



Case study: **Pasieka Gucio (Pčelinjak Gucio)** **Med, apiterapija i autentično iskustvo**

Pasieka Gucio (Pčelinjak Gucio)

Med, apiterapija i autentično iskustvo

Michał Borychowski

Univerzitet za ekonomiju i biznis u Poznanju, Katedra za makroekonomiju i agrarnu ekonomiju
email: michal.borychowski@ue.poznan.pl

Zemlja	Poljska
Region	Kuyavian–Pomeranian Voivodeship
Farmer	Romuald
Godine	54
Pol	Muški
Obrazovanje	Bez poljoprivrednog obrazovanja / električar
Iskustvo	17
Specijalizacija	Pčelarstvo
Broj članova domaćinstva	6

Lokacija farme

Farma Pasieka Gucio (pčelinjak Gucio) nalazi se u malom selu Podgórzyn, u regionu Kujavsko-pomeranskom, u sjeverno-centralnom dijelu Poljske. Selo broji svega nekoliko stotina stanovnika, ali se veže na obližnji grad Żnin, koji ima oko 14 hiljada stanovnika i predstavlja administrativni centar istoimenog okruga.

Selo se prostire na površini od oko 250 km² u kom se naziru i obrisi prigradskog ambijenta. Poljoprivredno zemljište zauzima oko 80% ukupne površine, dok šume čine oko 6%. Romualdova farma se nalazi u naselju Pałuki, poznatom po svojoj slikovitoj prirodi – pejzažima sa više od 130 jezera, šumama i poljima prepunim medonosnih biljaka, poput uljane repice.

U neposrednoj blizini prolazi autoput S5, koji povezuje Żnin sa Bidgošćom na sjeveru i Gnjeznom na jugu, te dalje Poznanjom, što farmu čini odlično saobraćajno povezanom. U susjednoj opštini Gąsawa nalazi se svjetski poznato lužičko naselje i utvrđenje u Biskupinu, jedno od najvažnijih arheoloških nalazišta u Poljskoj.

U prošlosti je trgovina, naročito solju i jantrom (ćilibarom), imala ključnu ulogu u razvoju ovog područja. Pretpostavlja se da su stanovnici učestvovali u trgovačkim razmjenama duž čuvene “jantarske rute”, koja je spajala Jadransko i Baltičko more. Spoj netaknute prirode, bogatog kulturnog naslijeđa i razvijene infrastrukture čini područje Żnina privlačnom turističkom destinacijom.

Klima u regionu je umjereno kontinentalna. Ljeti su temperature prijatne, dok su zime hladne, snježne i vjetrovite. Tokom godine, prosječne temperature variraju od –4°C do 24°C, rijetko padajući ispod –13°C ili prelazeći 30°C. U ljetnjim mjesecima dnevne temperature se obično

kreću oko 22°C, dok se noću spuštaju na oko 12°C. Period intenzivnijih padavina traje nešto više od tri i po mjeseca, od sredine maja do početka septembra, dok se najmanje padavina bilježi u aprilu. Tokom ljeta prosječna količina padavina iznosi oko 50 milimetara mjesečno, a najviše ih ima u julu.

Vegetacioni period traje oko 175 dana, počinje krajem aprila (oko 25. aprila) i završava se sredinom oktobra. Poljoprivredna proizvodnja u regionu se uglavnom zasniva na uzgoju žitarica (pretežno pšenice i ječma), kao i šećerne repe i krompira. Od stočarske proizvodnje, najzastupljeniji su uzgoj svinja i živine. Prosječna veličina gazdinstva u ovom području iznosi oko 20 hektara, što je iznad nacionalnog prosjeka.

Istorijat razvoja farme, resursi, tehnologija i proizvodnja

Pčelinjak Gucio vode Romuald i njegova supruga Beata, uz podršku svoje djece. Pčelinjak je višegeneracijski, sa tradicijom proizvodnje meda dugom više od osam decenija. Prvih 19 košnica varšavskog tipa kupio je Romualdov otac 1951. godine, a tokom narednih godina i decenija broj košnica se kretao između 20 i 40. Iako Romuald u početku nije bio siguran da će krenuti očevim stopama, tokom kasnih tinejdžerskih godina razvio je interesovanje za pčelarstvo, koje je vremenom preraslo u njegovu strast. Zajedno sa Beatom, kupio je prvih deset košnica od kojih dvije, nažalost, nisu preživjele, ali su ostale bile medonosne, što je postalo podsticaj za dalji razvoj. Danas pčelinjak broji 79 košnica, a gazdinstvo se prostire na dva hektara zemljišta koje se koristi kao trajni travnjak i zasađeno je medonosnim biljkama i oprašivačima. Izgled farme prikazan je na slikama 1 i 2.

