

AGRIECONOMICA

AE ORGANIZACIJA KONZOK AK



godina

46
broj 73

Novi Sad 2017.



DEPARTMAN ZA
EKONOMIKU
POLJOPRIVREDE I
SOCIOLOGIJU SELA

POLJOPRIVREDNI FAKULTET
UNIVERZITET U NOVOM SADU

www.agroekonomika.rs

S A D R Ź A J

Golijan Jelena, Ljubiša Živanović

POVRŠINE POD ORGANSKOM
PROIZVODNJOM ŽITA U SRBIJI1

Radović Gordana

FINANSIRANJE RURALNOG TURIZMA U
ZEMLJAMA U OKRUŽENJU U PERIODU
EVROPSKIH INTEGRACIJA11

Панџић Ана

АНАЛИЗА МОГУЋНОСТИ РАЗВОЈА
ПЧЕЛАРСКОГ ТУРИЗМА У ВОЈВОДИНИ21

Мирјић Младен

ЕСЕЈ О РАДНИМ НИВОИМА У АГРО-
ДЕЛАТНОСТИМА И ТЕХНОЛОГИЈАМА.....31

Вукоје Вељко, Дулић Весна

КРЕТАЊЕ ОСНОВНИХ ИНДИКАТОРА
УСПЕХА ПОЉОПРИВРЕДНИХ
ПРЕДУЗЕЋА ВОЈВОДИНЕ.....43

Karapandžin Jelena, Rodić Vesna

AGROEKOLOŠKE PRAKSE U VOJVODINI ...55

**Bošnjak Danica, Rodić Vesna,
Karapandžin Jelena**

UČEŠĆE POVRŠINA POD SOJOM U
UKUPNIM KORIŠĆENIM POVRŠINAMA NA
POLJOPRIVREDNIM GAZDINSTVIMA
RAZLIČITE VELIČINE U AP VOJVODINI.....69

