користи од спречавања загађивања обухватају смањење штетних утицаја на животну средину, повећање ефикасности и смањење трошкова [Lukinović i dr. 2017: 243]. Одрживи развој се постиже интеграцијом економског напретка са заштитом животне средине и друштвеним напретком [Laaraifi et al. 2017: 45].

Глобална конкурентност подстиче компаније да улажу све више и више ресурса у повећање ефикасности управљања. У последње време ова ситуација је довела до дубоких промена [Renzi and Cappelli 2000: 852], тржиште све више намеће потребу уважавања купаца којима је етички наставак производа опредељујући фактор. Јачање свести потрошача није дошло одједном, оно је стасавало током година, на крилима многих афера које су забрињавале потрошаче, било да се ради о злоупотребама радне снаге у земљама југоисточне Азије, било да су у питању еколошке катастрофе изазиване широм планете. Куповина производа све више постаје геополитички чин у којем је глас купаца одлучујући [Goleman 2009: 174]. Купци су примарни покретачи притиска на произвођаче да предузму мере заштите животне средине и одрживог развоја. На институционалном нивоу, највећи покретач за предузимање мера одрживог развоја и друштвено одговорног пословања чине обавезе усклађивања с важећим прописима [Denić i dr. 2015: 734].

Највећу и најзначајнију међународну организацију у области стандардизације представља ИСО (International Organisation for Standardization). ИСО је мрежа националних института из 162 земље и уједно је највећа светска институција за развој стандарда. Стандард (у најширем смислу) представља документ којим се утврђују правила, смернице или карактеристике за одређене активности или њихове резултате ради остваривања оптималног нивоа перформанси у одређеној области. Они могу бити интернационални, регионални, национални, грански и интерни а примена стандарда (најчешће) није обавезујућа, осим ако то није одређено техничким или другим прописом донетим за испуњење одредби закона. Као основа за израду стандарда користе се достигнућа науке и праксе у одређеној области као и међународни стандарди и препоруке.

Поштовање захтева конкурентног и јединственог тржишта неопходно је за пут Србије ка ЕУ и чланству у Светској трговинској организацији (СТО). Морају се усвојити мере којима се обезбеђују слободан проток роба, односно трговина без непотребних техничких препрека, коришћењем прописа, стандарда и поступака за оцењивање усаглашености производа, водећи при томе рачуна да се на тржиште стављају квалитетни и безбедни производи. Битан предуслов у том смислу је и успостављање ефикасног националног система инфраструктуре квалитета, што представља високо интегрисану мрежу институција и организација у области стандардизације,

метрологије, акредитације и оцењивања усаглашености са захтевима техничких прописа и стандарда (укључује испитивање, контролисање и сертификацију производа). У складу с тим, на националном нивоу се доносе прво препоруке, затим директиве и најзад стандарди квалитета производа и управљања (напр. серије ИСО 9000, 14000, 18000, 22000, 50000 и др.).

Стандарди који се уже примењују на прехранбене производе/храну постоје као општи стандарди или препоруке за следеће захтеве: декларисање, адитиве за прехранбене производе, контаминанте, методе анализе и узимања узорака, хигијену хране, дијететику (исхрану) и храну с посебном дијететском наменом, остатке ветеринарских лекова у храни, остатке пестицида у храни и др.

Савремено тржиште је презасићено огромном понудом, па су потрошачи у позицији да буду све захтевнији и избирљивији приликом свог избора производа које желе да купе. Одлуку о куповини производа, потрошачи доносе покренути својим унутрашњим мотивима, али и вођени бројним другим спољним утицајима и информацијама. Многобројни региони и државе покренули су кампање обележавања својих врхунских производа посебним ознакама, којима желе да кроз увођење посебних сертификата, своје најбоље националне производе подрже како у унутрашњој трговини [Србија 2020: Концепт развоја Републике Србије до 2020. године, 2010: 3], тако и да их још више презентују читавом свету.

