



ULOGA I ZNAČAJ AGROBIZNISA U ORGANSKOJ POLJOPRIVREDNOJ PROIZVODNJI

ROLE AND IMPORTANCE OF AGRIBUSINESS IN ORGANIC FARMING

Nenad Veljović

Fakultet za poslovno industrijski menadžment, Univerzitet „Union – Nikola Tesla“, Beograd, Srbija

© MESTE NGO

JEL Category: **M31, Q13**

Apstrakt

Prema definiciji FAO (Organizacija za hranu i poljoprivredu UN i WHO (Svetska Zdravstvena Organizacija), organska poljoprivreda predstavlja sistem upravljanja koji promoviše ozdravljenje ekosistema, uključujući biodiverzitet, biološke cikluse naglašavajući korišćenje metoda koje u najvećoj meri, isključuje upotrebu inputa van farme. Pojam organski proizvod, podrazumeva proizvodnju poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda zasnovanu na prirodnim procesima i upotrebi organskih materija. Polazeći od toga da bez primene sistema upravljanja organskom proizvodnjom poljoprivrednih proizvoda nema planiranog i adekvatnog razvoja ove grane privrede, u ovom radu pristupljeno je sagledavanju svih neophodnih činilaca koji doprinose ostvarenju ekonomskog i ekološkog profita, vodeći istovremeno računa o zaštiti životne sredine i poštovanju principa održivog razvoja. Konstatuje se da u sistemu održive poljoprivredne proizvodnje agromenadžer je taj koji u agrobiznisu organizuje sve oblike proizvodnje, i to sve do potrošnje, a sve u cilju sticanja maksimalnog profita. Za razliku od konvencionalne poljoprivrede, utvrđeno je da organska poljoprivreda podleže kontroli svih proizvodnih procesa i inputa u preradi, čuvanju, transportu, sve do prodaje, jer sertifikat takve robe garantuje da takav proizvod doprinosi zaštiti i očuvanju životne sredine. Agromarketingom se inače organski proizvod afirmiše u poznatu marku brend, koju potrošači sa zadovoljstvom i sigurnošću kupuju. Osim toga, ovim istraživanjem je utvrđeno, da je jedan od osnovnih preduslova uspešnog organizovanja poslova u organskoj poljoprivredi, distribuciji i prometu organske hrane na tržištu i sticanje maksimalnog profita, neophodna primena svih elemenata mikro i makro menadžmenta. Samo takvim pristupom ovoj problematici proučavani oblik poljoprivredne proizvodnje može biti ekološki siguran, ekonomski rentabilan, socijalno opravdan, kulturno prikladan i naučno zasnovan.

Adresa autora:

Nenad Veljović

veljovicnenad@yahoo.com

Ključne reči: agrobiznis, agromarketing, organska poljoprivredna proizvodnja, mikro i

makro menadžment, finansije, resurs, kvalitet, agroekološki princip, ekosistem, FAO, UN, WHO.

Abstract

According to the definition FAO (Food and Agriculture Organization of the UN) and WHO (World Health Organization), organic farming is a system of governance that promotes healing ecosystems, including biodiversity, biological cycles, referring the use of methods which largely excludes the use of off-farm inputs. The term organic product, means the production of agricultural and food products based on natural processes and the use of organic matter. Given that no application management system for organic production of agricultural products no planned and adequate development of this industry, this paper is accessed observing all necessary factors that contribute to achieving economic and ecological profits, while ensuring environmental protection and respect for the principles of sustainable development. It is noted that in the system of sustainable agricultural production of agro who is in agribusiness organize all forms of production, and until consumption, with the aim of obtaining the maximum profits. Unlike conventional agriculture, it was found that organic farming is subject to the control of all production processes and inputs in the processing, storage, transportation, to sales, as certified goods such guarantees that such product contributes to the protection and preservation of the environment. Agro marketing otherwise organic product promotes the well-known brand, which consumers are happy to buy and security. In addition, this research has found that one of the basic prerequisites of a successful organizing activities in organic agriculture, distribution and trade of organic food market and gain maximum profit, requires the implementation of all elements of micro and macro management. Only such an approach to this problem studied form of agricultural production can be environmentally safe, economically viable, socially justified, culturally appropriate and scientifically based.

