

INSTITUT ZA EKONOMIKU POLJOPRIVREDE - BEOGRAD

VESNA PARAUŠIĆ

LANAC VREDNOSTI HRANE:  
DOSTIGNUĆA SRBIJE U DODAVANJU VREDNOSTI  
POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENIM PROIZVODIMA

*Monografija*



Beograd, 2023.

**INSTITUT ZA EKONOMIKU POLJOPRIVREDE,  
BEOGRAD**

**Dr Vesna Paraušić**

**LANAC VREDNOSTI HRANE:  
*DOSTIGNUĆA SRBIJE U DODAVANJU  
VREDNOSTI POLJOPRIVREDNO  
PREHRAMBENIM PROIZVODIMA***

*Monografija*

**Beograd, 2023.**

**INSTITUT ZA EKONOMIKU POLJOPRIVREDE, BEOGRAD**

**LANAC VREDNOSTI HRANE: DOSTIGNUĆA SRBIJE U DODAVANJU  
VREDNOSTI POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENIM PROIZVODIMA**

*Monografija*

*Autor:*

*Vesna T. Paraušić*

*Recenzenti:*

Prof. dr Drago Cvijanović, redovni profesor

Prof. dr Svetlana Vukotić, redovni profesor

Dr Branko Mihailović, naučni savetnik

**IZDAVAČ:**

Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd

[www.iep.bg.ac.rs](http://www.iep.bg.ac.rs)

Volgina 15, 11000 Beograd

Za izdavača: prof. dr Jonel Subić, direktor

**ŠTAMPA**

**NS MALA KNJIGA PLUS**

Zetska, br. 15, 21000 Novi Sad, Srbija

064/1509611

Tiraž: 200 primeraka

ISBN 978-86-6269-130-9

eISBN 978-86-6269-131-6

*Štampanje monografije u celini je finansirano od strane Ministarstva prosvete,  
nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije*

*Autor fotografije na naslovnoj strani: Branko Radulović. Fotografija nastala u okviru  
projekta „Podrška pravu intelektualne svojine u Srbiji“ (uz finansijsku podršku Vlade  
Švajcarske Federacije)*

# SADRŽAJ

<b>PREDGOVOR.....</b>	<b>5</b>
<b>SKRAĆENICE.....</b>	<b>7</b>
<b>DEO I LANAC VREDNOSTI I LANAC SNABDEVANJA U SEKTORU HRANE.....</b>	<b>9</b>
1.1. <b>KONCEPT LANCA VREDNOSTI I LANCA SNABDEVANJA PROIZVODIMA I USLUGAMA.....</b>	<b>11</b>
1.2. <b>LANAC VREDNOSTI I LANAC SNABDEVANJA POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENIM PROIZVODIMA.....</b>	<b>14</b>
1.3. <b>LANAC SNABDEVANJA I LANAC VREDNOSTI HRANE U CAP: AKCENAT ZA ODRŽIVOSTI I PRAVEDNOSTI.....</b>	<b>21</b>
<b>DEO II POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENI PROIZVODI DODATE VREDNOSTI .....</b>	<b>25</b>
2.1. <b>POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENI PROIZVODI DODATE VREDNOSTI: PRIBLIŽAVANJE PREFERENCIJAMA POTROŠAČA I INOSTRANIM TRŽIŠTIMA.....</b>	<b>27</b>
2.1.1. Sertifikacione šeme u primarnoj poljoprivrednoj proizvodnji.....	29
2.1.2. Kratki lanci snabdevanja hranom .....	32
2.2. <b>DEFINICIJA POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENIH PROIZVODA DODATE VREDNOSTI .....</b>	<b>34</b>
2.3. <b>POZITIVNI ASPEKTI POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENIH PROIZVODA DODATE VREDNOSTI .....</b>	<b>41</b>
2.4. <b>NEGATIVNI ASPEKTI POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENIH PROIZVODA DODATE VREDNOSTI .....</b>	<b>47</b>
2.5. <b>POLJOPRIVREDA DODATE VREDNOSTI: STAVOVI „NA SREDINI”.....</b>	<b>53</b>
2.6. <b>PRETPOSTAVKE USPEHA SA DODAVANJEM VREDNOSTI .....</b>	<b>56</b>
<b>DEO III DOSTIGNUČA SRBIJE U PROCESIMA DODAVANJA VREDNOSTI POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENIM PROIZVODIMA.....</b>	<b>59</b>
3.1. <b>LANAC VREDNOSTI I LANAC SNABDEVANJA HRANOM U POLJOPRIVREDI SRBIJE .....</b>	<b>61</b>

3.2.	<b>SERTIFIKACIJA POLJOPRIVREDNE PROIZVODNJE PREMA GLOBALG.A.P. STANDARDU .....</b>	64
3.2.1.	Rezultati Srbije u implementaciji i sertifikaciji primarne poljoprivredne proizvodnje prema GLOBALG.A.P. standardu.....	66
3.2.2.	Implementacija IFA GLOBALG.A.P. standarda u Srbiji u praksi: stavovi anketiranih konsultanata.....	70
3.3.	<b>SERTIFIKACIJA PROIZVODA DOBIJENIH METODAMA ORGANSKE PROIZVODNJE .....</b>	74
3.3.1.	Institucionalna uređenost sektora organske proizvodnje u Srbiji.....	75
3.3.2.	Zastupljenost organske proizvodnje u poljoprivredi Srbije....	76
3.3.3.	Podrška proizvođačima u sistemu organske proizvodnje.....	81
3.4.	<b>SERTIFIKACIJA POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENIH PROIZVODA SA OZNAKAMA GEOGRAFSKOG POREKLA.....</b>	82
3.4.1.	Oznake geografskog porekla: zakonodavni okvir Srbije.....	82
3.4.2.	Rezultati Srbije u procesu sertifikacije poljoprivredno prehrambenih proizvoda sa oznakama geografskog porekla...	86
3.4.3.	OriGInal Srbija: krovna platforma za proizvođače hrane sa oznakama geografskog porekla .....	90
3.5.	<b>PLASMAN PROIZVODA KROZ KRATKE LANCE SNABDEVANJA (SFSCs) .....</b>	91
3.5.1.	SFSCs u poljoprivredi Srbije.....	92
3.5.2.	SFSCs: institucionalna uređenost.....	97
3.5.3.	Promocija koncepta SFSCs .....	98
3.5.4.	SFSCs na primeru opštine Kladovo.....	100
	<b>ZAKLJUČAK.....</b>	103
	<b>LITERATURA.....</b>	109

## **P R E D G O V O R**

Dodavanje vrednosti poljoprivredno prehrambenim proizvodima u razvijenim zemljama EU predstavlja način na koji je istovremeno moguće unaprediti kvalitet proizvoda, ekonomski osnažiti farmera, ojačati lokalnu zajednicu i očuvati životnu sredinu. Sve veći zahtevi potrošača za kvalitetnim proizvodima, regionalno prepoznatljivim, koji su dobijeni u održivim sistema proizvodnje, uz poštovanje standarda kvaliteta i zdravstvene bezbednosti proizvoda, kao i ekoloških, radnih i drugih zahteva - pružaju pozitivne tržišne impulse da se ovakvi proizvodi mogu uspešno plasirati, uz više cene u odnosu na proizvode dobijene u masovnoj proizvodnji i konvencionalnim sistemima.

Poljoprivredni proizvođači u Srbiji, uz brojna razvojna ograničenja u svim procesima nabavke inputa, proizvodnje i prodaje i upitnu ekonomsku održivost, izuzetno malo važnosti i značaja pridaju preradi i unapređenju kvaliteta svojih proizvoda (uz poštovanje ekoloških zahteva, standarda kvaliteta i bezbednosti hrane), zatim zaštiti i promociji proizvoda sa oznakama geografskog porekla, kao i generalno održivim sistemima proizvodnje i prerade hrane. Nedovoljno razvijena znanja i svest u oblasti proizvodnje koja ne ugrožava životnu sredinu, dobrobit životinja, prava radnika, uz nizak socijalni kapital u ruralnim sredinama, otežan pristup finansijama i stručnoj obuci i podršci - čine da se pozitivni tržišni „signali“ u poljoprivredi dodate vrednosti ne koriste dovoljno.

Potencijal koji domaće i međunarodno tržište poljoprivrednih proizvoda (pogotovo tržišta zemalja visokog dohotka), pruža srpskim poljoprivrednicima, u pogledu visoke tražnje i visokih cena za proizvode dodate vrednosti, može se iskoristi samo njihovom masovnijom proizvodnjom, za šta je potrebno ispuniti brojne preduslove. Primeri dobre prakse učešća proizvođača u različitim sertifikacionim šemama (bezbednosti i kvaliteta hrane, organskih proizvoda i proizvoda sa oznakom geografskog porekla) ili inovativnim načinima prerade, unapređenja kvaliteta i prodaje proizvoda – pokazuju visoku reputaciju i dobar imidž koji na inostranim tržištima ostvaruju ovi proizvođači, istovremeno donoseći pozitivne promene na domaćem tržištu.

Beograd, 2023. godina

Autor  
Dr Vesna Paraušić



***S k r a ć e n i c e:***

CAP – Zajednička poljoprivredna politika Evropske Unije

EC – Evropska komisija

EU – Evropska Unija

FAO – Food and Agriculture Organisation/Organizacija UN za hranu i poljoprivredu

IFA - Integrated Farm Assurance / Integrisano osiguranje farme

KPZ – Korišćeno poljoprivredno zemljište

MIE – Ministarstvo za evropske integracije

MPŠV – Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede

NPRR - Nacionalni program ruralnog razvoja

RZS – Republički zavod za statistiku

SFSCs – Kratki lanci snabdevanja hranom





**DEO I**

**LANAC VREDNOSTI I LANAC  
SNABDEVANJA U SEKTORU HRANE**



## **1.1.KONCEPT LANCA VREDNOSTI I LANCA SNABDEVANJA PROIZVODIMA I USLUGAMA**

Koncept analize lanca vrednosti danas se široko primenjuje u različitim oblastima i industrijama, a naročito je prisutan u literaturi o biznisu, ekonomiji i menadžmentu.

U literaturi se za lance koji se sastoje od kompanija (ili pojedinaca) koji rade zajedno i komuniciraju, u interakciji, radi snabdevanja tržišta (potrošača) robom i uslugama koriste različiti termini, kao što su: proizvodni lanci (eng. *productive chains*), lanci vrednosti (eng. *value chains*), marketinški lanci (eng. *marketing chains*), lanci snabdevanja (eng. *supply chains*) ili lanci distribucije (eng. *distribution chains*) (Webber & Labaste, 2010, str. 9). Iako se ovi koncepti razlikuju po proizvodima, tržištima, delatnostima u kojima funkcionišu i načinima na koji se primenjuju, ono što im je zajedničko jeste da svi nastoje da opišu složene interakcije učesnika (pojedinaca, firmi) i procesa, koji su potrebni za kreiranje vrednosti nekog proizvoda/usluge i isporuku krajnjim korisnicima (Webber & Labaste, 2010).

Koncept lanca vrednosti u literaturu je uveo Porter kako bi opisao čitav niz aktivnosti koje su potrebne, kako bi se proizvod ili usluga od koncepcije i ideje, doveli, kroz različite faze proizvodnje i distribucije, do potrošača za finalnu upotrebu. Prema ovom autoru (Porter, 1985; Porter 1986), lanac vrednosti sadrži dve grupe aktivnosti:

- ✓ primarne aktivnosti (ulazna logistika, proizvodnja, izlazna logistika, marketing, prodaja i usluge) i
- ✓ aktivnosti za podršku (nabavka, razvoj tehnologije, upravljanje ljudskim resursima, infrastruktura preduzeća, gde se misli na aktivnosti planiranja, računovodstva, finansija, informatike, kontrole kvaliteta i sl.).

### ***Lanac vrednosti proizvoda/usluga***

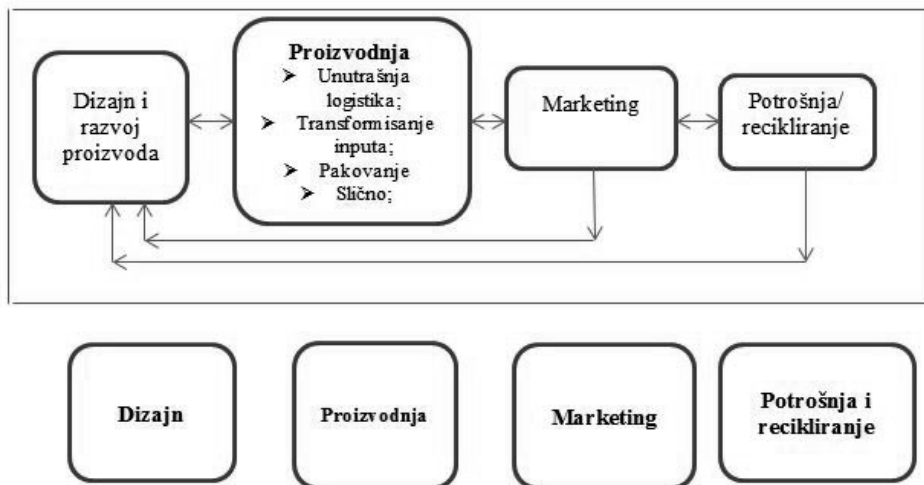
Globalni konkurent može locirati aktivnosti lanca vrednosti bilo gde (gde komparativna prednost „leži“), pri čemu se u globalnoj firmi konkurentske prednosti manje „izvode“ iz mesta aktivnosti, a više iz načina na koji se aktivnosti odvijaju/obavljaju (Porter, 1986. str. 38).

Lanac vrednosti opisuje čitav niz različitih aktivnosti/usluga/faza/procesa (dizajniranje; istraživanje i razvoj, nabavka inputa, proizvodnja/prerada, marketing, distribucija/usluge transporta, podrška krajnjem kupcu), koje

su potrebne da bi se proizvodi/usluge od prvobitne koncepcije isporučili potrošačima (za upotrebu, dalje odlaganje i recikliranje), a koji istovremeno proizvodu/usluzi dodaju vrednost (Kaplinsky & Morris, 2000; Webber & Labaste, 2010; Gereffi & Fernandez-Stark, 2016). Kao takav, uključuje sve vertikalno povezane, međuzavisne procese koji stvaraju tržišnu vrednost proizvoda/usluge za potrošača, kao i horizontalne veze sa drugim lancima vrednosti, koji obezbeđuju repromaterijal i usluge (Webber & Labaste, 2010, str. 9).

U ovako shvaćenom lancu vrednosti, proizvodnja je samo jedna od karika, a unutar svake karike postoji širok opseg različitih aktivnosti (Šema 1). Iako se često lanac vrednosti prikazuje kao vertikalna, veze unutar lanca su najčešće dvosmerne prirode (Šema 1). Tako, primera radi, specijalizovane dizajnerske agencije utiču na prirodu procesa proizvodnje i marketing i istovremeno su pod uticajem ograničenja u ovim nizvodnim vezama u lancu (Kaplinsky & Morris, 2000, str. 4).

Šema 1. Veze u jednostavnom lancu vrednosti



Izvor: Kaplinsky & Morris, 2000, str. 4.

Analiza lanca vrednosti je efikasan način da se ispita, odnosno identifikuju (Porter 1985; Porter 1986; Webber & Labaste, 2010; Zamora 2016):

- interakcije između različitih aktera u svakoj industriji,
- uska grla u procesima (u proizvodnji, isporuci, partnerstvima i slično);
- izvori konkurentske prednosti, kao i
- mogućnosti i ograničenja za povećanje produktivnosti.

Istovremeno, ova analiza omogućava preduzećima da razviju holistički sistemski pogled na njihove operacije i da se identifikuju kritične međuzavisnosti koje bi mogle značajno da utiču na prihod kompanije, ako se uslovi poslovanja pogoršaju različitim šokovima, stresovima, odnosno nepredviđenim okolnostima (Linkov et al., 2020).

Lanac snabdevanja i upravljanje lancem snabdevanja odigrali su značajnu ulogu u efikasnosti

### ***Lanac snabdevanja proizvodima/uslugama***

preduzeća. Ipak, nedostaje konsenzus o definiciji ova dva pojma (pojmovi se u literaturi široko definišu), a kontekstualni fokus je uglavnom na proizvodnoj industriji (Naslund & Williamson, 2010; Janvier-James, 2012).

Pojam lanca snabdevanja u literaturi se uglavnom poistovećuje sa distributivnim kanalima, koji se mogu definisati kao (Mentzer et al., 2001, str. 4):

*„skup od tri ili više entiteta (organizacija ili pojedinaca) direktno uključenih u uzvodne i nizvodne tokove proizvoda, usluga, finansija i/ili informacija od izvora do kupca.“*

Upravljanje lancem snabdevanja u svom definisanju oslanja se uglavnom na pojmove kao što su: koordinacija tokova i aktivnosti, saradnja i integracija među članovima lanca, kao i održivost (Naslund & Williamson, 2010).

Ahi i Searcy (2013) razmatraju brojne definicije u literaturi za koncepte tzv. „zelenog“ upravljanja lancem snabdevanja (eng. *green supply chain management*) i održivog upravljanja ovim lancem (eng. *sustainable supply chain management*). Identifikuju 22 definicije za prvi i 12 definicija za drugi koncept, ukazujući da je održivo upravljanje u suštini proširenje koncepta zelenog upravljanja lancem snabdevanja. U analizi definicija zelenog i održivog upravljanja lancem snabdevanja Ahi i Searcy (2013) se "oslanjaju" na sledeće ključne karakteristike održivosti, odnosno menadžmenta lanca snabdevanja:

- ✓ održivost poslovanja: ekonomska, ekološka, socijalna uključenost zainteresovanih strana, volonteri, otpornost, dugoročni fokus;
- ✓ menadžment lanca snabdevanja: tok, koordinacija, zainteresovane strane, odnosi, vrednost, efikasnost i fokusi na performanse.

Prema ovim autorima, održivo upravljanje lancem snabdevanja podrazumeva:

*"stvaranje koordinisanih lanaca snabdevanja kroz dobrovoljnu integraciju ekonomskih, ekoloških i socijalnih razmatranja sa ključnim međuorganizacijskim poslovnim sistemima dizajniranim da efikasno i efektivno upravljaju tokovima materijala, informacija i kapitala povezanim sa nabavkom, proizvodnjom i distribucijom proizvoda ili usluga, kako bi se ispunili zahtevi zainteresovanih strana i poboljšala profitabilnost, konkurentnost i otpornost organizacije u kratkoročnom i dugoročnom periodu"* (Ahi i Searcy, 2013, str. 339).

Održivo upravljanje lancem snabdevanja može se definisati i kao:

*„planiranje, izvršenje i kontrola procesa kreiranja korporativne vrednosti duž celog lanca snabdevanja integracijom ekonomskih, ekoloških i društvenih aspekata u donošenje odluka, u cilju poboljšanja dugoročnih performansi i ublažavanja rizika“* (Negri et al., 2021, str. 2860).

Dodatno, pojam koji se vezuje za upravljanje lancima snabdevanja, jeste i cirkularni menadžment lanca snabdevanja, koji se može predstaviti kao (Farooque et al., 2019, str. 8-9):

*„sistemsko obnavljanje tehničkih i regenerisanje bioloških materijala ka viziji bez otpada, kroz sistemske inovacije u poslovnim modelima i funkcijama lanca snabdevanja, od dizajna proizvoda/usluge do kraja životnog veka i upravljanja otpadom, uključujući sve zainteresovane strane u životni ciklus proizvoda/usluge (proizvođače delova/proizvoda, pružaoce usluga, potrošače i korisnike“.*

## **1.2. LANAC VREDNOSTI I LANAC SNABDEVANJA POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENIM PROIZVODIMA**

Jedinstvena definicija lanca vrednosti poljoprivredno prehrambenih proizvoda (eng. „*agricultural value chain*“; „*food value chain*“) ne postoji. U literaturi se mogu sresti brojne definicije ovog pojma, koje se daju u nastavku teksta.

Lanac vrednosti u poljoprivredi predstavlja **Lanac vrednosti hrane** „*skup aktera i aktivnosti koji služi da poljoprivredni proizvod stigne od njive do krajnjeg potrošača i u kome se vrednost dodaje u svakoj fazi proizvodnog procesa*“ (World Trade Organization & OECD, 2013, str. 14). On može biti vertikalna veza ili

mreža između različitih nezavisnih poslovnih organizacija koje uključuju preradu, pakovanje, skladištenje, transport i distribuciju (World Trade Organization & OECD, 2013, str. 14).

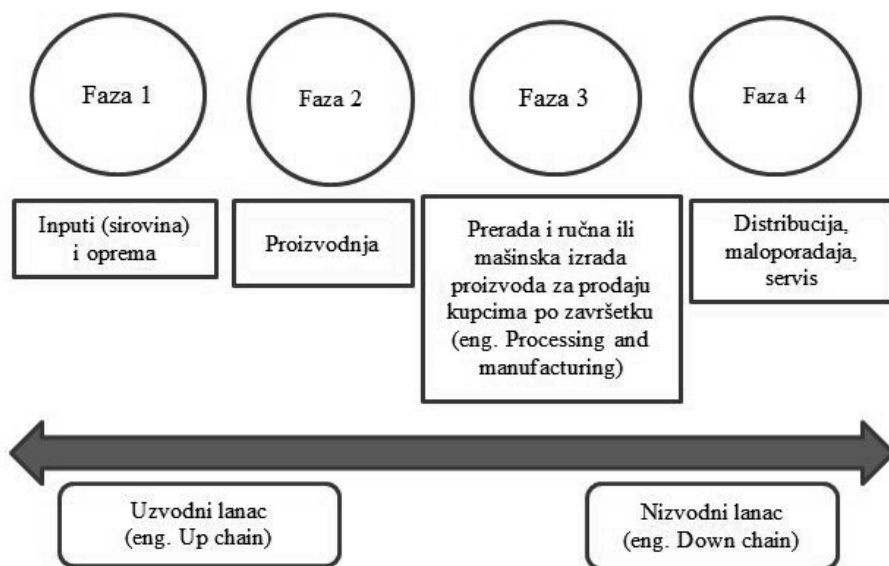
FAO (2014) definiše održivi lanac vrednosti hrane (*eng. sustainable food value chain*) kao sistem koji se sastoji od svih zainteresovanih strana (firmi, farmi, pojedinaca), koji učestvuju u koordiniranoj proizvodnji i aktivnostima dodavanja vrednosti, kako bi se proizvela hrana za potrošače i nakon upotrebe odložila u skladu sa principima održivosti. Ovaj lanac je profitabilan u svim svojim fazama (ekonomska održivost), ima široke koristi za društvo (socijalna održivost) i pozitivan ili neutralan uticaj na okruženje (ekološka održivost). Ovi lanci su dinamični, tržišno vođeni sistemi u kojima su vertikalna koordinacija, dodavanje vrednosti i održivost centralne dimenzije koncepta. U skladu sa ovim konceptom, vrednost proizvodima se može dodati ne samo preradom, već i skladištenjem (kada vrednost proizvoda raste tokom vremena), transportom (vrednost raste u prostoru prodaje) i slično.

Prema Norton (2014) lanac vrednosti u poljoprivredi predstavlja „*niz povezanih aktivnosti usmerenih ka unapređenju, odnosno dodavanju vrednosti poljoprivrednim proizvodima, istovremeno povezujući farmere sa prerađivačima i tržištima*“.

Dodatu vrednost u poljoprivredi Cucagna & Goldsmith (2018, str. 311) definišu kao „*proces stvaranja kapitala i nova dodata vrednost predstavlja kapital koji je stvoren iznad kapitala koji se koristi za proizvodnju novog kapitala*“. Četiri faze lanca vrednosti hrane prema Cucagna & Goldsmith (2018) prikazane su Šemom 2.



Šema 2. Faze u lancu vrednosti hrane i agrobiznisa



Izvor: Cucagna & Goldsmith (2018, str. 297)

Lanci vrednosti se fokusiraju na stvaranje vrednosti, putem inovacija u proizvodima ili procesima, kao i marketingu (Webber & Labaste, 2010, str. 9). U zemljama u razvoju, pozitivni efekti globalnog lanca vrednosti hrane, prelivaju se, kroz investicije, tehnička i institucionalna poboljšanja, na lokalne lance vrednosti, povećavajući njihovu efikasnost (Feyaerts et al., 2020).

Pored toga, ovaj koncept služi da se identifikuju slabe tačke u lancu i predlože akcije javnih politika i svih aktera za ublažavanje identifikovanih slabosti, dodavanje vrednosti proizvodu i time povećanje održivih prihoda farmera (Norton, 2014). Primera radi, neki od identifikovanih problema lanca vrednosti u sektoru poljoprivrede u zemljama u razvoju prema Norton (2014) jesu: loš kvalitet semena i sorti neprikladnih za različite namene; loš kvalitet proizvoda u žetvi, sa zrnima nejednake veličine i boje; neadekvatne tehnike vršidbe, kao i sušenja i skladištenja proizvoda posle žetve (što umanjuje kvantitet i kvalitet proizvoda); neadekvatno ocenjivanje kvaliteta proizvoda; nedovoljna obuka farmera i nedostatak finansijskih sredstva za poboljšano upravljanje aktivnostima posle žetve. Takođe, prema Norton (2014), poljoprivredu u ovim zemljama često karakterišu dvostruki lanci vrednosti koji postoje istovremeno za isti proizvod:

- ✓ jedan neformalni ili tradicionalni (gde su često uključeni mali farmeri);
- ✓ drugi formalni ili moderan, koji je često izvozno orijentisan i uslovljen brzim razvojem tržišta supermarketa.

Amanor-Boadu (2003) ističe da postoje dva glavna tipa inicijativa za dodavanje vrednosti u sektoru poljoprivrede: inovacija i koordinacija, kao i najmanje šest dimenzija za klasifikaciju različitih vrsti inicijativa sa dodatom vrednošću. Autor identifikuje sledećih šest dimenzija u kojima inovacija i/ili koordinacija mogu generisati dodavanje vrednosti u lancu vrednosti proizvoda/usluge: vreme, lokacija, proizvod/usluga, proces/metod, informacije i podsticaji (Tabela 1).

**Tabela 1. Tipologija mogućnosti u inicijativama za dodavanje vrednosti**

Dimenzije inicijativa za dodavanje vrednosti	Tipovi inicijativa za dodavanje vrednosti	
	Inovacija	Koordinacija
➤ Vreme	Brzina	Isporuka na vreme
➤ Lokacija	Pogodnost	Efikasnost
➤ Proizvod/usluga	Forma	Logistika
➤ Proces/metod	Tehnologija	Strateški savezi (alijanse)
➤ Informacija	Bezbednost, etika	Informacioni sistemi
➤ Podsticaji	Motivator	Transparentnost

Izvor: Amanor-Boadu, 2003, str. 6.

Primeru radi, inoviranje u okviru vremenske dimenzije moglo bi da dovede do povećanja brzine kojom se određeni proizvod ili usluga pruža, kako bi se povećala vrednost za aktere proizvodno u lancu vrednosti (Amanor-Boadu, 2003). Primer koordinacije u okviru vremenske dimenzije je isporuka proizvoda tačno na vreme (isporuka proizvoda kupcu kada se trenutna zaliha iscrpi). Ovo zahteva fleksibilnost, efikasnost i preciznost u sistemu transporta i rukovanja i kada se dobavljač i kupac slažu oko uskih grla i načina na koji dobavljač može poboljšati efikasnost u sistemu isporuke, vrednost koja proizilazi iz takve efikasnosti i uštede na troškovima zaliha, dodaje vrednost proizvodu u lancu vrednosti (Amanor-Boadu, 2003).

Lanac snabdevanja ili logistika snabdevanja predstavlja deo šireg koncepta lanca vrednosti, a upravljanje ovim lancem kreće se od vertikalnih integracija do poslovnih relacija nezavisnih subjekata u lancu, koje mogu imati različite pravne forme

**Lanac snabdevanja  
hranom**

partnerstava (Popović & Paraušić, 2016). Lanac vrednosti razlikuje se od lanca snabdevanja hranom, koji se odnosi na logistiku, tačnije transport, skladištenje i proceduralne korake za dovođenje proizvoda od mesta proizvodnje do potrošača (Norton, 2014). U suštini, termin „lanac snabdevanja“ se koristi da objasni logističke i proceduralne aktivnosti potrebne da bi se finalni proizvod/usluga isporučio potrošaču (Webber & Labaste, 2010). Pošto je primarni fokus lanca snabdevanja usmeren na veću efikasnost procesa logistike, glavni ciljevi su obično usmereni ka smanjenju uskih grla u ovom procesu, na primer, smanjenje kašnjenja ili zastoja u isporuci, smanjenje troškova transakcija, bolje ispunjavanje zahteva i potreba kupaca i slično (Webber & Labaste, 2010).

Kritične determinante koje opisuju koncept lanca snabdevanja hranom jesu (Haleem & Sufiyan, 2021):

- ✓ menadžment kvaliteta (uključuje bezbednost i sledljivost hrane) i
- ✓ održivo upravljanje (koje uključuje i pravilno upravljanje otpadom).

Na osnovu opsežnog pregleda literature, koje je obuhvatilo analizu 160 radova, Haleem i Sufiyan (2021) definišu koncept upravljanja lancem snabdevanja hranom (eng. *food supply chain management*), kroz sledećih 6 karakteristika, koje su u fokusu ovog pojma:

1. Koordinacija i saradnja;
2. Kvalitet i sigurnost;
3. Održivost;
4. Upravljanje ponudom i tražnjom;
5. Efikasnost/performanse i
6. Logistika.

Sledljivost (u pogledu bezbednosti i kvaliteta hrane) je za Aung i Chang (2014) ključan element lanca snabdevanja hranom. Naime, imajući u vidu da je industrija hrane sve više orijentisana na kupce, kao i da postojeći sistem označavanja ne garantuje da je hrana autentična, kvalitetna i bezbedna, sledljivost se sve više akcentira u sistemima hrane, kao način da se minimizira proizvodnja i distribucija nebezbednih ili proizvoda lošeg kvaliteta, da se minimizira loše publicitet u trgovini hranom i poveća poverenje potrošača u trgovce hranom i poljoprivredne proizvođače (Aung & Chang, 2014).

Takođe, kao rezultat činjenice da je poverenje potrošača u kvalitet i bezbednost hrane poljuljano, kao i da je implementacija sistema

bezbednosti hrane kao što je HACCP nedovoljna, autori Ling i Wahab (2020) razvili su koncept integriteta u lancu snabdevanja hranom. Smatraju integritet kao višedimenzionalni koncept, koji uključuje različite stubove i mehanizme, kao što su: kvalitet hrane, bezbednost hrane, sledljivost, tehnologija i standardi bezbednosti hrane.

Iako se u literaturi pravi razlika između koncepta lanca vrednosti i lanca snabdevanja hranom, u velikoj meri ova dva

### ***Lanac vrednosti/snabdevanja hranom: razlike i podudaranja***

koncepta se prepliću, podudaraju i naizmenično koriste, a pogotovo je razlika između njih „zamagljena“ u praksi. Prema Webber i Labaste (2010, str. 9), pitanje nije toliko u tome koji je koncept superiorniji ili poželjniji (pošto su oni komplementarni i njihova efikasna primena može doneti poboljšanje poslovnih rezultata), već je suština problema u tome što praktičari pristupa lanaca snabdevanja često ne razmatraju pitanja u kojoj meri smanjenje troškova i neefikasnosti u logistici zapravo utiče na dodavanje vrednosti proizvodu, i ako utiče, ko ima koristi u lancu (s druge strane, zagovornici lanca vrednosti ponekad zaborave da efektivni lanci vrednosti moraju u svojoj osnovi imati efikasne lance snabdevanja).

„Moderne“ lance vrednosti karakteriše vertikalna koordinacija ili konsolidacija

### ***Lanac vrednosti/snabdevanja hranom: koordinacija***

baze snabdevanja, agro-industrijska prerada i korišćenje standarda u celom lancu vrednosti i snabdevanja poljoprivredno prehrambenim proizvodima (World Trade Organization & OECD, 2013, str. 14). Važno je naglasiti da lanci vrednosti/snabdevanja najbolje funkcionišu kada svi akteri u lancu međusobno sarađuju, kako bi proizveli kvalitetnije proizvode i ostvarili više prihode i koristi za sve učesnike (Norton, 2014). Koordinacija (horizontalna i vertikalna) između učesnika ima veliki uticaj na stvaranje nove vrednosti, a prema Cucagna & Goldsmith (2018, str. 312), „koordinacija između aktera lanca vrednosti podrazumeva komplementarnost između aktivnosti različitih članova lanca“. Efikasna koordinacija može smanjiti brojne troškove proizvodnje, čuvanja i distribucije hrane, vreme isporuke, što može istovremeno unapredi efikasnost korišćenja kapitala i nivoa dodate vrednosti (Cucagna & Goldsmith, 2018, str. 312). Prema Hendrikse & Bijman (2002, str. 104), povećanje vertikalne koordinacije u procesima proizvodnje, distribucije i marketinga između firmi u lancu vrednosti hrane i agrobiznisa može imati uticaja na investicione

odluke svake pojedinačne firme i upravo je visok stepen ove koordinacije pretpostavka dostizanja optimalnih poslovnih performansi.

Na kraju potrebno je istaći da je unutar lanca vrednosti/snabdevanja poljoprivredno prehrambenim proizvodima česta pojava postojanje neravnoteže u pregovaračkoj moći između dobavljača i kupaca poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda. Ovo najčešće dovodi do nepoštenih trgovinskih praksi, kada veći i moćniji trgovinski partneri nastoje da nametnu određene ugovorne aranžmane koji su isključivo u interesu jedne strane (EU 2016, EU 2019). Takve prakse najčešće podrazumevaju (EU 2019, str. 59):

***Nepoštenih trgovinskih praksi***

- ✓ odstupanje od dobrog poslovnog ponašanja, u suprotnosti su sa dobrom verom i poštenim poslovanjem i mogu da budu jednostrano nametnute od strane jednog trgovinskog partnera drugom;
- ✓ nametanje neopravdanog i nesrazmernog ekonomskog rizika jednom trgovinskom partneru od strane drugog ili
- ✓ nametanje značajnog disbalansa prava i obaveza jednom trgovinskom partneru.

Razlike u pregovaračkoj moći (koje su povezane sa ekonomskom zavisnosti dobavljača od kupca) verovatno će dovesti do toga da veći operateri nametnu nepoštenih trgovinskih praksi manjim operaterima, a ove prakse su posebno štetne za mala i srednja preduzeća i farmere u lancu snabdevanja hranom. Smatra se da su nepoštenih trgovinskih praksi u usponu zbog sve veće koncentracije i konsolidacije među tržišnim posrednicima i da će ove prakse naneti štetu poljoprivrednicima i malim firmama u lancu ishrane, izazvati neefikasnost tržišta, smanjiti investicije i čak dovesti do izlaska sa tržišta inače održivih proizvođača (Fałkowski et al., 2017).

Direktiva EU o nepoštenih trgovinskim praksama u poslovnim odnosima u sektoru poljoprivrede i snabdevanja hranom (EU, 2019) podrazumeva uvođenje minimalnog standarda zaštite u svim zemljama EU (unutar zakonodavstva EU), pri čemu zemlje članice mogu da zadrže ili uvedu u svojim zakonodavstvima i strožija pravila (obuhvatajući veći broj i vrstu zabranjenih nepoštenih trgovinskih praksi), kako bi se osigurao viši nivo zaštite od ovakvih trgovinskih praksi.

S obzirom na složenost i broj aktera uključenih u lanac vrednosti/lanac snabdevanja

### **Uticaj pandemije na lanac vrednosti/snabdevanja hranom**

hranom, krize utiču na njega na različite načine. Pandemija COVID-19 je tako izazvala brojne poremećaje u ovom lancu, kao što su logistički poremećaji lanaca snabdevanja, nedostatak radne snage, gubitak određenih tržišta i promena obrazaca ponašanja potrošača, što je uticalo na funkcionisanje celokupnog sistema ishrane (EC, 2020a). Brojni autori ukazali su da su na početku pandemije globalni lanci snabdevanja hranom pokazali visok stepen ranjivosti i nestabilnosti, sa brojnim uskim grlima uzrokovanim prvenstveno problemima u logistici i (dostupnosti) radne snage (Hobbs, 2021; Aday & Aday, 2020; Bakalis et al., 2020; Devereux, Béné & Hoddinott, 2020; Hobbs, 2020; Richards & Rickard, 2020).

Generalno, održiva poljoprivreda i sistemi proizvodnje hrane trebalo bi da obezbede dovoljno hrane za sve, istovremeno minimizirajući negativan uticaj na životnu sredinu i omogućavajući poljoprivrednicima zaradu za pristojan život (Eyhorn et al., 2019). Pandemija je upravo naglasila važnost održivog, snažnog i otpornog sistema ishrane, koji funkcioniše u svim okolnostima i koji je u stanju da obezbedi pristup dovoljnim zalihama pristupačne hrane za sve građane. Sve češće suše, poplave, gubitak biodiverziteta i drugi ekstremni klimatski događaji stalni su podsetnik da je postojeći sistem ishrane ugrožen i da mora postati održiviji i otporniji u budućnosti (EC, 2020a).

### **1.3. LANAC SNABDEVANJA I LANAC VREDNOSTI HRANE U CAP: AKCENAT ZA ODRŽIVOSTI I PRAVEDNOSTI**

U Službenom glasniku EU (*Official Journal of the EU L 435*) objavljen je krajem 2021. godine pravni okvir nove CAP za period 2023-2027 (EU, 2021). Nova pravila su definisana kroz sledeće tri EU regulative, od kojih svaka pokriva odgovarajuće oblasti (EU, 2021):

#### **CAP 2023-2027: regulativa**

- ✓ Regulativa (EU) 2021/2115: pravila o podršci strateškim planovima koje treba da sačine države članice (CAP strateški planovi) i finansiranju ruralnog razvoja i direktnih plaćanja, kroz Evropski poljoprivredni garantni fond (EAGF) i Evropski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (EAFRD). Ovom

- regulativom su stavljene van snage Regulativa (EU) broj 1305/2013 i Regulativa (EU) broj 1307/2013;
- ✓ Regulativa (EU) 2021/2116 o finansiranju, upravljanju i kontroli CAP. Ovom regulativom je stavljena van snage Regulativa (EU) broj 1306/2013;
  - ✓ Regulativa (EU) 2021/2117 o izmenama i dopunama Regulative (EU) broj 1308/2013 o uspostavljanju zajedničke organizacije tržišta poljoprivrednih proizvoda (tržišne mere); Regulative (EU) broj 1151/2012 o šemama kvaliteta poljoprivredno prehrambenih proizvoda, Regulative (EU) broj 251/2014 o geografskim oznakama aromatizovanih vinskih proizvoda i Regulative (EU) broj 228/2013 o utvrđivanju posebnih mera za poljoprivredu u najudaljenijim regionima EU.

