



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.*

ОРГАНСКА ПОЉОПРИВРЕДНА ПРОИЗВОДЊА И УЛОГА МАРКЕТИНГА¹

Наташа Кљајић², П. Вуковић², Славица Арсић²

Резиме. Због сталне потребе повећања производње хране услед још увек великог броја гладних широм света, интензивно се развила техника и технологија у пољопривредној производњи заснована пре свега на вештачки синтетизованим материјама где спадају минерална ђубрива, пестициди, стимулатори раста, хормони и слично, који су допринели да се приноси значајно увећају. Међутим, неконтролисана примена агрохемикалија, интензивна примена тешке пољопривредне механизације у обради земљишта, као и нарушавање природних процеса, довели су до значајног нарушавања животне средине. Органска пољопривреда се због тога развила као реакција на еколошку деградацију и угрожавање људске популације.

Овај рад настоји да укаже на значај органске пољопривредне производње али разматра такође и улогу маркетинга у органској производњи хране као начина за њено пласирање на тржиште.

Кључне речи: органска производња, заштита животне средине, маркетинг.

Увод

Загађеност природне средине је већ одавно достигла забрињавајући ниво. На то нас упућују негативне последице које су се манифестовале кроз погоршање квалитета воде и ваздуха, угрожености природних средина људи,

¹ Рад је део пројеката "Мултифункционална пољопривреда и рурални развој у функцији укључивања Републике Србије у ЕУ", бр. 149087, које финансира Министарство науке и заштите животне средине Републике Србије.

² Мр Наташа Кљајић, истраживач сарадник, Предраг Вуковић, дипл. ек. спец, истраживач приправник, Славица Арсић, дипл. инж., истраживач приправник; Институт за економику пољопривреде, Волгина 15, 11060 Београд; www.iep.bg.ac.yu, e-mail: office@mail.iep.bg.ac.yu

биљних и животињских врста, безобзирног искоришћавања земљишта, промена климатских прилика и слично. Ове тенденције у савременом друштву се све више испољавају. Неконтролисана експлоатација природних ресурса и индустријализација довели су до нарушавања равнотеже између човека и природе, па се зато у последњих 20-30 година придаје све већа пажња заштити животне средине, јер је она основни предуслов за опстанак и даљи несметани развој човечанства.

Пољопривредна производња је једна од првих људских делатности која је довела до деградације и загађења земљишта и вода као основних и тешко обновљивих природних ресурса. Интензивирањем и унапређивањем пољопривредне производње и новим сазнањима, створена су средства за повећање приноса у биљној производњи (средства за заштиту биља, минерална ђубрива, механизација, иригациони системи) која упоредо са унапређењем пољопривредне производње доводе и до деградације природних ресурса. Све човекове активности, поред несумњиво великог позитивног утицаја на саму пољопривредну производњу, имају и негативан утицај на животну околинду. Средства за заштиту биља и минерална ђубрива утичу на агроекосистем, животну средину и биосферу, примена механизације у пољопривреди може довести до кварења текстуре, структуре и до сабијања земљишта, наводњавање земљишта може изазвати низ негативних последица као што су кварење структуре земљишта, испирање земљишних колоида, збијање земљишта, стварање покорнице, појава иригационе ерозије, испирање хранљивих елемената, заслањивање земљишта итд.

Као неки вид реакције на еколошку деградацију која постаје све израженија, на погоршање квалитета хране а самим тим и све већег угрожавања људског здравља, развила се органска пољопривреда. Увођењем еколошких принципа у саму пољопривредну производњу, конвенционална је преводена у органску пољопривредну производњу, која је по питању очувања животне средине далеко прихватљивија. Међутим, сам поступак преласка конвенционалне на органску пољопривреду није нимало једноставан ни лак. У том процесу је неопходно најпре бити отворен за стицање нових знања, затим уложити много труда и рада, бити спреман на упознавање са новим методима рада у самом процесу производње, одржавати комуникацију како са домаћим тако и са страним произвођачима, што на жалост већина конвенционалних пољопривредних произвођача веома тешко прихвата.