Keywords: *agribusiness, agro-marketing, organic farming, micro and macro management, finance, resource, quality, agro-ecological principles, ecosystem, FAO, UN, WHO.*

1 UVOD

Pošto organska poljoprivreda predstavlja sistem upravljanja koji promovise ozdravljenje agroekosistema, uključujući biodiverzitet, biološke cikluse u njima, pri čemu se favorizuje primena metoda koje isključuju upotrebu inputa van farme, u ovom radu želi se ukazati na mesto i ulogu agrobiznisa u uslovima proizvodnje koja se zasnivaju na prirodnim procesima i upotrebi organske materije, a koja funkcioniše po sistemu održivog razvoja.

U ovakvom tipu proizvodnje agromenadžer je taj koji u agrobiznisu organizuje sve oblike proizvodnje, sve do potrošnje i vodeći računa o ostvarenju kako ekonomskog, tako i ekološkog profita.

Organska poljoprivreda podleže obaveznoj kontroli svih proizvodnih procesa i inputa u preradi, čuvanju i transportu proizvoda sve do prodaje. Sertifikat o organskom proizvodu mora biti garant da je takav proizvod zdravstveno bezbedan i da afirmiše robnu marku *brend* koju

potrošači sa zadovoljstvom kupuju. Iz toga proizilazi da je u ovoj proizvodnji neophodna primena svih elemenata mikro i makro menadžmenta. Tačnije, za celokupnu realizaciju proučavanog oblika proizvodnje neophodno je posedovati validno umeće upravljanja njenom celinom.

2 SPECIFIČNOSTI ORGANSKE POLJOPRIVREDE I NJEN ZNAČAJ

Organska održiva poljoprivreda u osnovi pruža mogućnost uspešnog razvoja multifunkcionalne poljoprivrede, tj. farmerski tip proizvodnje. Ekofarma je jedan uravnotežen agroekosistem koji u sebe uključuje proizvodnju kako poljoprivrednih, tako i nepoljoprivrednih proizvoda i usluga.

Organska poljoprivreda zasnovana je na osnovnim ekološkim načelima i zbog svoje multifunkcionalnosti pruža velike mogućnosti revitalizacije raznovrsne proizvodnje, ali i razvoj porodičnog poljoprivrednog seoskog gazdinstva. U Srbiji čak 56% porodičnih poljoprivrednih

gazdinstava ima manje od 3 ha zemlje, zato je ovaj oblik poljoprivrede od posebnog značaja, pogotovo što na našem ruralnom području živi čak 54% ukupnog stanovništva (Bogdanov & Ševarlić, 2007).

Prema navodima (Babović, Lazić, Malešević, & Gajić, 2005) multifunkcionalna poljoprivreda ima veliku šansu u zemljama u razvoju, i zemljama sa usitnjenim posedom, kao što je R. Srbija. Ovim oblikom proizvodnje istovremeno olakšani su i pristup korišćenje i materijalne stimulacije EU.

Organska poljoprivredna proizvodnja predstavlja takav metod proizvodnje koji zabranjuje primenu sintetskih hemijskih đubriva, hemijskih zaštitnih sredstava, hormona, antibiotika, već se primenjuju poljoprivredne mere koje su u skladu sa okolinom. U osnovi organska proizvodnja je humani oblik proizvodnje hrane, ali i načina života.

Prerastanjem lokalne organske proizvodnje ka tržišnoj globalnoj proizvodnji, javila se i potreba za jedinstvenom ocenom kvaliteta i bezbednosti proizvoda. Taj put doveo je do definisanja zakonske regulative, koja na osnovu bazičnih standarda organske proizvodnje i pravilnika za njenu kontrolu, omogućava dobijanje sertifikata za proizvod u koga potrošač veruje.