СТАНДАРДИЗАЦИЈА И ДРУГА ОБЕЛЕЖЈА ПРОИЗВОДА С ПОСЕБНИМ КАРАКТЕРИСТИКАМА

Концепт друштвене одговорности настао је као резултат потребе за новим изворима економског раста уз инвестирање у чистију производњу, енергетску ефикасност и очување животне средине [Stefanović i Aćimović 2015: 734]. Повећано интересовање за друштвену одговорност настаје услед повећане свести о етичким проблемима и све израженијим видовима последица климатских промена. Улога коју тржиште и потрошачи имају вршећи притисак на компаније (да се оријентишу ка онима који функционишу према етичким и еколошки оправданим стратегијама), „преображава их из беспомоћних шрафова у силу од утицаја”. Држава Мејн (САД) има закон који садржи одредбе према којима градске и државне институције приликом набавки опреме морају тражити доказе од добављача да роба не потиче из фабрика које имају израбљивачки однос према радној снази. Држава Висконсин (САД) је законом обавезала државне институције да купују рециклирани папир (по ступању на снагу закона разлика у цени између обичног папира и рециклираног била је огромна, временом се она у потпуности изједначила). Четири највећа трговинска ланца на свету Walmart (САД), Tesco (В. Британија), Carefour (Француска) и Metro (Немачка) 2007. године су основале Глобални програм светске усклађености како би се развио унификовани кодекс радне снаге у производним погонима који их снабдевају широм света. Они намеравају да кроз надзор производних процеса врше контролу забране дечијег и робовског рада,

расне и полне дискриминације и поштено опхођење и исплату [Денић и др. 2015: 734].

Када су производи у питању, могућност да се кроз ознаке на етикетима купци упознају са својствима производа које купују уз доступност информација и сазнања о штетности одређених материја или поступка, доводе до снажног јачања купца као тржишне силе. Потенцијал лежи у спремности све већег броја купаца да плате додатну вредност за производе који су настали према етичким и еколошким стандардима. Иако се још увек само део купаца води етичким, еколошким или здравственим утицајем при избору производа, у значајном је порасту број купаца који је вољан да додатно плати производе који испуњавају више стандарде [Денић и др. 2015: 734]. Пораст пажње коју овом проблему поклањају државе и компаније пропратила је и појава услужних сервиса који купцима и произвођачима нуде увид у базе података које показују различите врсте анализа етичности и еколошке подобности одређених производа.

Увођење стандарда ради повећања ефикасности рада путем унификације може имати један или више циљева који омогућавају да производи, процеси и услуге буду усклађени са својом наменом. Тиме се подиже квалитет услуга и истовремено излази у сусрет потребама корисника производа и услуга и доприноси подизању нивоа њиховог задовољства [Симић 2017]. Формални поступак стандардизације роба или услуга најчешће се одвија кроз процес сертификације. Сертификација је поступак којим се утврђује да производ, процес или услуга, испуњавају захтеве релевантног стандарда. Сертификат је званична потврда коју издаје овлашћено сертификационо тело, којом се потврђује да је предмет провере (сертификације) усклађен са захтевима стандарда [Институт за стандардизацију Србије, 2019].

Ознака Српски квалитет. Влада Републике Србије покренула је пројекат означавања српских производа и услуга вишег квалитета „Српски квалитет”. Наведена ознака би требало да, између осталог, упућује и на то да се ради о производима с непоновљивим и јединственим особинама које укључују одлике српске традиције. У том циљу Влада РС 2016. године, донела је *Уредбу о означавању пољопривредних и прехрамбених производа националном ознаком вишег квалитета „Српски квалитет”* [Службени гласник РС 90/2016]. „Српски квалитет” је добровољни стандард квалитета, којим се посебном ознаком гарантује квалитет производа специфичних карактеристика, пре свега произведених од сировина искључиво с територије Републике Србије и доказано вишег квалитета у односу на производе исте категорије на тржишту. Овом ознаком обележавају се пољопривредни и прехрамбени производи у циљу информисања домаћих и иностраних потрошача о њиховим посебним својствима. Поступак означавања пољопривредних и прехрамбених производа ознаком „Српски квалитет” спроводи Министарство пољопривреде.

Ознака најбоље из Војводине. У циљу идентификације и промоције најквалитетнијих производа из Војводине, Савет за стандардизацију у саставу Секретаријата за привреду Извршног већа АП Војводине покренуо је 2003. године поступак установљења знака „Најбоље из Војводине”.