Slika 1 - Pasieka (Pčelinjak) Gucio 1

Izvor: Pčelinjak Gucio



Slika 2 - Pasieka (Pčelinjak) Gucio 2
Izvor: Pčelinjak Gucio



Gazdinstvo je veoma dobro organizovano, a prilikom donošenja odluka porodica se oslanja na svoje znanje i dugogodišnje iskustvo stečeno i u drugim oblastima. Romuald je član Poljskog udruženja pčelara, dok je njegova supruga Beata aktivna u Udruženju seoskih domaćica. Romuald redovno čita stručni časopis „Pasieka“ kako bi pratio najnovije trendove u pčelarstvu. Porodica stalno ispituje nove, zanimljive i inovativne ideje kojima nastoji da izdvoji svoj pčelinjak u moru drugih pčelinjaka u regionu, koji međusobno konkurišu jedni drugima. Prema njegovom mišljenju, ključni resursi za održavanje postojećeg poslovnog modela su: 1) vlastita radna snaga (supružnici i djeca), znanje i vještine; 2) jedinstveno iskustvo i kompetencije stečene tokom godina; 3) posebna vrsta pčela – Buckfast pčela (domaći križanac vrste *Apis mellifera*), napredna kombinacija sedam evropskih i afričkih vrsta, koja ima brojne prednosti:

visoku proizvodnju meda i polena, miran temperament, otpornost na bolesti i dobro preživljavanje; 4) tehnička infrastruktura i dobro organizovani proizvodni procesi; 5) finansijski resursi. Ove ključne prednosti prate i promišljene agrotehničke odluke u vezi sa usjevima koji su direktno namijenjeni pčelama. Važno je naglasiti da se, radi dobijanja rijetkih vrsta meda (npr. maslačkov, bagremov ili heljdin med), pčele sele na više različitih lokacija. Takve aktivnosti zahtijevaju pažljivo planiranje i koordinaciju – kako u sezonskom rasporedu postavljanja košnica, tako i u organizaciji rada tokom vrcanja meda. Upravo te vještine i znanja omogućavaju pčelinjaku Gucio da ponudi raznovrstan portfolio proizvoda i usluga. Ova specijalizacija predstavlja svjesno odabranu strategiju kao odgovor na snažnu konkurenciju na tržištu meda u Poljskoj i okolnim zemljama. Pčelinjak koristi gotovo sav svoj proizvodni potencijal (pčelinjaci do 80 košnica podliježu pojednostavljenim administrativnim propisima), pa je dalji razvoj usmjeren prije svega na povećanje kvaliteta i raznovrsnosti ponude. Zbog toga se pčelinjak Gucio fokusira na visokokvalitetni med i srodne proizvode koji se mogu prodavati po višoj cijeni od onih u supermarketima. Privlačenje i zadržavanje kupaca i dalje predstavlja izazov, ali tome svakako doprinosi široka i raznovrsna ponuda proizvoda.

Slika 3 – Proizvodi koji se nude na Pčelinjaku Gucio
Izvor: Pčelinjak Gucio



Asortiman ovog domaćinstva obuhvata, pored različitih vrsta meda i proizvode dobijene od meda – pergu, polen i propolis (slike 3, 4 i 5). Kada je riječ o ponudi meda, vrijedi istaći da je izuzetno raznovrsna – u ponudi se gotovo tokom cijele godine mogu naći različite vrste: 1) bagremov (svijetle boje, blag i dugotrajno tečan); 2) med od facelije (svijetle boje, s blagim biljnim mirisom); 3) heljdin med (tamne boje i intenzivnog ukusa); 4) lipov med (izuzetnog ukusa i mirisa koji podsjeća na procvjetalu lipu ljeti); 5) maslačkov med (jedinstvena i rijetka vrsta dobijena od cvjetova ranog proljećnog maslačka); 6) uljanorepičin med (karakterističan, kremast i blag, vrlo popularan zbog široke zastupljenosti uljane repice u Poljskoj); 7) med od medljike (koji pčele sakupljaju od medne rose, a ne od nektara cvjetova) i 8) livadski ili