Sanja Đukić, Mirela Tomaš-Simin

ORGANSKA POLJOPRIVREDA NA
PODRUČJU FRUŠKE GORE-
NEISKORIŠĆENE MOGUĆNOSTI75

**Sudarević Tomislav, Šurjanović Ivan,
Leković Ksenija**

VIRALNI MARKETING ORGANSKIH
POLJOPRIVREDNIH PROIZVODA.....85

**Maletić Radojka, Bucalo - Jelić Dana,
Popović Blaženka**

UPRAVLJANJE KVALITETOM
PROIZVODNOG PROCESA ŠEST SIGMA
METODOLOGIJOM.....95

C O N T E N T S

Golijan Jelena, Ljubiša Živanović

LAND AREAS UNDER ORGANIC WHEAT IN
SERBIA.....1

Radović Gordana

FINANCING OF THE RURAL TOURISM IN
THE REGION DURING THE EU
INTEGRATION PROCESS.....11

Pandzic Ana

POTENTIAL FOR THE DEVELOPMENT OF
BEEKEEPING TOURISM IN VOJVODINA.....21

Mirić Mladen

ESSAY ON WORKING LEVELS IN
AGRICULTURAL ACTIVITIES AND
TECHNOLOGIES31

Vukoje Veljko, Dulić Vesna

PROFITABILITY OF AGRICULTURAL
ENTERPRISES IN SOUTHEASTERN
EUROPE43

Karapandžin Jelena, Rodić Vesna

AGRI-ENVIRONMENTAL PRACTICES IN
VOJVODINA55

**Bošnjak Danica, Rodić Vesna,
Karapandžin Jelena**

THE SHARE OF SOYBEAN AREAS IN THE
TOTAL UTILISED AGRICULTURAL AREA
ON DIFFERENT SIZE FARMS IN AP
VOJVODINA69

Sanja Đukić, Mirela Tomaš-Simin

ORGANIC AGRICULTURE IN THE AREA OF
FRUŠKA GORA-UNTAPPED POTENTIALS ..75

**Sudarević Tomislav, Šurjanović Ivan,
Leković Ksenija**

VIRAL MARKETING OF ORGANIC FOOD85

**Maletić Radojka, Bucalo - Jelić Dana,
Popović Blaženka**

QUALITY MANAGEMENT OF THE
PRODUCTION PROCESS USING SIX SIGMA
METHODOLOGY.....95

АНАЛИЗА МОГУЋНОСТИ РАЗВОЈА ПЧЕЛАРСКОГ ТУРИЗМА У ВОЈВОДИНИ

Панџић Ана¹

Резиме

Савремени туристички трендови окарактерисани су сталним променама на страни туристичке тражње. Оплемењивањем постојеће туристичке понуде, било унапређењем актуелних туристичких производа или формирањем нових, иновативних облика туристичких кретања циљају се увек нови сегменти туристичког тржишта - тржишта тражње. Креирање туристичког производа у форми културне руте, обавезно подразумева расположиве ресурсе, природне и антропогене, материјалне и нематеријалне, као и локалне специфичности заједнице. Неискоришћени ресурси на тај начин добијају шансу за вредновањем и имплементацијом у туристички производ.

Да ли је хипотеза која подразумева формирање пчеларског туризма кроз тематске туристичке руте оправдано, показале анкетно истраживање спроведено међу регистрованим пчеларима у АПВ.

Кључне речи: пчеларство, туризам, анкетно истраживање, туристичке руте, Војводина.

POTENTIAL FOR THE DEVELOPMENT OF BEEKEEPING TOURISM IN VOJVODINA

Pandzic Ana¹

Summary

Modern tourism trends are characterized by constant changes on the side of the tourist demand. As such, they represent a constant obligation for tourist destinations to work on raising the competitiveness of their tourist offer. Creating a tourism product in the form of cultural routes includes available resources, both natural and anthropogenic, tangible and intangible, as well as the local specifics of the community. In this way, unused resources get a chance for evaluation and implementation of the tourism product.

The justification of the hypothesis that involves the formation of beekeeping tourism through themed tourist route is shown in a survey conducted among registered beekeepers in Vojvodina.

Key words: beekeeping, tourism, survey, tourist routes, Vojvodina.

¹ Панџић Ана, магистар географских наука-област туризам, студент докторских студија, Природно-математички факултет, Универзитет у Новом Саду, контакт тел. +381 69/119-64-04, ana.pandzic75@gmail.com

¹ Pandzic Ana, PhD student, Faculty of Sciences, University of Novi Sad, Contact: +381 (0)69/119-64-04, ana.pandzic75@gmail.com

1

Увод

У циљу дефинисања новог туристичког производа и једноставнијег приступа у уобличавању и имплементацији иновативног облика туризма у Војводини, биће представљен туристички производ који се појавио на тржиште као веома атрактиван модел туристичке понуде, а то је тематска туристичка рута. Рута – чини део пута. То је означена и опипљива траса кретања. Дефинисана је обухватом унапред утврђених локација, тачкасто повезаних, линеарно или регионално и које тако повезане чине јединствену, интегрисану тематску целину (Андројић, et al., 2012).

Пчеларски туризам до данас није добио свој облик у туристичкој понуди Војводине. Још увек нису препозната његова својства и атрактивности од стране туристичке привреде. Овај рад има за циљ да представи могућности развоја пчеларског туризма са препоруком формирања нове туристичке понуде, новог специфичног облика културних рута и/или руралног туризма.

Рурални туризам, како је већ наведено, уско је повезан са културним туризмом. Привлачи туристе посебних интересовања, који очекују висок степен партиципације у активностима и животу у руралној средини. Актуелна маргинализација и пропадање материјалног и духовног карактера села, може да се заустави чврстим, конструктивним приступима који би омогућили опстанак и развој села (Ђукић-Дојчиновић, 2005).

Диверзификација делатности у домаћинствима и едукација чланова домаћинства у циљу увођења нових, претежно услужних делатности, могу да буду полазна основа за развој привредног и културног опоравка заједнице. Једна од делатности у функцији привредног опоравка је пчеларство.