Одлука о установљењу знака „*Најбоље из Војводине*” службено је објављена у *Службеном листу АПВ* [25/2004] [Simin i Janjušić 2014: 60], а 2008. године Извршно веће АП донело је нову Одлуку о установљавању знака „*Најбоље из Војводине*” [*Службени лист АПВ*, 12/2008]. Одлуком је регулисано право на коришћење овог знака за обележавање природних, пољопривредних, занатских, индустријских и производа домаће радности. Право на коришћење знака додељује се на три године, а производи или услуге морају да испуњавају услове прописане посебним правилницима о производњи и услугама и њиховом стављању у промет. Прехрамбени производи и угоститељске услуге морају да задовоље захтеве НАССР (Hazard Analysis Critical Control Points) стандарда. Количина производа и обим услуга морају константно да задовољавају потребе тржишта, а производ би требало да има професионално дизајниран визуелни идентитет. Такође, производи или услуге морају да задовоље посебне критеријуме које утврђују експертски тимови за појединачне групе производа и услуга. Додатни критеријуми које би требало да задовоље произвођачи или даваоци услуга су сертификовани системи менаџмента квалитетом ИСО 9001 и менаџмента заштите животне средине ИСО 14001.

Сертификациони знак „Органски производ” и код Organic Control System. Тржиште за органске производе у константном је порасту, а њихова цена је знатно већа од конвенционално узгајаних производа. На територији Републике Србије изражени су повољни агроколошки услови и природни ресурси за производњу органске хране. Велика површина квалитетног земљишта, воде, релативно слабо загађен ваздух, као и традиционална оријентација већег броја произвођача ка органској производњи, добри су предуслови за ширу и примењиву органску производњу [Србија 2020: Концепт развоја Републике Србије до 2020. године, 2010: 3].

Законом о органској производњи [*Службени гласник РС*, 30/10] прописани су услови и начин обележавања и декларисања органских производа. За обављање послова контроле и сертификације у органској производњи Министарство даје овлашћења за контролу и сертификацију. Овлашћене контролне организације издају писмено уверење (сертификат) којим се потврђује да је органски производ произведен у складу са законом и прописима донетим на основу њега. Произвођач чије методе органске биљне производње обухватају избор врста и сорти биља; плодоред; системе обраде земљишта; средства и начин ђубрења; систем одржавања плодности земљишта; начин сузбијања биљних болести, штеточина и корова; начин сакупљања дивљих биљних врста из природних станишта, могу се обратити овлашћеној контролној организацији за вршење контроле и сертификације. На основу извештаја о извршеним контролама, издаје се сертификат за органски производ који важи годину дана од дана издавања.

Правилником о контроли и сертификацији у органској производњи и методама органске производње [*Службени гласник РС*, 48/11] прописан је изглед ознаке и националног знака којим се обележавају домаћи непрерађени сертификовани органски производи. Национална ознака „*Органски производ*” гарантује да је производ прошао кроз процес у складу с пропи-

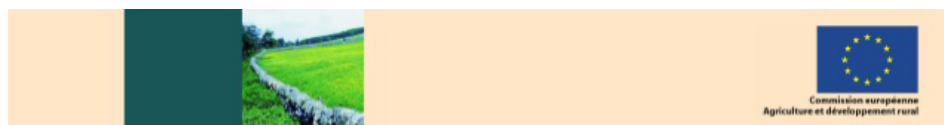
сима од овлашћене контролне организације која је извршила сертификацију тог производа, у складу са законом којим се уређује органска производња. Домаћи прерађени сертификовани органски производ може се обележити овом ознаком ако садржи најмање 95% органски произведених састојака. Производи који садрже ознаку „*Орџански њроизвод*” у списку састојака могу садржати и термине, односно скраћенице које означавају порекло органског производа (еколошки, биолошки, органик, односно еко, био, орг и сл.). Производи који немају ознаку Органски производ већ само префиксе „Био”, „Еко” или „Органско”, нису контролисани и сертификовани органски производи.

Домаћи биљни пољопривредни производи који су у тзв. прелазном периоду (период конверзије траје најмање две године за једногодишње биљне врсте или три године за вишегодишње биљне врсте), али се производе према методама органске пољопривредне производње, могу се означити ознаком „*Производ из доба конверзије*”. Овом ознаком могу се обележити производи биљног порекла из периода конверзије који садрже искључиво један састојак пољопривредног порекла, по истеку рока од годину дана од дана закључења уговора са овлашћеном контролном организацијом. Правилником о контроли и сертификацији у органској производњи и методама органске производње [*Службени ѓласник РС*, 48/11], прописан је изглед ознака за сертификовани производ из периода конверзије.

