



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

Komercijalna stočarska obiteljska gospodarstva Republike Srbije - trenutno stanje i izazovi

Vlade Zarić, Aleksandra Deljanin, Danijela Petković

*Poljoprivredni fakultet Univerziteta u Beogradu, Nemanjina 6, 11080 Beograd-Zemun, Srbija
(vzaric@agrif.bg.ac.rs)*

SAŽETAK

Privatne farme čine najveći broj farmi u Republici Srbiji i posjeduju najveći dio obradivog zemljišta. Zbog svoje veličine, većina ovih farmi nema ekonomsku budućnost. Međutim, treba naglasiti da se u ovoj skupini izdvajaju komercijalne farme koje se bave intenzivnom ratarskom i/ili stočarskom proizvodnjom. Ove farme imaju perspektivu opstanka i razvoja. Cilj istraživanja bio je istražiti u grupi komercijalnih farmi položaj najvećih. Istraživanje je obavljeno na uzorku od 52 farme koje su činile 5 fokus grupa. Rezultati pokazuju da se uspješne farme bave proizvodnjom mlijeka i tovom junadi, ali imaju i prihode izvan poljoprivrede. Smatraju da poslovno okruženje nije uređeno na najbolji način, kao i da se položaj farmi u marketinškom lancu pogoršava. Komunikaciju sa znanstvenim institucijama, savjetodavnom službom i dolaženje do informacija smatraju vrlo značajnim. Farmeri procjenjuju da će oko trećine farmi opstati u budućnosti. Doći će do strukturnih promjena i obrazovanje će biti sve značajnije.

Ključne riječi: obiteljska gospodarstva, marketinški lanac, obrazovanje

UVOD

Mala obiteljska gospodarstva čine većinu subjekata u poljoprivredi Republike Srbije. Prema popisu iz 2002. godine ukupan broj privatnih farmi u Srbiji iznosi 778.891 i one posjeduju oko 80 % poljoprivrednog zemljišta i oko 85 % ukupnog obradivog zemljišta. Međutim, privatne farme su male po veličini, s prosječnim posjedom od 2,46 ha koji se najčešće sastoji od nekoliko parcela, s prosječnom veličinom parcele od 0,62 ha. Uobičajeno je da su parcele razbacane u prostoru i imaju nepravilan oblik, što povećava troškove transporta i troškove obrade zemljišta (Zarić, 2008.). Sasvim je izvjesno da najveći broj privatnih farmi ne može osigurati dovoljno prihoda za vlasnika farme i članove njegovog kućanstva.

Ipak, među privatnim farmama moguće je uočiti rastući broj farmi koje prvenstveno proizvode za tržište i koje se mogu nazvati komercijalne farme. Ova napredna gospodarstva se u pravilu intenzivno bave poljoprivrednom proizvodnjom, uzimaju zemlju u zakup i imaju razvijenu stočarsku i/ili ratarsku proizvodnju. Smatra se da komercijalne farme imaju perspektivu opstanka i razvoja. U ovom radu istražen je trenutni položaj komercijalnih gospodarstava i izazovi s kojima se susreću.

MATERIJAL I METODE

Za ovaj rad korišteni su rezultati anketnog istraživanja 52 vlasnika komercijalnih obiteljskih farmi koji su bili sudionici pet fokus grupa. Fokus grupe bile su formirane u područjima koja u Republici Srbiji

imaju najintenzivniju stočarsku proizvodnju. U okviru komercijalnih gospodarstava izabrana su ona koja su najveća, mjereno po obujmu godišnje proizvodnje. Izabrana gospodarstva predstavljaju ekonomski najjaču grupu obiteljskih gospodarstava s najboljom perspektivom daljnjeg razvoja u grupi obiteljskih gospodarstava. Upitnik je bio zatvorenog tipa i strukturiran po područjima koja su se odnosila na osnovne podatke o farmama, kao i na stavove proizvođača, najprije o uvjetima poslovanja, zatim o njihovom položaju u marketinškom lancu i, konačno, značaju obrazovanja i njihovim očekivanjima za budućnost.