Danas se u svetu primenjuje pet standarda i sertifikat programa i sertifikacija:

- IFOAM
- EU
- Codex Alimentarium
- NOP
- ISO-65

Potpuno regulisane uslove organske poljoprivredne proizvodnje ima 37 zemalja (u Evropi 26). Srbija se svrstava među zemlje koje su na putu regulisanja svih propisa za organsku poljoprivrednu proizvodnju.

Organska poljoprivredna proizvodnja se ne može realizovati bez primene sistema upravljanja od proizvodnje do tržišta, bez agrobiznisa.

3 AGROBIZNIS U ORGANSKOJ POLJOPRIVREDNOJ PROIZVODNJI

Agrobiznis kao koncept organske poljoprivredne proizvodnje, prerade i prometa, mora da zadovolji,

kako želje i potrebe potrošača, tako i ostvarenje ekološkog i ekonomskog profita, ali i da doprinese očuvanju životne sredine. On prema Davis i Goldberg (1957) predstavlja sumu svih operacija proizvodnje i usluga u poljoprivrednoj proizvodnji.

Biznis je preduzetnički dar agromenadžera, zasnovan na primeni što manjeg ali kontrolisanog ulaganja, a radi ostvarivanja što većeg profita. To se može postići samo planskim odabirom kadrova, pravilnim kontrolisanjem proizvodnje i njenom realizacijom, upražnjavanjem svih aspekata inputa i outputa. Prema Babović, J. (Lazić, et al., 2008) agrobiznis menadžment se odvija u svim robnim oblicima organske poljoprivredne proizvodnje i prerade, ali uz uvažavanje međuzavisnog razvoja, socijalne pravde i zaštite životne sredine. Njime se efikasno organizuje posao i na ekonomski, a i na ekološki način, vrši integralna kontrola svih faza u procesu proizvodnje i prerade do gotovog organskog proizvoda odgovarajuće sertifikovanosti.

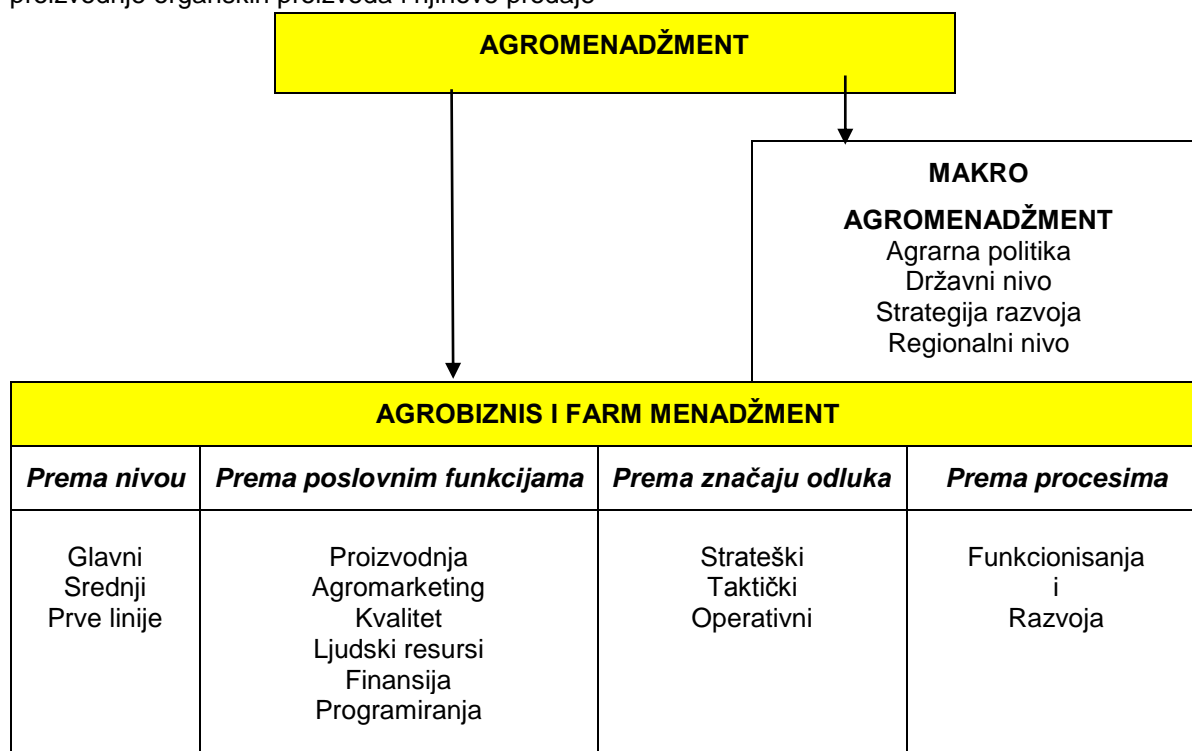
Agromenadžment se deli na: makroagromenadžment i agrobiznis, i farm menadžment. U okviru makroagromenadžmenta razmatraju se pitanja u vezi sa agrarnom politikom, strategijom razvoja i regionalni razvoj.