2 Истраживање потенцијала за развој пчеларског туризма у Војводини

Када се говори о актуелним трендовима у туризму, говори се о увећаној и специфичној туристичкој тражњи. У условима када окружење (у овом случају окружење АП Војводине) није презасићено туристичком понудом/производима приближног карактера, постоје велике предности и могућности за успешно прикључивање на туристичко тржиште. Поред винарства и виноградарства, пчеларство је један од атрактивнијих потенцијала у Војводини. Пољопривредна грана која у протекле две-три године доживљава узлазни тренд, док се на светском туристичком тржишту остварује кроз пчеларски туризам. У овом делу рада приказана је анализа потенцијала за развој пчеларског туризма у Војводини као туристичкој дестинацији.

2.1. Циљ и предмет истраживања

Према званичним информацијама које пружа Кровна Туристичка организација Војводине, Војводина посматрана као самостална тури-

стичка дестинација у туристикој понуди нуди: природне атрактивности, културно-историјско наслеђе, Фрушку гору као посебну субдестинацију, гастрономски, научички, активни, конгресни, здравствени и сеоски туризам (<http://vojvodinaonline.com>).

У другој половини 20. века дошло је до преврата на туристичком тржишту. Масовни облици кретања су минимизирани, а учешће у туристичком промету су заузела индивидуална путовања. Према наведеном аутору, оваква врста сегментирања тржишта, као и усмеравања туристичке потражње ка посебним тј. специфичним облицима туристичких производа, пружа јединствену шансу за Србију, а тиме и Војводину за развој модерног туризма, туризма 21. века (Штетић, 2007).

Тематско истраживање које је рађено за потребе овог рада је за субјекте истраживања одабрала активне пољопривреднике који имају регистровано пчеларство у оквиру газдачких домаћинстава. Да ли је пчеларство довољно бројно и развијено у покрајини и какви су ставови пчелара у односу на тржишне промене, које су могућности и облик укључивања у туристичке токове, сви ови и други одговори који су добијени истраживањем пружају шансу обogaћивању туристичке понуде Војводине у правцу формирања новог селективног облика туризма.

Резултати истраживања ће бити представљени дескриптивно и графички. Методе примењене у обради података омогућавају формулисање закључака истраживања и одређивање наредних фаза у развоју и имплементацији иновативног туристичког производа пчеларског туризма у Војводини.

Инструмент за спровођење истраживања 2.2.

За реализацију истраживања потенцијала у пчеларству за развој туризма, примењена је методолошка техника анкетирања упитником (унапред припремљеним инструментом истраживања), комбинована са техником интервјуа – директног разговора испитаника и учесника у истраживању (Јанићијевић, 2013), као и статистичка метода за систематско уређивање добијених података.

У упитнику су, према степену стандардизације, коришћена комбинована питања: потпуно затворена питања - са понуђеним одговорима без могућности манипулације у одговорима; делимично отворена питања - нудило се неколико одговора, са могућношћу избора или допуне одговора према потреби испитаника, као и питања дихотомног карактера, са два одговора: “Да” или “Не”.

Састављен је упитник са 28 питања, груписаних у две целине. Прва група питања се односи на социо-демографске карактеристике испитаника. Друга је формулисана са циљем да се утврде типови/врсте пчелара, обим пословања, производни микс и начине пласмана и продаје, као и ставови, потребе и могућности испитаника за активним

укључивањем и формирањем туристичке понуде, кроз обликовање туристичког производа -пчеларског туризма.

2.3. Реализација истраживања и обрада података

Истраживање које је спроведено у пчеларству, међу регистрованим пољопривредним газдинствима покрајине, вршено је у периоду фебруар-март 2016. године. Стратификација узорка је урађена на основу препорука, а међу 28 одабраних испитаника су често били представници струковних удружења, заступајући и ставове свог чланства. Сматра се да је поштовањем објективности обезбеђена репрезентативност узорка. Унапред одабрани испитаници били су упознати са циљевима истраживања и инструментом (упитником) које ће се примењивати.

Истраживање је привукло пажњу пчелара. Неретко су се у седиштима струковних удружења окупљали и они чланови који нису били део стратификованог узорка, пружајући подршку истраживању и намерама за формирање новог туристичког производа на војвођанском тржишту.