REZULTATI I RASPRAVA

Analizirane farme se u najvećem broju slučajeva bave tovom junadi i proizvodnjom mlijeka (59,6%). U ovaj podatak uključene su i farme koje imaju veću zastupljenost (>50%) i one koje imaju manju zastupljenost tova junadi (<50%) od proizvodnje mlijeka. Sljedeću skupinu predstavljaju farme koje se isključivo bave tovom junadi (32,7%). Proizvodnja isključivo kravljeg mlijeka i uzgoj ovaca kao pretežna djelatnost farmi zastupljena je s po 13,5%. Proizvodnja mlijeka osigurava gotov novac na mjesečnoj razini, a raznovrsna proizvodnja osigurava disperziju rizika. Niti jedna farma ne bavi se proizvodnjom jednostavnih pilića niti kozarstvom. Na ovo pitanje ispitanici su mogli dati više odgovora, tako da je ukupan zbroj veći od 100%.

U pravilu farme osiguravaju voluminoznu hranu proizvodnjom na vlastitim ili zakupljenim površinama, dok koncentriranu hranu kupuju. U sjetvenoj strukturi dominiraju žitarice (52%), gde je najviše zastupljen kukuruz, a zatim krmno bilje (24,95). Radi se o kućanstvima s većim brojem članova (prosječno 6) koje čine tri generacije, gdje je četvero radno sposobno. Važno je naglasiti da farme imaju alternativne izvore prihoda

izvan poljoprivrede jer je jedan do dva člana kućanstva zaposlen izvan poljoprivrede. Ovaj podatak nam govori o tome da i komercijalne farme u Republici Srbiji ne osiguravaju prihod isključivo od poljoprivrede. Vjerojatno je da i ostali članovi gospodarstva nisu angažirani puno radno vrijeme na farmi.

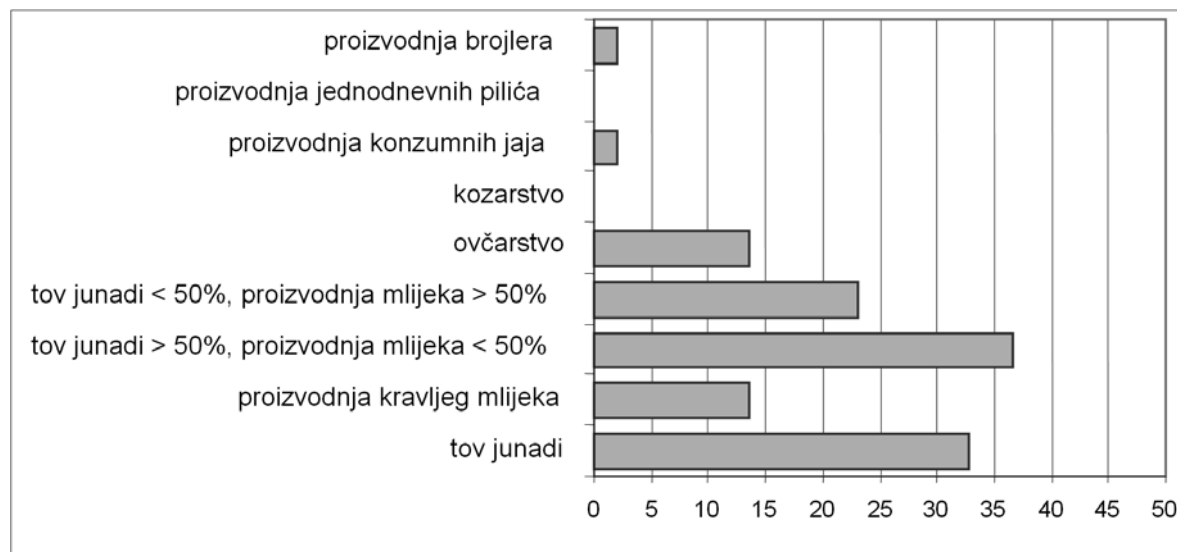
Ispitivanje stavova o uvjetima poslovanja i položaju u marketinškom lancu provedeno je uporabom tvrdnji koje su ocjenjivane na ljestvici od 1 do 5, gdje je 1 značilo „potpuno nevažno“ ili „ne slažem se“, dok je 5 značilo „jako važno“ ili „potpuno se slažem“. Uvjeti za poslovanje definirani su postojećim zakonodavstvom kao i mjerama koje država provodi i time utječe na poslovanje.