Географске ознаке порекла. Ове ознаке могу да буду потенцијални извор додатне вредности производа и фактор очувања животне средине. Први мултилатерални споразум којим се регулишу географске ознаке је Париска конвенција о заштити географских ознака из 1883. године. До данас је потписан низ међународних докумената којима се уређује право географских ознака порекла. Република Србија је 1999. године потврдила Законом Лисабонски аранжман захваљујући којим ознаке географског порекла које су регистроване за територију Републике Србије у другим чланицама потписницама, имају на територији наше државе исто дејство као да су директно пријављене и регистроване код нас. Посебно је значајно да према Лисабонској конвенцији, роба заштићена ознаком географског порекла није предмет тарифних баријера и нема прописаних квота за извоз на тржиште ЕУ. У свету 111 земаља штити ознаке географског порекла *sui generis* системом, док 56 земаља штити географске ознаке путем жигова, сертификационих или колективних жигова. Пренети на овај начин поруку потрошачима о посебним карактеристикама свог производа, његовом пореклу и посебностима један је од циљева ка којем треба тежити јер такви производи на савременом тржишту постижу вишу цену. Та валоризација је најизраженија кроз географске ознаке порекла. Производи који носе ознаку заштићеног географског порекла на подручју Европске уније постижу цене које су више између 10% и 230% (вина) у односу на производе који немају ту ознаку. У Француској сиреви који носе ознаку заштићеног географског порекла имају вишу цену од готово 2 евра у односу на друге сличне сиреве без ознаке. То доводи и до повећања цена других чинилаца у ланцу производње, па је и откупна цена литре млека

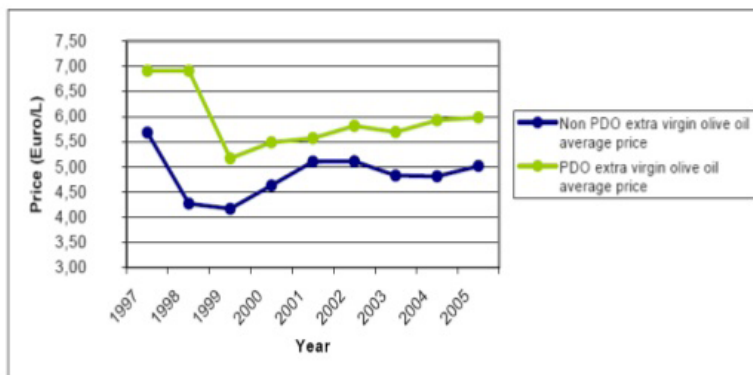
за производњу чувеног францuskog сира Бофор износила 0,57 евра, што је 90% више од цене сировог млека за производњу сира, која је 0,30 евра [Стојановић 2011]. Репутација стечена захваљујући природним условима (поднебљу и другим географским особинама), као и напорима многих генерација људи одређеног краја, чиниоци су који производима из одређених средина дају много већу конкурентску предност на тржишту у односу на исте или сличне врсте производа, који се израђују под другачијим географским условима и од стране других произвођача [Јањић 1982: 155]. Посебни природни услови и дугогодишње искуство људи из одређеног географског подручја, стварају у свести потрошача утисак да одређени производи из одређене средине, садрже специфична својства и посебан квалитет, који се временом прихватају и као део идентитета одређеног поднебља [Becker and Staus 2008: 3].

Природни и људски фактори од значаја су код највећег броја производа који им, заједно делујући, обезбеђују посебан квалитет (разне врсте алкохолних пића, сиреви, итд). Код неких производа одлучујућу улогу има традиционалан начин производње усавршен у одређеном крају. Већина националних прописа о географским ознакама порекла дефинише



GIS comparative advantages (3)

Example of PDO olive oil « Baena »



Quality Food products linked to geographical origin and traditions in south and eastern Europe, Belgrade, Serbia, December 3 – 4, 2008

5

Source : Case study « Baena » PDO extra virgin olive oil. F. Caceres Clavero, C. Riccioli, E. Martinez Navarro, R. Garcia Collado. Junta de Andalucía/JRC-ITPS