Podržano od strane International Visegrad Fund

Visegrad+ Grants | Project ID: 22430104

<https://frrms.mendelu.cz/veda-a-vyzkum/projekty-a-granty/food-chain>

višecvjetni med (mješavina različitih ukusa i mirisa). Pored pomenutih proizvoda od meda pčelinjak nudi i višecvjetne vrste meda sa dodacima – med sa pergom, polenom, malinom, limunom i đumbirom. Pčelinji polen pčele sakupljaju tokom ljeta sa cvjetova, potom ga prenose u košnicu i skladište u saću u obliku sitnih šarenih grudvica. On predstavlja rezervu hrane u košnici kojom se hrane mlade ali i odrasle pčele. Sa stanovišta upotrebe u ljudskoj ishrani, polen je izuzetno vrijedan jer sadrži vitamine, minerale i proteine te ima antibakterijska, antitumorska, protivupalna, antioksidativna i antikancerogena svojstva. Perga, odnosno pčelinji hljeb, nastaje kao rezultat sakupljanja i prerade cvjetnog polena od strane pčela. Bogata je proteinima, vitaminima, mineralima, masnim kiselinama i enzimima koji pospješuju varenje. Propolis je smolasta materija koju pčele proizvode od biljnih smola i koriste za zaštitu i zatvaranje košnice od spoljašnjih uticaja i mikroorganizama koji mogu ugroziti njihovo zdravlje i život. Za čovjeka, propolis je dragocjen prirodni proizvod koji ima protivupalno i antibakterijsko dejstvo, pomaže organizmu u borbi protiv infekcija, jača imunitet, ublažava upale i ubrzava proces zarastanja rana.

Slika 4 – Proizvodi pčelinjaka Gucio – Polen (lijevo), Propolis (desno)

Izvor: Pčelinjak Gucio



Još jedan zanimljiv proizvod sa ovog domaćinstva je takozvani višecvjetni kremasti med. On predstavlja pravi užitak, jer spaja bogatstvo ukusa i mirisa različitih cvjetova s kojih pčele sakupljaju nektar. Proces kremiranja čini med izuzetno baršunastim i lakim za mazanje, zbog čega je idealan dodatak svakodnevnim obrocima. Ovaj med odlikuje se blagim, cvjetnim ukusom s nježnom voćnom notom. Svi navedeni pčelinji proizvodi imaju blagotvorno dejstvo na ljudski organizam. Pčelinjak Gucio je prepoznao ovaj potencijal i uspješno odgovara na različite potrebe i preferencije potrošača, nudeći tržištu širok asortiman proizvoda.

Slika 5 – Proizvodi pčelinjaka Gucio – Med od bagrema (lijevo), med od maslačka (sredina), med sa limunom i đumbirom (desno)

Izvor: Pčelinjak Gucio



Pored pomenutog, pčelinjak Gucio svojim kupcima nudi jedinstvenu priliku da iskuse terapiju u košnici – apiterapiju (Slika 5). Ova rijetka usluga potpuno je besplatna za kupce pčelinjaka i izaziva interesovanje, iako je popularnost ovog oblika apiterapije u Poljskoj trenutno niska. Na imanju se nalazi drvena kućica u kojoj se klijent može opustiti i uživati u toplom vazduhu, mirisu meda i propolisa, mikro-vibracijama, zvučnim efektima i bio-polju koje stvaraju pčele, čije su košnice postavljene neposredno ispod ležaja i propisno obezbijeđene. Tretman u kućici za apiterapiju ima relaksacione i terapijske primjene. Prema različitim istraživanjima, ovaj oblik apiterapije može pomoći u liječenju različitih oboljenja, kao što su bolesti kardiovaskularnog, respiratornog, lokomotornog i nervnog sistema, zatim bolesti nastale usljed smanjenog imuniteta, metabolički i hormonalni poremećaji, kao i psihoemocionalna stanja.