U skladu sa Strategijom od njive do trpeze (EC, 2020a), nova CAP 2023-2027 usmerena je ka održivijoj, zelenijoj, pravičnijoj i fleksibilnijoj poljoprivrednoj politici, zasnovanoj na

učincima i rezultatima (EU, 2021). Ova politika trebalo bi da ispuni: (a) visoke ekološke i klimatske ambicije EU, definisane Evropskim zelenim dogovorom (u oblasti zaštite životne sredine i očuvanja biodiverziteta) i Strategijom od njive do trpeze i (b) osigura pravedniju raspodelu dohotka i podrške, posebno za mala i srednja porodična gazdinstva i mlade poljoprivrednike (EC, 2019a; EC, 2020a; EU, 2021). Zemlje članice EU implementiraće poljoprivrednu politiku EU kroz donošenje i realizaciju nacionalnih strateških planova za poljoprivredu, a fleksibilnost CAP podrazumeva slobodu zemalja članica da u saradnji sa lokalnim vlastima i ključnim stejkholderima, svoje planove i mere razvoja poljoprivrede i ruralnih područja prilagode sopstvenim uslovima i potrebama. Planovi moraju biti usklađeni sa društvenim, ekološkim i ekonomskim ciljevima CAP za veću održivost u poljoprivredi, a Komisija će ih procenjivati u odnosu na stroge klimatske i ekološke kriterijume. Komisija bi trebalo da osigura da ovi strateški planovi dovedu do upotrebe održivijih proizvodnih praksi (kao što su precizna poljoprivreda, organska poljoprivreda, agroekologija, stroži standardi dobrobiti životinja), uz veće nagrade farmerima za poboljšane ekološke i klimatske performanse (EC 2019a; EC, 2020a; EU 2021).

**CAP 2023-2027:**  
*akcenat na održivijoj, zelenijoj,  
pravičnijoj i fleksibilnijoj  
poljoprivrednoj politici, zasnovanoj  
na učincima i rezultatima*

Treći od ukupno devet strateških ciljeva CAP za period 2023-2027 glasi: „Unaprediti poziciju farmera u lancu vrednosti proizvoda“ (EU, 2021, str. 28). Naime, da bi se podržao održiv prihod na farmama, poboljšala pregovaračka moć i konkurentnost farmera i otpornost poljoprivrednog sektora, postoji potreba bolje organizacije lanca snabdevanja i efikasnije integracije farmera u ove lance kroz (EU, 2016; EC, 2020a; EU, 2021):

- Podsticanje različitih oblika saradnje farmera (učesće farmera u proizvođačkim grupama i proizvođačkim organizacijama, zajedničko organizovanje...);
- Promovisanje lokalnih tržišta i kratkih lanaca snabdevanja;
- Podsticanje učesća farmera u dodavanju vrednosti poljoprivrednim proizvodima i učesću u šemama kvaliteta koje podržava CAP;
- Poboljšanje transparentnosti tržišta, rešavanje nepoštenih trgovačkih praksi i razjašnjenje pravila konkurencije za kolektivne inicijative farmera.

Sve prethodno trebalo bi da osigura uravnotežene odnosa između svih aktera lanca, odnosno pravednije raspoređivanja dodate vrednosti među učesnicima (stvaranje mogućnost da farmeri „zahvate“ pravičan udeo u dodatnoj vrednosti proizvoda).

Strategija od njive do trpeze, kao integralni deo politike Evropskog zelenog dogovora (EC, 2019a), naglašava i potrebu prelaska zemalja članica Unije na održive, jake, fleksibilne i pravedne sisteme hrane, koji će povećati

njihovu otpornost na različite izazove i događaje (EC, 2020a). Ovo bi dalje trebalo da doprinese ekološkim, zdravstvenim i socijalnim koristima za sve zemlje Unije, uz ekonomsku dobit, odnosno osiguranje održivih sredstava za život za primarne poljoprivredne proizvođače. U pomenutom strateškom dokumentu ističe se da bi tranzicija ka održivim

**CAP 2023-2027:**  
*bolja organizacija lanca  
snabdevanja, efikasnija  
integracija farmera;  
unapređenje pozicije farmera u  
lancu vrednosti/lancu  
snabdevanja poljoprivredno  
prehranbenim proizvodima*

**Strategija od njive do trpeze:**  
*fokus na održive, fleksibilne i  
pravedne lance vrednosti/lance  
snabdevanja poljoprivredno  
prehranbenim proizvodima.*



poljoprivredno prehrambenim sistema trebalo da podrazumeva (EC, 2020a):

- Obezbeđivanje da lanac ishrane (koji pokriva proizvodnju hrane, transport, distribuciju, marketing i potrošnju) ima neutralan ili pozitivan uticaj na životnu sredinu, da pomaže u ublažavanju klimatskih promena i uspešno se prilagođava njihovim uticajima. Ovo uključuje potrebu zelene i digitalne transformacije farmi, veću zastupljenost organske poljoprivrede, sprovođenje postojećeg zakonodavstva za dobrobit životinja, upotrebu pesticida, zakonodavstva o zaštiti životne sredine i slično;
- Obezbeđivanje sigurnosti u snabdevanju hranom, bezbednosti hrane i javnog zdravlja, kao i
- Očuvanje pristupačnosti hrane, uz generisanje pravednijeg ekonomskog povrata u lancu snabdevanja, promovišući fer trgovinu, posebno za farmere malih proizvodnih i finansijskih kapaciteta;
- Kolektivni pristup, koji uključuje javne vlasti na svim nivoima upravljanja, aktere iz privatnog sektora u celom lancu vrednosti hrane, nevladine organizacije, socijalne partnere, akademike i građane.

Prema podacima Eurobarometra iz 2022. godine, čak 90% anketiranih građana u EU 27 smatra da je veoma važno da jedan od prioriteta CAP bude usmeren na jačanje pozicije farmera u lancu snabdevanja hranom, dok istovremeno 68% građana smatra da ova politika doprinosi jačanju pozicije farmera u lancu hrane (EU 2022a, str. 70, 83).

***Eurobarometar:  
šta građani EU misle...***

Takođe, 65% građana Unije potpuno se slaže sa konstatacijom da Unija kroz CAP potpuno ispunjava svoju ulogu u zaštiti životne sredine i borbi protiv klimatskih promena (EU 2022a, str. 61), a 67% stanovnika potpuno se slaže sa konstatacijom da farmeri u EU moraju menjati način na koji rade u cilju borbe protiv klimatskih promena, čak i kada to vodi manjoj konkurentnosti poljoprivrede Unije (EU 2022a, str. 23).

**DEO II**

**POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENI  
PROIZVODI  
DODATE VREDNOSTI**



## **2.1.POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENI PROIZVODI DODATE VREDNOSTI: PRIBLIŽAVANJE PREFERENCIJAMA POTROŠAČA I INOSTRANIM TRŽIŠTIMA**

Blisko vezan koncept sa lancima vrednosti, odnosno lancima snabdevanja jesu poljoprivredno prehrambenih proizvodi sa dodatom vrednošću ili poljoprivreda dodate vrednosti (eng. „*value added agri-food products*“; „*value added agriculture*“). U suštini, kada su lanci vrednosti dobro organizovani, sa visokom kooperacijom učesnika, dobrom koordinacijom, kada su efikasni i inovativni – oni kao svoj rezultat imaju proizvode dodate vrednosti.

Značaj proizvoda sa dodatom vrednošću sve više raste na globalnom tržištu poljoprivredno prehrambenih proizvoda, uglavnom kao rezultat sledećih faktora (Goodman, 2003; Born & Bachmann, 2006; Warner, 2007; Martinez et al., 2010; Hu et al., 2012; Feldmann & Hamm, 2015; Piao et al., 2019; EC, 2019b; Niewczas-Dobrowolska, 2022; Cardoso et al., 2022; Tran et al., 2022):

- Promena preferencija potrošača i načina donošenja odluka pri kupovini hrane. Brojna istraživanja potvrđuju da potrošači i dalje donose odluke o kupovini hrane na osnovu ukusa hrane, cene, navika, praktičnosti. Ipak, sve više postaju važni i drugi faktori (zdravstveni, socio-ekološki), kao što su briga za zdravlje ljudi i životinja, za bezbednost i sledljivost hrane, za očuvanje životne sredine i održivi razvoj i slično;
- Potrošači sve više zahtevaju informacije o karakteristikama i kvalitetu proizvoda, mestu porekla i načinima proizvodnje, sve više postaje važan lični kontakt sa proizvođačem i poverenje između proizvođača i potrošača, zatim tradicija u proizvodnji, jedinstvenost proizvoda, proizvodnja malih količina hrane na gazdinstvu i slično;
- Spremnosti potrošača da na tržištu plate više za proizvode koji im tražene attribute obezbeđuju, obećavaju ili garantuju, za hranu koju smatraju vrednom, korisnom ili/i visokog kvaliteta;

Primeru radi, u Strategiji Evropske komisije „Od njive do trpeze“ (eng. „*A Farm to Fork Strategy*“) upravo se naglašava da:

*„ljudi posvećuju sve veću pažnju ekološkim, zdravstvenim, društvenim i etičkim pitanjima hrane i traže vrednost u hrani više nego ikada ranije.*

*Čak i kada društva postaju sve urbanizovanija, ona žele da se osećaju bliže svojoj hrani. Ona žele hranu koja je sveža, manje obrađena i održiva“* (EC, 2020a, str. 4).

**Spremnost potrošača da plaćaju  
premiјum cene...**

*Za razliku od organske, lokalna hrana se ne smatra skupom, ali su ipak potrošači spremni da za nju plate više u odnosu na konvencionalnu hranu (Feldmann & Hamm, 2015).*

*Hu et al. (2012) ukazuju da su potrošači u SAD bili spremni da plate više za proizvod označen kao lokalno proizveden, kao i da su bili voljni da podrže prihod malih porodičnih gazdinstava.*

*Istraživanje u Vijetnamu pokazalo je spremnost potrošača da plate premiјum cene za različite šeme označavanja hrane (kao što je VietGAP sertifikacija, EU i USDA organska sertifikacija, privatno brendiranje i slično), kao i da je poverenje ključni faktor koji oblikuje spremnost potrošača da više plate za proizvode u okviru VietGAP sertifikacije (Tran et al., 2022).*

**Kvalitet proizvoda i tražnja  
potrošača**

*Na primeru Kalifornijskih proizvođača grožđa Warner (2007) ističe da je kvalitet poljoprivrednih proizvoda povezan sa tražnjom potrošača za proizvodima poboljšanog kvaliteta i poznatog mesta proizvodnje (marketing na osnovu mesta, geografsko brendiranje), praksama održive poljoprivrede i kvalitetom životne sredine, gde agroekološka partnerstva imaju važnu ulogu i sinergetskim efektom daju podsticaj ruralnom razvoju.*

**Eurobarometar:  
šta građani EU misle...**

Istraživanje građana EU na temu „*Food safety in the EU*“ pokazalo je da su otprilike dva od pet građanina EU lično zainteresovana za bezbednosti hrane, koja je podjednako važna kao i drugi faktori prilikom odabira hrane, pored njenog porekla, cene i ukusa (EC, 2019b, str. 60). Dve trećine građana napominje da je promenilo ponašanje u vezi sa potrošnjom kao rezultat informacija o rizicima u hrani, a među njima je trećina koja kaže da je promena ponašanja trajna. Najveći uočeni rizici kada je hrana u pitanju odnose se na ostatke antibiotika, hormona ili steroida u mesu, ostatke pesticida u hrani, zagađivače životne sredine u ribi, mesu ili mlečnim proizvodima i aditive, kao što su boje, konzervansi ili arome koje se koriste u hrani ili pićima (EC, 2019b, str. 60). Kada je reč o poverenju za informacije o rizicima koji su u vezi sa hranom, građani su se izjasnili da će najverovatnije verovati naučnicima i potrošačkim organizacijama, a zatim poljoprivrednicima. Ispitanici sa višim nivoom obrazovanja imaju tendenciju da budu više zainteresovani i zabrinutiji za teme vezane za bezbednost hrane, svesniji ovih tema i veća je verovatnoća da su promenili svoje ponašanje u pogledu potrošnje, kao rezultat informacija o rizicima vezanim za hranu (EC, 2019b, str. 60). Istovremeno, čak 60% anketiranih građana EU 27 istaklo je da se potpuno slaže sa konstatacijom da bi bili spremni da plate 10% više za hranu koja je proizvedena na način

koji ne ugrožava životnu sredinu, odnosno koji limitira emisiju ugljen dioksida (EU, 2022a, str. 23).

Imajući prethodno u vidu, proizvođači poljoprivredno prehrambenih proizvoda ulažu u dodavanje vrednosti svojim proizvodima sa primarnim ciljevima da:

- odgovore na identifikovane zahteve potrošača, koji su, s druge strane spremni da zbog višeg kvaliteta, garancija kvaliteta i/ili dodatnih koristi koje im ovakvi proizvodi pružaju, plate više za njihovu nabavku;
- obezbede bolji plasman svojih proizvoda i „ulazak“ na nova tržišta ili tržišne niše,
- obezbede višu konkurentnost na domaćem i međunarodnom tržištu;
- usklade svoje poslovanje sa principima održivog razvoja i standardima kvaliteta i bezbednosti proizvoda, koji se sve više zahtevaju u globalnim lancima snabdevanja.

### **2.1.1. Sertifikacione šeme u primarnoj poljoprivrednoj proizvodnji**

U literaturi postoji visoka saglasnost autora o potrebi praćenja i unapređenja ekoloških dimenzija održivosti poljoprivrede, ulaganja u nove (čistije i zelenije) tehnologije u poljoprivredi, uz promovisanje ekološki i energetske efikasnosti

*„Da bi bili sigurni da je proizvod koji kupuju bezbedan, potrošači obično kupuju proizvode koje poznaju i proizvode sa sertifikatom“ (Niewczas-Dobrowolska, 2022, str. 13).*

sektorskih politika i strožije primenjivanje ekoloških propisa (Latruffe et al., 2016; Pasko et al., 2020; Uddin, 2020; Rad, Ray & Barghi, 2022). Ovakva poljoprivreda, uz šeme sertifikacije<sup>1</sup>, doprinosi, pre svega bezbednoj hrani (zdravstvenim koristima za potrošače) i očuvanju životne

---

<sup>1</sup> Šeme sertifikacije za poljoprivredne proizvode i prehrambene proizvode obezbeđuju sigurnost (putem sertifikacionog mehanizma) da su određene karakteristike ili atributi proizvoda ili njegovog proizvodnog metoda ili sistema uočeni (EU, 2022b, str. 5). Standard se može definisati i kao „dokument koji propisuje pravila, smernice ili karakteristike za proizvod ili uslugu, kao i za proizvodni proces, a standardi se odnose na širok spektar pitanja – od kvaliteta, bezbednosti hrane, tehničkih zahteva, pravila pakovanja, pa sve do raznih etičkih, ekoloških i socijalnih pitanja“ (Mihovski et al., 2012, str. 8).

sredine, a druge strane sve više opredeljuje trgovinske (izvozne) aranžmana poljoprivrednika i utiče na njihovu konkurentnosti na izvoznim tržištima (FAO, 2016).

Odgovor javnih politika, trgovaca i prerađivača, kao i različitih nevladinih tela, institucija i organizacija u EU na zahteve potrošača i društva za intenzivniju transformaciju poljoprivrede u pravcu održivosti i proizvodnje bezbedne hrane predstavljaju (EU, 2013; de Raymond & Bonnaud, 2014; Flachsbarth, Grassnick & Brümmer, 2020; EU, 2021):

- ✓ EU i nacionalne šeme kvaliteta poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. Baziraju na regulativama, pravilima i standardima. Vezuju se, između ostalog, za proizvode sa oznakama geografskog porekla (i druge proizvode sa oznakama porekla proizvoda, tradicionalnim znanjem i iskustvom), kao i proizvode dobijene u okviru šema sertifikacije na farmi (npr. organska proizvodnja);
- ✓ Brojne privatne i dobrovoljne šeme sertifikacije poljoprivredno-prehrambenih proizvoda (standardi koji garantuju bezbednost i kvalitet hrane, zdravlje biljaka, prava radnika, dobrobit životinja i slično).

Sertifikacija sistema bezbednosti i kvaliteta hrane, organskih proizvoda i proizvoda sa oznakom geografskog porekla u velikoj meri opredeljuje izvozne rezultate svake zemlje, njenu reputaciju na međunarodnom tržištu, a proizvođačima i izvoznicima osigurava efikasniji plasman i održivu konkurentsku poziciju. Kako ističe grupa autora Niemiec et al. (2019), internacionalizacija poslovanja farmera zahteva obezbeđivanje odgovarajućeg kvaliteta proizvoda, u skladu sa zahtevima specifičnih tržišta. Pri tom, potrošači iz razvijenih zemalja sve češće skreću pažnju na poreklo prehrambenih proizvoda i potvrdu da su proizvedeni u skladu sa priznatim ekološkim standardima, uz istovremeno poštovanje prava radnika (Niemiec et al., 2019).

Privatni standardi i šeme bezbednosti i kvaliteta hrane, koje „vode“ različita nevladina tela, institucije ili organizacije, iako dobrovoljni<sup>2</sup>, sve više upravljaju međunarodnom poljoprivrednom trgovinom.

---

<sup>2</sup> Dobrovoljni standardi (npr. organska proizvodnja ili proizvodnja proizvoda sa oznakama geografskog porekla) postoje i u grupi javnih standarda „kada nisu obavezujući i korisnik može sa odlučiti da li će ih sprovesti ili ne (ukoliko se odluči za sprovođenje, onda mora da se usaglasi sa propisima)“ (Živkov et al., 2014, str. 18).

Inicirani prvenstveno zarad **Privatni standardi i sertifikacione**  
„nastojanja prerađivača i **šeme bezbednosti i kvaliteta hrane**  
trgovaca da smanje rizike  
gubitka poverenja potrošača” (Popović & Paraušić, 2016, str. 35), danas menjaju obrazac ponašanja za sve učesnike, uslovljavaju pristup proizvođača globalnim lancima snabdevanja hranom, kao i tržištima visoke vrednosti (World Bank, 2005; Kariuki, Loy & Herzfeld, 2012; Rao, Bast & De Boer, 2021). Kako ističe grupa autora Rao, Bast & De Boer (2021), najproučavaniji evropski privatni standardi bezbednosti hrane (GlobalG.A.P., BRC) u vlasništvu su maloprodajnih konglomerata i stoga maloprodajni sektor stavljaju u poziciju uticaja u lancu snabdevanja. Evropski privatni standardi za bezbednost hrane menjaju rad savremenih lanaca snabdevanja poljoprivredno-prehrambenim proizvodima, kako bi se udovoljilo željama potrošača, a istovremeno dozvoljavaju sektoru maloprodaje da izvrši svoj uticaj bez preuzimanja dodatne pravne i ekonomske odgovornosti (Rao, Bast & De Boer, 2021).

*„Uvođenjem određenih standarda dobija se mogućnost izlaska na nova tržišta, pošto je veliki broj standarda u vezi sa mestom prodaje. Tako je posedovanje standarda BRC uslov da se nađete u britanskim supermarketima, HALAL da možete da prodajete proizvode u arapskom svetu, KOSHER u jevrejskom ili GlobalG.A.P. u lancu evropskih marketa“ (Živkov et al., 2014, str. 11).*

Privatni standardi bezbednosti i **Privatni standardi u zemljama u**  
kvaliteta hrane značajno utiču na **razvoju**  
zemlje u razvoju, tačnije na njihove  
izvozne performanse u sektoru poljoprivrede. Naime, proizvođači hrane u zemljama u razvoju sučavaju se već duži period sa jačanjem privatnih standarda bezbednosti hrane, procesa koji se odvija na nacionalnom, a pogotovo na globalnom (međunarodnom) nivou (Reardon, Timmer & Berdegue, 2004; World Bank, 2005; Colen, Maertens & Swinnen, 2012; Chiputwa, Spielman & Qaim, 2015)<sup>3</sup>. Proizvodi u okviru različitih šema sertifikacije bezbednosti hrane, očuvanja životne sredine ili osiguranja

---

<sup>3</sup> U ovim zemljama proteklih nekoliko decenija sektor maloprodaje hrane imao je brze i brojne transformacije, a najznačajnije su bile upravo one u segmentu sistema nabavki (ka specijalizovanim dobavljačima) i poštovanja zahtevnih, privatnih standarda kvaliteta (Reardon, Timmer & Berdegue, 2004).



socijalnih elemenata angažovanja radnika, nedovoljno su zastupljeni u ovim zemljama, čime je ograničen i pristup farmera izvoznim tržištima razvijenih zemalja (Oppong & Bannor, 2022). Generalno, implementacija standarda kvaliteta i bezbednosti hrane, koji uspostavljaju kritične principe održivosti, izuzetno je važna za ove zemlje: za održiv i konkurentan razvoj njihovog agrobiznis sektora; ravnomeran i održiv razvoj lokalnih zajednica; za povećanje izvoza, efikasnosti poslovanja i prihoda ruralnog stanovništva, kao i za stvaranje boljih (humanijih) uslova rada u poljoprivredi, uključujući i uslove rada žena angažovanih u poljoprivredi. (Reardon, Timmer & Berdegue, 2004; Chiputwa, Spielman & Qaim, 2015; Oppong & Bannor, 2022).

### 2.1.2. Kratki lanci snabdevanja hranom

Prema Goodman (2003) zahtevi potrošača za diferenciranim proizvodima sa dodatom vrednošću dovode do zaokreta u kvalitetu proizvoda, kao i u lancima snabdevanja u Evropi.

Oni se od industrijskih i globalnih tokova (sa masovnom proizvodnjom, ekonomijom obima i trgovine, standardizovanim konvencijama kvaliteta) sve više kreću ka tzv. alternativnim praksama proizvodnje i snabdevanja hranom, koji funkcionišu na marginama glavnih ili globalnih lanaca snabdevanja. Kako ovaj autor naglašava (Goodman, 2003, str. 1):

*„zaokret kvaliteta predstavlja zaokret ka „domaćem svetu“, gde konvencije kvaliteta utkane u poverenje, tradiciju i mesto, podržavaju diferenciranije, lokalizovanije i više „ekološke“ proizvode i oblike ekonomskog organizovanja“.*

Ključni faktori koji utiču na razvoj i jačanje kratkih lanaca snabdevanja hranom (skr. SFSCs) jesu zahtevi potrošača za kvalitetnom, bezbednom i zdravom hranom, poznatog porekla, kao i njihova potreba da potvrdu ovakve hrane, kroz vredne informacije, dobiju direktno od poljoprivrednog proizvođača (González-Azcárate,

*Tražnja potrošača za svežom hranom lokalnih farmera: zaokret u lancima snabdevanja od globalnih do alternativnih*

*U lokalnim, alternativnim lancima snabdevanja hlebom, koji sadrže drevne sorte pšenice, u Toskani (Italija), metode za smanjenje transakcionih troškova povezane su sa kolektivnom akcijom „odozdo prema gore“, neformalnim kanalima plasmana, poverenju, razmeni znanja i društvenim mrežama učesnika (Sacchi et al., 2019).*

Maceín & Bardají, 2021). Ovi lanci se javljaju kao vid „revolta“ potrošača i lokalne zajednice usmeren na globalnu ekonomiju i intenzivnu poljoprivrednu proizvodnju, koja je kao način da se čovečanstvo izbori sa siromaštvom i obezbedi dovoljnu količinu hrane, dovela do ugrožavanja biodiverziteta i životne sredine (Sacchi et al., 2019). Zajedno sa lokalnim tržištima, hrane, ovi lanci snabdevanja postaju odgovor društva na nestabilnosti i različite krize na svetskim tržištima poljoprivredno prehrambenih proizvoda, kao i odgovor na zahteve potrošača za zdravijom, svežijom (manje obrađenom), kao i kvalitetnijom hranom poznatog porekla (Sacchi et al., 2019).

Generalno, u svim zemljama (razvijenim i manje razvijenim) raste značaj i uloga SFSCs i lokalno proizvedene hrane, kao rezultat brojnih faktora, koji se u najvećoj meri objašnjavaju nepoverenjem potrošača u regularni poljoprivredni sistem, ali i postojanjem visokog nivoa svesti, zainteresovanosti i zabrinutosti kupaca (posebno onih višeg stepena obrazovanja i onih u urbanizovanim društvima) u oblastima rizika i bezbednosti hrane (Marsden, Banks & Bristow, 2000; Renting, Marsden & Banks, 2003; Kneafsey et al., 2013; Augère-Granier, 2016a; EC, 2019b; Sacchi et al., 2019; EC, 2020a; Cruz et al, 2021; Djordjević Milosević et al., 2021).

SFSCs deo su koncepta ruralnog razvoja, a odlikuje ih smanjeni broj posrednika u trgovini, blizak odnos proizvođača hrane

### ***Pojam kratkih lanaca snabdevanja hranom***

i potrošača, zasnovan na međusobnom poverenju, kao i prenosu vrednih znanja i informacija o proizvodu (njegovom poreklu, atributima kvaliteta, procesu proizvodnje) ka potrošaču (Marsden et al., 2000; van der Ploeg et al, 2000; Renting, Marsden & Banks, 2003; Kneafsey et al., 2013). Sam tip kupoprodajnog odnosa koji eliminiše posrednike u trgovini, zasniva se na poverenju među učesnicima i koji „obogaćuje“ proizvode sa informacijama (o njegovom poreklu, načinu proizvodnje i slično) - doprinosi kreiranju nove, više vrednosti proizvoda za sve učesnike u razmeni, kao i stvaranju uslova da farmeri „zadrže“ veći udeo u dodatnoj vrednosti proizvoda (Marsden et al., 2000; van der Ploeg et al, 2000; Renting, Marsden & Banks, 2003; Kneafsey et al., 2013).

Uredba EU broj 1305/2013 o podršci ruralnom razvoju (EU, 2013, str. 499) definiše SFSC kao lanac „koji uključuje ograničen broj privrednih

### ***Kratak lanac snabdevanja u politici ruralnog razvoja EU***

subjekata, posvećen saradnji,

lokalnom privrednom razvoju i bliskim geografskim i društvenim vezama između proizvođača, prerađivača i potrošača“. Istovremeno, delegirana Uredba EU broj 807/2014 u članu 11 precizira da će „podrškom za uspostavljanje i razvoj SFSCs biti obuhvaćeni samo lanci snabdevanja u koje je uključen ne više od jedan posrednik između poljoprivrednika i potrošača“ (EU, 2014, str. 9).

Istraživanje građana u zemljama EU-27 iz 2020. godine pokazalo

### ***Mišljenje građana EU ...***

je da čak 87% ispitanika pridaje važnost kupovini hrane kroz SFSCs (kratka udaljenosti ili mali broj posrednika između proizvođača hrane i potrošača), a za 82% ispitanika važno je da je hrana proizvedena uvažavanjem lokalne tradicije, znanja i iskustva (EC, 2020b). Istraživanje iz 2022. godine takođe je ukazalo da za 87% građana EU 27 u odlukama o kupovini hrane važan faktor predstavlja činjenica da je hrana deo SFSC, tačnije da je ona obezbeđena direktno od proizvođača ili da postoji mali broj posrednika između proizvođača hrane i potrošača (EU 2022a).

## **2.2.DEFINICIJA POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENIH PROIZVODA DODATE VREDNOSTI**

Termin proizvodi dodate vrednosti veoma često se koristi u kontekstu analize načina na koje je moguće dodavati vrednost proizvodima duž lanca snabdevanja, odnosno duž lanca vrednosti poljoprivredno prehrambenih proizvoda.

Ovih načina je izuzetno mnogo, a generalno „svi koraci između berbe (žetve) i prodaje proizvoda smatraju se dodavanjem vrednosti, ako potrošač percipira da proizvod ima veću vrednost i ako je spreman je za njega plati višu cenu“ (Markley & Hilchey, 1998, str. 9). Ovi proizvodi obezbeđuju viši prinos na uložena sredstva nego sirovine; „otvaraju“ nova tržišta; kreiraju prepoznatljivost kroz brendiranje i doprinose raznovrsnosti i raznolikosti poljoprivrednih operacija (Markley & Hilchey, 1998, str. 9).

### ***Tradicionalno poimanje poljoprivrede dodate vrednosti (Šema 3)***

odgovarajuće usluge (Šema 3).

Tradicionalno i konzervativno poimanje poljoprivrede dodate vrednosti uglavnom podrazumeva preradu poljoprivrednih proizvoda i

### Šema 3. Prerada poljoprivrednih proizvoda: klasifikacija

- **Primarna prerada.** Pretvara sirove poljoprivredne proizvode u hranu pogodnu za ishranu. Ovi proizvodi ili idu na tržište za direktnu potrošnju ili predstavljaju sirovinu za sekundarnu i tercijalnu preradu. Primeri: čišćenje, ljušćenje, sortiranje, skladištenje, pakovanje, sušenje, zamrzavanje, mlevenje, pasterizacija i sl. Primeri proizvoda: zamrznuto ili sušeno voće i povrće, brašno, meso, mleko i sl.
- **Sekundarna prerada** zahteva kompleksnije tehnike obrade, veća investiciona ulaganja, energetski intenzivniju tehnologiju u odnosu na primarnu preradu. Primeri: pravljenje hleba, kobasica, džema, putera, vina, piva i drugih alkoholnih pića i slično. Ova prerada može biti u domaćinstvu ili industrijskom objektu.
- **Tercijalna prerada** podrazumeva proizvodnju hrane koja je spremna za jelo bez ikakve ili sa minimalnom pripremom. Zbog često nezdravih dodataka ovoj hrani, od strane nutricionista kritikuje se i ocenjuje kao nezdrava.

Na osnovu NOVA klasifikacije<sup>1/</sup> razlikuju se sledeća četiri tipa prerađenih poljoprivrednih proizvoda, na osnovu stepena do koga je hrana obrađena:

- **Neobrađena ili minimalno obrađena hrana,**
- **Prerađeni kulinarski sastojci.** Dobijeni su minimalnom obradom hrane (presovanjem, rafiniranjem, mlevenjem...). Obično se ova hrana ne jede sama, već se koristi za dalju pripremu hrane (primeri: biljna ulja, brašno.);
- **Prerađena hrana.** Hrana iz bilo koje od dve prethodne grupe kojoj je dodato so, šećer ili masti. Primeri: vrste konzerviranog voća i povrća, sireva, sveže napravljen hleb i konzervirana riba. Ove namirnice se obično prave od najmanje 2-3 sastojka i mogu se lako jesti bez dalje pripreme;
- **Ultra ili visoko obrađena hrana.** To su namirnice iz prethodne grupe koje prevazilaze ugradnju soli, zaslađivača ili masti i uključuju veštačke boje i ukuse i konzervanse, koji produžavaju rok proizvodnje, čuvaju teksturu i povećavaju ukus. U literaturi se dovodi u vezu sve veća prodaja ovakve hrane sa rastom gojaznosti stanovništva.

Napomena: 1/ Sistem NOVA je priznat od strane Svetske zdravstvene organizacije, Organizacije za hranu i poljoprivredu i Panameričke zdravstvene organizacije.

Izvor: Sistematizacija autora na osnovu: Monteiro, 2009; Özilgen & Özilgen, 2017; Monteiro et al., 2018; Processed Foods and Health, 2022.

Prerada predstavlja promenu oblika proizvoda, transformaciju sirovine ili neprerađene hrane u hranu pogodnu za potrošnju, često sa produženim rokom trajanja. Ona može biti jednostavna i brza, ali može da uključuje i komplikovanije operacije. Zamrzavanje, sušenje i kuvanje su najčešće metode koje se primenjuju na poljoprivredne proizvode u procesu prerade. Postoje i mnogi drugi postupci, kao što su: pranje, seckanje, mlevenje, ljušćenje, rezanje, sortiranje, pakovanje, fermentacija, pasterizacija, ekstrakcija i slično. Prerada poljoprivrednih proizvoda je najčešći vid diversifikacije ruralne ekonomije i najzastupljenija vrsta drugih profitabilnih, a nepoljoprivrednih aktivnosti poljoprivrednika u zemljama EU (Augère-Granier, 2016a). Diversifikacija generalno podrazumeva više i održive prihode na gazdinstvu, višu sigurnost, stabilnost i otpornost poljoprivrednog gazdinstva (Augère-Granier, 2016a). Komercijalna prerada hrane koristi kontrolni sistem analiza opasnosti i kritične kontrolne tačke (HACCP), kako bi hrana bila sigurna za upotrebu.

### ***Savremeni koncept poljoprivrede dodate vrednosti***

U novije vreme ovaj pojam autori najčešće definišu u širem, opštem kontekstu, koji uključuje prilagođavanje proizvoda, prema načinu proizvodnje, karakteristikama i načinu prodaje, preferencijama potrošača, na načine koji nisu pristuni u konvencionalnoj proizvodnji (Coltrain, Barton & Boland, 2000; De Chernatony, Harris & Riley, 2000; Lu et al., 2015). Kako ističu *Born & Bachmann (2006, str. 1)*:

*„Danas, više nego ikad, dodavanje vrednosti znači prodati „cvrčanje, a ne šniclu“. „Cvrčanje“ dolazi od informacija, obrazovanja, zabave, imidža i drugih nematerijalnih atributa“.*

Savremeni koncept poljoprivrede dodate vrednosti obuhvata širok dijapazon načina dodavanja vrednosti proizvodima, i najčešće se dovodi u vezu sa (Goodman, 2003; Renting, Marsden & Banks, 2003; Clemens, 2004; Warner, 2007; Belletti et al., 2009; Hu et al., 2012; Crozet, Head & Mayer, 2012; Latouche & Chevassus-Lozza 2015; Andersson, 2019; Sacchi et al., 2019; Raimondi et al., 2020; Fiankor et al., 2020):

- Promenama u procesu proizvodnje (koje doprinose boljem kvalitetu proizvoda, očuvanju njegovih tradicionalnih ili prirodnih karakteristika, očuvanju životne sredine). Primera radi, nekonvencionalni načini poljoprivredne proizvodnje, proizvodnja

- hrane po tradicionalnim recepturama, primena metoda organske proizvodnje (ekološki prihvatljive metode proizvodnje) i slično;
- Visokim kvalitetom i bezbednošću proizvoda za konzumiranje;
  - Malim količinama proizvedene hrane na lokalnim farmama, koja se plasira kroz kratke lance snabdevanja<sup>4</sup>;
  - Promenama u načinu plasmana proizvoda. Primera radi, povezivanje potrošnje hrane sa istorijom, kulturom i tradicijom regiona ili turističkom ponudom (agroturizam) i slično;
  - Učešćem proizvođača u različitim obavezujućim ili neobavezujućim šemama kvaliteta poljoprivredno-prehranbenih proizvoda (primera radi, proizvodi sa geografskim oznakama, sertifikacija primarne poljoprivredne proizvodnje u skladu sa GlobalG.A.P. sertifikacionom šemom i slično);
  - Višim cenama ovakvih proizvoda na tržištu (u odnosu na konvencionalne proizvode), kao i spremnošću potrošača da ih kupuju;
  - Boljim plasmanom proizvoda na tržištu i sveobuhvatnim pozitivnim ekonomskim, socijalnim i ekološkim aspektima ovih proizvoda, kako za potrošače, tako i za farmere, kompanije, nacionalne ekonomije i društvo u celini.

Ipak, mali broj autora bavi se definisanjem pojma „poljoprivredno prehranbeni proizvodi sa dodatom vrednošću“

***Definisanje poljoprivredno prehranbenih proizvoda dodate vrednosti***

i ne postoji jedinstveno stanovište vezano za njegovo tumačenje. Pregled literature pokazuje da je u pitanju širok i višedimenzionalni koncept. Kako nedostaje dogovorena zajednička definicija, različiti učesnici na tržištu i u javnim politikama različito tumače ove proizvode (De Chernatony, Harris & Riley, 2000; Lu & Dudensing, 2015).

Definicije koje se mogu sresti u literaturi daju se u nastavku teksta.

*„Dodata vrednost je višedimenzionalni koncept, koji uključuje funkcionalne i emocionalne koristi kako ih vide potrošači, u*

---

<sup>4</sup> S obzirom na nedostatak efekata ekonomije obima i postojanja brojnih drugih razvojnih ograničenja, mali proizvođači hrane često ne mogu da se na svetskom tržištu nadmeću u masovnoj i konvencionalnoj proizvodnji, te je za ovakve proizvođače ulaganje u višu ili dodatnu vrednost proizvoda jedan od načina da održe ili unaprede svoju konkurentsku poziciju na tržištu i osiguraju održive prihode na gazdinstvu.

odnosu na konkurenciju“ (De Chernatony, Harris & Riley, 2000, str. 53).