Слика 1. Разлике у просечној цени (изражено у еврима) екстра девичанског уља са географским пореклом и цене екстра девичанског уља без географске ознаке порекла [Caceres Clavero et al. 2006]

предмет правне заштите порекла као производ чији су квалитет и посебна својства претежно условљени географским условима који обухватају људске и природне факторе, а чији назив представља географски назив земље, региона или места из којег потиче. Према последњим подацима на званичном сајту Европске уније [European Commission, 2013] укупан годишњи обрт остварен трговином само производима са заштићеним географским пореклом износи око 54 милијарде евра. Повећање цене и већи приходи, доводе до побољшања услова рада и живота на селу, развоја инфраструктуре (путева, водовода, школа, здравствене службе, дечјих установа, домова културе), развоја сеоског туризма, домаће радиности и других делатности. Уважавајући значај потенцијала и значај географских ознака Европски парламент добио је могућност да конзорцијум спроведе стратегије за управљање снабдевањем [Swinnen 2015].

Тренутно и актуелно стање (сајт – Списак ознака географског порекла регистрованих у Заводу за интелектуалну својину) код нас показује да је од укупно 78 регистрованих географских ознака порекла пред Заводом за интелектуалну својину, 60 домаћих ознака географског порекла: Говећа ужичка пршута, Свињска ужичка пршута, Ужичка сланина, Сремски кулен, Сремска домаћа кобасица, Сремска салама, Пожаревачка кобасица, Ртањски чај, Кривовирски качкавал, Хомољски овчији сир, Хомољски козји сир, Хомољски крављи сир, Банатски ризлинг, Јагодинска ружица, Вршачко шампион пиво, Косово поље (Amselfeld, Field of the black bird, Champ de merle), Косовско вино (Amselfelder), Призрен, Метохија (Metohy), Кладовски кавијар (Caviar of Kladovo), Вода Врњци, Апатинско јелен пиво, Бујановачка минерална вода Aqua Neba, Пиротски ћилим, Сирогојно, Минерална вода Дубока, Бисерно острво, мускат крокан, Књаз Милош Буковичка бања, Петровска Клобаса (Петровачка кобасица), Лесковачко роштиљ месо (за пљескавице и ћевапчиће), Ваљевски дуван чварци, Бермет, Сврљишки качкавал, Карловачки ризлинг, Футошки свежи и кисели купус, Хомољски мед, Ариљска малина, Сврљишки белмуж, Бездански дамаст, Старопланински качкавал, Лесковачки домаћи ајвар, Фрушкогорски липов мед, Качерски мед, Сјенички овчији сир, Сјеничка јагњетина, Пиротски качкавал од крављег млека, Сомборски сир, Ечански шаран, Златарски сир, Сјенички крављи сир, Лемешки кулен, Вршачка шунка, Врбички бели лук, Ђердапски мед, Облачинка из Облачине, Чигота, Сврљишки крављи сир, Бегечка шаргарепа, Власински мед и Сјеничка стеља [Елаборати за ознаке географског порекла регистроване у Заводу за интелектуалну својину].

ЗАКЉУЧАК

Аграрна и рурална политика, која пољопривредницима омогућава континуирану и стабилну производњу и примерен животни стандард, а потрошачима квалитетну и здравствено безбедну храну према прихватљивим ценама (уз очување и заштиту животне средине), циљ је којем тежи велики број земаља Европске уније и којем треба да тежимо и ми.

Како би се искористили потенцијали који постоје у Републици Србији (АП Војводини) требало би израдити базу свих пољопривредно-прехрамбених производа који имају потенцијал за заштиту географског порекла. Таква база података би омогућила реално сагледавање потенцијала и рационалну употребу свих расположивих ресурса.