2.4. Анализа и интерпретација података

У полној структури испитаника чак 89% испитаника је мушког пола, у односу на 11% женског пола у узорку. Заступљеност оба пола је одраз репрезентативности узорка и рационалне стратификације, као и на трећем али не мање важном месту, учешћа жена у пчеларству. Одговори на питања демографског карактера описују старосну и образовну структуру испитаника, према којима 29% учешћа у узорку има старосна категорија 46-55 година, а друга по заступљености категорија 36-45 година, са 21% учешћа у узорку. Евидентно је учешће категорије старијих испитаника, што говори да се пчеларством још увек баве старије старосне категорије.

У анализи образовне структуре, резултати указују да је 57% учешћа у узорку пчелара са средњим степеном стручне спреме, а 32% високим степеном. По 4% у узорку, заступљени су магистри и доктори наука, што узорак чини посебно репрезентативним, а пчеларство као делатност, приступачно свим образовним категоријама.

Познавање страних језика омогућава комуникацију са страним посетиоцима. На ово питање испитаници су пружили повољне одговоре. Половина узорка, чак 50% има знања из енглеског језика, док је 29% узорка одговорило да не познаје ни један страни језик. Од језика, међу одговорима су присутни мађарски и руски, по 7% учешћа, али и немачки и француски са по 4% у узорку. Може се закључити да је образовање пчелара и по овом питању врло добро.

Најбројнији испитаници били су са територије Суботице и Палића, са учешћем од 18% у узорку, потом из Меленца, Кикинде и Моровића са

11%, Банатског Великог Села, Новог Бечеја, Ердевика и Бачког Моноштора са по 7% и Апатина, Лазарева, Ботоша, Руме, Кленака и Сусека са по 4%.

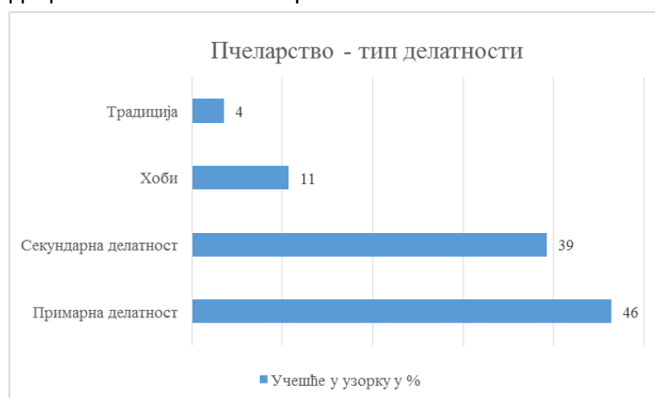
У односу на положај испитаника у пољопривредном газдинству, чак 79% узорка чине носиоци газдинстава, док је 21% узорка у функцији члана газдинства.

Други део упитника ближе објашњава профиле испитаника, нпр. којим типом пчеларства се баве, да ли се професионално баве делатношћу или су рекреативни пчелари/хобисти, нешто више о ставовима у односу на диверзификацију газдинства и укључивање у туристичку понуду Војводине.

Пољопривредна газдинства обухваћена истраживачким узорком, први пут су регистровала пчеларство у периоду од 1991-2016. године. Структура одговора истраживања указује на трендове у регистрацији пољопривредних газдинстава. Тако је подједнако учешће у узорку, оних испитаника који су регистровали прва пољопривредна газдинства 2004 (према мерама које је Република Србија увела те године, www.srbija.gov.rs), 2005 и 2009. године (по 18%), а 11% учешћа у узорку заузели су испитаници који су регистровали прва пољопривредна газдинства тек 2014. године. Године 2015. забележено је 7% учешћа у узорку, што је посматрано са претходном, 2014. годином, период када је пчеларство доживело процват.

Са 36% учешћа у узорку су газдинства са традицијом између 11-30 година пчеларења, нешто мање, са 32% учешћа су газднства која се баве челарством мање од 10 година, али је учешће пчелара који се баве више од 30 година овом делатношћу 11% у узорку. Под појмом традиционално подразумева се пчеларење са традицијом од 50 и више година, а таквих је 21% у узорку.