Органска пољопривреда у свету и код нас

Органска пољопривреда представља еколошки, социјално и економски здраву производњу хране. Она у великој мери смањује ослањање на спољне

инпуте како хемијске, тако и органске, а уместо тога потенцира утицај закона природе на повећање приноса и отпорности на разне болести. Овакав систем производње повећава биодиверзитет и производну способност земљишта као основу за успешну пољопривредну производњу. Поштујући природни капацитет (родни потенцијал) биљака, животиња и земљишта, органска пољопривреда има за циља да створи оптимални квалитет у свим аспектима пољопривреде и животне околине. То значи да су основни принципи органске пољопривредне производње производња хране високог квалитета, уз очување и одржавање генетске разноврсности агро и екосистема, одржавање и повећање производне способности земљишта, смањење свих облика загађивања који могу да буду последица пољопривредне производње, како би се створили услови за задовољење основних животних потреба пољопривредних произвођача, стицање одговарајуће добити и задовољења сопственим радом. У току процеса који се одигравају, неопходно је чувати природу, нарочито од хемијских препарата, тешких метала и генетски модификованих организама са основним циљем очувања природних ресурса и одржавања равнотеже у природи. Органски производи имају већу прехранбenu вредност, обзиром да имају минимум заосталих штетних материја за организам.

Органска пољопривреда је у потпуности контролисана производња. Међутим, на основу правилника IFOAM-а (Светско удружење органских произвођача), услови производње се морају прилагодити условима који су специфични за сваку земљу у којој се одвија органска пољопривредна производња, а такође и законски регулисати. Зато подручје на коме се заснива органска пољопривредна производња мора прецизно испуњавати дефинисане услове. То подразумева изолованост земљишних парцела, сточарских фарми и прерађивачких капацитета од могућих извора загађења, затим воду за наводњавање одговарајућег квалитета, усклађен развој биљне и сточарске производње и оспособљеност стручњака и произвођача за органску пољопривреду уз обавезно континуално иновирање знања.

Може се рећи да је конзумирање органске хране старо колико је старо и човечанство, али су људи довели до тога да данас услед економског развоја највећи део намирнице има у себи штетне материје.

Будући да већина болести потиче од неправилне и загађене хране као и неправилне исхране, предност органске пољопривреде у односу на конвенционалну пољопривреду је управо у производњи здравствено-безбедне хране. Такође веома битна предност је и очување животне средине очувањем њених ресурса-земљиште, вода и ваздух.

Али поред видних предности постоје и недостаци које се превасходно огледају у недовољно разрађеним технологијама услед чега је и мања

продуктивност у органском начину гајења биљака. Зато је потребно још много истраживања и уложеног труда за унапређење органске производње.

У развијеним и економски стабилним и јачим земљама где су ефекти унапређења пољопривреде израженији, потражња за органским пољопривредним производима је у порасту. У том погледу је на првом месту тржиште САД и Канада са прометом од 17 милијарди долара, затим Европа са прометом од 16 милијарди долара и Југоисточна Азија са прометом од 5 милијарди долара.

У односу на укупни пољопривредни потенцијал, органска пољопривреда се практикује на око 5% пољопривредних површина али су те површине у сталном порасту. Циљ земаља Европске Уније да у наредних неколико година знатно увећа површине ангазоване у органској пољопривреди. Због тога што је специфичност органских производа да се у највећој мери морају прерађивати да би задовољили потребе потрошача, развио се читав низ малих и средњих предузећа за прераду органских пољопривредних производа. Тако да се органски пољопривредни производи поред употребе у свежем стању конзумирају и као прерађевине и то од интегралних житарица и уљарица, лековитог биља, сушеног, смрзнутог и пастеризованог поврћа, зачинске паприке итд.

У Србији је органска пољопривреда заступљена у мањој или већој мери на свим локацијама. Подаци за 2005. годину говоре о томе да се данас под разним видовима органске производње налази око 6.800 ha обрадивих површина уз око 12.000 ha у прелазном периоду. На то треба додати и око 300.000 ha шума из којих се врши сакупљање шумског воћа и лековитог биља.

Основна разлика органске у односу на конценцијалну пољопривредну производњу је коришћење уместо агрохемијских, агротехничке мере као што су темељна припрема и обрада земљишта, коришћење биопрепарата за заштиту биља, употреба стајског ђубрива и компоста уместо минералних ђубрива, успостављање плодоред и плодосемена уз одабир природно отпорних сорти итд. Овај вид пољопривредне производње у свим сегментима поштује законитости природе и стога даје висококвалитетне животне намирнице.