Dokaz da Gucio pčelinjak nudi zanimljive, raznovrsne i vrijedne proizvode jeste nagrada koju je dobio 2018. godine – Pehar predsjednika Gradskog vijeća u Żninu za najzanimljiviju pčelarsku ponudu na XXII Polučkom poljoprivrednom sajmu (25–26. avgust 2018.). Proizvodnja meda i drugih pčelinjih proizvoda zahtijeva puno vremena i rad u zahtjevnim uslovima. Zbog toga poslovanje gazdinstva stalno unapređuju kroz poboljšanje tehničke opreme, mašina i uređaja, a posljednjih godina ulaže se i u obnovljive izvore energije, poput solarnih panela i toplotne pumpe. Vlasnik ističe da je pčelarstvo prijatan i isplativ posao, iako donosi određene izazove. Planovi za kupovinu dodatnog zemljišta i ulaganje u novu opremu, uključujući medomat, jasno pokazuju njihovu želju da pčelinjak i dalje razvijaju i unapređuju.

Razlozi za uključivanje u kratki lanac snabdijevanja hranom

Med se u Poljskoj u velikim prodavnicama, poput supermarketa u kojima većina potrošača obavlja redovne kupovine, može kupiti po pristupačnoj cijeni od oko 20–25 PLN (5,5–7 \$) za veliku teglu, od oko 1 kg ili 1 litre. Ovaj med se često pravi kao mješavina meda iz zemalja EU i zemalja van EU. U zemljama van EU često ne postoji obaveza pridržavanja strogim sanitarnim i veterinarskim standardima koje EU nameće svojim pčelarima, što predstavlja veliki izazov za poljske proizvođače meda, posebno za one koji žele najviši kvalitet svojih proizvoda. Takvi proizvođači ne mogu konkurisati cijenom velikim proizvođačima i uvoznici izvan EU. Vrijedno je dodati da veletrgovci meda koji posluju u EU, često nude vrlo niske otkupne cijene proizvođačima meda – obično u rasponu od 10–20 PLN (2,8–5,6 \$) po kilogramu, čak i za med visokog kvaliteta. U tom kontekstu važno je naglasiti da u Poljskoj postoji mnogo pčelinjaka; tržište meda je vrlo fragmentirano i visoko konkurentno, a pojedinac nema uticaj na cijene.

*Slika 6 – Apiterapijska kuća na pčelinjaku Gucio
Izvor: Pčelinjak Gucio*



Med ima dugu tradiciju prodaje direktno od proizvođača do potrošača. Ovaj način prodaje posebno odgovara ovakvim vrstama prehrambenih proizvoda, čak i kada je riječ o prodaji između vlasnika pčelinjaka i njegovih najbližih komšija. Većina potrošača je vjerovatno barem jednom kupila ili dobila med direktno od pčelara. Prodaja meda kroz dužu distribucijsku mrežu

takođe je moguća, ali obično podrazumijeva da med proizvođač dostavi do sabirnih centara, i to po nižoj cijeni koja često ne pokriva ni cijenu koštanja. Zbog toga je uobičajena praksa da pčelari učestvuju u kratkim lancima snabdijevanja, primarno primjenjujući strategiju direktne prodaje.

Sa stanovišta pčelinjaka Gucio, integracija u kratke prehrambene lance proizašla je iz nekoliko razloga: interesovanje kupaca za visokokvalitetni med od pouzdanog pčelara, a ne iz industrijske proizvodnje što je bez obzira na sve, teško prepoznati; potrošači traže širok asortiman meda i srodnih proizvoda, čija je dostupnost u velikim prodavnicama obično ograničena (najčešće se nudi samo jedna vrsta meda); mogućnost postizanja više cijene za med, a time i većih prihoda, čak uzimajući u obzir veće troškove proizvodnje; te mogućnost uključivanja članova porodice u aktivnosti pčelinjaka.

Specifični načini učešća farme u kratkom lancu snabdijevanja hranom: segmenti kupaca, kanali i odnosi sa kupcima

Kao što je već pomenuto u ovoj studiji slučaja, med je proizvod koji se oduvijek prodavao direktno od proizvođača. Pasieka Gucio takođe primjenjuje direktnu prodaju na domaćinstvu, a kupci su uglavnom članovi šire porodice, prijatelji, komšije i turisti. Ipak, direktna prodaja sa pčelinjaka nije bila dovoljna da obezbijedi prodaju svih proizvedenih količina. Zbog toga je vlasnik pčelinjaka razvio i druge kanale distribucije meda.