Agroniznis i farm menadžment se dele po osnovi četiri kriterijuma: Prema nivou (glavni, srednji, prve linije), prema poslovnim funkcijama (proizvodnja, agromarketing, kvalitet, ljudski resursi, finansije i programiranja). Prema značaju odluka može biti: Strateški, taktički i operativni. Prema procesima razlikujemo menadžment funkcionisanja i menadžment razvoja. Ilustrovani prikaz tipova agromenadžmenta u agrobiznisu dat je u šemi br.1.

Primenom koncepta agrobiznis menadžmenta, kao upravljačke aktivnosti u organskoj poljoprivredi, ostvaruju se; poslovne funkcije, planiranje, organizovanje i kontrola, kako bi se ostvarila efikasnost i efektivnost u poslovanju, ali i doprinelo očuvanju životne sredine i ostvarenja optimalnog profita. To svakako podrazumeva implementaciju svih oblika mikro i makromenadžmenta u ovaj specifični oblik poljoprivredne proizvodnje, jer je to preduslov za uspešno organizovanje poslova u ovoj vrsti agrara, i pružanju doprinosa distribuciji i prometu organske hrane na tržištu za kojom postoje sve veće potrebe.

Menadžment u agrobiznisu iziskuje razvoj i analizu ključnih funkcija: knjigovodstvo, finansije, kadrove, marketing, informacione sisteme, proizvodne kapaciteta i dr. Prema tome, proces proizvodnje organskih proizvoda i njihove prodaje

je multidisciplinarni postupak. Važno je stalno praćenje tehnološkog procesa, sa osposobljenim kadrovima, koji aktuelno prate stručnu literaturu, patente, kontaktiraju sa laboratorijama i sl.



Šema 1 Agromenadžment

Izvor: Autor - Modifikovano prema (Novković & Šomođi, 1999)

Menadžment organske poljoprivredne proizvodnje zahteva usklađen odnos između biljne i stočarske proizvodnje, jer se ovaj oblik proizvodnje zasniva na postavci, da plodnost zemljišta direktno zavisi od sadržaja organskih materija poreklom od životinja i prisustva zemljišnih organizama. S tim uvezi, taj odnos je najpovoljniji, prema (Bavec & Bavec, 2006), ako na 1 ha zemljišne površine, dolazi jedno grlo krupne stoke.

Organska poljoprivreda mora da se odvija po principima održivog razvoja, a to podrazumeva menadžmentske napore za ostvarivanje prihvatljivih stopa rasta i u skladu sa pretnjama i mogućnostima interne i eksterne okoline. Putem koncepta održivosti u stanju je povezati korporativno poslovanje sa ekonomskom i sociološkom strukturom društva, ali i sa životnom sredinom.