Предности органске хране у односу на конвенционалну огледају се у интензивнијој боји, боље укусу и мирису, већем садржају суве материје, мањем садржају нитрата. Органски производи имају и већу биолошку вредност, односно богатији су витаминима, минералима, ензимима и другим биолошки активним метаријама. И оно што је најбитније, не садрже штетне метерије по здравље људи.

Србија има изузетно повољне природно-географске услове за бављење органском пољопривредом. Када се узме у обзир добар географски положај, затим близина развијених европских тржишта на којима су органски производи изузетно тражени, пласман еколошких производа био би осигуран. Са друге стране већи део органских пољопривредних производа би се могао пласирати на домаће тржиште обзиром на интензивни развој руралног туризма где би се ови производи укључили у туристичку понуду.

Међутим, поред велике могућности за извоз производа здраве хране на европско и светско тржиште потребно је обезбедити и продају. Једном обезбеђена продаја не значи да ће она успети и следећи пут. Стога је веома битно за континуирану и сигурну продају обезбедити добар маркетинг.

Маркетинг у пољопривреди

Основна идеја маркетинга је да све функције у привредном субјекту треба да буду подређене захтевима тржишта. Маркетинг филозофија пословног понашања је да максимизирање профита (добити) доводи у везу са степеном задовољења потрошача. Да би се оваква филозофија пословног понашања практично спровела у оквиру пословне политике предузећа, потребна је интегрална примена маркетинга као функције. Дакле, маркетинг сектор у предузећу добија изузетно значајно место и његово функционисање врши одлучујући утицај на понашање свих осталих сектора односно функција. У оваквим условима маркетинг обухвата следеће најважније појединачне функције:

- истраживање тржишта,
- маркетинг информациони ситем,
- истраживање и развој производа,
- продају,
- набавку,
- пропаганду,
- транспорт репродукционих материјала и готових производа,
- кредитирање потрошача, и
- везе са јавношћу.

Избор одговарајућих циљних група потрошача олакшава примену маркетинг концепта у смеру диференцирања производа како би се одговорило све јачој конкуренцији на савременом тржишту.

Када је реч о организовању маркетинга за потребе пословне политике предузећа у области аграра и уопште других делатности које карактеришу рурална подручја, онда је битно да се, пре свега, инсистира да основне организационе јединице и радници у њима буду тако организовани да максимално воде рачуна о томе да се што успешније задовоље потребе свих група потрошача који на директан или индиректан начин конзумирају њихове производе или услуге. Ово треба нарочито потенцирати системом расподеле зарада, јер од степена задовољења потрошача зависи и стварање добити.

Маркетинг органских пољопривредних производа

Последњих година све чешће се промовише концепт "здраве хране" или органска производња хране (што је официјелни назив). Разлози за ово леже, пре свега, у чињеници да је степен присутности хемијских и технолошких решења у стварању пољопривредних производа достигао забрињавајући ниво и да савремени потрошач тежи да добије онај квалитет производа који ће му гарантовати, пре свега, здравствену исправност намирница. Отуда је и разумљиво што потрошачи све чешће бирају оне производе које имају ознаку "здраве хране".

Обзиром да маркетинг у примарни фокус ставља купца односно потрошача утолико је и питање задовољења њихових потреба базично у органској пољопривредној производњи.

Агроиндустријска производња има низ специфичности, а агроиндустријски производи имају различиту употребну вредност и различите категорије потрошача. Они се могу користити:

- За личну потрошњу-хлеб, млеко, месо и др.;
- За репродукцију-семе;
- За извоз-сви облици пољопривредних производа и њихових прерађевина;
- За резерве итд.

Различити агроиндустријски производи су на различитом степену развоја. То значи да су неки у фази истраживања (као на пример прерада секундарних сировина), а неки у фази увођења (прерада неких ратарских култура), неки производи су у фази раста (дорада шећера или меса), неки у фази зрелости (сточарски и ратарски производи). Веома је мали број агроиндустријских производа који су у фази засићења, а разлог је што је или тржиште превелико и постоји константна тражња за њима или и поред присутних услова за развој ових производа не постоји адекватна тражња за њима.