Iz tablice 1. vidi se da ispitanici poslovno okruženje ne ocjenjuju kao najbolje, jer se ne slažu s pozitivnim tvrdnjama u vezi okruženja (tvrdnje A, B, C, D, E). Najnižu ocjenu (2,00) dobila je tvrdnja „Uvjeti u poljoprivredi su jednaki za sve i država jednako tretira sve proizvođače“, pri čemu ova tvrdnja ima i najmanju standardnu devijaciju u odnosu na ostale, što znači da ispitanici pokazuju najmanje razlike u ocjeni ove tvrdnje. Takođe, ispitanici se slažu s negativnom tvrdnjom da se subvencije u poljoprivredi ne koriste na najbolji način. Visoka standardna devijacija u ovom slučaju znači da ispitanici imaju različita iskustva. Ovakav rezultat ukazuje na činjenicu da u poljoprivredi ne postoji pravedna konkurencija, što ne predstavlja najbolje uvjete za poslovanje.

U vezi ocjene položaja primarnih proizvođača u vertikalnom marketinškom lancu, farmerima je postavljeno pitanje da ocijene obujam proizvodnje, obujam primjene standarda u proizvodnji i zaključivanje ugovora o prodaji u posljednjih nekoliko godina. Kretanje obujma proizvodnje trebalo je pružiti odgovor na pitanje količine proizvedenih proizvoda, primjena standarda je pokazatelj kvalitete i povećava uspješnost u realizaciji prodaje,

dok zaključeni ugovori o nabavci i prodaji znače sigurnost plasmana. Na tvrdnje o ovim pitanjima mogući odgovori bili su: ne znam

(0), smanjen (1), ostao isti (2) i povećan (3). Rezultati stavova farmera prikazani su na grafikonu 2.



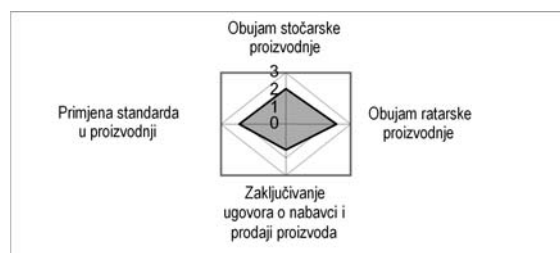
Grafikon 1: Tip stočarske proizvodnje koji je pretežno zastupljen na komercijalnim stočarskim farmama u Republici Srbiji (u %)

Izvor: Vlastito istraživanje

Tablica 1: Rangiranje stavova proizvođača u vezi poslovnog okruženja

		Srednja vrijednost	Standardna devijacija
A	Državna regulativa je pregledna i jednostavna	2,52	0,85
B	Država efikasno kontrolira prerađivače poljoprivrednih proizvoda	2,25	0,90
C	Država efikasno kontrolira trgovce poljoprivrednih proizvoda	2,06	0,83
D	Postoji efikasno praćenje zagađenja okoliša s farmi i drugih gospodarskih grana	2,37	0,91
E	Uvjeti u poljoprivredi su jednaki za sve i država jednako tretira sve proizvođače	2,00	0,74
F	Subvencije u poljoprivredi se ne koriste na najbolji način	3,55	1,01