Organski poljoprivredni proizvodi imaju niz prednosti od proizvoda konvencionalne poljoprivrede. Njome se ostvaruju veći prihodi, čak

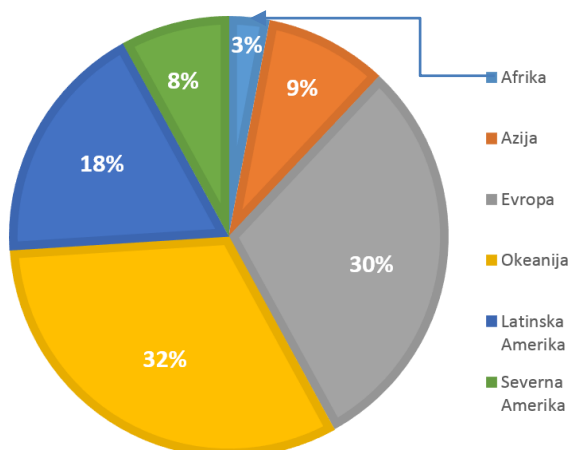
i do 95%, zato se ovaj oblik poljoprivredne proizvodnje sve više forsira kako u svetu, tako i kod nas. Treba pomenuti i destimulativne faktore proizvodnje i prodaje organskih proizvoda, a to su; visoki troškovi, nedovoljan know-how i teškoće preorijentacije sa konvencionalne na organsku poljoprivredu (Gil, Gracia, & Sanchez, 2000) (Rakić & Rakić, 2007).

Razlozi za ekspanziju ovih proizvoda, nalaze se u rezultatima medicinskih istraživanja, koja ukazuju, na povećanje zdravstvenog rizika konzumiranja hrane poreklom iz konvencionalne poljoprivrede.

Podaci Privredne komore R. Srbije nam ukazuju da se organska proizvodnja obavlja na 15.000 ha. To je u odnosu na ukupno obradivu površinu u R. Srbiji (4,2 miliona ha) samo 0,3%. Odnosno, 13 puta manje od evropskog proseka. Prema podacima iznetim u izveštaju Ministarstva za nauku i zaštitu životne sredine u Srbiji, konstatovano je da je za organsku proizvodnju pogodno 651.000 ha.

Trgovina organskim proizvodima u zadnje četiri decenije se povećala, tako da se od 23 milijarde popela na 40 milijardi USD, bez obzira na to što su cene ovih proizvoda za 15 do 30% veće od onih dobijenih konvencionalnom proizvodnjom.

Prema podacima FAO (2012) pod organskom poljoprivrednom proizvodnjom u svetu se nalazi oko 37,5 miliona hektara. Najveću proizvodnju organskih poljoprivrednih proizvoda imali su Australija, Argentina, Kina, a zatim sledile Severna Amerika i Evropa (Grafikon br. 1.)



Grafikon br.1 Raspodela površina pod organskom proizvodnjom po kontinentima
Izvor: (Willer & Lernoud, 2014)

U državama Zapadnog Balkana u ovoj proizvodnji ističe se Slovenija, dok je u Srbiji još u povoju, međutim, Srbija ima sve uslove za njenu ekspanziju.

U Srbiji rad na organskoj proizvodnji počeo je 1989. godine, organizovanjem udruženja "Vrelo" (Novi Sad), Terra's (Subotica), Natura Vita i "Moć prirode" (Beograd). Osnivanje ovih udruženja iniciralo je i donošenje prvog zakona (SRJ) u 2001. godine, odnosno novog zakona Republike Srbije u 2006, a u 2007. usvojen je znak za organski proizvod (Slika br. 1).



Slika br.1 Logo za organski proizvod u Srbiji
(Zakon, 2006)

Proizvodi hrane, sa sertifikovanom oznakom "Organska", "Eko", i "BIO", postaju vodeći konkurentski proizvodi na tržištu.