*„Široka definicija dodate vrednosti podrazumeva ekonomsko dodavanje vrednosti proizvodu - promenom njegovih trenutnih karakteristika (postojeće mesto, vreme i oblik proizvoda) u karakteristike koje potrošači više preferiraju na tržištu“ (Coltrain, Barton & Boland, 2000, str. 5).*

Prema Amanor-Boadu (2003, str. 11) inicijative sa dodatom vrednošću (*eng. value-added initiatives*) jesu one u kojima se *„određeni članovi lanca snabdevanja nagrađuju za obavljanje aktivnosti koje su do sada obavljale proizvodne firme u lancu snabdevanja ili za obavljanje delatnosti koje se smatraju vrednima, ali su do sada bile zanemarene od strane učesnika lanca snabdevanja“.*

Živkov et al. (2014, str. 3): *„administrativno posmatrano, proizvodi sa dodatom vrednošću su svi oni proizvodi koji, pored zahteva definisanih zakonskim i podzakonskim aktima u oblasti bezbednosti i kvaliteta hrane, ispunjavaju i dodatne zahteve, bilo da su oni definisani javnim ili privatnim normama i načelima“.*

*„Poljoprivreda sa dodatom vrednošću je portfolio poljoprivrednih praksi koje omogućavaju poljoprivrednicima da se prilagode preferencijama (tražnji) potrošača za poljoprivredne ili prehrambene proizvode, po osnovu oblika, prostora, vremena, identiteta i karakteristika kvaliteta proizvoda, koji nisu prisutni u konvencionalnoj proizvodnji. Može se okarakterisati procesom u kome farmeri menjaju svoju poziciju u lancu snabdevanja, stvarajući bliže ili direktne veze sa potrošačima, ili menjajući proizvodne procese, kako bi promenili ili sačuvali određene suštinske karakteristike proizvoda sa svog gazdinstva“ (Lu, & Dudensing, 2015, str. 4).*

Clark et al. (2021, str. 199) definišu poljoprivredu i hranu dodate vrednosti kroz sledeće tri karakteristike: *„prvo, kupovine potrošača istovremeno obezbeđuju korisnost za potrošača i omogućavaju premijum cene za proizvođača; drugo, zajednički principi ili vrednosti među firmama, i njihovi relacioni aranžmani podržavaju distribuciju vrednosti, a time i premije u lancu hrane; treće, akteri u lancu snabdevanja pokazuju privrženost (posvećenost) zajednici“.*

U EU pod ovim terminom podrazumevaju se proizvodi unapređenog kvaliteta, odnosno proizvođači i grupe proizvođača unutar (EU, 2013; EU, 2021):

***Poljoprivreda dodate  
vrednosti u CAP***

- Šema kvaliteta poljoprivredno prehrambenih proizvoda priznatih na nivou EU i definisanih odgovarajućim regulativama EC. Primera radi, to su: proizvodi sa EU geografskim oznakama (zaštićeno ime porekla/protected designation of origin, skr. PDO; zaštićena geografska oznaka/protected geographical indication, skr. PGI); garantovano tradicionalni specijalitet/traditional speciality guaranteed (skr. TSG) i druge šeme, npr. planinski proizvodi (EC, Geographical indications and quality schemes explaine). Ove šeme kvaliteta promovišu i štite nazive kvalitetnih poljoprivredno prehrambenih proizvoda. U EU postoji stalni porast broja registrovanih proizvoda, kao i zahteva za registraciju u okviru neke od EU šema kvaliteta. Primera radi, u 2022. godini u zemljama EU bilo je 3.398 ovakvih proizvoda, a najviše ih je u sektoru vina (48% ukupnog broja proizvoda) (EC, Adding Value, dashboard);
- Nacionalnih programa, odnosno šema kvaliteta na nivou članica EU, uključujući i sertifikaciju organske proizvodnje. Ove sertifikacione šeme su verifikovane od strane svake države članice EU, odnosno nezavisnog inspekcijskog tela;
- Dobrovoljnih sertifikacionih šemama privatnih/nevladinih operatora, koje su prepoznate na nacionalnom nivou (na primer IFS, BRC, GlobalG.A.P., itd.).

Prema USDA, poljoprivredni proizvodi dodate vrednosti su oni koji ispunjavaju jedan od sledećih 5 kriterijuma (USDA, 2015)<sup>5</sup>:

***USDA: poljoprivreda  
dodate vrednosti***

1. Prerađeni proizvodi (promena fizičkog stanja ili oblika proizvoda). Primeri: prerada pšenice u brašno, klanje stoke ili živine i slično;
2. Dokazana povećana vrednost proizvoda kroz proces proizvodnje, vidljiva kroz poslovni plan (npr. organski proizvodi);
3. Fizička segregacija proizvoda koja dovodi do povećanja vrednosti tog proizvoda (sistem očuvanja identiteta za sorte ili kvalitet zrna);

---







<sup>5</sup> Za sve ove proizvode podrazumeva se da su prilagođeni zahtevima i tražnji kupaca, da je baza kupaca proširena, kao i da prihvodi nastali od dodavanja vrednosti i prodaje takvih proizvoda većim delom pripadaju poljoprivrednom proizvođaču (USDA, 2015).



4. Proizvodi koji se koriste za proizvodnju obnovljivih izvora energije na farmi;
5. Lokalno proizvedena hrana plasirana putem kratkih lanaca snabdevanja. Proizvodi koji se uzgajaju na sopstvenoj farmi i prodaju se u krugu od 400 milja od farme ili u državi u kojoj se hrana i proizvodi.

**Šema 4. Poljoprivredno prehrambeni proizvodi dodate vrednosti: sa aspekta načina dodavanja vrednosti**

---

-  **Prerada** poljoprivrednih proizvoda, kada se menja fizičko stanje ili oblik, prostor i vremenske karakteristike primarnih poljoprivrednih proizvoda. Ovo je u skladu sa tradicionalnim pojmanjem dodate vrednosti, a najčešći postupci kojima se dodaje vrednost proizvodu jesu: pranje, sečenje, čišćenje, pakovanje, sušenje, dimnjenje, zamrzavanje i slično.
-  **Unapređenje kvaliteta proizvoda:** uključuje ulaganja kojima se postiže bogatiji ukus, veća hranljivost, veća zdravstvena korist za potrošače i slično;
-  **Obeležavanje (označavanje) i/ili brendiranje proizvoda.** Primera radi, to mogu biti oznake koje se tiču: nacionalnog brendiranja, lokalne proizvodnje, kvaliteta/nutritivnih/zdravstvenih karakteristika proizvoda, sertifikovanih organskih proizvoda, geografske oznake, oznake slobodnog uzgoja/tradicionalnih specijaliteta, privatno brendiranje i slično;
-  **Proizvodi u okviru EU i nacionalnih šema kvaliteta:** proizvodi sa geografskim oznakama, garantovano tradicionalni specijalitet; organski proizvodi i drugi proizvodi sa specifičnim karakteristikama ili metodama uzgoja/proizvodnje i visokim kvalitetom koji se odnosi na zdravlje ljudi, životinja ili biljaka, dobrobit životinja ili zaštitu životne sredine;
-  **Poljoprivredni i prehrambeni proizvodi u okviru različitih privatnih i dobrovoljnih šema sertifikacije bezbednosti i kvaliteta hrane,** kao što su: proizvodi sertifikovani u okviru sistema kvaliteta hrane HALAL, odnosno KOSHER standarda; proizvodi u okviru sistema upravljanja bezbednošću hrane (BRC, IFS, GOST-R standard), zatim šema sertifikacije primarne poljoprivredne proizvodnje prema principima dobre poljoprivredne prakse (GLOBALG.A.P. standard);
-  **Lokalno i/ili tradicionalno proizvedena hrana plasirana na lokalnim tržištima, u kratkim lancima snabdevanja ili na drugi inovativni način** (npr. plasman kroz agroturizam), bilo da farmeri sami izgrađuju veze sa potrošačima ili udruženi sa drugim farmerima.

---

Izvor: Autor na osnovu sistematizacije literature obrađene u tački 2.2.

Na osnovu sistematizacije velikog broja istraživanja u kojima su date različite definicije i shvatanja pojma poljoprivredno prehrambenih proizvoda dodate vrednosti, pod ovim pojmom autor podrazumeva proizvode kod kojih je proizvođač dodao vrednost: (a) preradom, (b) procesima unapređenja kvaliteta proizvoda, (c) označavanjem (brendiranjem) proizvoda, (d) učešćem u različitim šemama sertifikacije bezbednosti i kvaliteta hrane, kao i (e) učešćem u kratkim lancima snabdevanja i drugim inovativnim načinima plasmana proizvoda (Šema 4).

### **2.3. POZITIVNI ASPEKTI POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENIH PROIZVODA DODATE VREDNOSTI**

Poljoprivreda dodate vrednosti u literaturi se najčešće tumači sa aspekta promocije koncepta multifunkcionalne poljoprivrede, maksimiziranja trgovinskog (izvoznog) potencijala poljoprivrede, unapređenja i jačanja tržišne pozicije farmera u lancu vrednosti/lancu snabdevanja hrane, osiguranja održivih prihoda farmera, osnaživanja lokalnih seoskih zajednica i slično.

Kako naglašava Clark et al. (2021, str. 186),  
*„rast interesovanja potrošača za diferencirane  
proizvode sa dodatom vrednošću ima potencijal  
da stvori prilike za ekonomski razvoj zajednice“*.

#### **Održivi ruralni razvoj**

Naime, poljoprivredno prehrambeni proizvodi sa dodatom vrednošću ostvaruju pozitivan uticaj na razvoj lokalnih zajednica i uopšte održivi ruralni razvoj kroz (Asfaw, Mithöfer & Waibel 2009a; Colen, Maertens & Swinnen, 2012; Ibanez & Blackman, 2016; Finley et al., 2018; Higgins & Richards, 2019; Piao et al., 2019; Sacchi et al, 2019; Flachsbarth, Grassnick & Brümmer, 2020; Amekawa et al., 2021; Amekawa et al., 2022):

- Jačanje konsolidacije i vertikalne integracije na različitim nivoima lanca vrednosti/snabdevanja hranom, uz jačanje tržišne (pregovaračke) i ekonomske pozicije farmera<sup>6</sup>;
- Unapređenje ekoloških i socijalnih dimenzija poslovanja farmera (posebno u kontekstu kontrolisane upotrebe hemijskih sredstava, zaštite životne sredine, poboljšane bezbednosti i uslova rada radnika,

---

<sup>6</sup> Za CAP proizvodi dodate vrednosti jedan su od načina jačanja konkurentnosti i tržišne pozicije primarnih poljoprivrednih proizvođača, a podrška procesima dodavanja vrednosti obezbeđuje se putem politike kvaliteta, kao i putem podrške za rad proizvođačkih organizacija (EU, 2013; EU, 2021).

otvaranja novih radnih mesta i smanjivanja stope nezaposlenosti i sl.);

- Jačanje i promociju kulturnog i gastronomskog nasleđa regiona.

Dodatno brojna istraživanja dokazuju pozitivne trgovinske i izvozne efekte poljoprivredno prehrambenih proizvoda sa dodatom vrednošću. Ona su vidljiva na primeru:

### *Trgovinski, izvozni efekti*

- Sertifikacije u organskoj proizvodnji. Kleemann, Abdulai & Buss (2014) na primeru organski sertifikovanih proizvođača ananasa u Gani, ukazuju da ova sertifikacija, uglavnom zbog premije cena na međunarodnom tržištu organskih poljoprivrednih proizvoda, pomaže relativno siromašnim poljoprivrednicima da profitabilno pristupe izvoznim tržištima i uspešno se pozicioniraju, povećaju prihode na farmi, ostvare pozitivnu prosečnu stopu povraćaja investicija, što sve zajedno značajno doprinosi smanjenju ruralnog siromaštva u zemljama u razvoju.
- Proizvodnje proizvoda visokog kvaliteta. Primera radi, Crozet, Head & Mayer (2012) analizirajući podatke o izvozu šampanjca u Francuskoj (nivo preduzeća) zaključuju da kvalitet vina povećava prodajne cene, verovatnoću ulaska preduzeća na izvozna tržišta, kao i vrednost izvoza šampanjca.
- Proizvoda sa registrovanim geografskim oznakama. Raimondi et al. (2020) ukazuju da prisustvo geografskih oznaka EU u zemlji izvoznici sistematski ima pozitivan trgovinski efekat, kako na ekstenzivnu, tako i na intenzivnu trgovinsku maržu. Pored toga, geografske oznake pozitivno utiču na izvozne cene, u skladu sa idejom da potrošači proizvode sa geografskom oznakom doživljavaju kao robu višeg kvaliteta. Prema Cardoso et al. (2022), proizvodi sa oznakama geografskog porekla pored doprinosa teritorijalnom razvoju, imaju potencijal da dodaju vrednost proizvodima i pomognu proizvođačima da postanu konkurentniji, a glavne prednosti za proizvođače su svakako više prodajne cene, lakši i efikasniji pristup tržištu, kao i očuvanje kulturnog identiteta.
- Proizvoda sertifikovanih u okviru različitih dobrovoljnih sertifikacionih šema u primarnoj poljoprivrednoj proizvodnji ili u okviru različitih sistema upravljanja bezbednošću hrane (Masood & Brümmer, 2014; Latouche & Chevassus-Lozza 2015; Laosutsan, Shivakoti & Soni, 2019; Andersson, 2019; Tran & Goto, 2019; Fiankor et al., 2020; Flachsbarth, Grassnick & Brümmer, 2020). Primera radi, Latouche & Chevassus-Lozza (2015) su zaključili da

posedovanje privatnog BRC standarda za bezbednost hrane poboljšava pristup tržištu i osigurava visoku izvoznu orijentaciju francuskih izvoznika poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, u poređenju sa nesertifikovanim firmama, sa istom veličinom i nivoom produktivnosti.

U zemljama sa nerazvijenim institucijama i slabom primenom ugovora, sertifikacija dobrovoljnim standardima (GlobalG.A.P.,

### ***Pozitivni efekti dodavanja vrednosti u zemljama u razvoju***

Organic & Fairtrade) predstavlja agens ili katalizator pozitivnih promena na nacionalnom tržištu sa aspekta: (a) izgradnje efikasnih i pouzdanih ugovornih odnosa između svih učesnika u lancu vrednosti proizvoda (pre svega, između poljoprivrednika i agrobiznis kompanija), (b) osiguranja proizvodnje bezbednih proizvoda visokog kvaliteta i (c) transformacije proizvodnih sistema i lanaca vrednosti proizvoda ka sigurnijim i održivijim (Asfaw, Mithöfer & Waibel 2009a; Kleemann, 2016). Takođe sertifikacija privatnim (doborovoljnim) standardima značajno poboljšava ekonomsku održivost proizvodnje na farmi:

- Od tri dobrovoljna standarda orijentisana na održivost malih farmera kafe u Ugandi (Fairtrade, Organic i UTZ), Chiputwa, Spielman & Qaim (2015) su ustanovili da sertifikacija malih farmera kafe u Ugandi prema standardu Fairtrade povećava životni standard ovih domaćinstava za 30% i smanjuje rasprostranjenost i dubinu siromaštva;
- Tran & Goto (2019) takođe dokazuju pozitivan uticaj sertifikacije održivosti na prosečne prodajne cene, prodajne vrednosti i neto prihod koje ostvaruju mali farmeri zelenog čaja u Vijetnamu.

U nastavku se daje prikaz pozitivnih efekata dodavanja vrednosti proizvodima u kontekstu sertifikacije organske proizvodnje, GLOBALG.A.P. sertifikacije i učešća poljoprivrednika u SFSCs.

Organska poljoprivreda ima niz dokazanih prednosti u pogledu održivosti, uključujući poboljšan

### ***Sertifikacija organske proizvodnje***

kvalitet zemljišta, povećan biodiverzitet, smanjeno zagađenje životne sredine, veće zapošljavanje i povećani prihodi na farmi (Seyfang, 2009; Eyhorn et al., 2019; Djelić et al., 2019; Roljević Nikolić & Paraušić, 2020). Ova proizvodnja doprinosi otvaranju novih radnih mesta u ruralnim sredinama (iznad onih koje pruža konvencionalna

poljoprivrede), zbog čega je Finley et al. (2018) „vide“ kao deo regionalnih strategija ekonomskog razvoja. Evropski zeleni dogovor i CAP naglasak upravo stavljaju na ovaj proizvodni metod u poljoprivredi, s obzirom da, kao vid održive proizvodne prakse, omogućava toliko potrebnu transformaciju poljoprivrede u pravcu održivosti, odnosno usklađivanja sa strogim klimatskim i ekološkim kriterijumima (zahtevima) u EU (EC, 2019a; EC, 2020a; EU, 2021).

U zemljama EU i trećim zemljama identifikovano je 198 različitih sertifikacionih šema u primarnoj poljoprivrednoj proizvodnji (sertifikacione šeme na nivou farme),

***Sertifikacione šeme u primarnoj poljoprivrednoj proizvodnji***

od kojih je 170 (86%) identifikovano na nivou EU (EU, 2022b)<sup>7</sup>. Jedan broj šema, sa širokim obimom obaveza za farmere, pruža direktan i visok doprinos skoro svim ciljevima održivosti EU u sektoru poljoprivrede, druge šeme pomažu u postizanju jednog do tri cilja održivosti (uglavnom upravljanje resursima, zaštita životne sredine, zdravlje i dobrobit životinja, i ređe klimatske promene), dok se preostale fokusiraju na jedan cilj, tj. dobrobit životinja ili ređe klimatske promene (EU, 2022b). Jedan broj primera koji se sreću u literaturi u oblasti doprinosa GLOBALG.A.P. sertifikacione šeme održivom ruralnom razvoju i održivom ekonomskom poslovanju farmera daju se u nastavku:

- Prema Asfaw, Mithöfer & Waibel (2009a), domaći i izvozno orijentisani mali proizvođači povrća u Keniji koriste pesticide na nivoima ispod ekonomskog optimuma, te usvajanje GlobalG.A.P. standarda nema značajan uticaj na ukupnu upotrebu pesticida. Ipak, kategorije farmera koje su implementirale pomenuti standard koriste bezbednije (manje opasne) pesticide, na osnovu klasifikacije Svetske zdravstvene organizacije, što dalje implicira manje štetnog uticaja poljoprivrede na životnu sredinu, uz istovremeno veću sigurnost hrane. Istovremeno, autori su zaključili da implementacija i sertifikacija GlobalG.A.P. standarda u proizvodnji povrća ima pozitivan i značajan uticaj na prihode malih farmera koji se bave ovom proizvodnjom, kao i na njihovu produktivnost.
- Analiza Asfaw, Mithöfer & Waibel (2009b) pokazala je da usvajanje GlobalG.A.P. privatnog standarda značajno poboljšava izvoz i

---

<sup>7</sup> Više od dve trećine su osnovala privatna tela, a jedna trećina je u vlasništvu javnih subjekata (EU, 2022b).

finansijske performanse malih proizvođača i izvoznika povrća u Keniji. Pri tom, istraživanje je pokazalo da su se nosioci gazdinstva koji su usvojili i koji nisu usvojili pomenuti standard razlikovali po svom imovinskom statusu, pristupu uslugama i nivou obrazovanja.

- Bain (2010) je ukazao da je implementacija GlobalG.A.P. standarda unapredila performanse, ne samo trgovaca na malo, već i farmera, pojedinačnih firmi i celokupne čileanske industrije svežeg voća, čime je poboljšana međunarodna konkurentnost, reputacija i imidž Čilea u proizvodnji i izvozu svežeg voća. Mnogi učesnici u lancu vrednosti videli su ovaj standard kao alat, koji je nedostajao, kako bi se postigli širi ciljevi modernizacije i konsolidacije sektora i efikasnijeg upravljanja lancima vrednosti/snabdevanja. U isto vreme, standard je bio mehanizam za „izbacivanje“ onih farmera koji nisu bili u stanju – ili nisu bili voljni – da ispune standarde i dobiju sertifikat.
- Colen, Maertens & Swinnen (2012) su ispitivali efekte GlobalG.A.P. sertifikacije firmi koje izvoze zeleni pasulj i mango u Senegal u na benefit radnika, tačnije na tri uslova zapošljavanja: plate, trajanje zaposlenja i vrstu ugovora sa radnicima. Istraživanje ovih autora ukazuje da su se uslovi zapošljavanja poboljšali u GlobalG.A.P. sertifikovanim firmama u poređenju sa drugim firmama i da su bili povezani sa višim platama i dužim periodom zaposlenja. Važni indirektni efekti sertifikacije bili su vidljivi kroz profitabilnost, međunarodnu konkurentnost i izvozne performanse sertifikovanih izvoznika-proizvođača, kao i kroz povećana ulaganja firmi u obuku radnika koja je bila neophodna za GlobalG.A.P. sertifikaciju.
- Intenzitet usvajanja GlobalG.A.P. standarda (promena broja GlobalG.A.P. sertifikovanih proizvođača banana i promene u sertifikovanim hektarima u proizvodnji banana) u 74 zemlje izvoznice banana, prema istraživanju Masood & Brümmer (2014) povezan je sa većim vrednostima uvoza banana u zemlje EU.
- Andersson, (2019) ispituje odnos između GlobalG.A.P sertifikacije i uvoza voća i povrća u zemlje EU15 i ukazuje da ova sertifikacija deluje više kao katalizator, nego kao prepreka trgovini, kao i da je standard važan za primarne proizvođače koji žele da uđu na tržište EU15. Veća je verovatnoća da će uvoznici u EU15 početi da uvoze proizvode iz zemalja izvoznica sa velikim brojem sertifikovanih proizvođača i da uvoze više iz ovih zemalja. Nalazi potvrđuju pozitivan odnos između GlobalG.A.P. sertifikacije i trgovine i za zemlje sa visokim i sa niskim dohotkom, iako se procenjuje da je ovaj efekat veći kod druge grupe zemalja. Stoga, sertifikacija prema

- privatnim standardima mogla bi biti posebno važna za zemlje u razvoju, koje žele da uđu na tržišta zemalja sa visokim prihodima.
- Fiankor et al. (2020) su na uzorku od 120 zemalja analizirali uticaj GlobalG.A.P. sertifikacije na izvoz jabuka, banana i grožđa, ukazuju na pozitivne trgovinske efekte ovog standarda, kako za izvoz na tržišta visoke vrednosti (EU i OECD), tako i za izvoz na tržišta van ovih regiona.
  - Prema Flachsbarth, Grassnick & Brümmer (2020), GlobalG.A.P. sertifikacija podrazumeva značajne prednosti za sve učesnike u lancu vrednosti hrane, kao što su bolji uslovi rada za poljoprivrednike i radnike, povećanje nivoa produktivnosti i pristup visoko vrednim (izvoznim tržištima), sa svojim inherentnim pozitivnim efektima na prihod farmi, kao i zaštitu životne sredine.

Lokalna tržišta hrane i SFSCs, koji neposredno povezuju farmere i potrošače, predstavljaju vid dodavanja vrednosti

***SFSCs (direktni marketing)***

poljoprivrednim proizvodima, koristan prevashodno za poljoprivrednike niske ekonomske snage, ograničenih proizvodnih resursa, sa brojnim razvojnim problemima, koji nemaju mogućnosti i kapaciteta da se uključe u globalne lance snabdevanja (mrežu dobavljača velikih trgovinskih kuća). Koristi SFSCs za proizvođače malih količina hrane, u vidu jače pregovaračke pozicije na tržištu (prodaja bez posrednika), mogućnosti ostvarivanja premijum cena i osiguranja održivih prihoda na farmi su nesporne (Marsden, Banks & Bristow, 2000; Kneafsey 2013; Hanf & Gagalyuk, 2018; FAO, 2020; Djordjević Milošević et al. 2021; Paraušić & Kovačević, 2023).

EC nastavlja da podržava skraćivanje lanca snabdevanja hranom, kao i učešće poljoprivrednika na lokalnim tržištima i u novoj CAP 2023-27, u cilju: (a) jačanja tržišne pozicije i bolje integracije malih farmera u lance vrednosti i lance snabdevanja hranom; (b) osiguranja održivog prihoda farmera i jačanje njihove konkurentnosti; (c) dostizanja ekoloških ciljeva i izgradnje pravednih, jakih i otpornih sistema hrane u svim zemljama članicama (EC, 2020a; EU, 2021). Proizvođači u zemljama EU koji učestvuju u SFSCs i/ili žele da se uključe u lokalne prehrambene sisteme mogu ostvariti podršku kroz nekoliko mera ruralnog razvoja, kao što su (Augère-Granier, 2016b):

- ✓ Prenos znanja i informativne akcije;
- ✓ Savetodavne usluge, upravljanje farmama i usluge pomoći farmi;
- ✓ Šeme kvaliteta poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda;

- ✓ Ulaganja (investicije) u fizička sredstva;
- ✓ Razvoj farmi i poslovanja;
- ✓ Osnivanje grupa i organizacija proizvođača;
- ✓ Dobrobit životinja;
- ✓ Saradnja;
- ✓ Pristup LEADER.

## **2.4. NEGATIVNI ASPEKTI POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENIH PROIZVODA DODATE VREDNOSTI**

Procesi dodavanja vrednosti poljoprivrednim proizvodima često sa sobom „nose“ brojne i visoke troškove i prepreke za poljoprivredne proizvođače (farmere, zadruge ili kompanije), zbog čega je upitno da li i koliko doprinose jačanju njihove tržišne i konkurentske pozicije, kako na domaćem, tako i na izvoznim tržištima. Primera radi, u kontekstu istraživanja poljoprivrede dodate vrednosti, na primeru malih proizvođača voća u Australiji, Alonso & Northcote (2013) zaključuju da među farmerima postoji umereno interesovanje za dodavanje vrednosti voću, kao i da su ispitanici ukazali na brojne prepreke ovim procesima, u vidu dodatnih troškova, nedostatka vremena, znanja i tržišta za prodaju proizvoda sa dodatom vrednošću.

Poljoprivrednici, posebno u manje razvijenim zemljama najčešće nemaju dovoljno finansijskih sredstava (za ulaganja u proizvodnju, preradu, direktni marketing), nedostaje im radna snaga, vreme i znanje za dodavanje vrednosti poljoprivrednim proizvodima, zatim infrastruktura za preradu i prodaju, marketinška znanja o plasiranju proizvoda, a brojne su teškoće i u domenu potvrda sledljivosti i bezbednosti proizvedene hrane (Reardon et al., 2004; Martinez et al., 2010; Jaffee, Henson & Diaz Rios, 2011; Henson, Masakure & Cranfield, 2011; FAO, 2020; Rucabado-Palomar & Cuéllar-Padilla, 2020; Bayir et al., 2022). Kako ističe grupa autora Jaffee, Henson & Diaz Rios (2011), pristup malih farmera u zemljama u razvoju tržištima visoko vrednih ili diferenciranih poljoprivredno prehrambenih proizvoda obično je ograničen neadekvatnim resursima na nivou farme, logističkim uskim grlima (od farme do tržišta), kao i visokim transakcionim troškovima. Dodatno, ova tradicionalna ograničenja pojačana su setom, sve zastupljenih javnih i privatnih standarda, odnosno izazovima u domenu usaglašavanja proizvodnje sa standardima bezbednosti i kvaliteta

### ***Zemlje u razvoju i procesi dodavanja vrednosti poljoprivrednim proizvodima***



proizvoda, koje postavljaju vlade i lideri privatnih lanaca snabdevanja (Jaffee, Henson & Diaz Rios, 2011). Stoga, autori izražavaju zabrinutost da će prilike koje pruža međunarodno tržište poljoprivrednih proizvoda visoke vrednosti, kao i tržišta zemalja visokog dohotka, ostati nerealizovane za male farmere u zemljama u razvoju, bilo zbog njihove tehničke nesposobnosti da ispune regulatorne i privatne standarde, bilo zbog visokih troškova usklađivanja proizvodnje sa standardima i/ili visokih troškova dobijanja sertifikata (Jaffee, Henson & Diaz Rios, 2011). Takođe, iako farmeri u zemljama u razvoju često moraju da sertifikuju proizvodnju prema međunarodnim standardima (GlobalG.A.P., organic, Fairtrade standardi) i proizvode po ugovoru za velika poljoprivredna i izvozna preduzeća (kako bi uopšte imali pristup izvoznim tržištima), poljoprivrednici u ovim zemljama i dalje ne mogu da računaju na dugoročno pouzdane uslove proizvodnje i koristi sertifikacije, imajući u vidu da ugovori često propadaju i da se sertifikati ne obnavljaju (Kleemann, 2016, str. 65).

U literaturi se sreću stavovi da **Organska proizvodnja** sertifikacija organskih proizvoda, i pored premijum cena za ove proizvode (eng. *organic food price premiums*) na međunarodnom tržištu hrane, ne mora nužno da bude povezana sa ekonomskim koristima (rast prihoda ili životnog standarda) farmera i njihovih najamnih radnika, kao i smanjivanjem ruralnog siromaštva (Bacon et al., 2008; Valkila, 2009; Beuchelt & Zeller, 2011; Chiputwa, Spielman & Qaim, 2015; Ibanez & Blackman, 2016). Prema ovim autorima, sertifikacija organske proizvodnje nije direktno povezana za pozitivnim ekonomskih efektima za proizvođače u vidu viših bruto marži i viših neto prihoda na farmi (pre svega, zbog nižih prinosa i viših varijabilnih troškova u odnosu na konvencionalne metode proizvodnje), a čak može da dovede, usled niske produktivnosti, do produblivanja siromaštva poljoprivrednika, posebno u zemljama u razvoju. Neki od primera koji opisuju troškove (prepreke) koje farmeri imaju u procesima sertifikacije organske proizvodnje i/ili dovode u sumnju njene pozitivne efekte daju se u nastavku:

- Bacon et al. (2008) ukazuju da mali poljoprivrednici u Nikaragvi ostaju u siromaštvu (niski prihodi, visoka emigracija, nesigurnost u pogledu osiguranja sredstava za život), uprkos tome što su povezani sa Fair Trade zadrugama i Fair Trade organskim tržištima u okviru sertifikacionih programa održive proizvodnje kafe i uprkos tome što su domaćinstva iskusila nekoliko pozitivnih uticaja u obrazovanju, infrastrukturnim investicijama i novčanoj uštedi.

- Prema Harris, Robinson & Griffiths (2008), ekonomski faktori su ključni za ulazak i ostanak poljoprivrednika u sektoru organske proizvodnje, a ako oni nisu stimulativni, iz ove proizvodnje će izlaziti, kako pragmatični, tako i poljoprivrednici istinski posvećeni organskoj hrani i filozofiji zdravog života. Primera radi u UK primetan je značajan odliv, posebno malih poljoprivrednika, iz sektora organske poljoprivrede usled različitih faktora, dominantno povezanih za ekonomskim mogućnostima da ova proizvodnja donese održive finansijske rezultate farmerima<sup>8</sup>.
- U slučaju Fair Trade organske sertifikacije kafe u Nikaragvi i uticaja ove sertifikacije na prihode malih farmera, Valkila (2009) ukazuje da učešće u ovoj sertifikaciji ne daje jasne prednosti poljoprivrednicima u odnosu na druge proizvođače. Dodatno, uslovi rada u Fair Trade organskoj proizvodnji kafe nisu poboljšani i Fair Trade organski farmeri i njihovi unajmljeni radnici nisu adekvatno nagrađeni za proizvodnju organske kafe i uslove teškog fizičkog rada.
- Beuchelt & Zeller (2011) ističu da, iako su cene organske sertifikovane kafe više nego za konvencionalnu, sertifikovani mali proizvođači organske kafe (organski i organski fairtrade sertifikovani farmeri) u zemljama u razvoju češće se nalaze ispod apsolutne linije siromaštva od konvencionalnih proizvođača.
- Sertifikacija u organskoj proizvodnji podrazumeva brojne troškove i prepreke za farmere, kao što su visoki finansijski troškovi kontrole i sertifikacije ili nejasan proces sertifikacije i komplikovana komunikacija sa konsultantima i revizorima i slično (Veldstra, Alexander & Marshall, 2014; Djelić et al., 2019).

Sa stanovišta poljoprivrednih proizvođača, Cardoso et al. (2022) ukazuju na brojne izazove i prepreke u segmentu dodavanja vrednosti proizvodima putem oznaka geografskog porekla, a najveći izazovi vezani su za postojanje neefikasnih institucija, organizacionih problema, asimetrije moći i prisvajanja vrednost od strane

***Proizvodi sa oznakama  
geografskog porekla***

---

<sup>8</sup> Primera radi, sledeći faktori dominantno su uticali na izlazak farmera iz sektora organske poljoprivrede u UK: (1) nerealna očekivanja farmera prilikom prelaska na ovu proizvodnju i nedovoljna pripremljenost za primenu principa organske proizvodnje, (2) različita negativna iskustva u proizvodnji, posebno ona povezana za procesom sertifikacije, (3) nedostatak premijum cena (posebno za organsko mleko); (4) nemogućnost pronalaska tržišta za plasman organskih proizvoda (Harris et al. 2016).

najmoćnijih učesnika u lancu snabdevanja. Takođe, iako proizvodi sa ovim oznakama omogućavaju više cene na tržištu (pre svega na izvoznim tržištima), sertifikacija za proizvođače podrazumeva brojne i različite troškove, koji se odnose na kontrolu, sertifikaciju, marketing, zatim obavezu poštovanja pravila i metoda proizvodnje (karakteristika i specifikacija) i slično (Simović, 2015).

Takođe, u literaturi se postavljaju pitanja da li oznake geografskog porekla (zajedno sa brojnim standardima koji su vezani za bezbednost i kvalitet hrane, ekološke standarde i slično) ograničavaju konkurenciju i trgovinu, posebno za manje razvijene zemlje, koje ne mogu da izdrže visoke troškove uvođenja ovih oznaka. Ovo su pre svega sporna pitanja u trgovinskim pregovorima između EU i drugih zemalja. Mahé (1997) je još krajem devedesetih godina prošlog veka ukazao da su potrošači sve osetljiviji za pitanja, kao što su briga za zdravlje, životnu sredinu, etika i hedonizam, zbog čega će karakteristike proizvodnih metoda biti važne kao i atributi proizvoda. Istovremeno, Mahé (1997) posmatra standarde životne sredine i kvaliteta u proizvodnji hrane kao značajan „potencijal“ za politiku protekcionizma u trgovini poljoprivrednim proizvodima. Generalno, postoje tumačenja da proizvodi sa registrovanim oznakama geografskog porekla, kao i brojni propisi i strogi zahtevi za njihovo priznavanje u EU, predstavljaju protekcionistički instrument EU (zasnovan na netarifnim barijerama), usmeren protiv globalne poljoprivredne politike, koji ograničava fer konkurenciju i slobodnu trgovinu između EU i drugih država sveta (Mahé, 1997; Josling, 2006; Huysmans & Swinnen, 2019).

Primena privatnih (dobrovoljnih) standarda bezbednosti i kvaliteta hrane, pogotovo u zemljama u

***Privatni standardi bezbednosti  
i kvaliteta hrane***

razvoju, ne mora da rezultira višim izvoznim rezultatima poljoprivrednika, kompanija i nacionalnih privreda, niti je nužno da sertifikacija doprinese značajno održivim prihodima farmera i smanjivanju njihovog siromaštva (Reardon, Timmer & Berdegue, 2004; Jaffee, Henson & Diaz Rios, 2011; Schuster & Maertens, 2015). Prema Okello, Narrod & Roy (2011) i Masood & Brümmer (2014) mali farmeri u zemljama u razvoju, kojima je teško da ispune stroge zahteve EU u pogledu standarda kvaliteta i bezbednosti proizvoda, praktično su proterani sa evropskog tržišta poljoprivrednih proizvoda. I EC naglašava da bi dodavanje vrednosti proizvodima, kroz učešće proizvođača u dobrovoljnim sertifikacionim šemama i standardima za poljoprivredno

prehrambene proizvode, moglo predstavljati „pretnju jedinstvenom tržištu, rizik od odbijanja sa tržišta farmera koji ne učestvuju u sertifikacionim šemama i dovesti do negativnih implikacija na međunarodnu trgovinu, posebno za zemlje u razvoju“ (EC, 2010, str. 5-6). Neki od primera koji se u literaturi mogu sresti u kontekstu ograničavajućih faktora za usvajanje privatnih standarda bezbednosti i kvaliteta hrane od strane farmera ili pak negativnih implikacija ovih standarda na ekonomske i druge dimenzije poslovanja farmera, daju se u nastavku:

- Implementacija privatnih standarda bezbednosti hrane zahteva visoke troškove unapređenja i prilagođavanja proizvodnje, koji su često nedostupni za male farmere, posebno u zemljama u razvoju, te na neki način ovi standardi postaju pokretač koncentracije u sektoru poljoprivrede (Reardon, Timmer & Berdegue, 2004, str. 180)<sup>9</sup>.
- Step en usvajanja GLOBALG.A.P. standarda među malim i izvozno orijentisanim proizvođačima povrća u Keniji prilično je nizak za postizanje direktnog značajnog uticaja ove sertifikacije na izvoz u sektoru povrća (Asfaw, Mithöfer & Waibel, 2009a). Kao najveće prepreke usvajanju ovog standarda od strane farmera malih proizvodnih i ekonomskih kapaciteta, autori su identifikovali: nedostatak ljudskog kapitala (pre svega, nivo obrazovanja članova domaćinstva), fizičkog kapitala (poljoprivredna mehanizacija i drugi poljoprivredni fondovi) i nizak društveni kapital (npr. članstvo u grupi).
- Okello, Narrod & Roy (2011) ukazuju da mali proizvođači povrća u afričkim zemljama, koji dominiraju u poljoprivrednoj proizvodnji, veoma teško ispunjavaju stroge evropske standarde bezbednosti i kvaliteta hrane, a najizazovnije su dve kontrolne tačke: predžetvene aktivnosti i sabirni centri. Troškovi ulaganja u objekte u ovim kontrolnim tačkama proizvodnje su visoki za male farmere, te je određen broj farmera isključen sa međunarodnog tržišta i rizik za dalja isključenja farmera povećava se upravo iz ovih razloga.
- Analizirajući privatni standard hrane (International Featured Standard, skr. IFS), na osnovu analize primene ovog standarda u 87 zemalja

---

<sup>9</sup> Maloprodajni trgovinski lanci uglavnom saraduju sa srednjim i velikim poljoprivrednicima (i tako ih podržavaju), dok mali farmeri veoma teško mogu da odgovore zahtevima privatnih standarda, te su praktično isključeni iz ovog lanca snabdevanja (Reardon, Timmer & Berdegue, 2004).

sveta u periodu 2008-2013, Ehrich & Mangelsdorf (2018, str. 16) ističu da „*dok IFS standard u proseku povećava izvoz, zemlje sa niskim prihodima nemaju koristi u smislu većeg obima izvoza; efekat ostaje snažan samo za zemlje sa visokim i srednjim dohotkom i nestaje za zemlje sa niskim dohotkom*“. Ovi autori vide privatne standarde kao netarifne barijere globalnim trgovinskim tokovima, smatrajući da oni „*nisu pogodan razvojni alat za integraciju zemalja sa niskim dohotkom u lance visoke vrednosti*“ (Ehrich & Mangelsdorf, 2018, str. 16).

- Usklađenost sa standardima GlobalG.A.P-a podrazumeva za farmere brojne troškove prilagođavanja proizvodnje standardu, koji mogu biti prepreka konkurentskoj poziciji upravo za zemlje koje koriste strategiju konkurentnosti preko troškova (Capobianco-Uriarte et al., 2021).

Brojne i različite sposobnosti, kompetencije, kao i kapacitete koje SFSCs zahtevaju od proizvođača hrane, zajedno sa tehničkim, fleksibilnim i vremenskim zahtevima isporuke proizvoda, čine da ovi kanali ne budu toliko uspešni i atraktivni, u odnosu na globalne lance snabdevanja (Kneafsey et al, 2013; Charatsari, Kitsios & Lioutas, 2020; Rucabado-Palomar & Cuéllar-Padilla, 2020; Bayir et al., 2022). Ovo je dodatno naglašeno kod tzv. malih farmera, koji najčešće i prodaju svoje proizvode kroz kratke lance, a koje karakterišu ograničeni proizvodni i logistički kapaciteti, niski resursi za marketing i komunikaciju, nedovoljna dostupnost radnoj snazi, kapital u, znanju i inovacijama. Iz ovih i drugih razloga (npr. nerazvijena ruralna infrastruktura koja poskupljuje ili otežava transport, slab Internet domen), farmeri se često na tržištu suočavaju sa visokim transakcionim troškovima u proizvodnji i marketingu u ovim kanalima plasmana, što dodatno doprinosi njihovoj niskoj produktivnosti i visokim tržišnim rizicima (Kneafsey et al, 2013; FAO, 2020; Bayir et al., 2022). Pored toga, vezano za lokalna tržišta i SFSCs, kao načine dodavanja vrednosti poljoprivrednim proizvodima, može se istaći da jedan broj autora smatra da je lokalno često „*mesto nejednakosti i hegemonističke domanacije*“, „*nedemokratičnosti*“ i „*militantnog partikularizma*“ (DuPuis & Goodman, 2005, str. 359, 362), zatim da „*lokalne zamke*“ treba izbegavati (Born & Purcell, 2006), kao i da je potrebno biti veoma oprezan u iznošenju stavova koji izjednačavaju lokalnu hranu sa održivom (Deppermann et al., 2018).