Тржиште агроиндустријских производа има своје специфичности, а потрошачи ових производа су хетерогени по својим потребама и захтевима. Међутим, када је реч о органској пољопривреди са аспекта маркетинга, могуће је створити тржишне сегменте или прецизније тржишне нише, за које је могуће извршити диференцирање, позиционирање, и брендовање пољопривредних производа. Ово из разлога, јер сваки привредни субјект жели да сазна ниво и структуру тражње за производима, како би могао да им прилагоди своју понуду.

Органска пољопривредна производња се у нашој земљи налази у фази раста, на то указују бројни чиниоци:

- технолошки процеси су у фази развоја,
- пословни системи гране још нису довољно развијени,
- конкуренција је ограничена на иновацију и развој производа итд.

Закључак

Основна одлика органске пољопривреде је производња високовредне и здравствено исправне хране као и очување и заштита животне средине чиме се обезбеђују "чисто" земљиште, вода и ваздух. И поред постојећих потешкоћа вреди улагати у овакав вид производње из више разлога. Наиме, органска производња је рентабилна пољопривредна производња, конкурентан је извозни програм, веома је битан фактор одрживог развоја, и обзиром да је радно интензивна производња самим тим ствара веће могућности за запошљавање а и могућности за улагање иностраног капитала у наше тржиште и повезивање на регионалном нивоу.

Обзиром на очуваност еко-система готово на целокупној територији Републике Србије, као и диверзитет њене територије, можемо закључити да постоје велики потенцијали за развој органске пољопривредне производње. Потенцијали који постоје не смеју бити само констатација, обзиром на тенденције на савременом тржишту, већ свакако морају бити стављени у функцију. Користи би биле обостране, како за поризвођаче, тако и потрошаче не само у нашој земљи већ и на међународном тржишту, а Србија би се брзо укључила у савремене токове пољопривредне производње и позиционирала као важан произвођач "органских производа".

Литература

- [1] Јонел Субић, Наташа Цецић, Славица Арсић (2006.): "Анализа достигнутог степена загађености животне средине општине Панчево и мере за њену заштиту". Економика бр. 3-4, Ниш, стр. 79-90.
- [2] Predrag Vuković, Slavica Arsić, Lana Ivanović (2007.): "Organic farming and environment" Scientifical papers faculty of agriculture XXXIX, Part II-a, University of agricultural sciences and veterinar medicine of the banat Timișoara, Editura AGROPRINT, Timișoara 2007., pp. 17–23.
- [3] Славица Арсић, Предраг Вуковић, Драго Цвијановић (2006.): "Идентификовање стања основних елемената животне средине и мере за њихово очување и унапредјење", Зборник радова–I симпозијум о рециклажним технологијама и одрживом развоју, - симпозијум са међународним учешћем, Соко Бања, 01-04. Новембра 2006. године, стр. 268-274.
- [4] Славица Арсић, Наташа Цецић, Предраг Вуковић (2007 год): "Органска пољопривреда у функцији заштите животне средине", стр. 9-17, XII саветовање о биотехнологији–зборник радова, Vol. 12 (13), 2007 Чачак 02-03 март 2007. године.
- [5] <http://www.ifoam.org>
- [6] www.zid.cg.yu

Примљено: 02.09.2008.

Одобрено: 30.10.2008.

UDC: 631.147:658.8

ORGANIC FARMING PRODUCTION AND ROLE OF MARKETING

Nataša Kljajić, M.Sc., Predrag Vuković, M.Sc., Slavica Arsić, B.Sc.
Institute of Agricultural Economics, Belgrade, Serbia

Summary

For the reason of constant need for rising food production which are determinate with a large number of famine all over the world, it was intensively developed technique and technology in agricultural production which based on unnatural synthetic materials, where belong mineral fertilizers, pesticides, factors which stimulate rise, hormones, etc., also which contributed that outputs have large rise. However, uncontrolled process of using agrochemical substances, process of intensive using hard agricultural mechanization, and also process of pollution, resulted that we have problems with environment. Organic farming has developed from that reason as a result on ecological degradation and jeopardizing human population.

This paper work tries to show importance of organic farming production, but also look towards importance of marketing in organic farming production of food and way how to sell it on the market.

Key words: organic farming, environmental protection, marketing.

Author's Address:

Mr Nataša Kljajić
Institut za ekonomiku poljoprivrede
Volgina 15, 11060 Beograd
Republika Srbija
Tel: (+381) 112972-852
E-mail: natasa_c@mail.iep.bg.ac.yu