Položaj ovog oblika poljoprivredne proizvodnje u nas moguće je poboljšati, edukacijom proizvođača i budućih potrošača, pružanjem jasnije poruke o značenju konzumiranja organski proizvedene hrane. Samo povećanjem tražnje za organski proizvedenom hranom, moguće je povećati značaj organske poljoprivredne proizvodnje, a time i stvoriti mogućnost smanjenja siromaštva u našim ruralnim područjima.

Tržište organske hrane je veoma malo, ali je tražnja izuzetno velika i ima tendenciju stalnog rasta (Rakić & Rakić, 2007). Tražnja za ovim proizvodima u svetu je različita. Tržište Amerike (SAD, Kanada, Brazil i Meksiko) je najveće tržište organske hrane. Sledе, zatim, tržišta Evrope, Azije i Pacifika.

Razvoj i povećanje organske proizvodnje zahteva povezanost svih učesnika u lancu vrednosti; proizvodnje, potrošača, naučnih institucija i države.

4 ZAKLJUČAK

Na osnovu rezultata istraživanja mesta i uloge agrobiznisa u organskoj poljoprivrednoj proizvodnji, izvedeni su sledeći zaključci:

- Održiva organska poljoprivreda je način proizvodnje koji posmatran u dužem vremenskom periodu, unapređuje kvalitet životne sredine i resurse na kojima se proizvodnja zasniva, jer je ekonomski isplativa, a dobijen proizvod visoko kvalitetan i zdravstveno bezbedan.
- Organski proizvod podrazumeva poljoprivredni proizvod dobijen putem prirodnih procesa i organskih materija, a bez upotrebe veštačkih đubriva, hormona, antibiotika i pesticida.
- Ovaj oblik poljoprivredne proizvodnje koristi zemljišta stočnih farmi i prerađivačkih pogona koji su prostorno izolovani i ekološki ne zagađeni.
- Za razliku od konvencionalnog načina poljoprivredne proizvodnje i prerade, čiji je osnovni cilj ostvariti maksimalnu proizvodnost i profit, organska poljoprivreda daje prednost nezagađenju životne sredine,

- poštovanju ekološke ravnoteže i korišćenju održivih izvora energije.
- Menadžment organske poljoprivredne proizvodnje zahteva usklađen odnos između biljne i stočarske proizvodnje, jer plodnost zemljišta direktno zavisi od organskih materija životinjskog porekla. Najpovoljniji odnos za održavanje dobre plodnosti zemljišta je ako na 1 ha zemljišta dolazi 1 grlo krupne stoke.
 - Organska poljoprivreda mora da se odvija po principima održivog razvoja, a to podrazumeva menadžmentske napore za ostvarivanje prihvatljivih stopa rasta i u skladu sa pretnjama i mogućnostima interne i eksterne okoline. Putem koncepta održivosti u stanju je povezati korporativno poslovanje sa ekonomskom i sociološkom strukturom društva, ali i sa životnom sredinom.
 - Organski poljoprivredni proizvodi imaju niz prednosti od proizvoda konvencionalne poljoprivrede. Njome se ostvaruju veći prihodi, čak i do 95%, zato se ovaj oblik poljoprivredne proizvodnje sve više forsira kako u svetu, tako i kod nas.
 - Destimulativni faktori organske poljoprivredne proizvodnje uglavnom su sadržani u velikim troškovima koje treba angažovati, ali i prilično otežanoj mogućnosti preorijentacije konvencionalne proizvodnje u organsku.
 - Unapređenje ovog oblika poljoprivredne proizvodnje zahteva primenu svih oblika mikro i makro menadžmenta, tj. plansko odabiranje kadrova, pravilnu kontrolu proizvodnje i njenu realizaciju, kao i upražnjavanje svih aspekata inputa i outputa.