Према анализи одговора испитаника (графикон 1), пчеларство је примарна делатност код 46% испитаника у узорку, а секундарна код 39%. Пчеларство као хоби пријавило је 11% узорка, а 4% испитаника у узорку да се традиционално баве пчеларством.

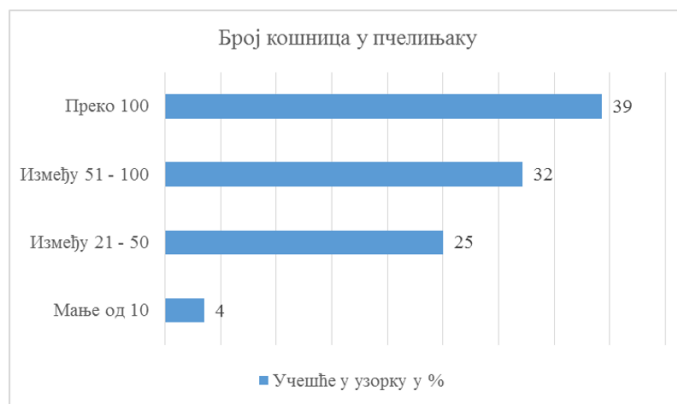


Извор: сопствена истраживања

Графикон 1. Приказ структуре одговора на питање број 14

Graph 1: Structure of answers to the question no. 14

Репрезентативност узорка огледа се и у структури испитаника у односу на број кошница у пчелињацима, као и годишњу производњу меда. Веће могућности за обезбеђивањем услова за развој комплементарних делатности каква је туризам имају они испитаници који остварују веће приносе, а тиме и приходе. Њихова препознатљивост на тржишту је изграђена, а неретко је бренд производа, у смислу безбедности потрошача у коришћењу прехранбених производа, традиционална и утемељена. У структури узорка (графикон 2), 39% учешћа имају испитаници чији пчелињак броји преко 100 кошница. Током вођења интервјуа са испитаницима, утврђено је да се број кошница креће преко 300, али и 1000, што је показатељ заиста значајне вредности пчеларства и неискоришћених предности које има. На другом месту у узорку је 32% учешће пчелара у категорији 51-100 кошница, 21% учешћа у категорији 21-50 кошница и најмање су заступљени испитаници са малим пчелињацима, до 20 кошница.



Извор: сопствена истраживања

Графикон 2. Приказ структуре одговора на питање број 16

Graph 2: Structure of answers to the question no. 16

Најзаступљенији производи су: мед са 23%, полен са 20%, и прополис са 19% у узорку. Прехранбени производи су најзаступљенији у врсти прерађених пчелињих производа, међу њима су и кондиторски (нпр. бомбоне) али је заступљеност медицинских производа значајна, са 29% учешћа у узорку. Овај податак говори о могућностима развијања једне посебне врсте туризма која у основи примењује пчелиње производе у медицинске сврхе, познатија под називом Апи-туризам. У остале производе, који су заступљени са 39% у узорку, спадају медовача и медовино.

Ово истраживање је имало за циљ да установи да ли постоји потреба за проширивањем тржишта и новим облицима пласмана производа, што би потврдило хипотезу да је туризам, као ново тржиште пожељено.

Највеће учешће, 53,5% у узорку је продаја производа на кућном прагу (графикон 3). Директна продаја потрошачима, однос потрошача и произвођача, усмереност ка познатој циљној групи, прилагођавање по-

требама потрошача, само су неки елементи који објашњавају учешће овог типа продаје. Као и у истраживању на Винским путевима Србије, доказано је да је обележавањем произвођача саобраћајном туристичком сигнализацијом повећана продаја производа на кућном прагу. Највећи удео у узорку, чак 71,4% испитаника, нема туристичку сигнализацију која указује на регистровано домаћинство за пчеларство, а продају производа врше на кућном прагу. Нешто више од 10% има сигнализацију коју су самоиницијативно поставили, ради препознавања и идентификације производа домаћинства. Продаја производа на велико, откупљивачима олакшава привређивање пчеларима, али истовремено указује и на недостатак пласмана за директну потрошњу. Учешће ове врсте продаје је 9,3% у узорку. Заступљена је продаја на манифестацијама са 7% учешћа и бележи се често као једина врста продаје у газдинствима.