Pored direktne prodaje na pčelinjaku, uveden je sistem dostave direktno do kućnih adresa potrošača ili grupa potrošača. Takođe, značajan dio meda se prodaje tokom sajmova, festivala i raznih društvenih događaja. Pri prodaji i distribuciji meda i ostalih proizvoda, pčelinjak Gucio koristi i podršku rodbine iz šire porodice koja živi u velikim gradovima (Varšava, Poznanj), kao i u manjim gradovima unutar okruga. U velikim gradovima tržišta su veća i postoji više potencijalnih kupaca sa većom kupovnom moći u odnosu na sela i manje gradove u okolini domaćinstva. Na taj način, proizvođač ima koristi od izlaska na veća tržišta.

Na kraju, pčelar promoviše i prodaje svoje proizvode putem savremenih marketinških kanala, kao što su nacionalne platforme „Wiejska e-skrzynka“ i „Polski e-bazarek“. Kada je riječ o promotivnim aktivnostima, marketing zasnovan na usmenoj preporuci i zadovoljstvu kupaca i dalje ima veliku važnost („marketing od usta do usta“). Ipak pčelinjak Gucio često promoviše svoje proizvode na sajmovima, festivalima i događajima, kroz tradicionalne medije poput radija, ali i putem društvenih mreža, naročito Facebooka, kao i preko različitih web profila. Ovaj pčelar sa potrošačima komunicira, između ostalog, putem:

Fejsbuk: https://www.facebook.com/PasiekaGucioPodgorzyn?locale=pl_PL

Seoski e-foodbox: <https://wiejskaeskrzynka.pl/Pasieka-Gucio>

Poljski e-bazaar: <https://polskiebazarek.pl/author/romualdrabkowski/>

Dijagram 1 – Canvas Biznis model

Izvor: Prikaz autora studije slučaja zasnovan na podacima iz intervjuja sa farmerom i njegovom porodicom

Ključni partneri	Ključne aktivnosti	Vrijednosna ponuda	Odnosi sa kupcima	Segmenti kupaca
Poljsko pčelarsko udruženje Platforma „Seoska e-kutija hrane“ Poljska e-pijaca Udruženje seoskih domaćica	Pčelarstvo Proizvodnja meda (veoma širok asortiman vrsta) Proizvodnja meda sa dodacima (voće, bilje) Proizvodnja brojnih proizvoda izvedenih iz meda – polen, perga i propolis Marketinške i prodajne aktivnosti Za kupce pčelinjaka Gucio – kuća za terapiju u košnici	Pčelinjak Gucio svojim kupcima nudi jedinstvene i visokokvalitetne proizvode i iskustva koja prevazilaze sve druge slične proizvode od meda Domaćinstvo pruža širok asortiman meda i pratećih proizvoda, kao i jedinstvenu mogućnost korišćenja apiterapije	Direktan kontakt sa kupcima koji posjećuju pčelinjak – komšije, rodbina, poznanici, turisti i dr. Virtuelni kontakt i interakcija sa kupcima iz gradova – komunikacija putem veb-sajtova, portala i Facebook-a	Kupci zainteresovani za visokokvalitetni med i jedinstvene proizvode na bazi meda Kupci koji kupuju polen, pergu i propolis – potrošači svjesniji svojih zdravstvenih benefita, osobe koje su bolesne ili koriste med koriste preventivno u periodu jesen-zima
	Ključni resursi Vlastita radna snaga (vlasnik i njegova supruga, djeca) Jedinstvena iskustva i vještine stečene tokom godina Posebna vrsta pčela (Buckfast) Tehnička infrastruktura Finansijski resursi		Kanali prodaje Sajmovi, festivali, događaji: 60% Direktna prodaja: 30% Dostava do domaćinstava krajnjih potrošača: 10% Marketing usmenom preporukom Tradicionalni i društveni mediji Novi vidovi elektronskih platformi Mreža ličnih kontakata	Kupci iz regiona Kupci iz gradova
Struktura troškova Troškovi goriva i energije, Kupovina šećera, Tegle i poklopci, Matice, Ramovi, košnice, Veterinar, Radna odjeća i drugi varijabilni troškovi, Naknade za pristup tržištima, sajmovima i pijacama			Tokovi prihoda Prodaja meda: 82% Prodaja polena, perge i propolisa: 15% Subvencije i druga podrška: 3%	