Уважавајући напред наведене анализе стања природних услова, ресурса и привреде на подручју Републике Србије (АП Војводине), намеће се закључак да је неопходан развој одрживе еколошке прихватљиве, мултифункционалне продуктивне и конкурентне пољопривреде која испуњава економске, еколошке и међународне стандарде. Повећањем цене производа кроз додатне вредности, пре свега оличене у географским ознакама порекла, као и сертификованим производима, ствара се добра полазна тачка за стварање услова за запошљавање, останак младих и квалитетнији живот на селу. Тиме би се потенцијално могли знатно ублажити главни стратешки проблеми који су изражени на подручју не само АП Војводине, већ и читаве Републике Србије, а то су миграције из руралних средина према градовима, одумирање села и лоша демографска слика. Кораца који су до сада учињени у додатној валоризацији пољопривредних производа код нас нису још увек довољни. Започети су и многи реформски процеси који нису реализовани у неопходном и потребном обиму. Означавање производа нема само рекламну и маркетиншку функцију јер назначаванье одређених стандарда које производ испуњава, привлачи потрошаче јер им гарантују безбедност, поузданост и квалитет. Друштвени ефекат овога је ипак далеко шири, стандардизацијом „еколошких производа” чувају се животна средина и здравље становништва, више цене оваквих производа доводе до већег стандарда и бољег живота у руралним срединама и др. Због тога је важно перципирати означавања производа као важно оруђе којим се могу унапредити многи значајни фактори (поред свих наведених, посебно желимо да нагласимо економски) кроз побољшану валоризацију оваквих производа. У том циљу (а на основу актуелног сагледавања свих ових трендова), све ово је могуће стратешки сагледавати и на даље, кроз реализацију комплексних и интердисциплинарних истраживања која би обухватила све напред наведене аспекте а у савременом и развојном контексту пољопривредне производње.

ЗАХВАЛНОСТ

Рад представља прилог пројекту у оквиру Одељења за природне науке Матице српске „Питања животне средине и могућност производње здравствено безбедне хране у АП Војводини”, који финансира Покрајински секретаријат за високо образовање и научноистраживачку делатност и Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

ЦИТИРАНИ ИЗВОРИ И ЛИТЕРАТУРА

- Јањић, Миодраг (1982). *Индустријска својина и ауторско право*. Београд: Службени лист.
- Марковић, Слободан (2014). *Право интелектуалне својине и информационо друштво*. Београд: Службени гласник.
- Програм развоја АП Војводине 2014–2020, Нови Сад 2014, 13.
- Цвијановић, Драго; Зоран Симоновић, Бранко Михаиловић (2011). Тежишта и циљеви новијих реформи аграрне и регионалне политике Европске уније. *Економика пољопривреде*, LVIII, 3: 359–370.
- Штрбац, Нада; Милован Вуковић, Данијела Воза и Мирослав Сокић (2012). Одрживи развој и заштита животне средине. *Рециклажа и одрживи развој*, V, 1: 18–29.
- Becker, Tilman and Alexander Staus (2008). *European food quality policy: the importance of geographical indications, organic certification and food quality insurance schemes in European countries*, 12th EAAE Congress “People, Food and Environments: Global Trends and European Strategies”, Gent (Belgium), 26–29 August 2008.
- Caceres Clavero, Francisco; Cesaria Riccioli, Encarnacion Martinez Navarro, Rosana Garcia Collado (2006). *Case study “Baena” PDO extra virgin olive oil*, European Commission Directorate – General JRC, Joint Reaserch Centre, Institute for Prospective Technological Studies.
- Denić, Nebojša; Vesna Stevanović i Boban Spasić (2015). Одрживи развој и друштвено одговорно пословање предузећа. *Ecologica*, XXII, 80: 732–737.
- Echhelh, Adil; Amal Laaraifi, Chaouch Abdelaziz and Mahjoub Aouane (2017). Impact of the ISO 14001 Certification on the Environmental Performance: Case Study of Two Moroccan Companies, *International Journal of Agricultural and Environmental Sciences*, II, 4: 43–48.
- Goleman, Daniel (2009). *Ecological intelligence*, Knowing the Hidden Impacts of What We Buy, Crown Business.
- Lukinović, Mario; Ђорђе Јовановић i Larisa Јовановић (2017). Одрживи развој i екосистемска одговорност кроз увођење етичких принципа u савремено пословање. *Ecologica*, XXIV, 86: 241–249.
- Miladinović, Slobodan (2008). Sociološki kontekst populacionog rasta kao ključnog ekološkog problema XXI veka. *Ecologica*, posebno tematsko izdanje, 16: 229–237.
- Pavlović-Dimitrijević, Aleksandra; Igor Trandafilović i Anđelija Radonjić (2016). Zeleni marketing – ispitivanje stavova potrošača o održivom upravljanju biootpadom u cilju zaštite životne sredine. *Ecologica*, XXIII, 83: 549–555.
- Renzi, Maria F. and Lucio Cappelli (2000). Integration between ISO 9000 and ISO14000: opportunities and limits, *Total Quality Management*, XI, 4/5&6: 849–856.
- Simin, Marina i Dragan Janjušić (2014). Garancijski žig kao faktor preferencija potrošača, *Praktični menadžment*, V, 1: 58–61.
- Stefanović Maja i Nikola Aćimović (2015). Одрживи развој u Србији u складу sa Архуском конвенцијом, *Ecologica*, XXII, 80: 727–732.
- Swinnen, John (ed.) (2015). *The Political Economy of the 2014–2020 Common Agricultural Policy An Imperfect Storm*, Centre for European Policy Studies (CEPS), Brussels Rowman and Littlefield International, London.