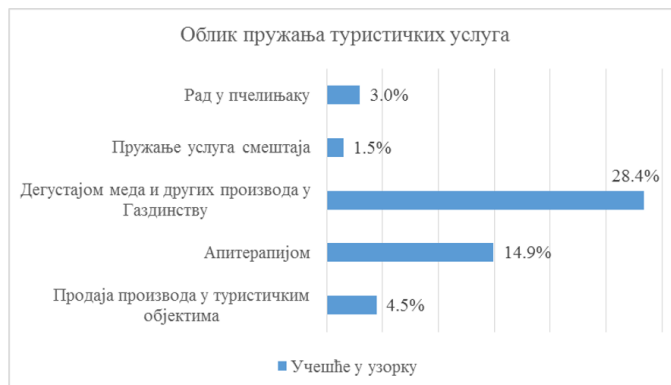
Извор: сопствена истраживања

Графикон 3. Приказ структуре одговора на питање број 20

Graph 3: Structure of answers to the question no. 20

На питање: Да ли постоје планови за унапређење пчеларства, повећањем броја кошница? испитаници су пружили веома оптимистичне одговоре. Са 36,8% учешћа у узорку планирано је повећање броја кошница у пчелињаку за 200, са 26,3% учешћа у узорку повећање са по 50 кошница, завидних 10,5% повећање за 300, односно за 1000 кошница, што позитивно и индиректно доприноси постављеној хипотези рада.

Испитаници виде своје учешће у пчеларском туризму највише кроз дегустацију меда и продају производа у газдинству са учешћем од 28,4% (графикон 4). На другом месту је апи-терапија са 14,9% учешћа, а са 4,5% учешћа у свим одговорима су испитаници који би пласирали производе у туристичким објектима (хотели, ресторани и др.). Пружањем услуга смештаја бавило би се 1,5%, али су испитаници препознали рад у пчелињаку као изузетно атрактиван вид понуде за туристе, са 3% учешћа у свим одговорима.

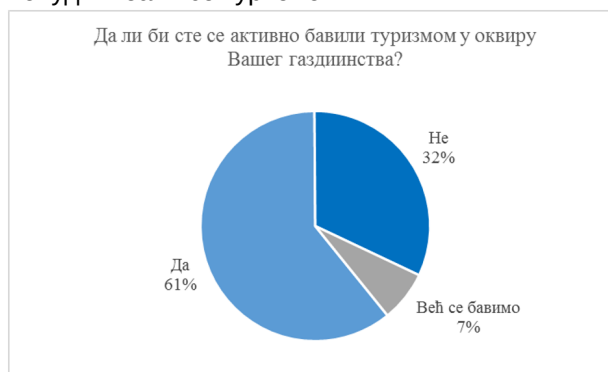


Извор: сопствена истраживања

Графикон 4. Приказ структуре одговора на питање број 22

Graph 4: Structure of answers to the question no. 22

Један од циљева истраживања је био и да се распознају облици пчеларског туризма који су до данас препознати и, стихијски, развијени, као и да се утврди став испитаника о бављењу и улагању у пчеларски туризам. С тога је важно истаћи приметно учешће испитаника који би улагали у развој пчеларског туризма јер су у њему препознали потенцијал за додатне приходе и пласман производа, са 75% учешћа, док би се са 61% учешћа у узорку испитаници активно бавили продајом пчелињих производа и пружањем услуга у туризму (графикон 5). Један део узорка, са 7% учешћа евидентиран је у туристичкој понуди и бави се туризмом.



Извор: сопствена истраживања

Графикон 5. Приказ структуре одговора на питање број 23

Graph 5: Structure of answers to the question no. 23

Пчеларство још није довољно препознато у сфери туристичке привреде као значајан производни потенцијал, јер чак је 75% учешћа у узорку испитаника који немају остварену сарадњу са туристичком привредом локалних управа. Туристичку сигнализацију има свега 11% у узорку, што је одраз непрепознатљивости туристичког потенцијала, док 89% учешћа у узорку је оних испитаника нема туристичко обележје домаћинства. Са 96% учешћа у узорку је оних испитаника који сматрају

да би организовање тематских туристичких рута подстакло пословање и проширење делатности сваког газдинства које се налази у туристичкој понуди тематског производа.