**SFSCs**

## **2.5.POLJOPRIVREDA DODATE VREDNOSTI: STAVOVI „NA SREDINI”**

Stavovi „na sredini“ ukazuju da pozitivne ili negativne efekte poljoprivredno prehrambenih proizvoda dodate vrednosti na održivi razvoj farmi, lokalnih zajednica i nacionalnih privreda nije moguće lako ustanoviti i izmeriti i da oni zavise od brojnih faktora, kao što su: vrsta proizvoda, tržišni i proizvodni uslovi, vrste sertifikacionih šema, nivo razvijenosti zemlje izvoznika, preovlađujuća izvozna tržišta, različiti mikro i makro ekonomski faktori, odnosno faktori poslovnog okruženja farmera, koji se razlikuju od zemlje do zemlje (Ehrich & Mangelsdorf, 2018; Laosutsan, Shivakoti & Soni, 2019; Fiankor et al., 2020)<sup>10</sup>. Primera radi, intenzivna debata u literaturi postoji po pitanju da li i kojoj meri, dobrovoljni (privatni) i javni standardi bezbednosti i kvaliteta poljoprivredno prehrambenih proizvoda, prisutni pre svega, u globalnom lancu snabdevanja, predstavljaju prepreke za trgovinu i tržišnu integraciju farmera ili pak „katalizatore“ koji pospešuju proizvodnju i izvoz (nadogradnju proizvodno), doprinose održivom razvoju, rastu životnog standarda i konkurentnost farmera. Postoji dovoljno dokaza koji podržavaju obe tvrdnje, jer su različite okolnosti dale različite ishode, odnosno zaključke (Jaffee, Henson & Diaz Rios, 2011).

Prema istraživanju sertifikacionih šema na nivou farmi za održivu poljoprivredu, koje je realizovano za potrebe Komiteta Evropskog parlamenta za poljoprivredu i ruralni razvoj, samo nekoliko šema u primarnoj poljoprivrednoj proizvodnji doprinosi poboljšanju položaja farmera u lancu vrednosti: geografske oznake i Naturland (EU, 2022b). Druge šeme (npr. GLOBAL G.A.P., standard koji široko koriste trgovci na malo u EU; Bord Bia Quality Scheme, značajno zastupljen u irskom sektoru ili Equalitas, prisutan na tržištu u skandinavskim zemljama) imaju potencijalni ili ograničeni uticaj na položaj farmera u lancu vrednosti (EU, 2022b). U zavisnosti od tržišta, ove šeme mogu da obezbede konkurentsku prednost farmerima ili postanu neophodan uslov za pristup tržištu, uz moguć negativan efekat povezan sa dodatnim zahtevima za proizvođača i okolnostima kada na tržištu nemaju podsticaje, bilo u smislu obima prodaje ili više prodajne/tržišne cene (EU, 2022b, str. 43).

---

<sup>10</sup> Dokazi o koristima/ograničenjima programa poljoprivrednih proizvoda sa dodatnom vrednošću za blagostanje farmera i šire zajednice pomešani su, između ostalog, i zbog postojanja razlika u samom definisanju pojma „dodate vrednosti“ (Clark et al., 2021).

Primeru radi, iako organska poljoprivreda redizajnira poljoprivredne sisteme u skladu sa agroekološkim principima i ima

### ***Sertifikacija organskih i proizvoda sa oznakama geografskog porekla***

dokazane prednosti u pogledu ekološke dimenzije održivosti, ekonomske koristi za farmere, uključene u sertifikaciju ove proizvodnje, često su upitne, pre svega usled nižih prinosa u proizvodnji (Ibanez & Blackman, 2016; Eyhorn et al., 2019). Generalno, efekat pozitivnih doprinosa u segmentu sertifikacije u organskoj proizvodnji na uspeh (dohodak) svake pojedinačne organske farme snažno zavisi od tipa farme (varira i između zemalja i između regiona), njene ekonomske vrednosti, površine zemljišta koju farmeri obrađuju u ovom sistemu proizvodnje, zatim od mnogih faktora u mikro i makro ekonomskom okruženju (tražnja, premijum cene na tržištu organskih proizvoda, nacionalne mere u poljoprivrednoj politici i politici ruralnog razvoja), kao i od brojnih faktora prirodnog, istorijskog i kulturnog nasleđa seoskih zajednica (Nemes, 2009; Offermann & Nieberg 2000; Qiao et al., 2018; Roljević Nikolić & Paraušić, 2020; Roljević Nikolić, Knežević & Paraušić, 2021). Slično je i sa oznakama geografskog porekla. Trebalo bi imati u vidu da ograničenja i prednosti sertifikacije proizvoda sa ovim oznakama za proizvođače nisu apsolutne i da se razlikuju od regiona do regiona (Cardoso et al., 2022).

Pozitivni efekti na ekonomsku održivost poljoprivrednika koji svoju proizvodnju sertifikuju prema

### ***GLOBALG.A.P. sertifikaciona šema i standard***

GLOBALG.A.P. standardu, značajno zavise od lokacije proizvodnje/sedišta domaćinstva, vrste proizvoda, izvoznih tržišta i slično. Primeru radi, Fiankor et al. (2020) na uzorku od 120 zemalja i sertifikacije u proizvodnji jabuka, banana i grožđa, potvrđuju GlobalG.A.P. standard kao katalizator trgovine, ali istovremeno ukazuju da efekat poboljšanja trgovine varira značajno u zavisnosti od proizvoda i destinacije izvoznih tržišta. Takođe, ispitujući trgovinske (izvozne) efekte GlobalG.A.P. sertifikacije azijske trešnje u Madagaskaru, Subervie & Vagneron (2013) zaključuju da ova sertifikacija pozitivno utiče na obim prodaje i otkupnu cenu koju dobijaju sertifikovani farmeri, s tim što pozitivne efekte ostvaruje samo mali broj sertifikovanih farmara, na primer samo proizvođači oni koji su u mogućnosti da transportuju svoje proizvode do odgovarajuće luke. Pored toga, autori ukazuju da GlobalG.A.P. sertifikacija malo utiče na samu fazu proizvodnje, više se fokusira na zahteve nakon berbe (koji se uglavnom tiču izvoznika), te

upravo izvoznici preduzimaju većinu napora ka sertifikaciji (npr. ulaganja, odabir i obuka farmera, itd.) i stoga ostvaruju većinu koristi od iste (Subervie & Vagneron, 2013).

Direktna prodaja, odnosno SFSCs nisu  
apriori uvek najbolji marketinški kanal

**SFSSc**

za poljoprivrednike, niti bi ove kanale snabdevanja trebalo glorifikovati i generalizovati kao superiorne, u odnosu na duge (konvencionalne, globalne) lance snabdevanja. Grupa autora Malak-Rawlikowska et al. (2019) ukazuje da proizvođači učestvuju istovremeno u nekoliko kratkih i dugih lanaca, kao i da je prodaja lancima hipermarketa od strane jednog broja anketiranih proizvođača bila visoko ocenjena, što nije u skladu sa postojećim stereotipima. Naime, jedan broj proizvođača je istakao da su lanci hipermarketa danas poverljivi poslovni partneri, koji nude mogućnost kupovine velikih količina proizvoda po pristupačnim cenama, uz redovna i sigurna plaćanja (Malak-Rawlikowska et al., 2019). Sa stanovišta potrošača, informacije o hrani i njeni zdravstveni atributi, kao i kvalitet proizvoda ključni su faktori odluka potrošača da kupuju u okviru SFSCs, dok su se s druge strane, faktori kao što su, teškoće u pronalaženju pouzdanog farmera ili/i dolaska do njega, ograničena raznolikost proizvoda i cene proizvoda, kontrola bezbednosti hrane, pokazali kao problemi (ili prepreke) za aktivne potrošače u SFSC-ima i šire prihvatanje SFSCs (Kneafsey et al., 2013; González-Azcárate, Maceín & Bardají, 2021). Sa stanovišta proizvođača, SFSCs su definitivno najbolja moguća opcija prodaje kada je u pitanju proizvodnja malog obima visoko kvalitetnih proizvoda, dok ukoliko proizvođači favorizuju ekonomiju obima, proširenje tržišta, rast produktivnosti i efikasnosti u proizvodnji, ovo svakako neće biti dobar izbor marketinškog kanala (Kneafsey et al., 2013; Živkov, et al., 2014; Augère-Granier, 2016b; Malak-Rawlikowska et al., 2019; Bayir et al., 2022). Obimno istraživanje literature autora Paraušić & Kovačević (2023) pokazalo je da je doprinos ovih distributivnih kanala različitim dimenzijama održivosti (posebno ekonomskoj i ekološkoj) često upitan, da je uslovljen brojnim faktorima i pretpostavkama, kao i da je često kombinacija različitih marketinških kanala potrebna da bi se maksimizirao njihov ukupan doprinos održivom razvoju. Dodatno, Stein & Santini (2022) naglašavaju da nije moguća jednostavna izjava o održivosti različitih sistema ishrane, jer je održivost određena mnogim faktorima, te je jedina ispravna procena ona od slučaja do slučaja.



## **2.6.PRETPOSTAVKE USPEHA SA DODAVANJEM VREDNOSTI**

Da bi poljoprivrednici „uspeli“ u procesima dodavanja vrednosti svojim proizvodima važno je otkloniti različite barijere i ispuniti brojne pretpostavke. Još krajem devedesetih godina prošlog veka Markey & Hilchey (1998, str. 51) ukazuju na važnost sledećih pretpostavki, koje se „važe“ i u novom, digitalnom dobu:

- ✓ imati jedinstven, drugačiji i/ili kvalitetan proizvod, uz obavezno poštovanje zakona i regulativa u oblasti bezbednosti hrane;
- ✓ razviti dobar marketing, kako bi se proizvod na najbolji način promovisao;
- ✓ osigurati finansiranje svih proizvodnih procesa i aktivnosti u procesu dodavanja vrednosti proizvodu (dovoljan kapital);
- ✓ posedovati znanje o poljoprivrednoj proizvodnji i podršku stručnih institucija (savetodavaca, univerziteta), kada se donosi odluka o proširivanju poslovnog portfolia;
- ✓ izabrati pravu vrstu i meru označavanja i pakovanja proizvoda;
- ✓ osigurati kvalitet sirovine (inputa);
- ✓ znati šta potrošači žele, usaglasiti se sa njihovim potrebama i biti fleksibilan u proizvodnji i plasmanu;
- ✓ imati jaku vezu sa lokalnom zajednicom;
- ✓ zatim viziju razvoja, spremnost preuzimanja rizika i slično.

Novija istraživanja (Belletti et al., 2009; Henson, Masakure & Cranfield, 2011; Okello, Narrod & Roy, 2011; Kneafsey et al., 2013; Schuster & Maertens, 2015; Kleemann, 2016; Qiao et al., 2018; Key, 2019; Laosutsan, Shivakoti & Soni, 2019; Fiankor, 2020; Opong & Bannor, 2022) ukazuju na niz pretpostavki koje je potrebno ispuniti, kako bi poljoprivreda dodate vrednosti ostvarila pozitivne ekonomske, trgovinske, izvozne i druge efekte na nivou farmi, kompanija, izvoznika i nacionalnih ekonomija. Neke od njih su sledeće:

- ✓ Kolektivne akcije i javno-privatna partnerstva (intervencije vlade, privatnog sektora i donatora), kako bi farmeri lakše i efikasnije dobili sertifikate, pristupili obuci, investirali u izgradnju objekata i slično (obrazovna, tehnička, finansijska, infrastrukturna i druga podrška poljoprivrednim proizvođačima);
- ✓ Bolja organizacija farmera u grupama proizvođača i proizvođačkim organizacijama; zadružno organizovanje;
- ✓ Postojanje pouzdanih i dugoročnih ugovora i saradnje, zasnovane na poverenju i pravednosti, između učesnika u lancu vrednosti/lancu

- snabdevanja proizvodima, a posebno između malih farmera i velikih, izvozno orijentisanih poljoprivredno-prehrambenih kompanija<sup>11</sup>;
- ✓ Integrisanje poljoprivrednih proizvođača na lokalnim tržištima sa drugim lokalnim stejkholderima, odnosno pružaocima usluga u seoskom turizmu (agroturizam), pružaocima usluga transporta, skladištenja, prerade i slično;
  - ✓ Podsticajne mere poljoprivredne politike u cilju rasta produktivnosti i jačanja konkurentnosti poljoprivrednih proizvođača (pogotovo one ciljano usmerene na male farme za prevazilaženje njihovih razvojnih ograničenja), kao i vladina politika u cilju širenja znanja o preradi, sertifikaciji i drugim načinima dodavanja vrednosti (kako bi proizvođači mogli ostvarivati više prinose i bolji pristup tržištu);
  - ✓ Rast tražnje i više cene za sertifikovane proizvode u odnosu na one dobijene u konvencionalnoj proizvodnji, kao i rast tražnje i više cene za lokalne proizvode plasirane kroz SFSCs u odnosu na proizvode plasirane kroz globalne lance;
  - ✓ Postojanje jakih preduzetničkih inicijativa poljoprivrednih proizvođača, otvorenost prema inovacijama u proizvodnji, inovacijama u plasmanu (npr. prihvatanje e trgovine, marketinga na društvenim mrežama), stalno ispitivanje, odnosno „oslušivanje“ tržišta (novih trendova potrošača u ishrani i ponašanju; zahteva maloprodajnih lanaca...), zatim znanje, spremnost i sposobnost proizvođača da ulažu u procese dodavanja vrednosti (spremnost da prihvate rizik, obezbede finansijska sredstva i dobar marketing i slično).

Važno je istaći da dodavanje vrednosti poljoprivrednim proizvodima, pre svega kroz učešće u različitim sertifikacionim šemama, samo po sebi neće doprineti ekonomskoj i svakoj drugoj dimenziji održivosti (na nivou farme, sektora, nacionalne ekonomije), ukoliko proizvodnja nije praćena

---

<sup>11</sup> Primera radi, analizirajući sektor ananasa u Gani i uticaj različitih standarda (GlobalG.A.P., Organic & Fairtrade) na izvozne rezultate malih farmera, kompanija i nacionalne privrede, Kleemann (2016) ukazuje na potrebu postojanja tzv. „mekih“ poslovnih faktora. Oni se odnose na potrebu da se između malih farmera koji se uključuju u sertifikaciju u ugovornim odnosima sa velikim i izvoznim kompanijama, izgrađuju međusobni odnosi pouzdanosti, poverenja, poštovanja i zajedničkih vrednosti i kulture, kako bi se uspostavila: (a) pravednija raspodela troškova i koristi između učesnika, (b) osiguralo obnavljanje sertifikata i (c) obezbedila korist svim učesnicima u lancu vrednosti, kako malim farmerima, tako i velikim agrobiznis kompanijama (Kleemann, 2016).

efektima ekonomije obima (povećanje obradivih površina poljoprivrednog zemljišta, povećanje obima proizvodnje), visokom produktivnošću rada, visokim prinosima u poljoprivredi, rastom tehničke efikasnosti, kontrolom troškova proizvodnje, visokim kvalitetom proizvoda i slično (Barham et al., 2011; Beuchelt & Zeller, 2011; Qiao et al., 2018; Borychowski et al., 2020; Čechura, Kroupová & Lekešová, 2022).

Na kraju, iako ne manje važno, dodavanje vrednosti u strukturi privrede svake zemlje podrazumeva i sledeće:

- Postojanje efikasnih nacionalnih politika fokusiranih na budžetsku ravnotežu, poboljšanje ljudskog kapitala, stabilnu valutu, jake institucije i iskorenjivanje korupcije (Antoniuk & Cherkas, 2018);
- Zadržavanje mladih u ruralnim sredinama (obrazovanih, preduzetnički nastrojenih, otvorenih za nova znanja, istinski posvećenih poljoprivredi...).

Kako ističe Kneafsey et al. (2013, str. 113), na primeru plasmana proizvoda kroz SFSCs, a može se primeniti i na sve druge vidove dodavanja vrednosti u poljoprivredi:

*“....ako se mlađe generacije ne zainteresuju, pun potencijal tržišta neće se iskoristiti. ....ako se mlađe generacije ne angažuju, dragoceno znanje, veštine i nasleđe moglo bi biti izgubljeno.“*

**DEO III**

**DOSTIGNUĆA SRBIJE U PROCESIMA  
DODAVANJA VREDNOSTI  
POLJOPRIVREDNO  
PREHRAMBENIM PROIZVODIMA**



### **3.1. LANAC VREDNOSTI I LANAC SNABDEVANJA HRANOM U POLJOPRIVREDI SRBIJE**

Lanac vrednosti i lanac snabdevanja poljoprivredno prehrambenim proizvodima u Srbiji u najkraćem se može opisati kao nedovoljno efikasan, neorganizovan i fragmentiran, sa malim brojem proizvoda kojima se dodaje vrednost na bilo koji način. Neke od ključnih karakteristika ovih lanaca jesu sledeće (Paraušić & Cvijanović, 2014; Paraušić & Simeunović, 2016; Popović & Paraušić, 2016; Vlada Republike Srbije, 2014; Paraušić, Domazet & Simeunović, 2017; Paraušić & Domazet, 2018; FAO, 2020; Paraušić, Kostić & Subić, 2023):

- Niska integrisanost poljoprivrednika kroz globalni (komercijalno orijentisan) lanac snabdevanja, pre svega usled usitnjene i oscilatorne proizvodnje (ponude) i izostanka odgovarajućih sertifikata, kojima se dokazuje održivost proizvodnje, bezbednosti i kvalitet hrane, pogotovu na tržištu EU. Ugovaranje proizvodnje i vertikalna koordinacija prisutna je u malom broju sektora proizvoda i kod procentualno malog broja poljoprivrednika (uglavnom postoji kod proizvoda namenjenih izvoznom tržištu);
- Veliki procenat proizvođača (niskih proizvodnih kapaciteta i malih tržišnih viškova) uglavnom je aktivan (konkurentan) na (lokalnom) spot tržištu; oni često posluju u zoni sive ekonomije ili polu-neformalnih kanala prodaje (prisustvo nakupaca u otkupu);
- Razjedinjenost poljoprivrednika (nedovoljno razvijena udruženja, zadruge, klastersko povezivanje i slično); niski inovativni kapacitet u poljoprivredi, zatim niski kapaciteti lokalnih inicijativa i sl.;
- Veliki broj poljoprivrednika ne dodaje vrednost proizvodima (kratki lanci vrednosti). Zastarela tehnologija, nizak ili neujednačen kvalitet inputa, nedostatak finansijskih sredstava za finansiranje investicija, niske radne veštine, izostanak savetodavne podrške, kao i nedostatak znanja i svesti o ekološkim standardima, standardima bezbednosti hrane ili dobrobiti životinja – ključna su ograničenja u ovim procesima;
- Savremenih i dobro opremljenih kapaciteta (pogona) za preradu ili/i skladištenje proizvoda nema dovoljno, a nedovoljno razvijena infrastruktura u ruralnim područjima značajno otežava efikasnu distribuciju proizvoda.

Kao takvi, ovi lanci uzrokuju visoke transakcione troškove za poljoprivrednike, predstavljaju barijeru rastu produktivnosti i konkurentnosti, doprinoseći istovremeno tržišnim i proizvodnim rizicima.

Ukрупnjavanje poljoprivrednih fondova, povećanje obima proizvodnje i produktivnosti, kao i tehničke efikasnosti - ključne su odrednice otpornosti malih farmi (Borychowski et al., 2020; Čechura, Kroupová & Lekešová, 2022). No, pored toga, pozicija poljoprivrednika u lancu snabdevanja hranom značajno opredeljuje prihode na gazdinstvu i za dostizanje većih koristi ekonomije obima, povećanje proizvodnje trebalo bi kombinovati sa efikasnijom organizacijom poljoprivrednog tržišta i jačanjem tržišne integracije poljoprivrednih proizvođača (kako kroz duge, tako i kroz kratke lance snabdevanja) (Popović & Paraušić, 2016; Borychowski et al., 2020; FAO, 2020; Stępień et al., 2022).

Jedan od najboljih načina integracije poljoprivrednika u lance vrednosti/ snabdevanja hranom jeste dodavanje vrednosti poljoprivrednim proizvodima. Ovo podrazumeva, između ostalog, više nivoa prerade poljoprivrednih proizvoda, unapređenje kvaliteta i svojstava proizvoda, učešće poljoprivrednika u šemama kvaliteta (odnosno procesima sertifikacije sistema bezbednosti i kvaliteta hrane, organskih proizvoda i proizvoda za oznakom geografskog porekla), kao i afirmisanje učešća malih proizvođača hrane sa proizvodima visokog kvaliteta na lokalnim tržištima i u kratkim lancima snabdevanja. Više videti u tački 2.2.

Srbija je definisala put unapređenja konkurentnosti poljoprivredno-prehrambenog sektora, između ostalog, kroz (Vlada Republike Srbije, 2014; MPŠV 2022a):

- prilagođavanje proizvodnje zahtevima domaćeg i međunarodnog tržišta,
- dostizanje EU standarda kvaliteta, zdravstvene bezbednosti hrane i ekoloških standarda,
- veću zastupljenost proizvoda dodate vrednosti i
- unapređenje organizacije lanaca snabdevanja hranom i efikasnije integrisanje poljoprivrednih proizvođača, kako u velike trgovinske lance, tak i na lokalna tržišta i SFSCs.

Istovremeno, u predlogu Nacionalnog programa ruralnog razvoja za period 2022-2024 (MPŠV, 2022a) predviđen je nastavak podrške ruralnom razvoju kroz sledeće mere usmerene upravo u pravcu dodavanja vrednosti poljoprivrednim proizvodima:

- „Uspostavljanje i jačanje udruženja u oblasti poljoprivrede“;
- „Podsticaji za investicije u preradu i marketing poljoprivrednih i prehranbenih proizvoda i proizvoda ribarstva“;
- „Organska proizvodnja“;
- „Podizanje konkurentnosti u smislu dodavanja vrednosti kroz preradu, kao i uvođenje i sertifikaciju sistema bezbednosti i kvaliteta hrane, organskih proizvoda i proizvoda sa oznakom geografskog porekla na gazdinstvima“<sup>12</sup>.

Između ostalog, dodavanje vrednosti poljoprivredno prehranbenim proizvodima trebalo bi posmatrati i u svetlu činjenica da: (a) poljoprivredna i politika ruralnog razvoja u Srbiji još uvek ne uspostavlja neophodnu sinergiju i balans između poljoprivredne proizvodnje i zaštite životne sredine, dok (b) nova CAP 2021-2027 izuzetan naglasak u podršci upravo daje ekološkim ciljevima i ekološkim standardima, kao i borbi protiv klimatskih promena (Volk et al., 2017; EC, 2020a; EU, 2021; Jović, Đokić & Zekić, 2022). Stoga, dodavanje vrednosti poljoprivrednim proizvodima, pogotovo u segmentu organske poljoprivrede i sertifikacije proizvoda u okviru različitih standarda održivosti, bezbednosti i kvaliteta hrane, predstavljaće istovremeno šansu za jačanje pozicije i imidža Srbije na međunarodnom tržištu poljoprivrednih proizvoda, kao i način da se na domaćem tržištu postepeno dovodi u sklad intenzivna proizvodnja sa brigom za prirodne resurse i stanje životne sredine (Paraušić & Roljević Nikolić, 2020). Naravno, u ovim procesima biće potrebna dalja harmonizacija agrarne politike, posebno nacionalne politike kvaliteta poljoprivredno prehranbenih proizvoda sa pravnom tekovinom EU (EU *acquis*) i CAP, zatim jačanje udruženja poljoprivrednika (priznavanje proizvođačkih organizacija), brojna prilagođavanja u sistemu bezbednosti i kontrole bezbednosti hrane i slično (Bešić et al., 2015; Smigic et al., 2015; Paraušić & Roljević Nikolić, 2020; MEI, 2022; Jović, Đokić & Zekić, 2022).

---

<sup>12</sup>Na osnovu Pravilnika o podsticajima za sprovođenje aktivnosti u cilju podizanja konkurentnosti kroz sertifikaciju sistema kvaliteta hrane, organskih proizvoda i proizvoda sa oznakom geografskog porekla (Sl. glasnik RS, br. 39/2018, 17/2021, 132/2021, 27/2022 i 23/2023), najviši ukupni iznos podsticaja po korisniku iznosi 1.000.000 dinara, a iznos podrške u okviru ove mere utvrđuje se u iznosu od 50% u odnosu na ukupnu vrednost prihvatljivih troškova (plaćeni troškovi sertifikacije bez PDV), odnosno 65% za područja sa otežanim uslovima rada u poljoprivedi.



### 3.2. CERTIFIKACIJA POLJOPRIVREDNE PROIZVODNJE PREMA GLOBALG.A.P. STANDARDU

Jedna od vodećih privatnih (dobrovoljnih) i međunarodno priznatih sertifikacionih šema i standarda u primarnoj poljoprivrednoj proizvodnji i globalnim lancima snabdevanja jeste GLOBALG.A.P. ili Dobra poljoprivredna praksa u proizvodnji i snabdevanju tržišta hranom (EU, 2022b). Kako naglašavaju Laosutsan, Shivakoti & Soni (2019, str. 878):

*Bezbednost hrane na nivou  
farme, postproizvodnim  
procesima i lancima  
snabdevanja*

*„dobra poljoprivredna praksa je važna za ono što je najvažnije: a to je  
zdravlje ljudi praćeno ekonomskom vrednošću proizvoda“.*

Standard reguliše brojna ekonomsko socijalna i ekološka pitanja proizvodnje na farmi, zatim u postproizvodnim procesima, kao i u globalnim lancima snabdevanja hranom (EU, 2022b; GLOBALG.A.P. organizacija veb-sajt).

*„GLOBALG.A.P. standardi su primenljivi na poljoprivredu, akvakulturu,  
cvećarstvo, proizvodnju krmnih mešavina i lanac snabdevanja, sa  
mogućnošću proširenja pokrivenosti sertifikatom preko prilagođenih  
dodataka“ (GLOBALG.A.P. organizacija veb-sajt).*

*„GLOBALG.A.P. osnovna rešenja  
uključuju međunarodno priznate  
standarde za primarnu proizvodnju i  
lanac snabdevanja. Ovi standardi  
obično rezultiraju sertifikatom, koji je široko priznat na globalnim  
tržištima i koji kupci često traže kao uslov za trgovinu“ GLOBALG.A.P.  
organizacija veb-sajt).*

**GLOBALG.A.P. standard  
-osnovna rešenja-**

U GLOBALG.A.P. osnovna rešenja spadaju brojni IFA<sup>13</sup> standardi za sigurne i odgovorne poljoprivredne prakse u različitim sektorima, kao što su: voće i povrće, akvakulture, cveće i ukrasno bilje, hmelj, kombinovani usevi, sadni materijal biljaka i čaj (GLOBALG.A.P. organizacija veb-sajt). U ova rešenja spada i

**IFA,  
GLOBALG.A.P. Chain of  
Custody...**

---

<sup>13</sup> Integrated Farm Assurance (skr. IFA) ili Integrisano osiguranje farme.

GLOBALG.A.P. Chain of Custody (skr. CoC) ili Lanac odgovornosti, kao standard za trgovce (pravna lica), tj. lance snabdevanja. Standard se tiče osiguranja sledljivosti, odnosno odgovorne logistike, transporta i trgovine GLOBALG.A.P. sertifikovanim proizvodima (GLOBALG.A.P. organizacija veb-sajt). Pored toga, osnovnim rešenjima pripadaju i drugi standardi, kao što su: Compound Feed Manufacturing (skr. CFM)/proizvodnja stočne hrane; Produce Handling Assurance (skr. PHA)/Osiguranje rukovanja proizvodima itd. (GLOBALG.A.P. organizacija veb-sajt).

Najznačajniji i najrasprostranjeniji GLOBALG.A.P. standard, koji rezultira najvećim brojem sertifikata, jeste IFA standard u sektoru voća i povrća (GLOBALG.A.P. organizacija, podaci dobijeni na upit autora). Ovo je standard za „odgovornu poljoprivrednu praksu na nivou primarne proizvodnje. Izgrađen je na holističkom pristupu koji pokriva ključne teme bezbednosti hrane, održivosti životne sredine, dobrobiti radnika, proizvodnih procesa i sledljivosti“ (GLOBALG.A.P. organizacija veb-sajt).

***IFA standard  
za voće i povrće***

Pored osnovnih rešenja, GLOBALG.A.P. organizacija nudi i dodatke osnovnim rešenjima. Jedan od njih je i GLOBALG.A.P. Risk Assessment on Social Practice (skr. GRASP) ili dodatak za procenu dobrobiti radnika angažovanih na farmi (GLOBALG.A.P. organizacija veb-sajt). Dodaci standardima se ne mogu samostalno implementirati i sertifikovati, već samo kao proširenje osnovnog standarda.

***GLOBALG.A.P.  
dodaci osnovnim  
standardima***

Neke od osnovnih karakteristika GLOBALG.A.P. standarda jesu sledeće (FAO, 2016; Flachsbarth, Grassnick & Brümmer, 2020; EU, 2022b; GLOBALG.A.P. organizacija veb-sajt; GLOBALG.A.P. organizacija, podaci dobijeni na upit):

- ✓ Standardi predstavlja odgovor na sve veću zabrinutost potrošača u mnogim zemljama sveta za bezbednost hrane i održivost poljoprivredne proizvodnje;
- ✓ Standardi imaju jak fokus na: ekološku održivost (održive poljoprivredne prakse), održivost i sledljivost u lancu snabdevanja hranom, sigurnost i bezbednost hrane, dobrobit radnika (radni standardi) i dobrobit životinja. Ovim standardom maloprodajni lanci „dobiju“ uverenje poljoprivrednih proizvođača (svojih

dobavljača) da je hrana proizvedena na gazdinstvu zdravstveno bezbedna (sigurna za upotrebu), da je proizvedena uz minimalni štetan uticaj na životnu sredinu (smanjena upotreba hemijskih inputa) i uz odgovoran pristup dobiti životinja i sigurnosti i pravima radnika;

- ✓ Kao trgovinski uslov (uslov za izvoz na tržište EU) zahtevaju ga trgovci na veliko, maloprodajni lanci i prerađivači u EU od svojih dobavljača (poljoprivrednih proizvođača, odnosno izvoznika);
- ✓ Standard je implementiralo oko 117.000 farmi u EU, a sertifikovanih proizvođača u svetu je preko 200.000;
- ✓ Standardi služe za komunikaciju između proizvođača i trgovaca (nisu vidljivi na proizvodu, odnosno krajnjim korisnicima proizvoda) i važe jednu godinu (nakon čega se radi resertifikacija).

Kako je poštovanje GLOBALG.A.P. standarda sve više uslov za izvoz svežih poljoprivrednih proizvoda na tržište EU i druga tržišta visoke vrednosti (visoke kupovne moći), evidentan je i sve veći upliv ovog standarda na međunarodne trgovinske tokove, globalni lanac snabdevanja, kao i uticaj na konkurentnost i izvozne

performanse kompanija i nacionalnih ekonomija u svim zemljama sveta, a pogotovu u manje razvijenim (Masood & Brümmer, 2014; FAO, 2016; Andersson, 2019; Fiankor et al., 2020; Flachsbarth, Grassnick & Brümmer, 2020; Amekawa et al., 2021; Rao, Bast & De Boer, 2021).

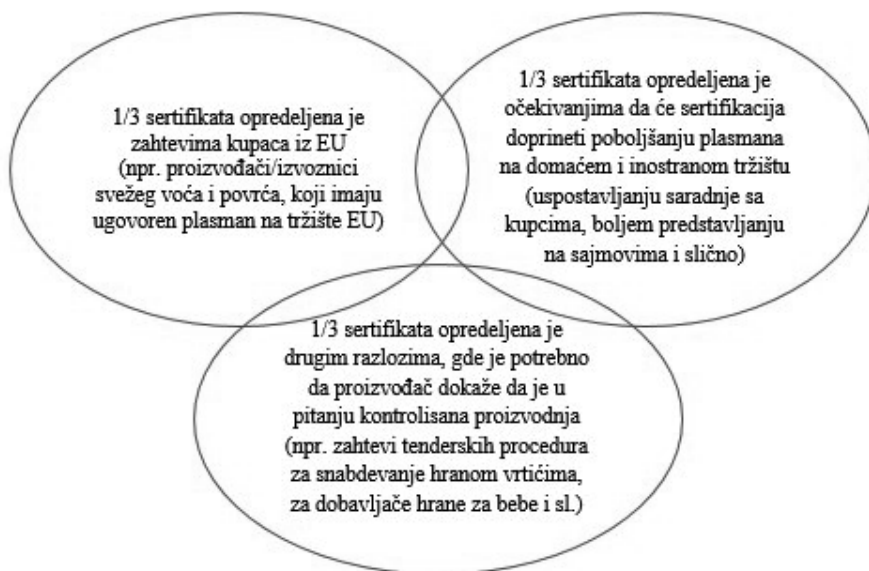
*„Kako privatni standardi direktno utiču na trgovinu, čak i ako je usvajanje GlobalGAP-a po prirodi dobrovoljno, njegovo poštovanje bi moglo biti kvazi-obavezno za izvoznike, koji se takmiče na međunarodnom tržištu“ (Masood & Brümmer, 2014, str. 15).*

### **3.2.1. Rezultati Srbije u implementaciji i sertifikaciji primarne proizvodnje prema GLOBALG.A.P. standardu**

S obzirom da je GLOBALG.A.P. standard privatn (i dobrovoljan), u Srbiji još uvek nije masovnije prisutan u sektoru primarne poljoprivredne proizvodnje. Razlozi za ovo su prevashodno opredeljeni sledećim okolnostima (Vlada Republike Srbije, 2014; FAO, 2020; Paraušić & Roljević Nikolić, 2020; MPŠV, 2022a; Paraušić, 2023a):

- Domaće tržište poljoprivrednih proizvoda ne postavlja ovaj standard kao uslov za plasman proizvoda (izuzev kada su u pitanju veliki lanci maloprodaje, kao što je Lidl i Delhaize);
- Veliki broj malih farmara posluje samo na lokalnim tržištima i nedovoljno je integrisan u globalne lance snabdevanja i globalno tržište hrane; ovi proizvođači usled usitnjenosti poljoprivrednih fondova, kao i niskih proizvodnih, finansijskih i drugih kapaciteta, nisu u mogućnosti da pristupe EU tržištu, niti ispune stroge EU standarde kvaliteta i bezbednosti hrane.

**Šema 5. Razlozi sertifikacije poljoprivredne proizvodnje prema GlobalG.A.P. standardu u Srbiji**



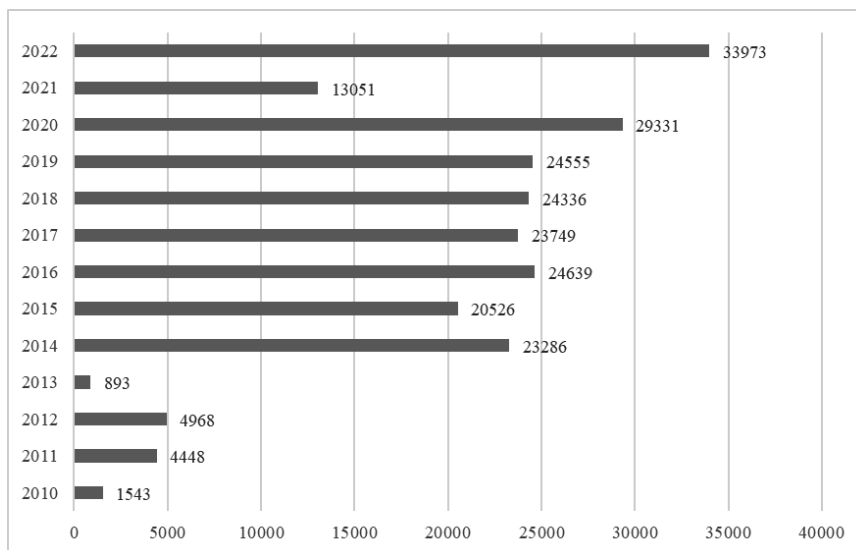
Izvor: Paraušić & Roljević Nikolić, 2020.

Ipak, kao rezultat sve većih zahteva kupaca iz EU za ovim standardom (trgovci na veliko, supermarketi, prerađivači), zatim zahteva domaćih trgovinskih maloprodajnih lanaca (pre svega Lidl-a), kao i drugih faktora (Šema 5), primetni su pomaci u GLOBALG.A.P. sertifikaciji voća i povrća. Naime, Srbija od 2010. godine pokazuje napredak u implementaciji i sertifikaciji proizvodnje u skladu sa IFA standardom u sektoru voća i povrća, mereno indikatorima broj GLOBALG.A.P. sertifikovanih poljoprivrednih proizvođača i broj hektara obuhvaćenim ovom

sertifikacionom šemom (Vlada Republike Srbije. 2014; Bešić et al., 2015; Paraušić & Roljević Nikolić, 2020; GLOBALG.A.P. organizacija, podaci dobijeni na upit).

Resorno ministarstvo još uvek ne raspolaže brojem GLOBALG.A.P. sertifikovanih proizvođača u Srbiji<sup>14</sup>, kao uostalom ni brojem drugih poljoprivrednih proizvođača podržanih merom „Podizanja konkurentnosti u smislu dodavanja vrednosti kroz preradu, kao i uvođenje i sertifikaciju sistema bezbednosti i kvaliteta hrane, organskih proizvoda i proizvoda sa oznakom geografskog porekla na gazdinstvima“ (MPŠV, 2022a). Stoga su podaci o broju poljoprivrednih proizvođača i površinama sertifikovanim u okviru ovog standarda u Srbiji obezbeđeni od strane GLOBALG.A.P. međunarodne organizacije (GLOBALG.A.P. organizacija, podaci dobijeni na upit autora), koja je vlasnik standarda i predstavlja mrežu partnerstava trgovaca, proizvođača i drugih učesnika, sa sedištem u Nemačkoj.