Citirani radovi

- Babović, J., Lazić, B., Malešević, M., & Gajić, Ž. (2005). *Agrobiznis u ekološkoj proizvodnji hrane*. Novi Sad: Naučni institut za ratarstvo i povrtarstvo.
- Bavec, F., & Bavec, M. (2006). *Organic Production and Use of Alternative Crops*. Boca Raton, New York, Abingdon: Taylor and Francis Group.
- Bogdanov, N., & Ševarlić, M. (2007). *Međunarodna iskustva u tranziciji agrarnog sektora i ruralnih područja*. Beograd: DAES.
- Davis, J. H., & Goldberg, R. A. (1957). *A concept of agribusiness*. Boston: Harvard University.
- Gil, J., Gracia, A., & Sanchez, M. (2000). Market segmentation and willingness to pay for organic products in Spain. *International Food and Agribusiness Management Review*, 207-226.
- Lazić, B., Lazić, S., Babović, J. V., Radojević, V. V., Sekulić, P., Šeremšić, S., . . . Savković, T. (2008). *Organska poljoprivreda*. Novi Sad: Institut za ratarstvo i povrtarstvo.
- Novković, N., & Šomodi, Š. (1999). *Agromenadžment*. Beograd: PKB, Centar za informisanje.
- Rakić, B., & Rakić, M. (2007). Tržište organske hrane. *Poljoprivreda i lokalni razvoj* (pp. 179-184). Vrnjačka Banja: Agronomski fakultet-Čačak i Poljoprivredni fakultet-Priština.
- Willer, H., & Lernoud, J. (2014, Feb). *Organic Agriculture Worldwide: Key results from the FiBL-IFOAM survey on organic agriculture worldwide 2014*. Retrieved from FiBL: <http://www.organic-world.net/fileadmin/documents/yearbook/2014/fibl-ifoam-2014-global-data-2012.pdf>
- Zakon. (2006). Zakon o organskoj proizvodnji i organskim proizvodima. *Službeni glasnik RS*(62). Retrieved from <http://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0CCsQFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.terras.org.rs%2Fterras%2Ffajlovi%2Fzakon.doc&ei=1wpBVY6WJMixaZCJgLG&usg=AFQjCNFB88BzHjD35Uf0HIA6z7Q5o7r0JA&bvm=bv.91665533,d.d2s&cad=rja>

Datum prve prijave: 11.01.2014.
Datum prijema korigovanog članka: 28.04.2015.
Datum prihvatanja članka: 09.05.2015.

Kako citirati ovaj rad? / How to cite this article?

Style – **APA Sixth Edition:**

Veljović, N. (2015, jul 15). Uloga i značaj agrobiznisa u organskoj poljoprivrednoj proizvodnji. (Z. Čekerevac, Ed.) *FBIM Transactions*, 3(2), 125-131. doi:10.12709/fbim.03.03.02.15

Style – **Chicago Sixteenth Edition:**

Veljović, Nenad. 2015. "Uloga i značaj agrobiznisa u organskoj poljoprivrednoj proizvodnji." Edited by Zoran Čekerevac. *FBIM Transactions (MESTE)* 3 (2): 125-131. doi:10.12709/fbim.03.03.02.15.

Style – **GOST Name Sort:**

Veljović Nenad Uloga i značaj agrobiznisa u organskoj poljoprivrednoj proizvodnji [Journal] // *FBIM Transactions* / ed. Čekerevac Zoran. - Beograd : MESTE, jul 15, 2015. - 2 : Vol. 3. - pp. 125-131.

Style – **Harvard Anglia:**

Veljović, N., 2015. Uloga i značaj agrobiznisa u organskoj poljoprivrednoj proizvodnji. *FBIM Transactions*, 15 jul, 3(2), pp. 125-131.

Style – **ISO 690 Numerical Reference:**

Uloga i značaj agrobiznisa u organskoj poljoprivrednoj proizvodnji. **Veljović, Nenad.** [ed.] Zoran Čekerevac. 2, Beograd : MESTE, jul 15, 2015, *FBIM Transactions*, Vol. 3, pp. 125-131.