Izvor: anketno istraživanje



Grafikon 2: Proizvodnja i prodaja proizvoda

Izvor: Vlastito istraživanje

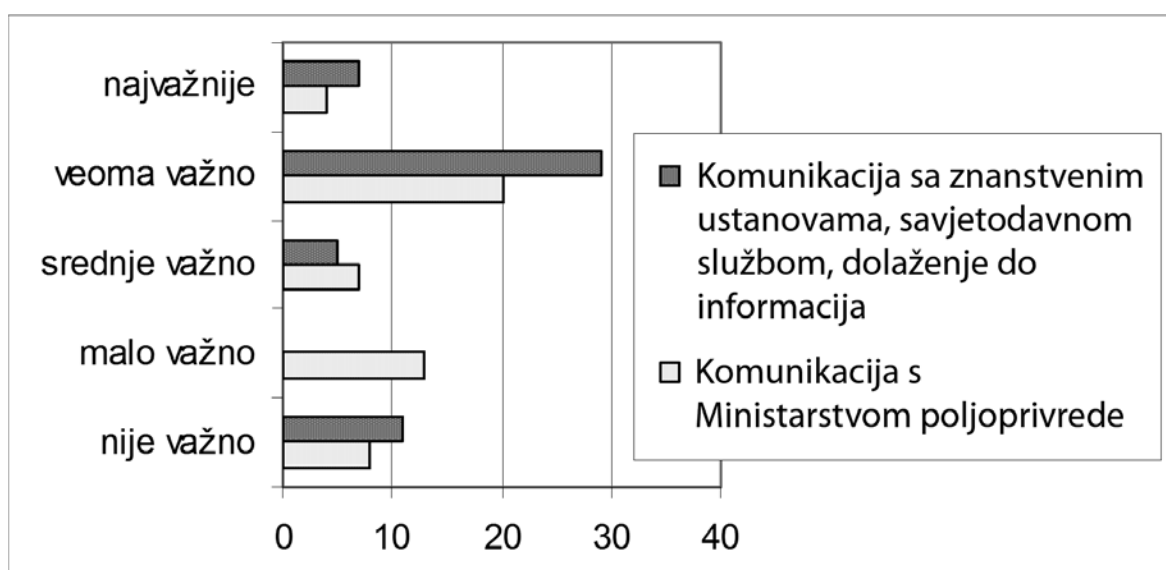
Na osnovi rezultata vidljivo je da su obujam stočarske proizvodnje, primjena standarda i obujam ratarske proizvodnje

ostali nepromijenjeni u promatranom razdoblju, dok je zaključivanje ugovora o nabavci i prodaji smanjeno. U marketinškom smislu ovo znači da primarni proizvođači ne povećavaju količine proizvoda koje nude na tržištu. Izostanak povećanja primjene standarda je pokazatelj da nema promjena u pogledu kvalitete. Smanjivanje zaključenja ugovora o nabavci i prodaji je znak da je položaj primarnih proizvođača u vertikalnom lancu postao nesigurniji jer plasman proizvoda iz tekuće proizvodnje nije osiguran. Neizvje-

snost prodaje je znak da se položaj u vertikalnom lancu pogoršava. Uz to, kupci primarnih proizvoda na razini prerađivačke industrije ili trgovine diktiraju uvjete trgovine i očigledno nemaju interes za dugoročno ugovorno povezivanje s ovom grupom proizvođača. Trgovci su u prilici kratkoročno mijenjati uvjete trgovine i ponašanje (Zarić et al., 2010.). Navedenu tezu potvrđuju rezultati

istraživanja jer farmeri smatraju da država nema učinkovitu kontrolu kupaca primarnih proizvoda (tvrdnje B i C u tablici 1.).

U pogledu stjecanja znanja i dobivanja informacija, farmerima je postavljeno pitanje o značaju obrazovanja i komunikacije s Ministarstvom poljoprivrede, te njihovim očekivanjima za budućnost. Odgovori su mogli biti od nije važno (1) do najvažnije (5).



Grafikon 3: Proizvodnja i prodaja proizvoda

Izvor: Vlastito istraživanje

Najveći broj farmera smatra da je komunikacija sa znanstvenim institucijama i savjetodavnom službom vrlo važna, pri čemu blagu prednost daju znanstvenim institucijama. Znanstvene institucije i stručne službe farmeri ocjenjuju jako važnim za dobivanje informacija o novim tehnologijama i propisima u poljoprivredi, dok marketinške informacije dobivaju, prije svega, od trgovaca i stručnih službi, te od znanstvenih institucija. Ovakvi rezultati pokazuju da institucije na odgovarajući način vrše edukaciju, dok u području marketinga najvažniju ulogu imaju trgovci. Ovo je i očekivani rezultat jer farmeri najveći interes pokazuju za cijene proizvoda, informaciju koju, logično, imaju trgovci.