**Grafikon 1. Sertifikovana površina (ha) u biljnoj proizvodnji u okviru IFA GLOBALG.A.P. standarda u Srbiji, 2010-2022.**



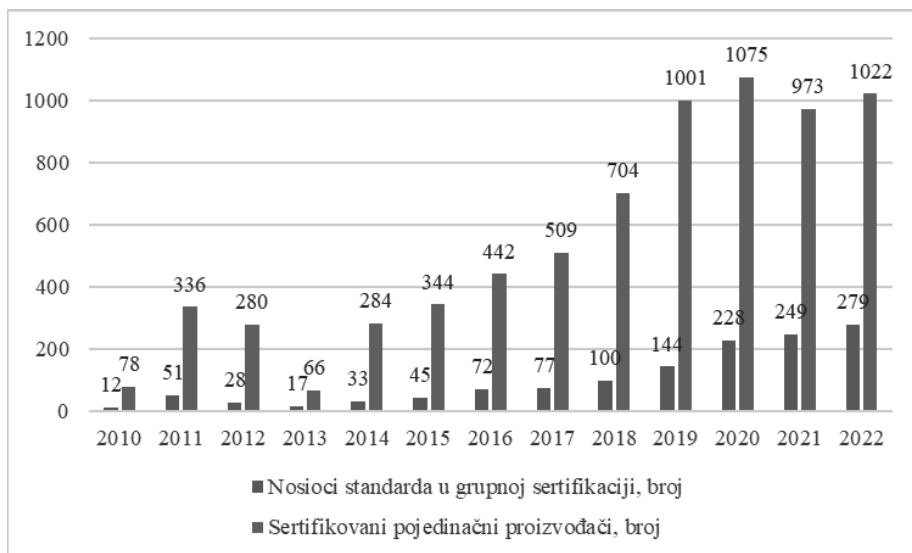
Izvor: GLOBALG.A.P. organizacija, podaci dobijeni na upit autora. Za 2022. godinu podatak se odnosi na period do 30. juna.

<sup>14</sup> Tokom 2024. godine planirano je uspostavljanje indikatora GLOBAL G.A.P. sertifikovani proizvođači kao % ukupnog broja gazdinstava, kroz njegovu baznu i ciljnu vrednost (MPŠV, 2022a).

Na osnovu dobijenih podataka, može se zaključiti sledeće:

- Kao i u svetu, i u Srbiji je dominantno zastupljena GLOBAL G.A.P. IFA sertifikacija u sektoru proizvodnje voća i povrća;
- Sertifikovana površina u ovoj proizvodnji povećana je u periodu 2010-2022 za 22 puta i sa 1.543 ha u 2010. dostigla je površinu od 33.973 ha u 2022 (Grafikon 1);
- Broj nosilaca standarda u okviru grupe sertifikacije povećan je sa 12 (2010) na 279 (2022) ili za 23 puta (Grafikon 2);
- Broj pojedinačno sertifikovanih proizvođača povećan je sa 78 (2010) na 1.022 (2022), tačnije za 13 puta (Grafikon 2).

**Grafikon 2. Nosioци IFA GLOBALG.A.P. standarda u biljnoj proizvodnji u Srbiji, 2010-2022.**



Izvor: GLOBALG.A.P. organizacija, podaci dobijeni na upit autora. Za 2022. godinu podatak se odnosi na period do 30. juna.

I pored značajnog napretka Srbije u ovoj sertifikacionoj šemi, u odnosu na ukupan broj poljoprivrednih gazdinstava u Srbiji i ukupnu površinu korišćenog poljoprivrednog zemljišta, procentualno učešće GLOBAL G.A.P. IFA sertifikovanih farmera i sertifikovanih površina još uvek je izuzetno nisko. Razlozi za ovo su brojni i prisutni su kako na strani sistemskih i institucionalnih ograničenja, tako i na strani finansijskih, administrativnih i drugih prepreka koje stoje pred poljoprivrednim

proizvođačima u procesima sertifikacije (Mihovski et al., 2012; Bešić et al., 2015; Paraušić & Roljević Nikolić, 2020; Paraušić, 2023a).

### **3.2.2. Implementacija IFA GLOBALG.A.P. standarda u Srbiji u praksi: stavovi anketiranih konsultanata**

Prema podacima dobijenim intervjuisanjem konsultanata zaposlenih u 6 različitih domaćih konsultantskih kuća, koje se bave podrškom farmerima u procesima implementacije GLOBALG.A.P. standarda (Paraušić, 2023a), u Srbiji se najviše sertifikuje sveže bobičasto voće, ali i drugo voće (jabuke, trešnja, šljiva, višnja). Od povrća najčešće se sertifikuje zelena salata, paradajz, paprika, krastavac, grašak, boranija, kukuruz šećerac, šargarepa i krompir. Generalno, sertifikacija povrća je zastupljenija u regionu Vojvodine, a voća u ostalim regionima Srbije (Paraušić, 2023a).

***Bobičasto voće, zelena salata,  
krastavac, grašak, kukuruz  
šećerac...***

Zahteve za podršku u procesima implementacije GLOBALG.A.P. standarda domaći konsultanti dobijaju od pojedinačnih proizvođača, kao i od nosioca grupne sertifikacije (Paraušić, 2023a). U slučaju pojedinačne sertifikacije, nosilac standarda najčešće je zadruga ili kompanija (ređe porodično poljoprivredno gazdinstvo). Ovi proizvođači zasnivaju proizvodnju na velikim površinama, velikih su kapaciteta tako da mogu odgovoriti zahtevima velikih kupaca (po količini i kvalitetu isporuka). U slučaju tzv. grupne sertifikacije, nosioci standarda su pravna lica. Najčešće su to hladnjače, koje okupljaju svoje kooperante i koje su često i izvoznici svežeg i/ili zamrznutog voća i povrća, kao i distributeri svežeg i rashlađenog voća i povrća, koji snabdevaju domaće i/ili izvozna tržišta (Paraušić, 2023a).

***Pojedinačna: grupna  
sertifikacija***

Implementaciju GLOBAL G.A.P. standarda u Srbiji u najvećoj meri iniciraju izvozne mogućnosti domaćih proizvođača i kompanija na tržištu EU. Naime, ovaj standard je uglavnom zahtev kupaca iz EU i većina proizvođača odlučila se za ovaj standard upravo zbog boljeg pozicioniranja na tržištu EU, odnosno zbog mogućnosti plasmana svojih

***Izvoz: osnovni podsticaj  
sertifikacije u proizvodnji voća  
i povrća***

proizvoda na ovo tržište (Paraušić, 2023a). Pored toga, implementaciju standarda podstiču i zahtevi za njegovo posedovanje<sup>15</sup> od strane domaćih prerađivača voća i povrća (na primer kompanija Frikom, d.o.o., Beograd) i velikih maloprodajnih lanaca u zemlji, kao što je Lidl, Delhaize i drugi (Paraušić, 2023a).

Što se tiče podrške koju resorno ministarstvo obezbeđuje poljoprivrednim proizvođačima kroz meru „Uvođenje i sertifikacija sistema kvaliteta hrane, organskih proizvoda i proizvoda sa oznakom geografskog porekla“ (povraćaj troškova sertifikacije u procentu od 50-65%), konsultanti naglašavaju da je ova podrška korisna, ali da nije presudna, koliko mogućnosti koje standard pruža u pogledu plasmana, pre svega izvoza proizvoda (Paraušić, 2023a).

Intervju sa konsultantima (Paraušić, 2023a) ukazao je na brojne sistemske probleme, ali i na druga ograničenja (obimnost zahteva standarda, visoki administrativni zahtevi, visoki troškovi implementacije i sertifikacije), koja značajno usporavaju ili otežavaju sam proces implementacije GLOBALG.A.P. standarda u Srbiji (Šema 6).

Sistemske probleme ili izostanak institucionalne podrške na nacionalnom nivou u ovoj oblasti identifikovali su i drugi autori (Mihovski et al., 2012; Živkov et al., 2014). Pomenuti autori ukazuju da u Srbiji još uvek ne postoji mogućnost sertifikacije integralne proizvodnje, koja je pretpostavka za sve standarde u primarnoj proizvodnji. Takođe autori ukazuju da procese sertifikacije ograničava izostanak odgovarajućih zakona, odnosno neprimenjivanje postojećih zakona, kojima bi trebalo da se regulišu adekvatna registracija pesticida za određene biljne vrste, upravljanje svim vrstama otpada na gazdinstvu (izostaje saradnja sa operaterima za otpad), upotreba i kvalitet vodnih resursa, rad različitih laboratorija za ispitivanja proizvoda i slično (Mihovski et al., 2012; Živkov et al., 2014).

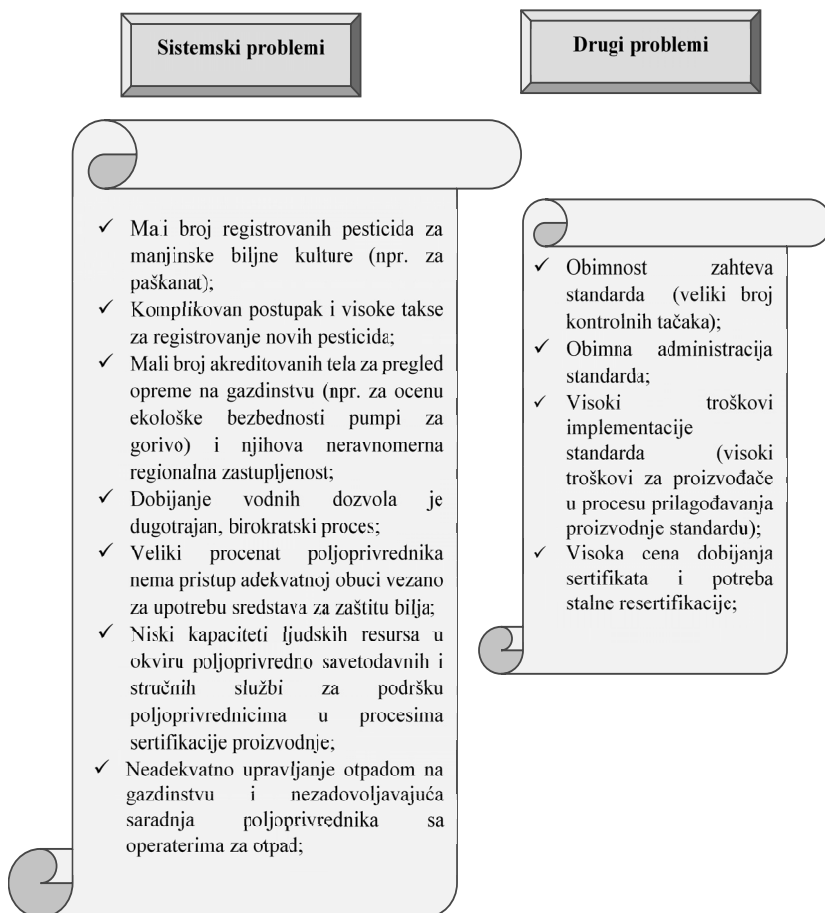
***Sistemske probleme u  
implementaciji  
GLOBALG.A.P. standarda***

---

<sup>15</sup> Posedovanje standarda je uslov za saradnju i ulazak u bazu dobavljača prerađivača i/ili maloprodajnih lanaca.



**Šema 6. Ograničenja GLOBALG.A.P. sertifikacije u Srbiji:  
stavovi intervjuisanih konsultanata**



Izvor: Paraušić, 2023a.

Poljoprivredni proizvođači često sertifikaciji ne pristupaju kao planiranoj, dugoročnoj investiciji, već kao ad hoc aktivnosti, koja za njih predstavlja samo dodatni trošak proizvodnje (Paraušić, 2023a). S obzirom da je standard sveobuhvatan (tiče se i bezbednosti hrane, životne sredine, bezbednosti i zdravlja na radu, socijalnih aspekata), i u velikoj meri administrativne prirode, u praksi primenu ograničavaju nedovoljna znanja proizvođača i poljoprivrednih savetodavaca, ali i nedostatak finansijskih sredstava na gazdinstvu za investiciona ulaganja i prilagođavanje proizvodnje ovom standardu (Šema 6). Pored toga, grupnu sertifikaciju je

***Druga ograničenja ...***

vrlo teško dovesti do kraja, a još teže održati dugi niz godina. Nisu svi članovi grupe spremni da ispoštuju zahteve, posebno kada je u pitanju upotreba pesticida, a veoma često pojedini članovi grupe postavljaju zahteve i uslove nosiocu sertifikata (Paraušić, 2023a). Značajno ograničenje intenzivnije sertifikacije predstavlja i činjenica da poljoprivredni proizvođači često na tržištu ne ostvaruju više (ili ne značajno više) prodajne cene za sertifikovane proizvode, u odnosu na nesertifikovano voće i povrće (Paraušić, 2023a).

Ublažavanje identifikovanih ograničenja svakako će doprineti većem napretku Srbije u ovoj oblasti i dodatnom unapređenju konkurentnosti domaćeg sektora voća i povrća na svetskom tržištu hrane. Pored toga, kako bi se podstakla veća sertifikacija u proizvodnji hrane, a time omogućili i veći efekti na izvozne performanse srpske poljoprivrede, biće neophodno ispunjavanje niza pretpostavki. Najznačajnije su svakako sledeće (Mihovski et al., 2012; Bešić et al., 2015; Smigic et al., 2015; Paraušić & Roljević Nikolić, 2020; Paraušić, 2023a):

- podrška poljoprivrednim proizvođačima od strane izvoznika, kroz ugovornu proizvodnju, koja uključuje siguran otkup proizvoda, kao i savete i stručnu i finansijsku podršku u procesu implementacije standarda;
- ekonomsko osnaživanje poljoprivrednih proizvođača (poljoprivrednih gazdinstava, preduzeća, zadruga), ukрупnjavanje poseda i rast tržišnosti proizvodnje;
- jačanje svesti i edukacije poljoprivrednika o promenama koje konstantno prate sektor poljoprivrede od strane savetodavaca poljoprivredno stručnih i savetodavnih službi;
- institucionalna i sistemska rešenja u pogledu izmena i primene zakona u sistemu kontrole i bezbednosti hrane (unapređenje službi kontrole bezbednosti hrane i inspeksijskih službi, znanja i stručnosti državnih inspektora, državnih službenika i slično) i drugih zakona.

Donošenje „Pravilnika o uspostavljanju pravila dobrih poljoprivrednih i ekoloških uslova“ (koja se odnose na zaštitu zemljišta, voda, održavanje minimalne zaštite kako bi se zaustavilo uništavanje staništa), koji se očekuje u četvrtom kvartalu 2025. godine, uz jačanje institucionalnih i administrativnih kapaciteta resornog ministarstva (MEI, 2022), svako će doprineti jačim resursima poljoprivrednika u implementaciji GlobalG.A.P. standarda (ukoliko se poljoprivrednik odluči za sertifikaciju proizvodnje prema ovom standardu).

### 3.3. SERTIFIKACIJA PROIZVODA DOBIJENIH METODAMA ORGANSKE PROIZVODNJE

U literaturi se može sresti veliki broj različitih definicija organske poljoprivrede. Za potrebe ove monografije, autor prihvata sažetu definiciju, koju je uspostavila Generalna skupština IFOAM-Organics International<sup>16</sup>, koja glasi:

*„Organska poljoprivreda je proizvodni sistem koji doprinosi održivom zdravlju zemljišta, ekosistema i ljudi. Ona se radije oslanja na ekološke procese, biodiverzitet i cikluse prilagođene lokalnim uslovima, nego na korišćenje inputa sa štetnim efektima. Organska poljoprivreda kombinuje tradiciju, inovaciju i nauku, kako bi doprinela zajedničkom okruženju, kako bi promovisala fer odnose i dobar kvalitet života za sve uključene“*  
(Generalna skupština IFOAM 2008).

Sertifikacija organskih poljoprivredno prehrambenih proizvoda predstavlja jedan od veoma zastupljenih načina dodavanja vrednosti poljoprivrednim proizvodima u mnogim zemljama sveta. Na osnovu istraživanja FiBL (Research Institute of Organic Agriculture, Switzerland), tokom 2021. godine (FiBL, 2023, str. 19):

- ✓ Organska poljoprivreda praktikovana je u 191 zemlji sveta (najveće površine prisutne su u Australiji, Argentini i Francuskoj);
- ✓ Poljoprivredno zemljište obrađivano metodama organske proizvodnje iznosi preko 76 mil. ha (11 mil. ha u 1999) i za 1,3 mil. ha je veće u odnosu na 2020. godinu;
- ✓ Preko 3,7 miliona proizvođača je u ovom sistemu proizvodnje (1999. godine oko 200.000 proizvođača).

Sertifikat je pismeno uverenje da je organski proizvod proizveden u skladu sa važećim nacionalnim zakonom i propisima. Ovo je javni i dobrovoljni standard. Nije obavezujući za proizvođače, ali ukoliko poljoprivrednik izabere da radi u skladu sa principima organske poljoprivrede i ovako označava svoje proizvode, onda je potrebno da proizvodnju sertifikuje, odnosno uskladi je sa važećim nacionalnim zakonom i propisima koji ovu proizvodnju i sertifikaciju regulišu

---

<sup>16</sup> Međunarodna federacija pokreta za organsku poljoprivredu (skr. IFOAM - Organics International) je svetska krovna organizacija u organskoj poljoprivredi ili globalna mreža stejkholdera u ovoj proizvodnji.

(Mihovski et al., 2012; Živkov et al., 2014). Više o različitim segmentima i pitanjima ove sertifikacije videti u drugom delu monografije.

### **3.3.1. Institucionalna uredenost sektora organske proizvodnje u Srbiji**

Institucionalno gledano, organska proizvodnja u Srbiji u nadležnosti je Grupe za organsku proizvodnju (Odseka za označavanje hrane, šeme kvaliteta poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda i organsku proizvodnju), u okviru Sektora za poljoprivrednu politiku (MPŠV, Grupa za organsku proizvodnju). Ova grupa, između ostalog: obavlja stručne poslove vezane za izradu nacionalnih propisa i strateških dokumenata u ovom sektoru, vodi evidenciju i vrši nadzor nad radom ovlašćenih kontrolnih organizacija, prati spoljnotrgovinsku razmenu organskih proizvoda, prikuplja godišnje izveštaje o ovoj proizvodnji od ovlašćenih kontrolnih organizacija, vodi zbirnu evidenciju o organskoj proizvodnji i podatke dostavlja EUROSTAT-u i dr. (MPŠV, Grupa za organsku proizvodnju).

Oblast organske proizvodnje reguliše Zakon o organskoj proizvodnji, koji precizira sledeće:

*„Organska proizvodnja jeste proizvodnja poljoprivrednih i drugih proizvoda koja se zasniva na primeni metoda organske proizvodnje u svim fazama proizvodnje, a koja isključuje upotrebu genetički modifikovanih organizama i proizvoda koji se sastoje ili su dobijeni od genetički modifikovanih organizama, kao i upotrebu jonizujućeg zračenja, u skladu sa ovim zakonom i propisima donetim na osnovu njega“;*

*„Organski proizvod jeste svaki proizvod koji je proizvedeni označen u skladu sa ovim zakonom i propisima donetim na osnovu njega“;*

*„Sertifikacija jeste postupak na osnovu koga ovlašćena kontrolna organizacija izdaje pismeno uverenje (sertifikat), kojim potvrđuje da je organski proizvod proizveden u skladu sa ovim zakonom i propisima donetim na osnovu njega“.*

Oznaka „Organski proizvod” (Slika 1) jeste „znak ili obeležje na proizvodu kojim se označava da je taj proizvod proizveden u skladu sa ovim zakonom i propisima donetim na osnovu njega“.

Nacionalni znak garantuje da je proizvod prošao kroz proces kontrole i da je sertifikovan od strane sertifikacionog tela (ovlašćene kontrolne organizacije) koje kontroliše Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede. Ukoliko proizvod nema ovu oznaku već samo prefikse „Bio“, „Eko“ ili „Organsko“, to znači da nije kontrolisan i sertifikovan organski proizvod. Organski proizvodi koji su sertifikovani u skladu sa EU regulativom nose domaći logo i oznaku organskih proizvoda EU.

Izvor: „SERBIA ORGANIKA“,  
<https://serbiaorganica.info/kako-prepoznati-organski-proizvod/>

Slika 1. Nacionalni znak „Organski proizvod“



Izvor: MPŠV,  
Grupa za organsku proizvodnju.

Poslove kontrole i sertifikacije u organskoj proizvodnji za 2023. godinu obavljaju sledeće kontrolne organizacije (MPŠV, Grupa za organsku proizvodnju):

- ✓ „Centar za ispitivanje namirnica“, d.o.o., Beograd;
- ✓ „Ecocert Balkan“, d.o.o., Beograd;
- ✓ „Organic Control System“, d.o.o., Subotica;
- ✓ „Ecovivendi“, d.o.o., Beograd;
- ✓ „TMS CEE“, d.o.o., Beograd i
- ✓ „SGS Beograd“, d.o.o., Beograd.

Značajnu podršku razvoju sektora pruža „Serbia organica“, kao nacionalna neprofitna asocijacija za razvoj i afirmaciju organske proizvodnje, osnovana u maju 2009. godine (Serbia organica veb-sajt).

### 3.3.2. Zastupljenost organske proizvodnje u poljoprivredi Srbije

U cilju prilagođavanja zakonodavstvu EU, Srbija je uspostavila pokazatelj „Površina pod organskom poljoprivredom“ (u okviru grupe druge pokazatelja, tzv. „Sektorski pokazatelji), a za potrebe praćenja i ocene mera agrarne politike i mera ruralnog razvoja (CAP context indicators, 2019). Indikator uključuje površinu na kojoj se obavlja organska proizvodnja i površinu koja je u fazi konverzije u organsku proizvodnju. Površina pod organskim usevima isključuje površinu okućnice.

MPŠV, Grupa za organsku proizvodnju je zakonom ovlašćena kao zvanični proizvođač ovog indikatora, a podaci se prikupljaju na osnovu godišnjih izveštaja koje kontrolne organizacije ovlašćene za poslove

kontrole i sertifikacije u organskoj proizvodnji dostavljaju ovoj Grupi. Podaci se dalje dostavljaju EUROSTAT-u i RZS. RZS podatke objavljuje u Statističkim godišnjacima za odgovarajuće godine.

**Tabela 2. Površine pod organskom biljnom proizvodnjom u Srbiji, 2012-2022.**

Godine	Ukupna površina (period konverzije +organski status), ha	Promena površina (prethodna godina = 100), Indeks	Učešće ukupnih površina u organskoj biljnoj proizvodnji u KPZ, %
2012	6.340	-	0,2
2013	8.228	130	0,2
2014	9.548	116	0,3
2015	15.298	160	0,4
2016	14.358	94	0,4
2017	13.423	93	0,4
2018	19.255	143	0,6
2019	21.265	110	0,6
2020	20.971	99	0,6
2021	23.527	112	0,7
2022	25.035	106	0,7

Izvor: MPŠV, Grupa za organsku proizvodnju.

Razvoj organske biljne proizvodnje u Srbiji počinje devedesetih godina prošlog

***Sertifikovane površine u organskoj biljnoj proizvodnji (Tabela 2)***

veka. Od tada, do danas ova proizvodnja pokazuje ogroman napredak. Sagledavajući podatke o površini pod organskom biljnom proizvodnjom u periodu 2012-2022. godina (Tabela 2), može se primetiti da je ova površina iz 2022 godine (25.035 ha) za skoro četiri puta veća od površina iz 2012 (6.340 ha), kao i da su površine u analiziranom periodu rasle po prosečnoj godišnjoj stopi od 14,7%. U sistemu organske proizvodnje najzastupljeniji su voće, žitarice i uljarice, a proizvodnja je u 2022. godini bila najzastupljenija u regionu Šumadije i Zapadne Srbije i regionu Vojvodine (sa po 35%), kao i u regionu Južne i Istočne Srbije (sa 30%) (MPŠV, Grupa za organsku proizvodnju).

Istovremeno, učešće sertifikovanih površina u biljnoj proizvodnji u ukupnoj površini KPZ još uvek je nisko, i u 2022. iznosi svega 0,7% (Tabela 2). Ovo je niže u odnosu na svetski prosek od 1,6% (FiBL, 2023, str. 19), a pogotovo u odnosu na učešće koje postiže npr. Austrija (25,7% u 2020. godini) ili zemlje EU 27 (prosečno 9,1% u 2020. godini) (Eurostat, database).

Što se tiče stočarske proizvodnje, i ovde je došlo do rasta broja sertifikata u odnosu **Sertifikacija u organskoj stočarskoj proizvodnji (Tabela 3)**

na same početke razvoja organskog stočarstva. Samo u periodu od tri prethodne godine (2020-2022), značajno je povećan broj organski sertifikovanih goveda, ovaca, živine i pčelinjih društava (Tabela 3). S druge strane, sertifikacija je slabo zastupljena u sistemu organskog uzgoja koza (522 u 2022. godini)<sup>17</sup> i svinja (217 u 2022), gde dolazi do pada broja sertifikata i gde je broj grla u sistemu organskog uzgoja praktično zanemarljiv (Tabela 3).

**Tabela 3. Stočarska proizvodnja u organskom statusu i periodu konverzije u Srbiji, 2020-2022.**

Vrsta stoke	Godine		
	2020	2021	2022
Goveda, broj	4.627	6.708	9.423
Ovce, broj	5.711	11.152	13.212
Koze, broj	286	349	522
Svinje, broj	326	280	217
Živina, broj	14.936	33.226	40.066
Pčelinja društva, broj	12.618	11.964	103.236

Izvor: MPŠV, Grupa za organsku proizvodnju.

Srbija ima uslove za povećanje broja sertifikata u organskoj stočarskoj proizvodnji, koja bi na najbolji mogući način mogla valorizovati biljnu proizvodnju i ostvariti značajan uspeh na inostranom tržištu. Stoga, bi svi relevantni stejkholderi u ovoj proizvodnji trebalo da pronađu način da se ovom sektoru proizvodnje pruži adekvatna i sveobuhvatna podrška.

Sertifikovani organski proizvođači u Srbiji u 2022. godini dostigli su broj od 651, a broj pravnih lica koji su nosioci grupne sertifikacije iznosio je 53, sa ukupno 5650 kooperanata (MPŠV, Grupa za organsku proizvodnju). Najveći broj kooperanata u okviru grupne sertifikacije imaju kompanije “Zadrugar”, d.o.o. (763) i “Fortis”, d.o.o. (742), obe u sektoru voćarske proizvodnje (MPŠV, Grupa za organsku proizvodnju). U odnosu na 2018. godinu, kada je broj organski sertifikovanih proizvođača iznosio 500, evidentan je rast

**Broj sertifikovanih organskih proizvođača**

<sup>17</sup> Najveći broj sertifikata u organskom uzgoju koza zabeležen je 2017 (čak 2.048), kada započinje postepeni pad (MPŠV, Grupa za organsku proizvodnju).

interesovanja za organsku proizvodnju i njenu sertifikaciju, prevashodno u sektoru biljne proizvodnje. Takođe, primetan je i rast interesovanja proizvođača za uključenje u grupnu sertifikaciju (kroz kooperaciju sa nosiocem standarda), posebno kada se radi o proizvodnji namenjenoj izvozu (MPŠV, 2022b).

„Master food“, d.o.o. iz Užica jedna je od kompanija koja je nosilac grupne sertifikacije u organskoj proizvodnji (sa 18 kooperanata). Kompanija se bavi otkupom i preradom organskog i konvencionalnog voća. Posедуje veliki broj standarda i sertifikata bezbednosti i kvaliteta hrane: *BRC Food + FSMA + CostCo; KOSHER; SEDEKS Smeta; Organic sertifikat EOS (Evropski sertifikat za organsku poljoprivredu), NOP (USDA organski sertifikakt) i RS*. Ovi sertifikati omogućavaju kompaniji plasman proizvoda na brojna izvozna tržišta. Najznačajni uvoznici su trgovci iz Kanade, Bliskog istoka i zemalja EU (Slika 2).

### **Slika 2. Primer prezentacije proizvođača u sektoru organske proizvodnje u Srbiji**

*Svet koji misli i ponaša se organski je jedini put koji poboljšava kvalitet života na našoj planeti.*

*„Master food“, d.o.o. je privatno preduzeće za otkup, zamrzavanje i preradu organskog i konvencionalnog jagodičastog voća po najvišim svetskim standardima. Želja nam je da sačuvamo priznati kvalitet voća iz planinskih predela zapadne Srbije kako biste u njemu uživali...*

Izvor: Kompanija Master food, d.o.o., veb-sajt.

 **Master food**



Najveći procenat sertifikovanih organskih poljoprivredno prehranbenih proizvoda,

pre svega maline, borovnice i trešnje, plasira se na izvozna tržišta, dominantno na tržište EU (Simić, 2017; MPŠV, 2022a). Potencijal za plasman ovih proizvoda na inostrano tržište je ogroman, imajući u vidu da je prodaja organske hrane i pića na globalom tržištu dostigla vrednost od preko 120 mlrd. evra u 2021. godini (u 2000-toj ova vrednost je iznosila 15 mlrd. evra), a najveća vrednost trgovine organskim proizvodima je na tržištima SAD, Nemačke i Francuke (FiBL, 2023, str. 19).

### ***Izvoz organskih proizvoda***



Domaće tržište organskih proizvoda još uvek nije dovoljno razvijeno: potrošači imaju malu kupovnu moć da bi mogli

***Domaće tržište  
organskih proizvoda***

priuštititi ove proizvode u većoj meri, svest i znanja o koristima ovih proizvoda (pogotovo stanovništva u ruralnim sredinama) su izuzetno niske, a nedovoljna je i zastupljenost organskih proizvoda domaćih proizvođača na zelenim pijacama i u trgovinskim lancima (Vlada Republike Srbije, 2014; Simić, 2017; Roljević Nikolić & Paraušić, 2020; Djelić et al., 2019). Ipak, značajan uticaj na domaću potrošnju organskih proizvoda omogućila je njihova dostupnost u velikim maloprodajnim lancima i potrošnja ovih proizvoda najzastupljenija je upravo u velikim gradovima (Roljević Nikolić & Paraušić, 2020).

Srbija ima povoljne prirodne i druge uslove i resurse za organsku proizvodnju (i njenu sertifikaciju), koja

***Ograničenja u sertifikaciji  
organskih proizvoda***

doprinosi na različite načine održivom razvoju ruralnih zajednica, poboljšanju održivih prihoda farmera i očuvanju životne sredine (Simić, 2017; Djelić et al., 2019; Roljević Nikolić & Paraušić, 2020). Ipak ona još uvek ne ostvaruje svoj pun razvojni potencijal, između ostalog, i zbog sledećih ograničenja (Simić, 2017; MPŠV, 2018; Djelić et al., 2019; Paraušić & Roljević Nikolić, 2020; Roljević Nikolić & Paraušić, 2020; MPŠV, 2022b):

- Problemi u dostupnosti (nedostatak i/ili nedovoljne količine) specifičnih inputa za sam proces proizvodnje na domaćem tržištu: seme i sadni materijal; organska đubriva (stajnjak i kompost), efikasna sredstva za zaštitu bilja i slično;
- Visoke cene određenih inputa u proizvodnji, što dovodi u pitanje isplativost proizvodnje za proizvođače;
- Navodnjavanje (dostupnost izvora, zahtevi za proizvođače i slično);
- Visoki i strogi zahtevi koji stoje pred proizvođačima u sektoru stočarstva u pogledu objekata za držanje stoke, načina ishrane ili lečenja stoke i slično;
- Finansijska ograničenja poljoprivrednih proizvođača za pokretanje proizvodnje i/ili veća ulaganja;
- Visoke cene kontrole i sertifikacije;
- Niska produktivnost i visoki troškovi proizvodnje (viši troškovi radne snage usled njenog većeg angažovanja);
- Neefikasna organizacija učesnika na svim nivoima lanca vrednosti;

- Nedovoljna efikasnost u svim segmentima proizvodnje, prerade, marketinga i slično.

Samo prevazilaženjem prethodnih barijera, organska poljoprivreda može doprineti održivom razvoju ruralnih područja u Srbiji i kao vid poljoprivrede dodate vrednosti, obezbediti održive prihode i bolju tržišnu poziciju poljoprivrednim proizvođačima. Istovremeno, u sklopu preuzimanja obaveza Srbije iz članstva u EU, predviđena je obaveza MPŠV da u narednom periodu donese jedan broj pravilnika koja regulišu različita pitanja ove poljoprivrede. Primera radi, tokom 2024. godine trebalo bi očekivati, između ostalih, usvajanje sledećih pravilnika (MEI, 2022, str. 356-357):

### ***Sertifikacija organskih proizvoda: pravci razvoja***

- ✓ Pravilnik o odobravanju određenih proizvoda i supstanci za upotrebu u organskoj proizvodnji u utvrđivanju njihovih lista;
- ✓ Pravilnik o dokumentima potrebnim za retroaktivno priznavanje perioda konverzije i proizvodnje organskih proizvoda;
- ✓ Pravilnik o kontrolama i drugim merama kojima se obezbeđuje sledljivost i usklađenost u organskoj proizvodnji i obeležavanju organskih proizvoda;
- ✓ Pravilnik o određivanju određenih pravila u vezi sa izdavanjem sertifikata operaterima, grupama operatera i izvoznika i uvoza organskih i proizvoda iz konverzije, kao i postupak ovlašćivanja kontrolnih organa;
- ✓ Pravilnik o prikupljanju, pakovanju, transportu i skladištenju organskih proizvoda;

### **3.3.3. Podrška proizvođačima u sistemu organske proizvodnje**

MPŠV obezbeđuje podršku proizvođačima sertifikovanih organskih proizvoda podsticajima kroz dve mere ruralnog razvoja (MPŠV, 2018; MPŠV, 2022a; Zakon o podsticajima u poljoprivredi i ruralnom razvoju):

- „*Organska poljoprivreda*“ u okviru grupe mera „*Podsticaji za očuvanje i unapređenje životne sredine i prirodnih resursa*“. Podsticaji se isplaćuju po jedinici proizvodnog kapaciteta i kao podrška finansiranju inputa u organskoj proizvodnji. Za ovu meru podsticaji su povećani sa 102,9 mil. RSD (2018) na 227 mil. RSD (2020), i u proseku je izdvojeno 152 mil. RSD u periodu 2018-2020. Ipak to je svega 1,8% budžeta MPŠV. Mera će se programirati, realizovati i pratiti u okviru Nacionalnog programa za poljoprivredu 2022-2024, u nadležnosti Sektora za poljoprivrednu politiku.

- „Podizanje konkurentnosti u smislu dodavanja vrednosti kroz preradu, kao i uvođenje i sertifikacija sistema bezbednosti i kvaliteta hrane, organskih proizvoda i proizvoda sa oznakom geografskog porekla“ u okviru grupe mera „Podsticaji za diversifikaciju dohotka i unapređenje kvaliteta života u ruralnim područja“. Iznos podrške za ovu meru je sa 24,4 mil. RSD (2018) povećan na 33,9 mil. RSD (2020), u proseku je iznosio 34 mil. RSD u periodu 2018-2020 ili svega 0,4% budžeta MPŠV.

Podršku proizvođačima u sertifikaciji organske proizvodnje pruža i Pokrajinski sekretarijat za poljoprivredu, vodoprivredu i šumarstvo, kao i jedan broj JLS kroz svoje lokalne budžete.

Podrška će takođe biće dostupna i u okviru IPARD mere 4: „Agroekološko-klimatske mere i organska poljoprivreda“, čija se primena očekuje u narednim godinama, nakon akreditacije mere (MPŠV, 2022a).

### **3.4. SERTIFIKACIJA POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENIH PROIZVODA SA OZNAKAMA GEOGRAFSKOG POREKLA**

#### **3.4.1. Oznake geografskog porekla: zakonodavni okvir Srbije**

Registrowanje oznaka geografskog porekla i sertifikacija poljoprivredno prehrambenih proizvoda sa ovim oznakama u Srbiji je u nadležnosti MPŠV, Sektora za poljoprivrednu politiku (Grupa za označavanje hrane, šeme kvaliteta poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda i organsku proizvodnju) i Zavoda za intelektualnu svojinu Republike Srbije (nad kojim nadzor vrši Ministarstvo privrede Republike Srbije).

*Nadležnost*

Oznake geografskog porekla zajednički su naziv za dve vrste oznaka: ime porekla i geografska oznaka. Ovim oznakama obeležavaju se sledeći proizvodi: prirodni (npr. voda), poljoprivredno-prehrambeni (kupus, malina, sir, kulen...), industrijski (npr. pivo), proizvodi domaće radinosti (npr. ćilim, vez) i usluge (npr. Čigota) (Zavod za intelektualnu svojinu RS, veb sajt). *Zakon o oznakama geografskog porekla*

porekla, kojim se u Srbiji uređuju pitanja sticanja i pravne zaštite ovih oznaka, razlikuje dve vrste oznaka<sup>18</sup>:

- Ime porekla (eng. protected designation of origin; skr. PDO), kao „*geografski naziv zemlje, regiona, ili lokaliteta, kojim se označava proizvod koji odatle potiče, čiji su kvalitet i posebna svojstva isključivo ili bitno uslovljeni geografskom sredinom, uključujući prirodne i ljudske faktore i čija se proizvodnja, prerada i priprema u celini odvijaju na određenom ograničenom području*“;
- Geografska oznaka (eng. protected geographical indication; skr. PGI), kao „*oznaku koja identifikuje određeni proizvod kao proizvod poreklom sa teritorije određene zemlje, regiona ili lokaliteta sa te teritorije, gde se određeni kvalitet, reputacija ili druge karakteristike proizvoda suštinski mogu pripisati njegovom geografskom poreklu i čija se proizvodnja i/ili, prerada i/ili priprema odvijaju na određenom ograničenom području*“;
- Dodatno, oznaka geografskog porekla koristi se i da označi tradicionalni i istorijski naziv nekog proizvoda/usluga (koji nije geografski naziv određene zemlje, regiona ili lokaliteta).

Proizvodi sa zaštićenim imenom porekla imaju najjače veze sa regionom (geografskim područjem) odakle je poreklo proizvoda i gde se proizvod pravi. Svaka faza procesa proizvodnje, prerade i pripreme mora se u celini odvijati u određenom regionu tj. ograničenom geografskom području. To je geografski naziv zemlje, regiona ili lokaliteta, kojim se označava proizvod koji se tu proizvodi, koji odatle potiče i čiji kvalitet i svojstva značajno zavise od geografskog područja, odnosno njegovih prirodnih i ljudskih faktora (EC, Geographical indications and quality schemes explained; Zavod za intelektualnu svojinu RS, veb-sajt). S druge strane, zaštićena geografska oznaka naglašava vezu između specifičnog geografskog regiona i naziva proizvoda, gde se određeni kvalitet, reputacija ili druge karakteristike proizvoda u suštini mogu pripisati njegovom geografskom poreklu. Pri tom, nije neophodno da se sve faze (proizvodnje, prerade ili pripreme) odvijaju na tom geografskom području, već najmanje jedna (EC, Geographical indications and quality schemes explained; Zavod za intelektualnu svojinu RS, veb-sajt).