ПРАВНИ ПРОПИСИ

- Закон о органској производњи (2010). *Службени гласник Републике Србије*, 30/10.
- Одлука о установљењу знака „Најбоље из Војводине” (2004). *Службени лист АПВ*, 25/04.
- Одлука о установљавању знака „Најбоље из Војводине” (2008). *Службени лист АПВ*, 12/08.
- Правилник о контроли и сертификацији у органској производњи и методама органске производње (2011). *Службени гласник Републике Србије*, 48/11.

- Уредба о означавању пољопривредних и прехрамбених производа националном ознаком вишег квалитета „Српски квалитет“ (2016). *Службени гласник Републике Србије*, 90/16.
- Правилник о контроли и сертификацији у органској производњи и методама органске производње. *Службени гласник РС*, бр. 48/11.

ЕЛЕКТРОНСКИ ИЗВОРИ

- Елаборати за ознаке географског порекла регистроване у Заводу за интелектуалну својину. Доступно на: <http://www.zis.gov.rs/prava-is/oznake-geografskog-porekla/spisak-ogr.33.html>. Приступљено: 22. 2. 2018.
- Институт за стандардизацију Србије (2019). Доступно на: https://www.iss.rs/rs/news/news_168.html. Приступљено: 10. 7. 2019.
- Србија 2020. Концепт развоја Републике Србије до 2020. године (2010). Доступно на: https://www.srbija.gov.rs/extfile/sr/145381/koncept_razvoja_srbije_do_2020.pdf. Приступљено: 10. 7. 2019.
- European Commission (2013). EU Geographical Indications worth about €54 billion worldwide, Доступно на: https://ec.europa.eu/agriculture/newsroom/106_en. Приступљено: 22. 2. 2018.
- Simić, Srđan (Homepage) (2019). O standardizaciji i sertifikaciji. Доступно на: <http://www.srdjansimic.com/standardizacija-sertifikacija/>. Приступљено: 10. 7. 2019.
- Stojanović, Aleksandar (2011). Zaštita geografskog porekla meda. Пољопривредне стручне службе Србије, Министарство пољопривреде и заштите животне средине. Доступно на: http://arhiva.psss.rs/e107_plugins/forum/forum_viewtopic.php?6891. Приступљено: 23. 2. 2018.

ORIGINAL SCIENTIFIC PAPER

MARKET VALORIZATION OF SERBIAN PRODUCTS WITH SPECIAL CHARACTERISTICS

by

MARIO LUKINOVIĆ

Union University, Faculty of Law, Belgrade, Serbia
Bulevar Maršala Tolbuhina 36, Belgrade, Serbia
lukinovicmario@gmail.com

ĐORĐE JOVANOVIĆ

School of Engineering Management
Bulevar vojvode Mišića 43, Belgrade, Serbia
jovdjor@gmail.com

SUMMARY: The issue of the perspective of survival and production of sufficient amounts and quality of health-safe food in the future is on the top of the contemporary society's priority list. Limitation of non-renewable and renewable resources (as well as dramatic increase of population in the world and climate changes) additionally makes reaching this goal difficult. The Republic of Serbia (and especially the Province of Vojvodina) is

in this sense very significant as a region suitable for this kind of production, not only for domestic needs, but also for placement of these products on the world market. This paper systematically presents different types of marks (geographical indication of origin, standards, certificates, etc.) that might be used for labelling products that have special characteristics. Such product label might influence their better positioning and their sale (the overall valorisation), since products marked by them acquire higher prices.

KEYWORDS: food production, standards, certificate, organic product, geographical indication