



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.

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., & Šomođi, 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://www.terra.org.rs/fajlovi/zakon.doc&ei=1wpBVY6WJMixaZCJgLG&usg=AFQjCNFB88BzHjD35Uf0HIA6z7Q5o7r0JA&bvm=bv.91665533,d.d2s&cad=rja>

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.