---

<sup>18</sup> Za razliku od Uredbe EU broj 1151/2012 o šemama kvaliteta za poljoprivredno prehrambene proizvode na nivou EU (EU, 2012), naš zakon reguliše registrovanje ovih oznaka, ne samo za poljoprivredno prehrambene proizvode, već i za druge proizvode. Istovremeno, odredbe zakona ne primenjuju se na vino i rakiju i druga alkoholna pića (Zakon o oznakama geografskog porekla).

**Primeri:**

„*Westfälischer Knochenschinken* PGI šunka se proizvodi u Westphalia, Nemačka, koristeći stare tehnike, ali meso koje se koristi za proizvodnju ne dolazi isključivo od životinja sa tog specifičnog regiona Nemačke“ (EC, Geographical indications and quality schemes explained).

„*Kalamata olive oil* PDO se u potpunosti proizvodi u ovom regionu Grčke, sa sortama maslina sa tog područja“ (EC, Geographical indications and quality schemes explained).

„*Geografska oznaka zaštićena na teritoriji Republike Srbije* je „Voda Vrnjci“, a odnosi se na robu: mineralna voda, čije izvorište je u Vrnjačkoj banji“ (Zavod za intelektualnu svojinu Republike Srbije, veb-sajt).

**Kriterijumi razlikovanja oznaka geografskog porekla:**

„Najvažniji kriterijum razlikovanja između imena porekla i geografske oznake je u tome da li se sve faze u postupku proizvodnje odvijaju na uskom ograničenom području, kao što je to slučaj sa imenom porekla ili samo ona faza koja daje proizvodu reputaciju (posebna svojstva i kvalitet) u slučaju geografske oznake“ (Zavod za intelektualnu svojinu RS, veb-sajt).

„Razlike između PDO i PGI su prvenstveno povezane sa tim koliko sirovina proizvoda mora da potiče iz određenog regiona ili teritorije proizvodnje za koju se vezuje reputacija proizvoda ili koliki deo proizvodnog procesa mora da se odvija u određenom regionu“ (EC, Geographical indications and quality schemes explained).

Na sajtu Zavoda za intelektualnu svojinu RS, kao i na sajtu MPŠV zainteresovani proizvođači hrane mogu pronaći sve potrebne informacije ukoliko žele da svojim proizvodima dodaju vrednost oznakama geografskog porekla. Informacije su dostupne vezano za: faze u postupku zaštite oznaka (prva faza uključuje registrovanje oznake, a druga priznanje statusa ovlašćenog korisnika

„*Oznaka geografskog porekla se stiče se upisom u Registar oznaka geografskog porekla i njeno trajanje nije vremenski ograničeno. Status ovlašćenog korisnika oznake geografskog porekla se stiče upisom u Registar ovlašćenih korisnika oznake geografskog porekla i traje tri godine od dana upisa priznatog statusa, a uz podnošenje dokaza o ispunjenosti zakonskih uslova i plaćanje propisane takse, može biti obnovljen neograničen broj puta, sve dokle traje odgovarajuća oznaka geografskog porekla*“ (Zavod za intelektualnu svojinu RS, veb-sajt).

oznake), pravo podnošenja prijave za registrovanje oznaka, uslove proizvoda kako bi mogao biti zaštićen, pokretanje postupka zaštite i slično.

Između ostalog, sastavni deo prijave za registrovanje oznake geografskog porekla, kao i prijave za priznavanje statusa ovlašćenog korisnika ove oznake, jeste i naziv sertifikacionog tela, koje vrši kontrolu kvaliteta i posebnih svojstava proizvoda i na osnovu nje dostavlja dokaz ili sertifikat proizvođaču. Sertifikacija je obavezna svake godine, a ovlašćena sertifikaciona tela (od strane MPŠV), koja obavljaju poslove kontrole kvaliteta i posebnih svojstava poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda sa oznakama geografskog porekla jesu: Centar za ispitivanje namirnica, Beograd; Organic Control System, Subotica i RMS 011, Beograd (MPŠV veb-sajt Poljoprivredni i prehrambeni proizvodi sa zaštićenim geografskim poreklom).

Izgled kontrolnih markica kojima se obeležavaju sertifikovani proizvodi sa oznakama geografskog porekla u Srbiji može se videti na slici 3.

**Slika 3. Obeležavanje poljoprivredno prehrambenih proizvoda sa oznakama geografskog porekla**



„Da bi poljoprivredni i prehrambeni proizvodi sa oznakom geografskog porekla bili prepoznatljiviji na tržištu, Ministarstvo poljoprivrede je donelo pravilnik kojim se definiše označavanje ovih proizvoda, a na osnovu koga svaki proizvođač sa statusom ovlašćenog korisnika oznake geografskog porekla, koji je u procesu kontrole i sertifikacije, može svoj proizvod sa oznakom geografskog porekla da označi kontrolnom markicom koju izdaje Zavod za izradu novčanica i kovanoog novca Topčider“ (MPŠV veb-sajt).

Izvor: MPŠV veb-sajt Poljoprivredni i prehrambeni proizvodi sa zaštićenim geografskim poreklom.

U narednom periodu trebalo bi očekivati promene u nacionalnoj politici kvaliteta poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, kako bi Srbija ovu politiku usaglasila sa politikom kvaliteta u EU. Očekuje se donošenje „Zakona o šemama kvaliteta za poljoprivredne i prehrambene proizvode“ (usvajanje je bilo planirano za četvrti kvartal 2023. godine), kao i odgovarajućih pravilnika (MEI, 2022, str. 355-356):

***Usaglašavanje sa zakonodavstvom EU***

- ✓ Pravilnik o ovlašćivanju sertifikacionih tela za kontrolu i sertifikaciju poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda sa oznakom „zaštićeno ime porekla“, „zaštićena geografska oznaka“ i „garantovano tradicionalni specijalitet“ (očekivani period donošenja prvi kvartal 2024. godine);
- ✓ Pravilnik o kontroli i sertifikaciji poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda sa oznakom zaštićeno ime porekla“, „zaštićena geografska oznaka“ i „garantovano tradicionalni specijalitet“ (očekivani period donošenja treći kvartal 2024. godine);
- ✓ Pravilnik o postupku registracije oznaka zaštićena geografska oznaka“ i „garantovano tradicionalni specijalitet“ (očekivani period donošenja prvi kvartal 2024. godine).

U okviru Tvining projekta „*Jačanje kapaciteta za sprovođenje i dalji razvoj zakonodavstva u oblasti organske proizvodnje i politike kvaliteta poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda*“, koji je završen 2021. godine, MPŠV je uz podršku eksperata EU pripremio (MPŠV, Tvining projekat, 2021):

- Nacrt Zakona o šemama kvaliteta za poljoprivredne i prehrambene proizvode i prateće pravilnike, kao i
- Specifikaciju za 3 proizvoda sa zaštićenim oznakama geografskog porekla na nacionalnom nivou, koji bi nakon usvajanja predloženog zakona, mogli aplicirati za zaštitu oznake geografskog porekla na nivou EU, i to: Pirotski kačkavalj“, „Fruškogorski lipov med“ i „Arijska malina“.

### **3.4.2. Rezultati Srbije u procesu sertifikacije poljoprivredno prehrambenih proizvoda sa oznakama geografskog porekla**

U Registru oznaka geografskog porekla (elaborati oznaka registrovanih na ime domaćih lica) nalazi se ukupno 83 proizvoda sa registrovanim oznakama geografskog porekla (Zavod za intelektualnu svojinu RS, veb-sajt). Ne računajući pića (vino, jaka alkoholna pića, mineralna voda) i

druge proizvode (ćilimi i ručno tkani proizvodi, grnčarija i slično), u grupi poljoprivredno prehrambenih proizvoda je njih 50, a dominiraju proizvodi kao što su: sir i mesne prerađevine (MPŠV, veb sajt, Poljoprivredni i prehrambeni proizvodi sa zaštićenim geografskim poreklom; Zavod za intelektualnu svojinu RS, veb-sajt).

S druge strane, krajem 2023. godine Srbija ima 13 ovlašćenih korisnika oznake geografskog porekla u sektoru poljoprivredno prehrambenih proizvoda (domaća lica), i to (Zavod za intelektualnu svojinu RS, veb-sajt):

1. But & Co, Laćarak, preduzetnička radnja; vrsta proizvoda kulen; ime porekla Sremski kulen; datum važenja statusa ovlašćenog korisnika 17.07.2024;
2. Udruženje prerađivača i proizvođača Futoški kupus; vrsta proizvoda kupus; ime porekla Futoški sveži i kiseli kupus; datum važenja statusa ovlašćenog korisnika 23.04.2025;
3. Pčelarska zadruga Homoljemed, Žagubica; vrsta proizvoda med; ime porekla Homoljski med; datum važenja statusa ovlašćenog korisnika 28.02.2026;
4. Društvo pčelara Jovan Živanović; vrsta proizvoda med; ime porekla Fruškogorski lipov med; datum važenja statusa ovlašćenog korisnika 29.01.2024;
5. Poljoprivredna zadruga Eko Petrović; vrsta proizvoda kačkavalj; ime porekla Pirotski kačkavalj od kravljeg mleka; datum važenja statusa ovlašćenog korisnika 07.09.2025;
6. Mlekarska škola Obren Pejić, Pirost; vrsta proizvoda kačkavalj; ime porekla Pirotski kačkavalj od kravljeg mleka; datum važenja statusa ovlašćenog korisnika 21.09.2026;
7. Udruženje proizvođača zlatarskog sira „Zlatarski sir“; vrsta proizvoda sir; ime porekla Zlatarski sir; datum važenja statusa ovlašćenog korisnika 25.03.2025;
8. Udruženje Vrbički prolećni beli luk; vrsta proizvoda sveži beli luk; ime porekla Vrbički beli luk; datum važenja statusa ovlašćenog korisnika 12.05.2026;
9. Udruženje Ariljska malina, Arilje (okuplja hladnjače koje proizvode malinu sa zaštićenim geografskim poreklom); vrsta proizvoda sveža i zamrznuta malina; ime porekla Ariljska malina;
10. Udruženje Oblačinska višnja, Merošna; vrsta proizvoda sveža, zamrznuta i sušena oblačinska višnja; ime porekla Oblačinka iz Oblačine;
11. Miloš Pajić PR, proizvodnja mesnih prerađevina Mala mesara Pajić, Bački Petrovac; vrsta proizvoda kobasica; ime porekla Petrovska klobasa;



12. Pčelarsko društvo Golubački grad Golubac; vrsta proizvoda med; geografska oznaka Đerdapski med; datum važenja statusa ovlašćenog korisnika 01.11.2026;
13. Opšta zemljoradnička zadruga Begečki povrtari, Begeč; vrsta proizvoda šargarepa; geografska oznaka Begečka šargarepa; datum važenja statusa ovlašćenog korisnika 20.07.2026.

Najveći broj ovlašćenih korisnika oznake jesu udruženja proizvođača i zadruge, koji su ovim oznakama zaštitili sledeće proizvode: kulen, kobasica, kupus, šargarepa, kačkavalj, sir, beli luk, malina, višnja i med (decembar 2023).

Istovremeno, prema podacima MPŠV, svega 11 poljoprivredno prehrambenih proizvoda sa oznakama geografskog porekla (osim vina i jakih alkoholnih pića) sertifikovano je u 2022. godini (MPŠV, veb sajt, Poljoprivredni i prehrambeni proizvodi sa zaštićenim geografskim poreklom).

Samo dva poljoprivredno-prehrambena proizvoda („Homoljski med“ i „Leskovački domaći ajvar“), kao i vino Bermet, imaju međunarodnu zaštitu imena porekla, posredstvom „Lisabonskog aranžmana o zaštiti oznaka porekla i njihovom međunarodnom registrovanju“ (Zavod za intelektualnu svojinu RS, veb-sajt). Ovi proizvodi nisu predmet tarifnih barijera i nema propisanih kvota za izvoz na tržište EU. Istovremeno, još uvek nijedan domaći proizvod nema registrovanu oznaku geografskog porekla na nivou EU.

***Međunarodna zaštita  
oznaka geografskog  
porekla***

Mali broj ovlašćenih korisnika oznake geografskog porekla (13) u odnosu na broj registrovanih oznaka za poljoprivredno prehrambene proizvode u Zavodu za intelektualnu svojinu Srbije (50), sve manji broj sertifikovanih proizvoda sa oznakom geografskog porekla (11 u 2022. godini), kao i izostanak domaćih proizvoda sa registrovanom oznakom geografskog porekla na nivou EU, signalizira na probleme u ovom sektoru. Neki od najznačajnijih su svakako sledeći (Simović, 2015; Paraušić & Roljević Nikolić, 2020; Paraušić, 2023b):

- ✓ Zastupljena zloupotreba oznaka geografskog porekla od strane proizvođača i trgovaca koji nisu ovlašćeni korisnici, što direktno vodi neloyalnoj konkurenciji na tržištu. Istovremeno, ovim su i

- potrošači zbunjeni, pogrešno informisani o proizvodima i samim tim nisu u situaciji da ispravno donose odluke o kupovini;
- ✓ Niski ljudski i materijalni kapaciteti nadležnih institucija i inspeksijskih službi, koji bi trebalo da osiguraju primenu postojećeg Zakona o oznakama geografskog porekla i sankcionišu nedozvoljene upotrebe ovih oznaka na tržištu;
  - ✓ Niski kapaciteti proizvođača proizvoda sa oznakama geografskog porekla i njihovih udruženja/zadruga (ovlašćeni korisnici oznake) u borbi sa zloupotrebom oznaka na domaćem tržištu;
  - ✓ Nizak stepen saradnje i organizovanosti proizvođača i drugih stejkholdera u ovom sektoru, što umanje potencijale za marketing i promociju lokalnih proizvoda sa oznakama geografskog porekla;
  - ✓ Podela nadležnosti u oblasti registracije oznaka geografskog porekla i sertifikacije proizvoda sa ovim oznakama između MPŠV i Ministarstva privrede u oblasti prava intelektualne svojine (Zavod za intelektualnu svojinu Republike Srbije) usporava harmonizaciju pravnog okvira sa zakonodavstvom EU. Naime u Srbiji još uvek nedostaje Zakon o šemama kvaliteta za poljoprivredne i prehrambene proizvode, kao i prateći pravilnici, koji bi trebalo da obezbede: funkcionalni sistem kako sertifikacije, tako i zaštite već odobrenih registracija, efikasan sistem kontrole, podsticaje za registraciju i veće korišćenje geografskih oznaka (šeme podrške za proizvođače) i slično.

Sve prethodno rezultira time da se potencijal dodavanja vrednosti poljoprivredno prehrambenim proizvodima kroz oznake geografskog porekla (na nivou poljoprivrednih proizvođača, prerađivača, lokalnih zajednica, nacionalne privrede) gotovo uopšte ne koristi. Za razliku od drugih zemalja EU (npr. Francuska), zaštita oznaka geografskog porekla u proizvodnji hrane u Srbiji je gotovo sporadična, a morala bi biti znatno masovnija (veći broj zaštićenih proizvoda, veći broj korisnika oznake), kako bi ovako sertifikovani proizvodi rezultirali i pozitivnim ishodima (efektima).

Domaći proizvođači, ovlašćeni korisnici oznaka geografskog porekla, ne ostvaruju više prodajne cene za svoje sertifikovane proizvode (niti na domaćem, niti na inostranom tržištu), a razlog zašto ipak ulaze u proces sertifikacije (i pored troškova koje ona podrazumeva) objašnjavaju entuzijazmom, ponosom na kvalitetne lokalne proizvode svog kraja, potrebom njihovog promovisanja ili, pak,

***Entuzijazam, ponos,  
pozitivna očekivanja...***

očekivanjima da će u jednom trenutku ostvariti benefite (Paraušić & Roljević Nikolić, 2020; Paraušić, 2023b).

U suštini, otklanjanje svih nabrojanih ograničenja i problema u ovom sektoru i uređenje domaćeg tržišta biće jedini način koji će osigurati veće korišćenje potencijala već registrovanih oznaka i/ili novih oznaka, kao važnog alata poljoprivrede dodate vrednosti.

### 3.4.3. OriGInal Srbija: krovna platforma za proizvođače hrane sa oznakama geografskog porekla

Jedan od rezultata projekta „Prava intelektualne svojine“, koji je konsultantska kuća SEEDDEV realizovala u proteklom periodu, bio je formiranje krovne asocijacije za saradnju i zajedničku promociju pojedinaca, zadruga i udruženja proizvođača proizvoda sa oznakom geografskog porekla „Savez OriGInal Srbija“ (Paraušić, 2023b).

Savez je osnovan 2015. godine sa vizijom da „proizvođači proizvoda sa zaštićenom oznakom geografskog porekla ostvare priznanje šire zajednice, tržišnu i vrednosnu potvrdu za svoje znanje i veštine, kao i da daju doprinos očuvanju lokalnog i kolektivnog identiteta“ (Savez OriGInal Srbija, veb-sajt).

Uz slogan „Povezujemo mesta, ljude i proizvode Srbije“ kreatori ovog sajta trude se da promovišu i povežu lokalne prirodne resurse (mesto); zajednički rad i kolektivno pravo (ljude) i specifični kvalitet i reputaciju (proizvod) (Slika 4).

#### Slika 4. Savez OriGInal Srbija



MESTO  
Lokalni prirodni resursi



LJUDI  
Zajednički rad- kolektivno pravo



PROIZVOD  
Specifični kvalitet i reputacija

Izvor: Savez OriGInal Srbija, veb-sajt.

Trenutno je 11 članica Saveza (udruženja, firme, preduzetnici, zadruge), koje predstavljaju sledeće proizvode sa oznakama geografskog porekla:

Ariljska malina, Begečka šargarepa, Pirotski kačkavalj od kravljeg mleka, Fruškogorski lipov med, Futoški kupus, Kačerski med, Leskovački domaći ajvar, Petrovska klobasa, Sremski kulen, Vrbički beli luk i Zlatarski sir (Savez OriGinal Srbija, veb-sajt).

Savez ima i Facebook i Instagram adresu, kao i online prodavnicu, koja je uspešno radila posebno tokom pandemije Covid-19 (Paraušić, 2023b). Ideja Internet prodaje jeste da se kroz zajedničku prodaju promovišu ovi proizvodi, obezbedi lakši i brži pristup potrošačima, a proizvođačima još jedan, alternativni način plasmana.

Članica Saveza jeste i OZZ „Begečki povrtari“, koja se u nastavku teksta predstavlja kao jedan od primera dobre prakse u ovoj oblasti (Slika 5).

### **Slika 5. OZZ Begečki povrtari, Begeč**

*„OZZ „Begečki povrtari“ iz Begeča, Novi Sad Zadruga je nastala 1927. godine i trenutno je prva zadruga na Balkanu po proizvodnji šargarepe. Ima 40 zadrugara, a pretežna delatnost zadruge je povrtarska proizvodnja, pre svega proizvodnja šargarepe, koja se uzgaja na oko 600 ha na nivou celoga sela Begeč. Uz podršku Gradske uprave grada Novog Sada, uspešno je 2017. godine realizovala projekat zaštite geografske oznake za Begečku šargarepu (OZZ Begečki povrtari, 2017), a trenutno su u proceduri obnove statusa ovlašćenog korisnika ove oznake kod Zavoda za intelektualnu svojimu. Begečku šargarepu od ostalih izdvajaju fizičke i hemijske karakteristike odnosno ukus, boja, miris i oblik. Tokom 2019. godine broj zadrugara, korisnika oznake koji su sertifikovali proizvodnju „begečke šargarepe“ bio je 18, i svake godine ovaj broj se povećava“.*



Izvor Paraušić & Roljević Nikolić, 2020.

### **3.5. PLASMAN PROIZVODA KROZ KRATKE LANCE SNABDEVANJA (SFSCs)**

Kratki lanci snabdevanja hranom (skr. SFSCs) predstavljaju koncept blisko povezan sa lokalnim tržištima hrane i organskim proizvodima. Kako González-Azcárate, Maceín & Bardají (2021) ističu, zajedničke

tržišne niše identifikuju se upravo između proizvoda koji se plasiraju kroz SFSC-a, i organske i lokalne hrane. SFSCs ne podrazumevaju nužno plasman poljoprivredno prehrambenih proizvoda samo na lokalnim tržištima. Akcenat je na eliminisanju ili smanjivanju broja posrednika u trgovini, kao i na bliskim i na poverenju zasnovanim vezama između poljoprivrednih proizvođača i potrošača, koji međusobno razmenjuju informacije i iskustva o proizvodima koji su predmet trgovine. Više od definisanju i osnovnim konceptima ovog kanala plasmana dato je u drugom delu monografije.

SFSCs uspostavljaju se kao alternativa konvencionalnim, dugim, globalizovanim ili komercijalnim lancima hrane (koje vode veliki maloprodajni lanci i globalne trgovačke kompanije) i dobijaju sve važniju ulogu u politici ruralnog razvoja mnogih zemalja. Razlozi za ovo su brojni, a leže u činjenici da: (a) potrošači posvećuju sve veću pažnju ekološkim, zdravstvenim, društvenim i etičkim pitanjima hrane, kao i u (b) težnji poljoprivrednih proizvođača da poboljšaju svoju pregovaračku moć na tržištu i ostvare veći udeo u prodajnoj ceni proizvoda. O ovome je takođe bilo više reči u prvom delu monografije.

### 3.5.1. SFSCs u poljoprivredi Srbije

Pojam „kratki lanci snabdevanja hranom“ nije familijaran domaćoj akademskoj, stručnoj i široj javnosti. Ipak, u praksi, ovi kanali plasmana (direktna prodaja poljoprivrednih proizvoda na relaciji proizvođač – potrošač) vekovno su prisutni i značajno zastupljeni u poljoprivredi Srbije, uz nespornan njihov pozitivan doprinos održivom razvoju lokalnih zajednica i ekonomskom osnaživanju poljoprivrednika (FAO 2020; Djordjevic Milosevic et al. 2021; Paraušić, 2022; Paraušić & Kovačević, 2023; Paraušić et al., 2023). Kako se u FAO izveštaju ističe „*mali vlasnici i porodična gazdinstva su uglavnom aktivni u kratkim lancima vrednosti sa lokalnim standardima, a postoji samo nekoliko primera njihove integracije na međunarodnim tržišnim nišama*“ (FAO, 2020, p. XVI).

*U Srbiji, kao i u većini mediteranskih i zemalja Jugoistočne Evrope, SFSCs najčešće uključuju sledeće tradicionalne tipove plasmana: prodaja direktno na farmi; isporuka potrošačima na kućnom pragu, plasman na zelenim pijacama, plasman kroz lokalne maloprodajne objekte, prodaja pored puta, prodaja na festivalima i sajmovima hrane i slično (Galli & Brunori, 2013; Kneafsey et al, 2013; Augère-Granier, 2016b; Malak-Rawlikowska et al.,*

2019; FAO, 2020; Djordjević Milošević et al, 2021; Paraušić & Kovačević, 2023).

Zelene pijace predstavljaju jedan od tipova plasmana u okviru SFSCs. One su mesto gde potrošači mogu uspostaviti direktan kontakt za poljoprivrednim proizvođačima, dobiti informacije o njihovim proizvodima, izgraditi odnose zasnovane na poverenju, pogotovo kada su već

dugo verni kupci njihovih proizvoda (Slika 6). Naravno, kako su zakupci tezgi i trgovci poljoprivrednim proizvodima, potrošači bi trebalo ovoga da budu svesni i da ove dve grupe prodavaca razlikuju, što se najbolje postiže direktnom komunikacijom sa prodavcima.

Iako kolektivna prodaja poljoprivredno prehrambenih proizvoda preko zadruga i/ili udruženja proizvođača nije razvijena, izvesni pomaci na ovom polju postoje. Naime, na inicijativu Saveza pčelarskih organizacija Srbije, kao krovnog udruženja pčelara Srbije, u opštini Rača izgrađen je zajednički pogon za prikupljanje i plasman meda „Naš med“, d.o.o. Ovaj otkupno distributivni centar započeo je sa maloprodajom meda u svom prvom maloprodajnom objektu u Beogradu na vodi, odnosno TC Galerija (Slika 7).

Proizvodi kojima se najviše trguje unutar SFSCs u Srbiji, kao i u drugim zemljama su: sveže voće i povrće, med, sir, jaja, mesne prerađevine i

**Slika 6. Prodaja na pijaci**



Izvor: Arhiva autora.

**Slika 7. Kolektivni kanali plasmana meda bez posrednika**



Izvor: Savez pčelarskih organizacija Srbije veb-sajt.

slično (Kneafsey et al., 2013; Galli & Brunori, eds. 2013; Augère-Granier, 2016b; Malak-Rawlikowska et al., 2019; Rucabado-Palomar & Cuéllar-Padilla, 2020; Djordjevic Milosevic et al, 2021).

U ekonomski razvijenim zemalja SFSCs i lokalna tržišta predstavljaju deo koncepta poljoprivrede dodate vrednosti, koji farmerima osigurava jaču pregovaračku poziciju na tržištu, veći udeo u prodajnoj ceni proizvoda i time i veći prihod na farmi. S druge strane, u Srbiji i zemljama Zapadnog Balkana ovi kanali plasmana predstavljaju posledicu brojnih razvojnih ograničenja i nerazvijenog tržišta poljoprivrednih proizvoda, sa kojima se poljoprivrednici vekovno suočavaju. Istovremeno, oni su i rezultat negovanja tradicionalnih preferencija potrošača i proizvođača prema trgovini na lokalnim tržištima i zelenim pijacama. U nastavku se daju faktori koji dominantno opredeljuju zastupljenost SFSCs u poljoprivredi Srbije (Zivkov, 2013; Paraušić & Cvijanović, 2014; Vlada Republike Srbije, 2014; Paraušić, 2018; FAO, 2020; Djordjevic Milosevic et al. 2021; Paraušić, 2022; Paraušić & Kovačević, 2023; Paraušić, et al., 2023):

*SFSCs u razvijenim zemljama:  
način dodavanja vrednosti  
proizvodima  
SFSCs u Srbiji: rezultat  
neorganizovanog i neuređenog  
tržišta poljoprivrednih  
proizvoda*

- Dominacija poljoprivrednika male finansijske snage i niskih proizvodnih kapaciteta, sa malim tržišnim viškovima, niskom produktivnošću, uz izostanak primene standarda bezbednosti i kvaliteta hrane;
- Nizak stepen tržišne integracije ovih poljoprivrednika u komercijalne ili globalne lance snabdevanja;
- Razjedinjenost poljoprivrednika. Udruživanje poljoprivrednika, vertikalno i horizontalno ugovorno i interesno povezivanje, klstersko udruživanje, zadružno organizovanje, svest o kolektivnoj prodaji – sve su to nedostajuće karike u lancu vrednosti i lancu snabdevanja hranom;
- Tradicionalne preferencije potrošača ka kupovini domaće hrane, kupovini hrane lokalnog porekla na zelenim pijacama, izgrađeno poverenje na relaciji potrošači - mali proizvođači hrane; sve veća zainteresovanosti potrošača za zdravim proizvodima, dobijenim u održivim sistemima proizvodnje;
- Dugogodišnja tradicija, odnosno praksa malih poljoprivrednika da prodaju svoje proizvode na pijaci.

U praksi, ove kanale plasmana karakteriše upliv sive ekonomije (polu-neformalni kanali prodaje), nedostatak institucionalnih okvira, koji bi usmerili razvoj direktne trgovine ka legalnim tokovima, uz poštovanje standarda kvaliteta i bezbednosti hrane, nedovoljna efikasnost inspeksijskih službi u uređenju domaćeg tržišta, kao i odsustvo javnih politika prilagođenih potrebama malih poljoprivrednika (FAO, 2020; Djordjevic Milosevic et al. 2021; Paraušić, 2022; Paraušić & Kovačević, 2023; Paraušić et al., 2023).

### *SFSCs u praksi*

Trebalo bi imati u vidu da učešće poljoprivrednika u SFSCs zahteva brojne i raznovrsne sposobnosti, znanja i kompetencije poljoprivrednika: u segmentu

*Da li domaći proizvođači hrane imaju kompetencije za učešće u SFSCs ?*

proizvodnje, marketinga, finansija, upravljanja, distribucije proizvoda, kontakata sa kupcima i slično (Charatsari, Kitsios & Lioutas, 2020; Rucabado-Palomar & Cuéllar-Padilla, 2020; Bayir et al., 2022). Istraživanje grupe autora Djordjevic Milosevic et al. (2021) u zemljama Zapadnog Balkana i Turskoj o zastupljenosti SFSCs<sup>19</sup>, pokazalo je da intervjuisani farmeri smatraju da im nije teško da plasiraju svoje proizvode u ovim kanalima plasmana. Ipak, kao najčešća zajednička ograničenja učešća i pristupa SFSCs farmeri su naveli: nedostatak finansiranja, nedostupna ili nedovoljna podrška sa nacionalnog nivoa, niske cene proizvoda, visoke fluktuacije cena, nedostatak radne snage na tržištu i visoka cena angažovanja radnika, kao i nedostatak marketinških veština (Djordjevic Milosevic et al., 2021, str. 34-35).

Istovremeno, na primeru Srbije i drugih zemalja Zapadnog Balkana, koristeći sektor pčelarstva<sup>20</sup>, grupa

*Kompetencije pčelara za učešće u SFSCs ...*

autora Paraušić et al. (2023) ispitivala je postojanje dve grupe kompetencija pčelara za uspešno učešće u SFSCs: (1) komunikaciona i marketinška znanja i veštine; (2) vreme koje je pčelarima na raspolaganju

---

<sup>19</sup> Analiza autora zasnovana je na anketi 397 malih farmera uključenih u SFSCs. Podaci istraživanja prikupljeni su polu-strukturiranim intervjuima tokom 2020. godine i pokrivaju sve zemlje/teritorije Zapadnog Balkana i Tursku (Djordjevic Milosevic et al., 2021).

<sup>20</sup> Med je jedan od najzastupljenijih proizvoda koji se plasira kroz SFSCs u svim zemljama.



za negovanje komunikacije sa kupcima, direktnu prodaju meda i unapređenje znanja i veština za učešće u ovim kanalima plasmana. Rezultati su pokazali da ove kompetencije ne predstavljaju prepreku prodaji meda kroz SFSCs (Paraušić et al., 2023). Prvu vrstu kompetencija percipiraće kao jaku ili veoma jaku, pre svega mladi pčelari, oni kojima udaljenost do urbanih potrošačkih centara nije barijera prodaji, pčelari većih proizvodnih kapaciteta, a sa smanjivanjem radne snage na gazdinstvu povećava se verovatnoća da će pčelari ovu kompetenciju percipirati kao slabu ili veoma slabu (Paraušić et al., 2023). Što se tiče druge kompetencije, veća je verovatnoća da će ona biti ocenjena kao jaka ili veoma jaka kod starijih pčelara, onih sa malim ili srednjim proizvodnim kapacitetima, koji imaju dovoljno radne snage na gazdinstvu i kojima udaljenost do potrošača ne predstavlja ili predstavlja malu prepreku prodaji meda (Paraušić et al., 2023). Kao najjači prediktor vezano za drugu vrstu analizirane kompetencije pokazao se faktor raspoloživosti porodične radne snage.

Dodatno, pčelari u Srbiji, kao i u drugim zemljama Zapadnog Balkana, suočavaju se sa brojnim tržišnim (neuređeno tržište, oscilatorne cene i slično) i ekološkim pretnjama (Bekić Šarić et al., 2023), koje u velikoj meri usmeravaju njihovo angažovanje ka rešavanju istih, te time smanjuju njihove kapacitete i resurse za negovanje kontakata sa kupcima.

Srbija nema zvaničnu definiciju SFSC, niti se merama ruralnog razvoja promovise podrška za poljoprivrednike koji učestvuju na lokalnim tržištima ili

### ***SFSCs u narednom periodu***

SFSCs. Afirmaciju SFSCs u Srbiji trebalo bi posmatrati u svetlu sve većih zahteva potrošača za kupovinom hrane direktno od proizvođača (kupovina hrane poznatog porekla, od poznatih proizvođača), kao i evidentnih dokaza da su, pored izvesnih ograničenja, ovi kanali plasmana korisni i obećavajući za poljoprivrednike niskih finansijskih i proizvodnih kapaciteta (Vlada Republike Srbije, 2014; FAO, 2020; Djordjevic Milosevic et al., 2021; Paraušić, 2022; Paraušić et al., 2023).

U narednom periodu trebalo bi očekivati pružanje veće i ciljane podrške poljoprivrednicima za učešće u šemama kvaliteta, organizacijama proizvođača, kao i na lokalnim tržištima i SFSCs (kroz nacionalne mere podrške i/ili dostupan instrument pretpristupne pomoći EU za ruralni razvoj), kako u kontekstu približavanja politike ruralnog razvoja CAP, tako i cilju ekonomskog osnaživanja velikog broja malih proizvođača

hrane (Djordjevic Milosevic et al., 2021). Predlogom Nacionalnog programa ruralnog razvoja za period 2022-2024. godina (MPŠV, 2022a), predviđena je, između ostalog, i podrška poljoprivrednicima za promociju, udruživanje i uključivanje u SFSCs (mera 1.2. „Uspostavljanje i jačanje udruženja u oblasti poljoprivrede“), koja bi trebalo da doprinese ostvarivanju cilja 1 ruralnog razvoja, koji glasi: „Unapređenje konkurentnosti poljoprivredno-prehrambenog sektora, kroz dostizanje nivoa EU standarda kvaliteta, unapređenje tržišnog lanca i smanjenje rizika“ (MPŠV, 2022a).

### **3.5.2. SFSCs: institucionalna uređenost**

Izvesni pomaci u institucionalnom regulisanju SFSCs postignuti su donošenjem Zakona o uređenju tržišta poljoprivrednih proizvoda, koji je preduslov osnivanja i priznavanja proizvođačkih organizacija, kao i donošenjem pravilnika koji regulišu proizvodnju i promet hrane na sektoru malih proizvođača hrane. Naime, donošenjem sledeća dva pravilnika MPŠV Republike Srbije olakšalo je uslove za stavljanje u promet malih količina hrane i izgradnju, uređenje i opremanje objekata u kojima se proizvodi hrana:

- *“Pravilnik o malim količinama primarnih proizvoda koje služe za snabdevanje potrošača, području za obavljanje tih delatnosti kao i odstupanja koja se odnose na male subjekte u poslovanju hranom životinjskog porekla“* (Sl. Glasnik RS broj 111/2017). Pravilnik reguliše pitanja proizvodnje i plasmana sirovog mleka, proizvoda na bazi prerade sirovog mleka, ribe, jaja, klanja i prerade mesa i sličnih proizvoda;
- *„Pravilnik o proizvodnji i prometu malih količina hrane biljnog porekla, području za obavljanje tih delatnosti, kao i isključenju, prilagođavanju ili odstupanju od zahteva higijene hrane“* (Sl. Glasnik RS broj 13/2020). Pravilnik reguliše pitanja proizvodnje i plasmana proizvoda, kao što su: brašno, hleb, peciva, testenine, voćni skokovi, sušeno voće, termički obrađeno povrće i slični proizvodi.

Ovim pravilnicima definisani su, između ostalog, pojmovi, kao što su: lokalno tržište, lokalna prodaja, male količine primarnih proizvoda, male količine hrane, mali subjekat u poslovanju hranom, objekat malog kapaciteta i slično. Takođe, njima se bliže propisuju, između ostalog, uslovi za stavljanje u promet malih količina hrane i izgradnju, uređenje i opremanje objekata u kojima se proizvodi hrana, a pre svega sa aspekta

isključenja, prilagođavanja ili odstupanja od zahteva o higijeni hrane za proizvođače malih količina hrane. Ovo podrazumeva olakšice za proizvođače koje se, između ostalog, odnose na plan samokontrole proizvođača i učestalost i broj uzoraka za ispitivanja procesa proizvodnje i bezbednosti proizvoda, uslove za deklarisanje proizvoda, obim i sadržaj dokumentacije i evidencije vezane za poreklo sirovina, proizvodnju i promet i slično.

Na ovakav način stvoreni su uslovi da proizvođači hrane, uz obavezu upisa u Centralni registar objekata za proizvodnju i promet hrane, koji vodi MPŠV Republike Srbije, svoje proizvode legalno mogu da prodaju: direktnom isporukom potrošaču na gazdinstvu, na zelenoj pijaci, u maloprodajnim objektima, dostavom na kućnu adresu („od vrata do vrata“), na manifestacijama i kroz tzv. domaću trpezu (plasman u seoskom turističkom domaćinstvu).

Pored ovoga, prodaju na pijaci reguliše Zakon o komunalnim delatnostima, u delu upravljanja pijacama, Zakon o trgovini, odgovarajući pravilnici, kao i podzakonski akti doneti na nivou jedinica lokalnih samouprava.

### 3.5.3. Promocija koncepta SFSCs

Afirmaciji SFSCs doprinosi sve uspešnije i intenzivnije korišćenje marketinga na društvenim mrežama (eng. social media marketing) i različitih on line platformi (Facebook, Instagram, website, viber zajednice) za promociju i plasman proizvoda malih proizvođača hrane, gde potrošači mogu ostvariti direktni kontakt sa proizvođačima. Jedna od ovih inicijativa, sa velikim brojem članova (kako proizvođača

hrane, tako i potrošača), jeste platforma „Mali proizvođači hrane u Srbiji“. Prvobitno je nastala kao grupa na Fejsbuku, da bi kasnije bio formiran sajt (Slika 8), kao i Instagram nalog. Fejsbuk grupa ima preko

Slika 8. Platforma „Mali proizvođači hrane u Srbiji“

Pronađite svog proverenog  
čoveka sa sela.

Mi smo prva platforma koja okuplja sve male proizvođače hrane iz Srbije na jednom mestu.



Izvor: Mali proizvođači hrane u Srbiji, platforma, veb-sajt.

145 hiljada članova, kao i 1600 proizvođača hrane iz svih delova Srbije, kojima je ova platforma „pomogla da pokrenu svoj mali biznis i pronađu svoje tržište u većim gradovima“ (Mali proizvođači hrane u Srbiji, Fejsbuk stranica).