Platforme „Polski e-bazarek“ i „Rural e-foodbox“ predstavljaju nove elektronske kanale marketinga koji skraćuju udaljenost između poljoprivrednika i potrošača. Platforma „Polski e-bazarek“ omogućava poljoprivrednim proizvođačima da besplatno objavljuju ponude proizvoda sa svojih poljoprivrednih gazdinstava. Ova inicijativa ima za cilj da olakša prodaju i kupovinu proizvoda lokalnih proizvođača, promoviše kratke lance snabdijevanja i podržava poljoprivredne proizvođače u prodaji sirovih i prerađenih proizvoda. Platforma „Polski e-bazarek“ funkcioniše pod pokroviteljstvom Ministarstva poljoprivrede i ruralnog razvoja, dok inicijativu sprovode pokrajinski Savjetodavni centri za poljoprivredu, što joj daje nacionalni karakter i omogućava potrošačima da pronađu veoma širok asortiman proizvoda i usluga vezanih za poljoprivredu u Poljskoj.

„Rural e-foodbox“ je inovativna ideja i predstavlja platformu za kupovinu (nije prodavnica) namijenjenu direktnom kontaktu između potrošača i više proizvođača istovremeno. To nije tipična e-prodavnica koja plasira proizvode i traži kupce. E-foodbox odgovara na potrebe i interes potrošača za visokokvalitetnom lokalnom hranom. Platforma je nastala finansiranjem dijela sredstava Evropske unije, kao rezultat većeg projekta pod nazivom „Inovativni model saradnje poljoprivrednih proizvođača unutar kratkih lanaca snabdijevanja“. Inicijator je bio Kujavsko-Pomorski Savjetodavni centar za poljoprivredu u Minikovu, institucija koja pruža podršku poljoprivrednicima u ovom regionu. Cilj projekta bio je skratiti lance snabdijevanja hranom sa farmi i direktno doprijeti do krajnjih potrošača. Važan aspekt inicijative je ideja kolektivnog djelovanja kako bi se postigli efekti sinergije i obima i generisale koristi i za poljoprivrednike i za potrošače. Trenutno e-foodbox integriše 22 farme, među kojima je i pčelinjak Gucio. E-foodbox nudi raznovrstan asortiman i potrošač može kupiti različite prehrambene proizvode, npr. med sa pčelinjaka Gucio, povrće, svježe i prerađeno voće, mliječne proizvode, jaja, sirovo i prerađeno meso (šunke, kobasice), različite atipične žitarice, domaće kolače, senf, začine, gljive, pa čak i proizvode od lavande. E-foodbox omogućava kupcima formiranje posebnih grupa za kupovinu, okupljajući ljude sličnog stava prema ishrani i očekivanjima od prehrambenih proizvoda. Rural e-foodbox postaje važna platforma koja povezuje poljoprivrednika s potrošačem bez posrednika i omogućava lak pristup širokom asortimanu proizvoda uz garanciju kvaliteta i visokih proizvodnih standarda (bazirano na inspeksijskom nadzoru proizvoda) i povoljne cijene za visokokvalitetne proizvode.

Nakon godina rada u kratkim lancima snabdijevanja, pčelinjak Gucio je stekao pozitivno iskustvo sa ovom vrstom marketinške strategije i planira da je koristi još intenzivnije za svoj dalji rast i razvoj.

Lista slika

Slika 1 - Pasieka (Pčelinjak) Gucio 1, Izvor: Pčelinjak Gucio.....	2
Slika 2 - Pasieka (Pčelinjak) Gucio 2, Izvor: Pčelinjak Gucio.....	3
Slika 3 – Proizvodi koji se nude na Pčelinjaku Gucio, Izvor: Pčelinjak Gucio.....	4
Slika 4 – Proizvodi pčelinjaka Gucio – Polen (lijevo), Propolis (desno), Izvor: Pčelinjak Gucio...	5
Slika 5 – Proizvodi pčelinjaka Gucio – Med od bagrema (lijevo), med od maslačka (sredina), med sa limunom i đumbirom (desno), Izvor: Pčelinjak Gucio.....	6
Slika 6 – Apiterapijska kuća na pčelinjaku Gucio, Izvor: Pčelinjak Gucio.....	7

Lista dijagrama

Dijagram 1 – Canvas Biznis model, Izvor: Prikaz autora studije slučaja zasnovan na podacima iz intervjua sa farmerom i njegovom porodicom	9
---	---