Најзаступљенији пословни планови испитаника су усмерени ка проширењу производње, са 82,1%, док је повећање броја кошница на другом месту са 71,4% учешћа у свим одговорима. Перспективно је и треће место, запошљавање нове радне снаге, које је у одговорима заузело учешће са 25%. Испитаници су се изјаснили да планирају да се баве туризмом, угоститељством, пружањем услуга смештаја и едукацијом.

Закључак 3

Истраживањем је потврђена хипотеза да би се регистровани пчелари на територији Војводине бавили туризмом уколико би за то постојала подршка заједнице и највише секторских институција и Владе АПВ. Општи закључак о резултатима спроведеног истраживања пољопривредних газдинстава која се активно баве пчеларством садржи више важних ставки:

- Од укупног броја 665.022 у Србији, Војводина броји 124.174 кошница.
- Чак 79% узорка чине носиоци газдинстава, док је 21% узорка у функцији члана газдинства.
- Старосне категорије 46-65 година и више, најзаступљеније су у узорку и чине 61% учешћа, што говори да се пчеларством бави старије становништво.
- Половина узорка има знање из енглеског језика, док је 29% узорка одговорило да не познаје ни један страни језик.
- Чак 79% узорка чине носиоци пољопривредних газдинстава.
- Пољопривредна газдинства су заступљена са 71% учешћа у узорку, а породична пољопривредна газдинства са 29%.
- Под појмом традиционално пчеларење подразумева се пчеларење од око 50 и више година, а таквих је 21% у узорку.
- Пчеларство је примарна деланост код 46% испитаника у узорку, а секундарна код 39%.
- Највеће учешће у узорку је продаја производа на кућном прагу са 53,5%.
- Највећи удео у узорку нема туристичку сигнализацију 71,4% испитаника, а продају производа врше на кућном прагу.
- Продаја на манифестацијама са 7% учешћа често је једина врста продаје у газдинствима.
- Планирано повећање броја кошница у пчелињаку за чак 200 кошница заступљено је највише, са 36,8% учешћа у узорку.
- Испитаници виде своје учешће у пчеларском туризму претежно кроз дегустацију меда и продају производа у газдинству са учешћем од 28,4%. На другом месту је апи-терапија са 14,9% учешћа.
- Најзаступљенији производи су: мед са 23%, полен са 20% и прополис са 19% у узорку.

- Забележен је завидан број испитаника, 75% који би улагали у развој пчеларског туризма, а чак 61% учешћа у узорку чине пчелари који би се активно бавили продајом пчелињих производа и пружањем услуга у туризму.
- Велики део узорка приказује недостатак сарадње са носиоцима туристичке политике, чак 75% учешћа у узорку је испитаника који немају остварену сарадњу са туристичком организацијом или агнецијом из локала.
- Туристичку сигнализацију има свега 11% испитаника.
- Планови проширења производње су најчесталији пословни планови, са 82,1%, док је повећање броја кошница на другом месту са 71,4% учешћа у свим одговорима. Планирано је запошљавање нове радне снаге у 25% узорка.

4 Литература и извори

1. Андрић, М., et al. (2012), Управљање туристичким посетама на тематским културним рутама, Приручник, Министарство туризма Р. Хрватске, Удружење Луизијана, Загреб.
2. Ђукић-Дојчиновић, В. (2005), Културни туризам- менаџмент и развојне стратегије, Клио, Београд.
3. Јанићијевић, Н. (2013), Организациона култура и менаџмент, Универзитет у Београду, Економски факултет, Београд.
4. Штетић, С. (2007), Посебни облици туризма, Београд.
5. www.srbija.gov.rs (30.06.2016.)
6. <http://vojvodinaonline.com> (07.06.2016.)

Primljen/Received: 28.02.2017.

Prihvaćen/Accepted: 25.03.2017.