Jedan od primera kako lokalni proizvodi i SFCSs mogu postati prepoznatljiviji (čak i na međunarodnom tržištu), kroz uspešnu integraciju sa turističkom ponudom, jeste proizvod „Komplet lepinja“ (Slika 9). Ovo jelo (koje se vezuje za Zlatiborski okrug), sajt „TasteAtlas-Local food

Slika 9. Primer promocije lokalne hrane u međunarodnim okvirima

*Top 100*  
**BREAKFASTS**  
*in the World*

---

LAST UPDATE: WED NOV 29 2023

Izvor: TasteAtlas-Local food around the world, veb-sajt.

around the world“ krajem novembra 2023. proglasio je za najbolji doručak na svetu u istraživanju pod nazivom „100 najboljih doručaka u svetu“<sup>21</sup>. Jelo je opisano kao (TasteAtlas-Local food around the world, veb-sajt):

*„Komplet se tradicionalno vezuje za Užice i Zlatibor. Veruje se da je nastala negde pre Drugog svetskog rata, a ime je zvanično registrovao Dragan Lazić, sadašnji vlasnik pekare „Kod Šuljage“ u Užicu“.*

Dodatno, promociji koncepta SFCSs u Srbiji doprinosi implementacija različitih projekata finansiranih iz EU fondova, u kojima učešće imaju i partneri iz Srbije, kao što su:

- ✓ „Smartchain project“ (eng. „Smart solutions in short food supply chains“), pokrenut sa ciljem izgradnje međunarodne zajednice SFCSs, kroz povezivanje naučnika sa akterima i različitim stejkholderima u ovom sektoru i razmenjivanje interesa, iskustava i uzajamnu saradnju partnera (Smartchain project, veb-sajt). Trajanje projektnih aktivnosti je u periodu 2018-2021, uz uključivanje 43 partnera iz 11 evropskih zemalja;
- ✓ „Strength2Food“. Aktivnosti na realizaciji ovog projekta realizuje 30 partnera, od toga pet iz Srbije. Jedna od oblasti koju pokriva

---

<sup>21</sup> TasteAtlas je svetski atlas hrane, projekat posvećen katalogizaciji i promociji lokalnih sastojaka, tradicionalnih recepata i autentičnih restorana.

ovaj projekat jesu SFSCs, gde je cilj da se omogući manjim poljoprivrednim proizvođačima da direktno prodaju svoje proizvode školama, ali i drugim javnim institucijama na lokalnu (*Strength2Food, veb-sajt*).

### 3.5.4. SFSCs na primeru opštine Kladovo

U ovoj tački, na primeru poljoprivrednih proizvođača opštine Kladovo prikazano je funkcionisanje SFSCs u Srbiji i uslova koje proizvođači moraju ispuniti za učešće u njima.

Kladovo ima status opštine i nalazi se u Borskoj oblasti i regionu Južne i Istočne Srbije. Pripada grupi nedovoljno razvijenih opština, sa stepenom razvijenosti u rasponu od 60-80% republičkog proseka. Poljoprivreda predstavlja značajan razvojni resurs ove Opštine, ali uz prisutna brojna ograničenja. Tržišni lanac poljoprivrednih proizvoda takođe ima brojna razvojna ograničenja, pre svega u vidu sledećih karakteristika (Opština Kladovo, 2021):

- Mali tržišni viškovi primarnih poljoprivrednih i prerađenih poljoprivrednih proizvoda (mali je broj tržišno orijentisanih robnih proizvođača);
- Usitnjenost i razjedinjenost ponude (nerazvijene zemljoradničke zadruge, udruženja poljoprivrednika i slično);
- Neorganizovani tokovi otkupa za sve proizvode (izuzev ratarskih kultura), koji su jednim delom u zoni „sive ekonomije“;
- Kratak lanac vrednosti poljoprivrednih proizvoda; prodaja primarnih poljoprivrednih proizvoda, bez dodavanja vrednosti kroz preradu, pakovanje, oznake geografskog porekla i slično.

Primećuje se da jedan broj poljoprivrednih proizvođača sa malim tržišnim viškovima proizvoda koristi SFSCs i učešće na lokalnom tržištu kao način za promociju i bolji plasman svojih proizvoda. Učešće poljoprivrednika opštine Kladovo u ovim lancima snabdevanja podrazumeva plasman proizvoda nekim od sledećih kanala (Paraušić, 2021):

- Zelene pijace u opštini Kladovo;
- Lokalni sajmovi i manifestacije;
- Prodaja na kućnom pragu;
- Plasman preko lokalnog maloprodajnog trgovinskog lanca.

Više o ovim kanalima plasmana, proizvodima koji se ovako promovišu i

plasiraju, kao i uslovima koje je potrebno da poljoprivrednici ispune, daje se u nastavku teksta.

***Plasman poljoprivrednih proizvoda na lokalnim pijacama.*** Dvema pijacama u Opštini upravlja Javno preduzeće „Komunalac“. Jedna pijaca nalazi se u naselju Kladovo, a druga u naselju Brza Palanka. Oko desetak poljoprivrednih proizvođača sa teritorije opštine Kladovo (najviše iz mesta Mala Vrbica, Velika Vrbica i Rtkovo) na ovim pijacama sezonski plasiraju svoje proizvode, uglavnom rasad, voće i povrće. Ovi poljoprivrednici su u obavezi da imaju aktivno poljoprivredno gazdinstvo, upisano u Registar poljoprivrednih gazdinstava, koji vodi Uprava za agrarna plaćanja.

***Promocija i plasman poljoprivrednih proizvoda na lokalnim sajmovima i manifestacijama.*** Opština Kladovo organizuje veliki broj sajмова i manifestacija, kao što su: „Etno festival Istočne Srbije“ (jul-avgust); Kladovsko leto (održava se svakog vikenda od aprila do septembra i u okviru ovog programa, svake godine održi se oko 15 različitih manifestacija); „Izložba meda i pčelarskih proizvoda“ (septembar), „Sveti Trifun“ (14.februar); „Zlatna bučka“ (tradicionalni lov na soma, manifestacija se održava svakog avgusta); „Opština otvorenog srca“ (period novogodišnjih praznika). Na većini ovih manifestacija poljoprivrednici izlažu i prodaju med i druge pčelarske proizvode, zatim domaće kolače, džemove, sokove i slatka. Uslov da se ovi proizvodi izlažu i prodaju jeste da izlagači imaju registrovano poljoprivredno gazdinstvo, kao i da ispunjavaju druge uslove propisane zakonima i odgovarajućim pravilnicima za proizvodnju i plasman hrane.

***Direktna prodaja proizvoda na kućnom pragu.*** U najvećoj meri na ovakav način plasira se med i sir. Ovi proizvodi se prodaju poznatim kupcima, sa kojima proizvođači imaju dugogodišnju saradnju, a radi se o manjim količinama proizvoda.

***Plasman proizvoda putem maloprodaje na lokalnom tržištu.*** Najznačajniji maloprodajni trgovinski lanac u Kladovu je „Tekijanka“, d.o.o. Tekija. S obzirom da mali procenat proizvodnje poljoprivrednih, kao i prerađenih proizvoda, predstavlja robnu proizvodnju namenjenu tržištu, mogućnosti za plasman proizvoda preko ovog trgovinskog lanca nisu dovoljno iskorišćene. Naime, ovaj trgovinski lanac saraduje sa svega nekoliko poljoprivrednih proizvođača (aktivnih registrovanih poljoprivrednih gazdinstava) sa teritorije opštine Kladovo, koji

isporučuju povrće i voće, kao i sa vinarijom „Gamanović“ iz Kladova. Za plasman proizvoda preko ovog trgovinskog lanca proizvođači moraju ispuniti niz zahteva, a pre svega, moraju imati: (1) aktivno registrovano poljoprivredno gazdinstvo; (2) proizvodnju u legalnim tokovima i ispunjavati sve uslove proizvodnje, poslovanja i trgovine koje pred njih postavljaju domaći zakoni i pravilnici; (3) dovoljne količine proizvoda za plasman; (4) sigurnost u isporuci i (5) održavati konstantno visok kvalitet proizvoda i slično (Paraušić, 2021). Zakon o trgovini postavlja i dodatne uslove za poljoprivredne proizvođače za plasman preko maloprodajnih trgovinskih kuća, u vidu obavezne deklaracije, odnosno označavanja proizvoda („bar kod“ ili OR kod)<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> Za razliku od bar koda, koji se plaća (kao vid članstva u organizaciji GSI), OR kod je besplatan i dobija se posredstvom internet sajta „QR free generator“. Iako obavezu mašinski čitljivih oznaka proizvoda na deklaraciji imaju proizvođači, odnosno uvoznici (za uvoznu robu), posledice, ukoliko se u maloprodaji zatekne proizvod bez ove oznake, snosi prodavac.

## ZAKLJUČAK

U prvom delu monografije razmatrana su brojna pitanja prednosti, koristi, ali i ograničenja, izazova i troškova dodavanja vrednosti poljoprivredno prehranbenim proizvodima, sa aspekta proizvođača hrane, potrošača, lokalne zajednice i nacionalne ekonomije. Intenzivna debata u literaturi postoji po pitanjima da li i kojoj meri su procesi dodavanja vrednosti isplativi ili/i dostupni poljoprivrednicima (pogotovo u manje razvijenim zemljama), koliko zaista pospešuju prodaju (i izvoz) i omogućavaju proizvođačima više cene na tržištu i viši udeo u ovoj ceni. Tzv. stavovi „na sredini“ ukazuju da pozitivne ili negativne efekte poljoprivredno prehranbenih proizvoda dodate vrednosti na održivi razvoj farmi, lokalnih zajednica i nacionalnih privreda nije moguće lako ustanoviti i izmeriti, kao i da oni zavise od brojnih faktora, kao što su: vrsta proizvoda, tržišni i proizvodni uslovi, vrste sertifikacionih šema, nivo razvijenosti zemlje izvoznika, preovlađujuća izvozna tržišta, različiti mikro i makro ekonomski faktori, odnosno faktori poslovnog okruženja, koji se razlikuju od zemlje do zemlje. Zbog svega toga, ova pitanja bi trebalo posmatrati od slučaja do slučaja, odnosno od proizvođača do proizvođača, od proizvoda do proizvoda...

U drugom delu monografije analiziran je napredak Srbije u poljoprivredi dodate vrednosti, kao i izazovi sa kojima se suočavaju, kako proizvođači hrane, tako i potrošači, nadležne institucije i brojni stejkholderi. Dodavanje vrednosti poljoprivredno prehranbenim proizvodima analizirano je kroz:

- Različite šeme sertifikacije poljoprivredno prehranbenih proizvoda (implementacija dobre poljoprivredne prakse prema GLOBALG.A.P. standardu; sertifikacija proizvoda dobijenih metodama organske proizvodnje; sertifikacija proizvoda sa oznakom geografskog porekla);
- Plasman u kratkim lancima snabdevanja, odnosno primenu direktnog marketinga.

Može se zaključiti da Srbija pokazuje izvestan napredak u procesima dodavanja vrednosti poljoprivredno prehranbenim proizvodima. Ipak, ovi procesi još uvek su na samim počecima, uključuju mali broj poljoprivrednika, mali broj proizvoda, te su i rezultati u ovoj oblasti prilično skromni. Imajući u vidu zahteve potrošača, usmerene u sve većem intenzitetu za lokalnom hranom, hranom koja je sveža,



bezbedna, kvalitetna, poznatog porekla, kao i sve veći naglasak potrošača na ekološke i socijalne aspekte održive poljoprivrede, procesi dodavanja vrednosti imaju svakako pozitivne tržišne impulse sa aspekta tražnje. S druge strane, usitnjeni poljoprivredni fondovi, niski proizvodni, finansijski, inovativni i drugi kapaciteti i resursi poljoprivrednika, uz nestabilnu i nisku podršku iz nacionalnog budžeta, ne daju toliko pozitivne „signale“ za ulaganja poljoprivrednika u dodavanje vrednosti svojim proizvodima. U svakom slučaju, tek masovnija proizvodnja poljoprivredno prehrambenih proizvoda sa dodatom vrednošću u narednom periodu, kao i veći plasman proizvoda visokog kvaliteta kroz direktan marketing i različite digitalne i inovativne forme ovih kanala – može pokazati svoje pozitivne efekte na sve dimenzije održivosti, kako na nivou poljoprivrednih gazdinstava, lokalnih zajednica, tako i na nacionalne privrede.

Ključni rezultati napretka Srbije u procesima dodavanja vrednosti u poljoprivredi, prema različitim načinima dodavanja vrednosti, daju se u nastavku.

### ***I Implementacija i sertifikacija poljoprivredne proizvodnje u skladu sa GLOBALG.A.P. standardom***

Kao rezultat boljeg pozicioniranja i izvoznih težnji domaćih proizvođača i izvoznika svežeg voća i povrća vezanih za plasman na tržište EU, kao i zahteva kupaca (trgovaca i prerađivača) u Uniji, koji se odnose na potrebu posedovanja IFA GLOBALG.A.P. sertifikata, Srbija ostvaruje kontinuiran napredak u sertifikaciji proizvodnje prema ovom standardu (posmatrano preko indikatora broj sertifikovanih proizvođača i sertifikovana poljoprivredna površina u ha). Ipak, procentualna zastupljenost GLOBALG.A.P sertifikovanih farmera i sertifikovanih površina u ukupnom broju poljoprivrednika i korišćenom poljoprivrednom zemljištu još uvek je izuzetno niska.

Evidentirani su brojni sistemski problemi u procesu implementacije standarda, čije rešavanje je u ingerenciji Vlade Republike Srbije. Takođe, ograničenja postoje i u vidu visokih troškova implementacije i sertifikacije, kao i obimnosti zahteva (kontrolnih tačaka) i administracije. Značajno ograničenje predstavlja i činjenica da poljoprivredni proizvođači često na tržištu ne ostvaruju više (ili ne značajno više) prodajne cene za sertifikovane proizvode, u odnosu na proizvođače koji plasiraju nesertifikovano voće i povrće.

Sve prethodno implicira da standard mogu implementirati samo ekonomsko snažniji proizvođači (krupna poljoprivredna gazdinstva ili

pravna lica), koji imaju već ugovoren plasman svojih proizvoda na inostrano tržište ili, pak, farmeri malih proizvodnih i finansijskih kapaciteta u okviru grupne sertifikacije (odnosno uz podršku izvoznika).

Generalno, povećavanje broja poljoprivrednih proizvođača u okviru ove sertifikacione šeme u narednom periodu u mnogome će zavisiti od povećanja proizvodnih kapaciteta i ekonomskog i finansijskog osnaživanja poljoprivrednih proizvođača (porodičnih poljoprivrednih gazdinstava, poljoprivrednih preduzeća, zadruga) i izvoznih kompanija, njihovih izvoznih aranžmana, kao i zahteva koje pred njih postavljaju kupci na inostranom i domaćem tržištu. Pored toga, evidentna je potreba rešavanja sistemskih problema u ovoj oblasti, što je u ingerenciji Vlade Republike Srbije, a što uključuje institucionalna prilagođavanja (izmena odgovarajućih zakona, primena zakona) i kreiranje podsticajnog poslovnog ambijenta za podršku poljoprivrednim proizvođačima u procesima implementacije standarda dobre poljoprivredne prakse.

## ***II Sertifikacija organskih poljoprivredno prehrambenih proizvoda***

Srbija pokazuje napredak u sertifikovanju organske biljne proizvodnje, koja je dominantno zastupljena u sektoru voća, uljarica i žitarica. Ove površine u 2022. godini iznose 25.035 ha, za skoro četiri puta veće su u odnosu na 2012. godinu, uz rast po prosečnoj godišnjoj stopi od 14,7% (2012-2022). Najveći procenat sertifikovanih organskih proizvoda, pre svega maline, borovnice i trešnje, plasira se na izvozna tržišta, dominantno na tržište EU.

S druge strane, procentualno učešće sertifikovanih površina u sistemu organske proizvodnje u KPZ je izuzetno nisko (0,7% u 2022. godini), mali je broj stoke u sistemu organskog uzgoja, dok domaće tržište organskih proizvoda još uvek nije dovoljno razvijeno. Ovo tržište karakteriše niska kupovna moć potrošača, niska svest i znanje o koristima ovih proizvoda (pogotovo u ruralnim sredinama), dok s druge strane obim domaće proizvodnje sertifikovanih organskih proizvoda nije dovoljan za podmirenje potreba domaćih potrošača visoke kupovne moći. Značajan uticaj na domaću potrošnju organskih proizvoda omogućila je njihova dostupnost u velikim maloprodajnim lancima, i potrošnja ovih proizvoda najzastupljenija je upravo u velikim gradovima, kako zbog veće kupovne moći stanovništva, tako i zbog dostupnosti informacija i znanja (svesti) u pogledu zdravstvenih prednosti ovih proizvoda.

Generalno, Srbija ima povoljne prirodne i druge uslove i resurse za organsku proizvodnju (i njenu sertifikaciju), koja doprinosi na različite načine održivom razvoju ruralnih zajednica, poboljšanju održivih prihoda

farmera i očuvanju životne sredine. Ipak, ona još uvek ne ostvaruje svoj pun razvojni potencijal, između ostalog, i zbog brojnih ograničenja. Neka od najvećih su u segmentu: otežanog pristupa potrebnim inputima na domaćem tržištu, strogi i visoki zahtevi koji se postavljaju pred proizvođače, visoke cene kontrole i sertifikacije, niska isplativost proizvodnje uz finansijska ograničenja poljoprivrednika, neefikasna organizacija svih učesnika u lancu vrednosti proizvoda i slično. Samo prevazilaženjem ovih ograničenja sertifikovana organska poljoprivreda, kao vid dodavanja vrednosti poljoprivrednim proizvodima, može ostvariti svoj pun potencijal i sveobuhvatan doprinos održivom razvoju u svim njegovim dimenzijama i na svim nivoima (poljoprivrednih proizvođača, lokalnih zajednica, nacionalnih ekonomija).

### ***III Sertifikacija poljoprivredno prehrambenih proizvoda sa oznakama geografskog porekla***

Srbija ima 13 ovlašćenih korisnika oznake geografskog porekla za poljoprivredno prehrambene proizvode (domaća lica, stanje decembar 2023. godine). Najveći broj ovlašćenih korisnika jesu udruženja proizvođača i zadruge, koji su ovim oznakama zaštitili sledeće proizvode: kulen, kobasica, kupus, šargarepa, kačkavalj, sir, beli luk, malina, višnja i med. Istovremeno, svega 11 poljoprivredno prehrambenih proizvoda sa oznakama geografskog porekla (osim vina i jakih alkoholnih pića) sertifikovano je u 2022. godini.

Mali broj ovlašćenih korisnika (13), u odnosu na broj registrovanih oznaka geografskog porekla za poljoprivredno prehrambene proizvode (50), zatim sve manji broj sertifikovanih proizvoda sa oznakom geografskog porekla, kao i izostanak domaćih proizvoda sa registrovanom oznakom geografskog porekla na nivou EU, signalizira na probleme u ovom sektoru. Neki od najznačajnijih su svakako sledeći:

- ✓ Zastupljena zloupotreba oznaka geografskog porekla od strane proizvođača i trgovaca koji nisu ovlašćeni korisnici, što direktno vodi nelojalnoj konkurenciji na tržištu. Istovremeno, ovom zloupotrebom su i potrošači zbunjeni, pogrešno informisani o proizvodima i samim tim nisu u situaciji da ispravno donose odluke o kupovini;
- ✓ Niski ljudski i materijalni kapaciteti nadležnih institucija i inspeksijskih službi, koji bi trebalo da osiguraju primenu postojećeg Zakona o oznakama geografskog porekla i sankcionišu nedozvoljene upotrebe ovih oznaka na tržištu;

- ✓ Niski kapaciteti proizvođača proizvoda sa oznakama geografskog porekla i njihovih udruženja/zadruga (ovlašćeni korisnici oznake) u borbi sa zloupotrebom oznaka na domaćem tržištu;
- ✓ Nizak stepen saradnje i organizovanosti proizvođača i drugih stejkholdera u ovom sektoru, što umanjuje potencijale za marketing i promociju lokalnih proizvoda sa oznakama geografskog porekla;
- ✓ Podela nadležnosti u pogledu politike kvaliteta poljoprivredno prehrambenih proizvoda između MPŠV Republike Srbije i Ministarstva privrede u oblasti prava intelektualne svojine (Zavod za intelektualnu svojinu Republike Srbije) usporava harmonizaciju pravnog okvira sa zakonodavstvom EU. Naime u Srbiji još uvek nedostaje Zakon o šemama kvaliteta za poljoprivredne i prehrambene proizvode, kao i prateći pravilnici, koji bi trebalo da obezbede: funkcionalni sistem kako sertifikacije, tako i zaštite već odobrenih registracija, efikasan sistem kontrole, podsticaje za registraciju i veće korišćenje geografskih oznaka (šeme podrške za proizvođače) i slično.

Sve prethodno rezultira time da se potencijal dodavanja vrednosti poljoprivredno prehrambenim proizvodima kroz oznake geografskog porekla (na nivou poljoprivrednih proizvođača, prerađivača, lokalnih zajednica, nacionalne privrede) gotovo uopšte ne koristi. Za razliku od drugih zemalja EU (npr. Francuska), zaštita oznaka geografskog porekla u proizvodnji hrane u Srbiji je gotovo sporadična, a morala bi biti znatno masovnija, kako bi ovako sertifikovani proizvodi rezultirali i pozitivnim ishodima (efektima).

Domaći proizvođači koji su ovlašćeni korisnici oznaka geografskog porekla ne ostvaruju više prodajne cene za svoje sertifikovane proizvode (niti na domaćem, niti na inostranom tržištu), a razlog zašto ipak ulaze u proces sertifikacije (i pored troškova koje ona podrazumeva) objašnjavaju svojim entuzijazmom, ponosom na kvalitetne lokalne proizvode svoga kraja, potrebom njihovog promovisanja ili, pak, očekivanjima da će u jednom trenutku ostvariti benefite.

Otklanjanje brojnih ograničenja i problema u ovom sektoru i uređenje domaćeg tržišta biće jedini način koji će osigurati veće korišćenje potencijala već registrovanih i/ili novih oznaka geografskog porekla, kao važnog alata poljoprivrede dodate vrednosti. U narednom periodu trebalo bi očekivati promene u nacionalnoj politici kvaliteta poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, kako bi Srbija ovu politiku usaglasila sa politikom kvaliteta u EU. Očekuje se donošenje „*Zakona o šemama kvaliteta za poljoprivredne i prehrambene proizvode*“, kao i

odgovarajućih pravilnika. Nakon toga, planirano je i apliciranje sledeća tri proizvoda sa zaštićenim oznakama geografskog porekla za zaštitu oznake na nivou EU: Pirotski kačkavalj“, „Fruškogorski lipov med“ i „Ariľjska malina“.

#### ***IV Kratki lanci snabdevanja hranom***

U ekonomski razvijenim zemalja SFSCs i lokalna tržišta predstavljaju deo koncepta poljoprivrede dodate vrednosti, koji farmerima osigurava jaču pregovaračku poziciju na tržištu, veći udeo u prodajnoj ceni proizvoda i time i veći prihod na farmi. S druge strane, u Srbiji i zemljama Zapadnog Balkana ovi kanali plasmana predstavljaju posledicu brojnih razvojnih ograničenja i nerazvijenog tržišta poljoprivrednih proizvoda, sa kojima se poljoprivrednici vekovno suočavaju. Istovremeno, oni su i rezultat negovanja tradicionalnih preferencija potrošača i proizvođača prema trgovini na lokalnim tržištima i zelenim pijacama. U praksi, ove kanale plasmana karakteriše visok upliv sive ekonomije, nedostatak institucionalnih okvira, koji bi usmerili razvoj direktne trgovine ka legalnim tokovima, uz poštovanje standarda kvaliteta i bezbednosti hrane, nedovoljna efikasnost inspekcijskih službi u uređenju domaćeg tržišta, kao i odsustvo javnih politika prilagođenih potrebama malih poljoprivrednika.

Srbija nema zvaničnu definiciju SFSC, niti se merama ruralnog razvoja promoviše podrška za poljoprivrednike koji učestvuju na lokalnim tržištima, u SFSCs ili proizvođačkim organizacijama. Afirmaciju SFSCs u Srbiji trebalo bi posmatrati u svetlu sve većih zahteva potrošača za kupovinom hrane direktno od proizvođača (kupovina hrane poznatog porekla, od poznatih proizvođača), kao i evidentnih dokaza da su, pored izvesnih ograničenja, ovi kanali plasmana korisni i obećavajući za poljoprivrednike niskih finansijskih i proizvodnih kapaciteta. U narednom periodu trebalo bi očekivati pružanje veće i ciljane podrške poljoprivrednicima za učešće u šemama kvaliteta, organizacijama proizvođača, kao i na lokalnim tržištima i SFSCs (kroz nacionalne mere podrške i/ili IPARD instrument), kako u cilju približavanja politike ruralnog razvoja CAP, tako i u cilju ekonomskog osnaživanja i unapređenja konkurentnosti malih proizvođača hrane.

## L I T E R A T U R A

- Aday, S., & Aday, M. S. (2020). Impact of COVID-19 on the food supply chain. *Food Quality and Safety*, 4(4), 167-180. <https://doi.org/10.1093/fqsafe/fyaa024>
- Ahi, P., & Searcy, C. (2013). A comparative literature analysis of definitions for green and sustainable supply chain management. *Journal of cleaner production*, 52, 329-341. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.02.018>
- Alonso, A. D., & Northcote, J. (2013). Investigating farmers' involvement in value-added activities: A preliminary study from Australia. *British Food Journal*, 115(10), 1407-1427. DOI: 10.1108/BFJ-04-2011-0104
- Amanor-Boadu, V. (2003). A conversation about value-added agriculture. Value-added business development program. Department of Agricultural Economics. Kansas State University. Dostupno online: <http://tinyurl.com/y8q7ajbm>
- Amekawa, Y., Bumrungsri, S., Wayo, K., Gebre, G. G., & Hongsibsong, S. (2022). Pesticide use under public good agricultural practices standard: A comparative study in Thailand. *Agriculture*, 12(5), 606. <https://doi.org/10.3390/agriculture12050606>
- Amekawa, Y., Hongsibsong, S., Sawarng, N., Yadoung, S., & Gebre, G. G. (2021). Producers' perceptions of public good agricultural practices standard and their pesticide use: The case of Q-GAP for cabbage farming in Chiang Mai Province, Thailand. *Sustainability*, 13(11), 6333. <https://doi.org/10.3390/su13116333>
- Andersson, A. (2019). The trade effect of private standards. *European Review of Agricultural Economics*, 46(2), 267-290. DOI:10.1093/erae/jby027
- Antoniuk, L., & Cherkas, N. (2018). Macro level analysis of factors contributing to value added: technological changes in European countries. *Problems and perspectives in management*, (16, Iss. 4), 417-428. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16\(4\).2018.35](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(4).2018.35)
- Asfaw, S., Mithöfer, D., & Waibel, H. (2009a). EU food safety standards, pesticide use and farm-level productivity: The case of high-value crops in Kenya. *Journal of Agricultural Economics*, 60(3), 645-667. DOI: 10.1111/j.1477-9552.2009.00205.x
- Asfaw, S., Mithöfer, D., & Waibel, H. (2009b). Investment in compliance with GlobalGAP standards: Does it pay off for small-scale producers in Kenya? *Quarterly Journal of International Agriculture*, 48(4), 337-362. <https://www.researchgate.net/publication/271847487>
- Augère-Granier, M.L. (2016a). *Farm diversification in the EU*, Briefing April 2016, European Parliamentary Research Service. Dostupno online:

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/581978/EPRS\\_BRI\(2016\)581978\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/581978/EPRS_BRI(2016)581978_EN.pdf)

Augère-Granier, M.-L. (2016b). *Short food supply chains and local food systems in the EU – Briefing – September 2016*, European Parliamentary Research Service. Dostupno online:

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/586650/EPRS\\_BRI\(2016\)586650\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/586650/EPRS_BRI(2016)586650_EN.pdf)

Aung, M. M., & Chang, Y. S. (2014). Traceability in a food supply chain: Safety and quality perspectives. *Food control*, 39, 172-184. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2013.11.007>

Bacon, C. M., Ernesto Mendez, V., Gómez, M. E. F., Stuart, D., & Flores, S. R. D. (2008). Are sustainable coffee certifications enough to secure farmer livelihoods? The millenium development goals and Nicaragua's Fair Trade cooperatives. *Globalizations*, 5(2), 259-274. DOI: 10.1080/14747730802057688

Bain, C. (2010). Governing the global value chain: GLOBALGAP and the Chilean fresh fruit industry. *International Journal of Sociology of Agriculture & Food*, 17(1), 1-23.

Bakalis, S., Valdramidis, V. P., Argyropoulos, D., Ahrne, L., Chen, J., Cullen, P. J. et al. (2020). Perspectives from CO+RE: How COVID-19 Changed Our Food Systems and Food Security Paradigms. *Current Research in Food Science*, 3, 166-172. <https://doi.org/10.1016/j.crfs.2020.05.003>

Barham, B. L., Callenes, M., Gitter, S., Lewis, J., & Weber, J. (2011). Fair trade/organic coffee, rural livelihoods, and the “agrarian question”: Southern Mexican coffee families in transition. *World Development*, 39(1), 134-145. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2010.08.005>

Bayir, B., Charles, A., Sekhari, A., & Ouzrout, Y. (2022). Issues and Challenges in Short Food Supply Chains: A Systematic Literature Review. *Sustainability*, 14(5), 3029. <https://doi.org/10.3390/su14053029>

Bekić Šarić, B., Paraušić, V., Subić, J., Supić, D. & Rašić, S. (2023). Deforestation and pesticide use in the Balkans: beekeepers' recommendations. *Journal of Environmental Protection and Ecology* 24, No 2, 433–445. Dostupno online: <https://scibulcom.net/en/article/9uFGcF7RIDuAwYOANMNI>

Belletti, G., Burgassi, T., Manco, E., Marescotti, A., Pacciani, A., & Scaramuzzi, S. (2009). The roles of geographical indications in the internationalisation process of agri-food products. In: Canavari M., Cantore N., Castellini A., Pignatti E., Spadoni R. (eds.). *International marketing and trade of quality food products*, Wageningen, The Netherlands: Wageningen Academic Publishers, pp. 201-221.

Bešić, C., Bogetić, S., Čoćkalo, D., & Đorđević, D. (2015). The role of global GAP in improving competitiveness of agro-food industry. *Економика пољопривреде*, 62(3), 583-597. DOI: 10.5937/ekoPolj1503583B

Beuchelt, T. D., & Zeller, M. (2011). Profits and poverty: Certification's troubled link for Nicaragua's organic and fairtrade coffee producers. *Ecological Economics*, 70(7), 1316-1324. DOI:10.1016/j.ecolecon.2011.01.005

Born, H. & Bachmann, J. (2006). Adding Value to Farm Products: An Overview. ATTRA (National Sustainable Agriculture Information Service) and NCAT (National Center for Appropriate Technology). USA, pp. 1-12. Dostupno online: <https://attra.ncat.org/wp-content/uploads/2019/05/valueovr.pdf>

Born, B., & Purcell, M. (2006). Avoiding the local trap: Scale and food systems in planning research. *Journal of planning education and research*, 26(2), 195-207.

Borychowski, M., Stępień, S., Polcyn, J., Tošović-Stevanović, A., Čalović, D., Lalić, G., & Žuža, M. (2020). Socio-economic determinants of small family farms' resilience in selected Central and Eastern European countries. *Sustainability*, 12(24), 10362. DOI:10.3390/su122410362

Capobianco-Uriarte, M. D. L. M., Aparicio, J., De Pablo-Valenciano, J., & Casado-Belmonte, M. D. P. (2021). The European tomato market. An approach by export competitiveness maps. *PloS one*, 16(5), e0250867. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0250867>

Cardoso, V. A., Lourenzani, A. E. B. S., Caldas, M. M., Bernardo, C. H. C., & Bernardo, R. (2022). The benefits and barriers of geographical indications to producers: A review. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 37, 707-719. <https://doi.org/10.1017/S174217052200031X>

Charatsari, C., Kitsios, F., & Lioutas, E. D. (2020). Short food supply chains: the link between participation and farmers' competencies. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 35(6), 643-652. <https://doi.org/10.1017/S1742170519000030>

Chiputwa, B., Spielman, D. J., & Qaim, M. (2015). Food standards, certification, and poverty among coffee farmers in Uganda. *World Development*, 66, 400-412. <http://dx.doi.org/10.1016/j.worlddev.2014.09.006>

Clark, J. K., Jablonski, B. B., Inwood, S., Irish, A., & Freedgood, J. (2021). A contemporary concept of the value (s)-added food and agriculture sector and rural development. *Community Development*, 52(2), 186-204. DOI: 10.1080/15575330.2020.1854804

Clemens, R. (2004). Keeping farmers on the land: Adding value in agriculture in the Veneto region of Italy. *MATRIC Briefing Papers*. 6. Center for Agricultural and Rural Development, Iowa State University. Dostupno online: [http://lib.dr.iastate.edu/matric\\_briefingpapers/6](http://lib.dr.iastate.edu/matric_briefingpapers/6)

Colen, L., Maertens, M., & Swinnen, J. (2012). Private standards, trade and poverty: GlobalGAP and horticultural employment in Senegal. *The World Economy*, 35(8), 1073-1088. DOI: 10.1111/j.1467-9701.2012.01463.x



Coltrain, D., Barton, D., & Boland, M. (2000). Value added: opportunities and strategies. *Arthur Capper Cooperative Center, Kansas State University, USA, 1-18*. Dostupno online: <https://www.agmanager.info/sites/default/files/VALADD10%25202col.pdf>

Crozet, M., Head, K., & Mayer, T. (2012). Quality sorting and trade: Firm-level evidence for French wine. *Review of Economic Studies, 79(2)*, 609-644. DOI: 10.1093/restud/rdr030

Cruz, J. L., Puigdueta, I., Sanz-Cobena, A., & Gonzalez-Azcarate, M. (2021). Short Food Supply Chains: rebuilding consumers' trust. *New Medit 20(4)*, 33-47, DOI: 10.30682/nm2104c

Cucagna, M. E., & Goldsmith, P. D. (2018). Value adding in the agri-food value chain. *International food and agribusiness management review, 21(3)*, 293-316. DOI: 10.22434/IFAMR2017.0051

Čechura, L., Kroupová, Z. Ž., & Lekešová, M. (2022). Productivity and efficiency in Czech agriculture: Does farm size matter?. *Agricultural Economics, 68(1)*, 1-10. <https://doi.org/10.17221/384/2021-AGRICECON>

De Chernatony, L., Harris, F., & Riley, F. D. O. (2000). Added value: its nature, roles and sustainability. *European Journal of marketing, Vol. 34 No. 1/2*, 39-56

Deppermann, A., Havlík, P., Valin, H., Boere, E., Herrero, M., Vervoort, J. & Mathijs, E. (2018). The market impacts of shortening feed supply chains in Europe. *Food Secur.* 10, 1401–1410. <https://doi.org/10.1007/s12571-018-0868-2>

de Raymond, A. B., & Bonnaud, L. (2014). Beyond the public–private divide: GLOBALGAP as a regulation repository for farmers. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food, 21(2)*, 227-246. halshs- 01731217

Devereux, S., Béné, C., & Hoddinott, J. (2020). Conceptualising COVID-19's impacts on household food security. *Food Security, 12(4)*, 769-772. <https://doi.org/10.1007/s12571-020-01085-0>

Djelic, A. T., Neskovic, S., Ketin, S., Lutovac, M., Popovic, Z., Mirkovic, M., & Secerov, P. (2019). Economic and Environmental Context of Organic Agriculture and Farms in Serbia-Case Study. *Fresenius Environmental Bulletin, 28(1)*, 87-92. DOI: 10.33807/monte.20222582

Djordjević Milosevic, S., Möllers, J., Marcantonio, F. Di., Ciaian, P. (2021). The best practices and potential of smallholders' participation in short value chains in the Western Balkans and Turkey (No. JRC125555). JRC Technical Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2021. DOI: 10.2760/921512

DuPuis, E. M., & Goodman, D. (2005). Should we go “home” to eat?: toward a reflexive politics of localism. *Journal of rural studies, 21(2005)*, 359-371. DOI:10.1016/j.jrurstud.2005.05.011

EC (2020a). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. A Farm to Fork Strategy for a fair, healthy and environmentally-friendly food system*. Brussels, 20.05.2020. COM(2020) 381 final. Dostupno online: [https://food.ec.europa.eu/system/files/2020-05/f2f\\_action-plan\\_2020\\_strategy-info\\_en.pdf](https://food.ec.europa.eu/system/files/2020-05/f2f_action-plan_2020_strategy-info_en.pdf)

EC (2020b). Special Eurobarometer 504. Europeans, Agriculture and the CAP. Summary. October 2020. Dostupno online: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2229>

EC (2019a). *Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. The European Green Deal*. Brussels, 11.12.2019. COM(2019) 640 final. Dostupno online: [https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:b828d165-1c22-11ea-8c1f-01aa75ed71a1.0002.02/DOC\\_1&format=PDF](https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:b828d165-1c22-11ea-8c1f-01aa75ed71a1.0002.02/DOC_1&format=PDF)

EC (2019b). Special Eurobarometer. Report *Food safety in the EU*. European Food Safety Authority. June 2019. DOI:10.2805/661752

EC (2010). Commission Communication — EU best practice guidelines for voluntary certification schemes for agricultural products and foodstuffs (2010/C 341/04), 16.12.2010. Official Journal of the EU, 2010. Dostupno online: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010XC1216\(02\)&from=en](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010XC1216(02)&from=en)

Ehrich, M., & Mangelsdorf, A. (2018). The role of private standards for manufactured food exports from developing countries. *World Development*, 101, 16-27, <http://dx.doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.08.004>

EU (2022a). Europeans, Agriculture and the CAP. Special Eurobarometer 520. Report, February-March 2022. DOI: 10.2762/95776

EU (2022b). Farm certification schemes for sustainable agriculture. Policy Department for Structural and Cohesion Policies. Directorate-General for Internal Policies. PE 699.633, August 2022. Dostupno online: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2022/699633/IPOL\\_STU\(2022\)699633\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2022/699633/IPOL_STU(2022)699633_EN.pdf)

EU (2021). Regulation (EU) 2021/2115; Regulation (EU) 2021/2116; Regulation (EU) 2021/2117. Official Journal of the European Union, L 435, Volume 64, 6 December 2021. Dostupno online: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ:L:2021:435:TOC>

EU (2019). Directive (EU) 2019/633 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on unfair trading practices in business-to-business relationships in the agricultural and food supply chain. Dostupno online: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0633>

EU (2016). Strengthening farmers' position in the food supply chain and tackling unfair trading practices. EU Council Outcome of Proceedings 15508. Dostupno online: <http://tinyurl.com/y9ztsew5>