Zanimljiv je rezultat u pogledu ocjene budućnosti stočarske proizvodnje u narednih

10 do 15 godina. Farmeri smatraju da će u njihovim regijama negdje između 25 i 50% farmera nastaviti s proizvodnjom. Ovo nadalje upućuje na zaključak da će doći do strukturnih promjena u stočarskoj proizvodnji. Ovakvim promjenama povećat će se potražnja za specifičnim znanjima, dok će se od obrazovanja očekivati takva znanja ponuditi.

ZAKLJUČAK

Istraživanje je pokazalo da najveće komercijalne obiteljske farme u Republici Srbiji koje se bave stočarstvom, voluminoznu hranu osiguravaju vlastitom proizvodnjom. Prihode stječu i izvan poljoprivrede jer jedan do dva člana obitelji ne radi u poljoprivredi. Stanje okruženja ne ocjenjuju povoljnim za

bavljenje stočarstvom. Položaj u marketinškom lancu im se pogoršava. Unatoč činjenici da se radi o najvećim privatnim proizvođačima stoke, oni smatraju da se više od polovine neće moći uspješno baviti stočarstvom u budućnosti. Obrazovanje smatraju vrlo važnim, te smatraju da će obrazovanje dobiti veći značaj s jačanjem strukturnih promjena.

Napomena

Ovaj rad je rezultat istraživanja koje financira Ministarstvo prosvete i nauke Republike Srbije. Projekt broj III 46001: Razvoj i primena novih i tradicionalnih tehnologija u proizvodnji konkurentnih prehrambenih proizvoda sa dodatom vrednošću za evropsko i svetsko tržište - stvorimo bogatstvo iz bogatstva Srbije. Period projekta 2011. - 2014. godine.

LITERATURA

- Anketno istraživanje i rad s fokus grupama u okviru projekta Ministarstva prosvete i nauke Republike Srbije. Projekat broj III 46001: Razvoj i primena novih i tradicionalnih tehnologija u proizvodnji konkurentnih prehrambenih proizvoda sa dodatom vrednošću za evropsko i svetsko tržište - stvorimo bogatstvo iz bogatstva Srbije. Period projekta 2011. - 2014. godine.
- Zarić, V. (2008.): Analiza konkurentnosti poljoprivredno-prehrambenih proizvoda Republike Srbije. Poljoprivredni fakultet, Zemun-Beograd.
- Zarić, V. / Petković, D. / Filipović, N. (2010.): Najvažnije karakteristike stočarske proizvodnje i trgovine živom stokom u Republici Srbiji. XIX Inovacije u stočarstvu. Poljoprivredni fakultet Zemun-Beograd. Zbornik apstrakta. Str. 51; Izdavač poljoprivredni fakultet Zemun-Beograd.

Commercial livestock family farms in Serbia - the current situation and challenges

ABSTRACT

Private farms make up the largest number of farms in the Republic of Serbia and own the most of arable land. Because of their size, many of these farms have no economic future. However, it should be noted that in this group there are commercial farms that are intensively involved in agricultural farming and/or livestock production. These farms have the prospect of sustaining and developing. The aim of the research was to investigate the position of largest cattle farms in the family group of commercial farms. The survey was conducted on a sample of 52 farms which made 5 focus groups. The results show that successful farms are dealing with milk production and fattening cattle, but they also have income outside agriculture. They consider that the environment for business is not regulated in the best manner and the position of farms in the marketing chain is deteriorating. Communication with research institutions, extension services seems to be very important. Farmers estimate that about one third of farms will survive in the future. Structural changes in agriculture will take place and education will be more important.

Key words: family farms, the marketing chain, education