EU (2014). Commission Delegated Regulation (EU) No 807/2014 of 11 March 2014 supplementing Regulation (EU) No 1305/2013 of the European Parliament and of the Council on support for rural development by the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD) and introducing transitional provisions. Dostupno online: [https://eur-lex.europa.eu/eli/reg\\_del/2014/807/oj](https://eur-lex.europa.eu/eli/reg_del/2014/807/oj)

EU (2013). REGULATION (EU) No 1305/2013 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 17 december 2013 on support for rural development by the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD) and repealing Council Regulation (EC) No 1698/2005

EU (2012). Regulation (EU) No 1151/2012 on quality schemes for agricultural products and foodstuffs. Official Journal of the European Union L 343. Dostupno online: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32012R1151>

Eyhorn, F., Muller, A., Reganold, J. P., Frison, E., Herren, H. R., Lutikholt, L., ... & Smith, P. (2019). Sustainability in global agriculture driven by organic farming. *Nature sustainability*, 2(4), 253-255. <https://sci-hub.se/10.1038/s41893-019-0266-6>

Fałkowski, J., Ménard, C., Sexton, R. J., Swinnen, J. & Vandavelde, S. (2017). *Unfair trading practices in the food supply chain: A literature review on methodologies, impacts and regulatory aspects*, European Commission, Joint Research Centre, DOI:10.2760/800

FAO (2020). Empowering Smallholders and Family Farms in Europe and Central Asia. Regional Synthesis Report 2019 based on country studies in eight countries in Europe and Central and Asia. Food and Agriculture Organization of the United Nations: Budapest, 2020. <https://doi.org/10.4060/ca9586en>

FAO (2016). A Scheme and Training Manual on Good Agricultural Practices (GAP) for fruits and vegetables. Volume 1 The scheme – standard and implementation infrastructure. Food and Agriculture Organization of the United Nations. Regional Office for Asia and the Pacific, Bangkok, 2016. Dostupno online: <https://www.fao.org/3/i6677e/i6677e.pdf>

FAO (2014). *Developing sustainable food value chains – Guiding principles*. Rome. Dostupno online: <https://www.fao.org/3/i3953e/i3953e.pdf>

Farooque, M., Zhang, A., Thürer, M., Qu, T., & Huisingsh, D. (2019). Circular supply chain management: A definition and structured literature review. *Journal of cleaner production*, 228, 882-900. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.04.303>

Feldmann, C., & Hamm, U. (2015). Consumers' perceptions and preferences for local food: A review. *Food Quality and Preference*, 40, 152-164, <http://dx.doi.org/10.1016/j.foodqual.2014.09.014>

Feyaerts, H., Van den Broeck, G., & Maertens, M. (2020). Global and local food value chains in Africa: A review. *Agricultural Economics*, 51(1), 143-157. DOI: 10.1111/agec.12546

Fiankor, D. D. D., Flachsbarth, I., Masood, A., & Brümmer, B. (2020). Does GlobalGAP certification promote agrifood exports? *European Review of Agricultural Economics*, 47(1), 247-272. DOI:10.1093/erae/jbz023

FiBL (2023). The World of Organic Agriculture. Statistics & Emerging trends 2023. Research Institute of Organic Agriculture FiBL & IFOAM – Organics International. February 2023. Research Institute of Organic Agriculture FiBL, Switzerland, 2023. Dostupno online: <https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1254-organic-world-2023.pdf>

Finley, L., Chappell, M. J., Thiers, P., & Moore, J. R. (2018). Does organic farming present greater opportunities for employment and community development than conventional farming? A survey-based investigation in California and Washington. *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 42(5), 552-572. DOI: 10.1080/21683565.2017.1394416

Flachsbarth, I., Grassnick, N., & Brümmer, B. (2020). *The uneven spread of Global GAP certification*. GlobalFood Discussion Paper 137, University of Goettingen. Dostupno online: <https://ageconsearch.umn.edu/record/300904/>

Galli, F. & Brunori, G. (eds.) (2013). Short Food Supply Chains as drivers of sustainable development. Evidence Document. Document developed in the framework of the FP7 project FOODLINKS (GA No. 265287). Laboratorio di studi rurali Sismondi. Dostupno online: [https://www.foodlinkscommunity.net/fileadmin/documents\\_organicresearch/foodlinks/CoPs/evidence-document-sfsc-cop.pdf](https://www.foodlinkscommunity.net/fileadmin/documents_organicresearch/foodlinks/CoPs/evidence-document-sfsc-cop.pdf)

Gereffi, G., & Fernandez-Stark, K. (2016). Global value chain analysis: a primer. Center on globalization, governance & competitiveness at the Social Science Research Institute. July 2016. Dostupno online: [https://dukespace.lib.duke.edu/dspace/bitstream/handle/10161/12488/2016-07-28\\_GVC%20Primer%202016\\_2nd%20edition.pdf](https://dukespace.lib.duke.edu/dspace/bitstream/handle/10161/12488/2016-07-28_GVC%20Primer%202016_2nd%20edition.pdf)

González-Azcárate, M., Maceín, J. L. C., & Bardají, I. (2021). Why buying directly from producers is a valuable choice? Expanding the scope of short food supply chains in Spain. *Sustainable Production and Consumption*, 26, 911-920. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.01.003>

Goodman, D. (2003). The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. *Journal of Rural Studies*, 1(19), 1-7, [https://sci-hub.se/10.1016/s0743-0167\(02\)00043-8](https://sci-hub.se/10.1016/s0743-0167(02)00043-8)

Haleem, A., & Sufiyan, M. (2021). Defining food supply chain management—A study based on a literature survey. *Journal of Industrial Integration and Management*, 6(01), 71-91. <https://doi.org/10.1142/S2424862220300021>

Hanf, J.H. & Gagalyuk, T. (2018). Integration of Small Farmers into Value Chains: Evidence from Eastern Europe and Central Asia. In G. Egilmez (Ed.), *Agricultural Value Chain* (pp. 181-197). London: IntechOpen. <https://doi.org/10.5772/intechopen.73191>

Harris, F., Robinson, G. M., & Griffiths, I. (2008). A study of the motivations and influences on farmers' decisions to leave the organic farming sector in the United Kingdom. In G. M. Robinson (Ed.), *Sustainable rural systems*, 99-111, UK & USA: Routledge. Dostupno online: <https://scholar.google.com/>

Hendrikse, G., & Bijman, J. (2002). Ownership structure in agrifood chains: the marketing cooperative. *American Journal of Agricultural Economics*, 84(1), 104-119. Dostupno online: <https://sci-hub.se/10.1111/1467-8276.00246>

Henson, S., Masakure, O., & Cranfield, J. (2011). Do Fresh Produce Exporters in Sub-Saharan Africa Benefit from GLOBALG.A.P Certification? *World Development*, 39(3), 375-386. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.worlddev.2010.06.012>.

Higgins, V., & Richards, C. (2019). Framing sustainability: Alternative standards schemes for sustainable palm oil and South-South trade. *Journal of Rural Studies*, 65, 126-134. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.11.001>

Hobbs, J. E. (2021). Food supply chain resilience and the COVID-19 pandemic: What have we learned?. *Canadian Journal of Agricultural Economics/Revue canadienne d'agroeconomie*, 69(2), 189-196. DOI: 10.1111/cjag.12279

Hobbs, J. E. (2020). Food Supply Chains during the COVID-19 Pandemic. *Canadian Journal of Agricultural Economics*, 68, 171-176. <https://doi.org/10.1111/cjag.12237>

Hu, W., Batte, M. T., Woods, T., & Ernst, S. (2012). Consumer preferences for local production and other value-added label claims for a processed food product. *European Review of Agricultural Economics*, 39(3), 489-510. DOI:10.1093/erae/jbr039

Humphrey, J. (2017). IFAD RESEARCH SERIES 11 - Food safety, trade, standards and the integration of smallholders into value chains. A review of the literature. IFAD, International Fund for Agricultural Development. Dostupno on line: <https://ssrn.com/abstract=3284472>

Huysmans, M., & Swinnen, J. (2019). No terroir in the cold? A note on the geography of geographical indications. *Journal of agricultural economics*, 70(2), 550-559. DOI: 10.1111/1477-9552.12328

Ibanez, M., & Blackman, A. (2016). Is eco-certification a win-win for developing country agriculture? Organic coffee certification in Colombia. *World Development*, 82, 14-27, <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2016.01.004>

Jaffee, S., Henson, S., & Diaz Rios, L. (2011). Making the grade: Smallholder farmers, emerging standards, and development assistance programs in Africa—A research program synthesis. Washington, DC: The World Bank. Dostupno online: <https://openknowledge.worldbank.org/entities/publication/e2974fb8-d6b3-5d1c-99e7-fd190724bf1c>

Janvier-James, A. M. (2012). A new introduction to supply chains and supply chain management: Definitions and theories perspective. *International Business Research*, 5(1), 194-207. DOI:10.5539/ibr.v5n1p194

Josling, T. (2006). The war on terroir: geographical indications as a transatlantic trade conflict. *Journal of agricultural economics*, 57(3), 337-363. Dostupno online: <https://sci-hub.se/10.1111/j.1477-9552.2006.00075.x>

Jović, L.V., Đokić, D. & Zekić, S. (2022). Nova Zajednička agrarna politika Evropske Unije (2023-27) i potencijalne implikacije na poljoprivredu Srbije. XXXVII Internacionalni naučni skup „Strategijski menadžment i sistemi podrške odlučivanju u strategijskom menadžmentu“ SM2022, Subotica, DOI: 10.46541/978-86-7233-406-7\_236

Kaplinsky, R. & Morris, M. (2000) *A Handbook for Value Chain Research* (Vol. 113). Brighton, UK: University of Sussex, Institute of Development Studies. Dostupno online: [https://www.rfilc.org/wp-content/uploads/2020/08/file\\_Handbook\\_for\\_Value\\_Chain\\_Research\\_1012-1.pdf](https://www.rfilc.org/wp-content/uploads/2020/08/file_Handbook_for_Value_Chain_Research_1012-1.pdf)

Kariuki, I. M., Loy, J. P., & Herzfeld, T. (2012). Farmgate private standards and price premium: evidence from the GlobalGAP scheme in Kenya's French beans marketing. *Agribusiness*, 28(1), 42-53, <https://doi.org/10.1002/agr.20286>

Key N. (2019): Farm size and productivity growth in the United States Corn Belt. *Food Policy*, 84: 186–195. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2018.03.017>

Kleemann, L. (2016). The relevance of business practices in linking smallholders and large agro-businesses in Sub-Sahara Africa. *International Food and Agribusiness Management Review*, 19(1030-2017-2126), 65-78. DOI: 10.22434/IFAMR2015.0204

Kleemann, L., Abdulai, A., & Buss, M. (2014). Certification and access to export markets: Adoption and return on investment of organic-certified pineapple farming in Ghana. *World Development*, 64, 79-92. <http://dx.doi.org/10.1016/j.worlddev.2014.05.005>

Kneafsey, M. et al. (2013). Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics. Luxembourg: Publications Office of the European Union. DOI: 10.2791/88784

Laosutsan, P., Shivakoti, G. P., & Soni, P. (2019). Factors Influencing the Adoption of Good Agricultural Practices and Export Decision of Thailand's Vegetable Farmers. *International Journal of the Commons*, 13(2), 867–880, <https://doi.org/10.5334/ijc.895>

Latouche, K., & Chevassus-Lozza, E. (2015). Retailer supply chain and market access: evidence from French agri-food firms certified with private standards. *The World Economy*, 38(8), 1312-1334. doi: 10.1111/twec.12191

Latruffe, L., Diazabakana, A., Bockstaller, C., Desjeux, Y., Finn, J., Kelly, E., ... & Uthes, S. (2016). Measurement of sustainability in agriculture: a review of indicators. *Studies in Agricultural Economics*, 118(3), 123-130. <http://dx.doi.org/10.7896/j.1624>

Ling, E. K., & Wahab, S. N. (2020). Integrity of food supply chain: going beyond food safety and food quality. *International Journal of Productivity and Quality Management*, 29(2), 216-232. DOI: 10.1504/IJPM.2019.10019297

Linkov, I., Carluccio, S., Pritchard, O., Ní Bhreasail, Á., Galaitsi, S., Sarkis, J., & Keisler, J. M. (2020). The case for value chain resilience. *Management Research Review*, 43(12). DOI: 10.1108/MRR-08-2019-0353

Lu, R., & Dudensing, R. (2015). What Do We Mean by Value-added Agriculture?. *Choices*, Vol. 30, No. 4, Agricultural & Applied Economics Association, 1-8. Dostupno online: <https://scholar.google.com/>

Mahé, L. P. (1997). Environment and quality standards in the WTO: New protectionism in agricultural trade? A European perspective. *European Review of Agricultural Economics*, 24(3-4), 480-503. Dostupno online: <https://sci-hub.se/10.1093/erae/24.3-4.480>

Malak-Rawlikowska, A., Majewski, E., Wąs, A., Borgen, S. O., Csillag, P., Donati, M., ... & Wavresky, P. (2019). Measuring the economic, environmental, and social sustainability of short food supply chains. *Sustainability*, 11(15), 4004. DOI:10.3390/su11154004

Markley, K. & Hilchey, D. (1998). Adding Value for Sustainability: A Guidebook for Cooperative Extension Agents and Other Agricultural Professionals. Pennsylvania Association for Sustainable Agriculture; Farming Alternatives Program, Department of Rural Sociology at Cornell University, DIANE Publishing. Dostupno online: <https://scholar.google.com/>

Marsden, T., Banks, J., & Bristow, G. (2000). Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. *Sociologia ruralis*, 40(4), 424-438. Dostupno online: <https://sci-hub.se/10.1111/1467-9523.00158>

Martinez, S., Hand, M., Da Pra, M., Pollack, S., Ralston, K., Smith, T., Vogel, S., Clark, S., Lohr, L., Low, S., Newman, C. (2010). *Local Food System: Concepts, Impacts and Issues*. Economic Research Service Report Summary, U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, No 97, May 2010. Dostupno online: <https://scholar.google.com/>

Masood, A., & Brümmer, B. (2014). *Impact of GlobalGAP certification on EU banana imports: a gravity modeling approach* (No. 49). GlobalFood Discussion Papers. Dostupno online: <http://hdl.handle.net/10419/103985>

MEI (2022). Nacionalni program za usvajanje pravnih tekovina Evropske Unije 2022-2025. Ministarstvo za evropske integracije Republike Srbije. Četvrti, revidirani Program. Dostupno online: [https://www.mei.gov.rs/upload/documents/nacionalna\\_dokumenta/npaa/NPAA\\_2022-2025.pdf](https://www.mei.gov.rs/upload/documents/nacionalna_dokumenta/npaa/NPAA_2022-2025.pdf)

Mentzer, J. T., DeWitt, W., Keebler, J. S., Min, S., Nix, N. W., Smith, C. D., & Zacharia, Z. G. (2001). Defining supply chain management. *Journal of Business logistics*, 22(2), 1-25. Dostupno online: <https://sci-hub.se/10.1201/9781420083934.ch2>

Mihovski, B., Živadinović, T., Živkov, G., Dulić- Marković, I. & Barjolle, D. (2012). Vodič za sertifikaciju poljoprivredne proizvodnje i prehrambene industrije. REDD, SEEDEV & Mena Group. Dostupno online: <https://valjevo.rs/Dokumenta/PrivredaGradValjevo/Dokumenta/Poljoprivreda/Vodic%20za%20sertifikaciju%20poljoprivredne%20proizvodnje%20i%20prehrambene%20industrije.pdf>

Monteiro, C. A., Cannon, G., Moubarac, J. C., Levy, R. B., Louzada, M. L. C., & Jaime, P. C. (2018). The UN Decade of Nutrition, the NOVA food classification and the trouble with ultra-processing. *Public health nutrition*, 21(1), 5-17. DOI:10.1017/S1368980017000234

Monteiro, C. A. (2009). Nutrition and health. The issue is not food, nor nutrients, so much as processing. *Public health nutrition*, 12(5), 729-731. DOI:10.1017/S1368980009005291

MPŠV (2022a). Nacionalni program ruralnog razvoja za period 2022-2024. godine, predlog. Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije. Dostupno online: <http://www.minpolj.gov.rs/nacionalni-program-ruralnog-razvoja-za-period-2022-2024-godine/?script=lat>

MPŠV (2022b). Nacionalni program za poljoprivredu za period 2022-2024. godine. Nacrt, januar 2022. Dostupno online: <http://www.minpolj.gov.rs/nacionalni-program-za-poljoprivredu-za-period-2022-2024-godine/?script=lat>

MPŠV (2018). Nacionalni program ruralnog razvoja od 2018. do 2020. godine. Službeni glasnik RS broj 60/2018 Dostupno online: [http://demo.paragraf.rs/demo/combined/Old/t/t2018\\_08/t08\\_0056.htm](http://demo.paragraf.rs/demo/combined/Old/t/t2018_08/t08_0056.htm)

Naslund, D., & Williamson, S. (2010). What is Management in Supply Chain Management? A critical review of definitions, frameworks and terminology. *Journal of Management Policy and Practice*, 11(4), 11-28. Dostupno online: <http://www.na-businesspress.com/JMPP/NaslundWeb.pdf>



Negri, M., Cagno, E., Colicchia, C., & Sarkis, J. (2021). Integrating sustainability and resilience in the supply chain: A systematic literature review and a research agenda. *Business Strategy and the environment*, 30(7), 2858-2886. DOI: 10.1002/bse.2776

Nemes, N. (2009). Comparative analysis of organic and non-organic farming systems: A critical assessment of farm profitability. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome. Dostupno online: <https://www.fao.org/3/ak355e/ak355e.pdf>

Niemiec, M., Komorowska, M., Kuboń, M., Sikora, J., Ovcharuk, O., & Gródek-Szostak, Z. (2019). Global Gap and integrated plant production as a part of the internalization of agricultural farms. In *SOCIETY. INTEGRATION. EDUCATION. Proceedings of the International Scientific Conference* (Vol. 6, pp. 430-440). <http://dx.doi.org/10.17770/sie2019vol6.3902>

Niewczas-Dobrowolska, M. (2022). Food safety by consumers importance, attitude, self assuring. *International Journal for Quality Research* 17(1) 13–26, DOI: 10.24874/IJQR17.01-02

Offermann, F., & Nieberg, H. (2000). *Economic performance of organic farms in Europe* (Vol. 5). Universität Hohenheim, Institut für Landwirtschaftliche Betriebslehre, University of Hohenheim/Department of Farm Economics, Germany. Dostupno online: [https://orgprints.org/id/eprint/8473/1/Organic\\_Farming\\_in\\_Europe\\_Volume05\\_Economic\\_Performance\\_of\\_Organic\\_Farms\\_in\\_Europe.pdf](https://orgprints.org/id/eprint/8473/1/Organic_Farming_in_Europe_Volume05_Economic_Performance_of_Organic_Farms_in_Europe.pdf)

Okello, J. J., Narrod, C. A., & Roy, D. (2011). Export standards, market institutions and smallholder farmer exclusion from fresh export vegetable high value chains: experiences from Ethiopia, Kenya and Zambia. *Journal of Agricultural Science*, 3(4), 188-195. DOI:10.5539/jas.v3n4p188

Opong, D., & Bannor, R. K. (2022). Bibliometric analysis and systematic review of compliance with agricultural certification standards: evidence from Africa and Asia. *All Life*, 15(1), 970-999. <https://doi.org/10.1080/26895293.2022.2124317>

Opština Kladovo (2021). Strategija razvoja poljoprivrede i ruralnog razvoja opštine Kladovo za period 2021-2026. godina. Službeni list opštine Kladovo, broj 5/2021.

Özilgen, S., & Özilgen, M. (2017). General template for the FMEA applications in primary food processing. *Measurement, Modeling and Automation in Advanced Food Processing*, 29-69. DOI: 10.1007/10\_2016\_52

Paraušić, V. & Kovačević, V. (2023). Short Food Supply Chains for Achieving Sustainable Growth in Central and Eastern European Countries. In A. Jean Vasile, M. Vasić & P. Vuković (Eds.), *Sustainable Growth and Global Social Development in Competitive Economies*, 157-179. USA: IGI Global.

Dostupno online: <https://www.igi-global.com/book/sustainable-growth-global-social-development/315813>

Paraušić, V., Kolašinac, S., Muca Dashi, E. & Bekić Šarić, B. (2023). Competencies of Western Balkan farmers for participating in short food supply chains: Honey case study. *New mediterranean* 4/2023, 73-89, DOI: 10.30682/nm2304e

Paraušić, V., Kostić, Z., & Subić, J. (2023). Local development initiatives in Serbia's rural communities as prerequisite for the leader implementation: agricultural advisors' perceptions. *Economics of Agriculture*, 70(1), 117-130. DOI:10.59267/ekoPolj2301117P

Paraušić, V. (2023a). Intervju sa konsultantima koji pružaju podršku proizvođačima u implementaciji GLOBALGAP standarda. Septembar – novembar 2023. Nepublikovan materijal.

Paraušić, V. (2023b). Intervju sa Mirjanom Milutinović, predsednicom Saveza OriGINal Srbije, 2023. Nepublikovan materijal.

Paraušić, V. (2022). Short food supply chains in Serbia: case study of Kladovo municipality. In J. Subić, P. Vuković & J.V. Andrei (Eds.), *Sustainable Agriculture and Rural Development II*, str. 395-402. Belgrade, Serbia: Institute of Agricultural Economics. Dostupno online: <https://www.iep.bg.ac.rs/sr/izdanja/tematski-zbornici>

Paraušić, V. (2021). Intervju sa lokalnim stejkholderima u opštini Kladovo. Interni podaci autora.

Paraušić, V. & Roljević Nikolić, S. (2020). Šeme sertifikacije poljoprivredno prehrambenih proizvoda u Srbiji i podrška udruženjima poljoprivrednika. U M. Jeločnik (Ur.), *Unapređenje transfera znanja radi dobijanja bezbednih i konkurentnih poljoprivrednih proizvoda koji su dobijeni preradom na malim gazdinstvima u sektorima mleka, mesa, voća i povrća*, 147-176. Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd. Dostupno online: <https://www.iep.bg.ac.rs/sr/izdanja/monografije?start=10>

Paraušić, V. (2018). Značaj i uloga udruženja poljoprivrednika u Srbiji. *Agroekonomika*, broj 80, 43-51

Paraušić, V. & Domazet, I. (2018). Cluster Development and Innovative Potential in Serbian Agriculture. *Ekonomika poljoprivrede*, broj 3, str. 1159-1170, DOI: 10.5937/ekoPolj1803159P

Paraušić, V. Domazet, I. & Simeunović, I. (2017). Analysis of the Relationship Between the Stage of Economic Development and the State of Cluster Development. *ARGUMENTA OECONOMICA* 2017, vol. 39, No. 2, 279-305. DOI: 10.15611/aoe.2017.2.12

Paraušić, V. & Simeunović, I. (2016). Market Analysis of Serbia's Raspberry Sector and Cluster Development Initiatives. *Economics of Agriculture*, 63 (4), 1417-1432. Dostupno online: <https://scholar.google.com/>

Paraušić, V. & Cvijanović, J. (2014). Konkurentnost agroprivrede Srbije – klasteri u funkciji održive regionalne konkurentnosti. Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd. Dostupno online: <https://www.iep.bg.ac.rs/sr/izdanja/monografije?start=40>

Pasko, O., Stauraskaya, N., Zakharchenko, A., Zharnikov, V., & Larionov, Y. (2020). Bio-Farming as the Basis of Environmentally-Sustainable Arable Farming at the Time of Global Warming. In *Handbook of Research on Agricultural Policy, Rural Development, and Entrepreneurship in Contemporary Economies* (pp. 43-70). IGI Global.

Piao, R. S., Fonseca, L., Carvalho, E., Saes, M. S. M., & de Almeida, L. F. (2019). The adoption of Voluntary Sustainability Standards (VSS) and value chain upgrading in the Brazilian coffee production context. *Journal of Rural Studies*, 71, 13-2, <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.09.007>

Popović, V. & Paraušić, V. (2016). Unapređenje trgovanja u poljoprivredno prehrambenom sektoru Srbije“. Poglavlje u monografiji: *Unapređenje finansijskih znanja i evidencije na poljoprivrednim gazdinstvima u Republici Srbiji*. Institut za ekonomiku poljoprivrede Beograd, str. 23-54. Dostupno online: <https://www.iep.bg.ac.rs/sr/izdanja/monografije>

Porter, M. (1986). *Competition in Global Industries*, Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts.

Porter, M. (1985) *Competitive Advantage*, New York: The Free Press.

Rad, S. M., Ray, A. K., & Barghi, S. (2022). Water pollution and agriculture pesticide. *Clean Technologies*, 4(4), 1088-1102. <https://doi.org/10.3390/cleantechnol4040066>

Raimondi, V., Falco, C., Curzi, D., & Olper, A. (2020). Trade effects of geographical indication policy: The EU case. *Journal of Agricultural Economics*, 71 (2) 330-356. DOI: 10.1111/1477-9552.12349

Rao, M., Bast, A., & De Boer, A. (2021). European private food safety standards in global agri-food supply chains: a systematic review. *International Food and Agribusiness Management Review*, 24(5), 739-754. Dostupno online: <https://www.wageningenacademic.com/doi/pdf/10.22434/IFAMR2020.0146>

Reardon, T., Timmer, C. P., & Berdegue, J. (2004). The rapid rise of supermarkets in developing countries: induced organizational, institutional and technological change in agri-food systems. *e JADE (electronic Journal of Agricultural and Development Economics)*, Vol. 1 (2), 168-183. Dostupno online: <https://scholar.google.com/>

Renting, H., Marsden, T. K., & Banks, J. (2003). Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and planning A*, 35(3), 393-411. DOI:10.1068/a3510

- Richards, T. J. & Rickard, B. (2020). COVID-19 impact on fruit and vegetable markets. *Can. J. Agric. Econ.* 68, 189–194. <https://doi.org/10.1111/cjag.12231>
- Roljević Nikolić, S., Knežević, D., & Paraušić, V. (2021). Modeling the relationship between the characteristics of agricultural holdings and the presence of organic farming. *Acta Agriculturae Serbica*, 26(52), 123-130. DOI: 10.5937/AASer2152123R
- Roljević Nikolić, S. & Paraušić, V. (2020). Organic farming and sustainable development of rural areas: a case study of Serbia. In M. Platania, M. Jeločnik & I. Gostin (Eds.), *Course for trainers: Organic farming, eco-market and their capitalization through the entrepreneurial initiative*. Iași, Romania & Belgrade, Serbia: Alexandru Ioan Cuza, University Press & Institute of Agricultural Economics, Belgrade, 217-237, Dostupno online: <https://www.iep.bg.ac.rs/sr/izdanja/monografije?start=10>
- Rucabado-Palomar, T., & Cuéllar-Padilla, M. (2020). Short food supply chains for local food: a difficult path. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 35(2), 182-191. <https://doi.org/10.1017/S174217051800039X>
- Sacchi, G., Belletti, G., Biancalani, M., Lombardi, G., & Stefani, G. (2019). The valorisation of wheat production through locally-based bread chains: Experiences from Tuscany. *Journal of Rural Studies*, 71, 23-35. [doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.09.006](https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.09.006)
- Schuster, M. & Maertens, M. (2015). The impact of private food standards on developing countries' export performance: An analysis of asparagus firms in Peru. *World Development* 66, 208–221, <http://dx.doi.org/10.1016/j.worlddev.2014.08.019>
- Seyfang, G. (2009). *The New Economics of Sustainable Consumption: The Seeds of Change*. New York: Palgrave Macmillan. Dostupno online: <http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/76687/1/Gill%20Seyfang.pdf>
- Simić, I. (2017). Organic Agriculture in Serbia. At a Glance 2017. National Association Serbia Organica. Dostupno online: <https://serbiaorganica.info/wp-content/uploads/2019/01/Organic-Agriculture-in-Serbia-At-a-glance-2017-1.pdf>
- Simović, K. (2015). Agro-prehrambene šeme kvaliteta na nivou EU i potencijalne koristi zaštite srpskih proizvoda u kontekstu pregovora sa EU – predlog praktične politike, Centar za evropske politike. Dostupno online: [https://cep.org.rs/wp-content/uploads/2022/10/final\\_agroprehrambene\\_seme.pdf](https://cep.org.rs/wp-content/uploads/2022/10/final_agroprehrambene_seme.pdf)
- Smigic, N., Rajkovic, A., Djekic, I., & Tomic, N. (2015). Legislation, standards and diagnostics as a backbone of food safety assurance in Serbia. *British Food Journal*, 117(1), 94-108. DOI: 10.1108/BFJ-08-2013-0228
- Stein, A. J., & Santini, F. (2022). The sustainability of “local” food: a review for policy-makers. *Review of Agricultural, Food and Environmental Studies*, 103, 77-89. <https://doi.org/10.1007/s41130-021-00148-w>

Stępień, S., Smędzik-Ambroży, K., Guth, M., Muntean, A., Maican, S., & Pastiu, C. (2022). The importance and determinants of market integration of small family farms in selected countries of Central and Eastern Europe. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 1-20. DOI: 10.1080/1331677X.2022.2037445

Subervie, J., & Vagneron, I. (2013). A drop of water in the Indian Ocean? The impact of GlobalGap certification on lychee farmers in Madagascar. *World Development*, 50, 57-73, <http://dx.doi.org/10.1016/j.worlddev.2013.05.002>

Tran, D., Broeckhoven, I., Hung, Y., Diem My, N. H., De Steur, H., & Verbeke, W. (2022). Willingness to Pay for Food Labelling Schemes in Vietnam: A Choice Experiment on Water Spinach. *Foods*, 11(5), 722. <https://doi.org/10.3390/foods11050722>

Tran, D., & Goto, D. (2019). Impacts of sustainability certification on farm income: Evidence from small-scale specialty green tea farmers in Vietnam. *Food Policy*, 83, 70-82. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2018.11.006>

Uddin, M. M. M. (2020). What are the dynamic links between agriculture and manufacturing growth and environmental degradation? Evidence from different panel income countries. *Environmental and sustainability indicators*, 7, 100041. <https://doi.org/10.1016/j.indic.2020.100041>

USDA /U.S. Department of Agriculture, Rural Business-Cooperative Service (2015). *Value-Added Producer Grant Program*, Federal Register Vol. 80, No. 89, May 8, 2015 / Rules and Regulations, p. 26802, Dostupno online: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/FR-2015-05-08/pdf/2015-10441.pdf>

Valkila, J. (2009). Fair Trade organic coffee production in Nicaragua—Sustainable development or a poverty trap?. *Ecological economics*, 68(12), 3018-3025. DOI:10.1016/j.ecolecon.2009.07.002

Van der Ploeg, J. D., Renting, H., Brunori, G., Knickel, K., Mannion, J., Marsden, T., ... & Ventura, F. (2000). Rural development: from practices and policies towards theory. *Sociologia ruralis*, 40(4), 391-408. Dostupno online: <https://sci-hub.se/10.1111/1467-9523.00156>

Veldstra, M. D., Alexander, C. E., & Marshall, M. I. (2014). To certify or not to certify? Separating the organic production and certification decisions. *Food Policy*, 49, 429-436, <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2014.05.010>

Vlada Republike Srbije (2014). Strategija poljoprivrede i ruralnog razvoja Republike Srbije za period 2014-2024. godine. Službeni glasnik RS, broj 85/2014. Dostupno online: <https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/vlada/strategija/2014/85/1>

Volk, T. et al. (2017). *Monitoring of agricultural policy developments in the Western Balkan countries*, Evropska komisija, Zajednički istraživački centar. DOI:10.2760/146697

Zamora, E. A. (2016). Value chain analysis: A brief review. *Asian Journal of Innovation and policy*, 5(2), 116-128. DOI: <http://dx.doi.org/10.7545/ajip.2016.5.2.116>

Živkov, G, Tar, D., Dulić Marković, I., Marković, A., Teofilović, N., Rakić, B., Bernardoni, P. (2014). Dodati vrednost proizvodima, studija. Agrikultura&.REDD. Dostupno online: <http://www.eastagri.org/docs/group/314/Background%20Paper%20SRB.pdf>

Živkov, G. (2013). Association of farmers in the Western Balkan countries. *Policy Studies on Rural Transition*, (No 2013-1). FAO Regional Office for Europe and Central Asia. Dostupno online: <https://www.fao.org/3/ar592e/ar592e.pdf>

Qiao, Y., Martin, F., Cook, S., He, X., Halberg, N., Scott, S., & Pan, X. (2018). Certified organic agriculture as an alternative livelihood strategy for small-scale farmers in China: a case study in Wanzai County, Jiangxi Province. *Ecological Economics*, 145, 301-307, <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2017.10.025>

Warner, K. D. (2007). The quality of sustainability: Agroecological partnerships and the geographic branding of California winegrapes. *Journal of Rural Studies*, 23(2), 142-155. DOI:10.1016/j.jrurstud.2006.09.009

Webber C. M., Labaste, P. (2010). *Building Competitiveness in Africa's Agriculture*. The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank. Dostupno online: <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/c6c29982-a8d2-5480-a387-ac6ec27fdacd/content>

World Bank (2005). Food Safety and Agricultural Health Standards: Challenges and Opportunities for Developing Country Exports, January 10, 2005. Dostupno online: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/8491>

World Trade Organization & OECD (2013). Aid for trade and value chains in agrifood. Sector Studies. Dostupno online: [https://www.oecd.org/dac/aft/Agrifood\\_Full\\_04July.pdf](https://www.oecd.org/dac/aft/Agrifood_Full_04July.pdf)

## **ZAKONI**

Zakon o organskoj proizvodnji. Službeni glasnik RS, broj 30 od 7. maja 2010, 17 od 14. marta 2019 - dr. zakon

Zakon o oznakama geografskog porekla. Službeni glasnik RS broj 18/2010 i 44/2018 - dr. zakon.

Zakon o trgovini. Službeni glasnik RS, broj 52/2019

Zakon o komunalnim delatnostima. Službeni glasnik RS broj 88/2011, 104/2016 i 95/2018

Zakon o uređenju tržišta poljoprivrednih proizvoda. Službeni glasnik RS, broj 67/2021

Zakon o podsticajima u poljoprivredi i ruralnom razvoju. Službeni glasnik RS, broj 10/2013, 142/2014, 103/2015, 101/2016, 35/2023 i 92/2023.

## **ON LINE PREZENTACIJE, VEB-SAJTOVI, INTERNET IZVORI:**

CAP context indicators (2019). Common context indicators for rural development programs 2014-2020, European Commission<sup>1</sup>. July 2020. Dostupno online: [https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2022-07/cap-context-indicators-table\\_2019\\_en\\_0\\_0.pdf](https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2022-07/cap-context-indicators-table_2019_en_0_0.pdf)

EC. Geographical indications and quality schemes explained. Dostupno online: [https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes/geographical-indications-and-quality-schemes-explained\\_en](https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes/geographical-indications-and-quality-schemes-explained_en)

EC. Adding Value, dashboard. Dostupno online: <https://agridata.ec.europa.eu/extensions/DashboardIndicators/AddingValue.html>

Eurostat, database. Dostupno online: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/org\\_cropar/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/org_cropar/default/table?lang=en)

Generalna skupština IFOAM 2008. Dostupno online: <https://www.ifoam.bio/why-organic/organic-landmarks/definition-organic>

GLOBALG.A.P. organizacija veb-sajt. GLOBALG.A.P. c/o FoodPLUS GmbH, Germany, <https://www.globalgap.org/what-we-offer/solutions/>

GLOBALG.A.P. organizacija, podaci dobijeni na upit autora. Septembar 2022. Interna baza.

Kompanija Master food, d.o.o., veb-sajt, <https://masterfood.co.rs/o-nama/>

Mali proizvođači hrane u Srbiji, platforma. Veb-sajt. <https://maliproizvodjaci.rs/o-nama/>

Mali proizvođači hrane u Srbiji, Fejsbuk stranica: <https://www.facebook.com/groups/maliproizvodjaci/members>

MPŠV, Grupa za organsku proizvodnju, <http://www.minpolj.gov.rs/ministarstvo/sektori/sektor-za-poljoprivrednu-politiku/>

MPŠV, Tvining projekat (2021). Dostupno online: <http://www.minpolj.gov.rs/uspesan-zavrsetak-tvining-projekta-u-oblasti-organske-proizvodnje-i-politike-kvaliteta-poljoprivrednih-i-prehrambenih-proizvoda/?script=lat>

MPŠV veb-sajt. Poljoprivredni i prehrambeni proizvodi sa zaštićenim geografskim poreklom. Dostupno online: <http://www.minpolj.gov.rs/ministarstvo/sektori/sektor-za-poljoprivrednu-politiku/grupa-za-kvalitet-deklarisanje-i-oznacavanje-hrane/grupa-za->

*Lanac vrednosti hrane: dostignuća Srbije  
u dodavanju vrednosti poljoprivredno prehrambenim proizvodima*

---

oznacavanje-hrane-i-seme-kvaliteta-poljoprivrednih-i-prehrambenih-proizvoda/poljoprivredni-i-prehrambeni-proizvodi-sa-zasticenim-geografskim-poreklom/

Norton, R. (2014, July 28). *Agricultural value chains: A game changer for small holders*. Dostupno online: <https://www.devex.com/news/agricultural-value-chains-a-game-changer-for-small-holders-83981>

Processed Foods and Health (2022). The Nutrition Source. Harvard T.H. Chan School of Public Health. Dostupno na sajtu: <https://www.hsph.harvard.edu/nutritionsource/processed-foods/>

Savez pčelarskih organizacija Srbije veb-sajt. <https://spos.info/maloprodaja/>

Savez OriGinal Srbija, veb-sajt. <https://originalsrbija.org/o-nama/>

Serbia organica veb-sajt, <https://serbiaorganica.info>

Smartchain project, veb-sajt, <https://www.smartchain-h2020.eu/>

*Strength2Food*, veb-sajt, <https://www.strength2food.eu/>

TasteAtlas-Local food around the world, veb-sajt  
<https://www.tasteatlas.com/>

Zavod za intelektualnu svojinu RS, veb-sajt.  
<https://www.zis.gov.rs/prava/oznake-geografskog-porekla/>



CIP - Каталогизација у публикацији  
Библиотеке Матице српске, Нови Сад

338.43(497.11)

**ПАРАУШИЋ, Весна, 1970-**

Lanac vrednosti hrane : dostignuća Srbije u dodavanju vrednosti poljoprivredno prehrambenim proizvodima : monografija / Vesna Paraušić. - Beograd : Institut za ekonomiku poljoprivrede, 2023 (Novi Sad : NS Mala knjiga plus). - 128 str. : ilustr. ; 25 cm

Tiraž 200. - Bibliografija.

ISBN 978-86-6269-130-9

а) Пољопривредни производи - Економски аспект - Србија

COBISS.SR-ID 133930249



**ISBN 978-86-6269-130-9**  
**eISBN 978-86-6269-131-6**