



## Case study: **Eko-Zakaṭek Eko-Kutak**

## Eko-Zakątek

### Eko-Kutak

Michał Borychowski

Univerzitet za ekonomiju i biznis u Poznanju, Katedra za makroekonomiju i agrarnu ekonomiju

email: [michal.borychowski@ue.poznan.pl](mailto:michal.borychowski@ue.poznan.pl)

<b>Zemlja</b>	<b>Poljska</b>
<b>Region</b>	Wielkopolska
<b>Farmer</b>	Agnješka i Zbignjev
<b>Godine</b>	50 / 50
<b>Pol</b>	Bračni par
<b>Obrazovanje</b>	Agnješka: visoko Zbignjev: viša ekonomska škola
<b>Iskustvo</b>	7
<b>Specijalizacija</b>	Organska farma, mješovita proizvodnja
<b>Broj članova domaćinstva</b>	5

### Lokacija farme

Farma Eko-Zakątek (srp. Eko-kutak) nalazi se u mjestu Chraplewo, nekoliko kilometara od grada Kuślin, u zapadnom dijelu pokrajine Wielkopolska. Ova regija spada među ekonomski najrazvijenije u Poljskoj i ima jedan od najviših životnih standarda u zemlji. Opština Kuślin zauzima površinu od 106,5 km<sup>2</sup> i pretežno je poljoprivrednog karaktera. Oko 75% zemljišta (skoro 7.980 hektara) koristi se za poljoprivredu, dok je približno 20% (oko 2.035 hektara) pod šumom. Na području opštine živi oko 5.500 stanovnika. Auto-put A2, koji povezuje Varšavu i Berlin, prolazi kroz Kuślin, što ovom području obezbjeđuje dobru saobraćajnu povezanost i čini ga privlačnim za investitore i turiste. Za mnoge stanovnike i posjetioce, okolina Kuślin je poznata po prelijepim pejzažima i istorijskoj ličnosti Emiliji Ščanjeckoj, učesnici nacionalnih ustanaka i društvenoj aktivistkinji iz 19. vijeka. Zahvaljujući gostoljubivosti i toplini lokalnog stanovništva, ovo područje pruža miran predah u srcu netaknute prirode.

Ljeta u opštini Kuślin su prijatna, dok su zime hladne, snježne i vjetrovite. Tokom godine, temperature se u prosjeku kreću između -3°C i 24°C. U ljetnim mjesecima, maksimalne dnevne temperature su oko 22°C, a minimalne oko 12°C. Najviše padavina zabilježi se od sredine maja do kraja decembra, dok je juli mjesec s najviše kišnih dana, s prosječnom količinom padavina od oko 57 mm. Najsuvlji period traje tokom zime, sve do sredine maja. Vegetacioni period obično traje oko 190 dana — počinje sredinom aprila, a završava se krajem oktobra. Poljoprivredna proizvodnja je uglavnom niskog do srednjeg intenziteta. Struktura gazdinstava je usitnjena, a većina (oko 70%) ima manje od 10 hektara u vlasništvu. U proizvodnoj strukturi

dominiraju žitarice (pšenica, raž, ječam, tritikale), korjenaste kulture (krompir, stočna i šećerna repa), te povrće (mrkva, peršun, celer, praziluk, luk, karfiol, kupus, krastavci, paradajz). U manjoj mjeri prisutni su i voćnjaci jabuka, krušaka, šljiva, višanja, trešanja i jagodastog voća poput jagoda, malina, ribizli i ogrozda.

## Istorijat razvoja farme, resursi, tehnologija i proizvodnja

U oktobru 2016. godine, nakon 14 dana napornog rada i uz podršku porodice i prijatelja, Agnješka i Zbignjev završili su sadnju 3.500 stabala lješnjaka. Zasad lješnjaka uglavnom sadrži sortu Katalonskog lješnjaka, uz druge sorte koje služe kao oprašivači (Crveni Varšavski, Barcelona, Barbakan, Džin iz Halea, Kosford). U početku je ideja o podizanju plantaže lješnika bila dugoročna zamisao o spajanju posla i hobija tokom penzionerskih dana. Međutim, pandemija i promjene u profesionalnom životu podstakle su vlasnike da počnu razrađivati poslovni plan i novi izvor prihoda na osnovu postojećih porodičnih resursa.

Slika 1 – Proizvodi od lješnjaka  
 Izvor: Eko-Zakątek



Njihovu viziju oblikovao je san o takozvanom „mirnom životu“. Osim toga, pandemija i izolacija tokom perioda zatvaranja podstakle su mnoge sadašnje kupce farme Eko-Zakątek da preispitaju ravnotežu između posla i privatnog života, kao i kvalitet hrane koju konzumiraju. Mnogi od tih kupaca ponovo su otkrili zadovoljstvo u pripremi domaćih obroka i prepoznali značaj kontrole kvaliteta i porijekla namirnica koje koriste za kuvanje. Agnješka i Zbignjev odgovorili su na te potrebe osnivanjem velike „zelene pijace“ i dostavljanjem sezonskog povrća direktno kupcima, prateći filozofiju „od polja do stola“. Njihov projekat „Korpa zdravlja“ bio je vrlo dobro prihvaćen, pa su u narednim godinama vlasnici farme sistematski širili asortiman povrća i započeli proces sertifikacije proizvodnje kao organske.

Zatim su pokrenuli malu radionicu za preradu povrća kako bi povećali vrijednost poljoprivredne proizvodnje. Razlozi za to bili su dvostruki:

- (1) smanjenje bacanja hrane i gubitaka povrća i
- (2) zadovoljenje potreba kupaca koji traže gotovu i konzervisano hranu proizvedenu od visokokvalitetnih sastojaka.

Agnješka i Zbignjev najprije su počeli sa veganskim jelima bez vještačkih dodataka, konzervansa i pojačivača ukusa. Pokazalo se da su stari recepti i domaći ukusi bili vrlo dobro prihvaćeni. Kasnije su poljoprivrednici odlučili da na farmi otvore i malu mesnicu i započnu proizvodnju suhomesnatih proizvoda.

Trenutno farma obuhvata 10 hektara, od čega je 6 hektara namijenjeno proizvodnji lješnjaka, dok se preostali dio koristi za proizvodnju povrća. Farma je dobro organizovana i vođena. Njihovo znanje i iskustvo stečeno u drugim profesijama i kompanijama uspješno se primjenjuje i u velikoj mjeri pomaže u donošenju odluka. Farma pokazuje određeni stepen diverzifikacije aktivnosti i distributivnih kanala. Takođe proizvodi električnu energiju pomoću instaliranih fotonaponskih panela. Kako je navedeno na veb-stranici njihove farme, Agnješka i Zbignjev su „stvorili Eko-Zakątek iz ljubavi prema zdravoj hrani, iz brige za prirodno okruženje, iz potrebe da podijele svoju strast i iz želje da žive u skladu sa prirodom.“ Oni vjeruju u suštinski značaj prirode i dugoročne koristi pravilne i zdrave ishrane zasnovane na visokokvalitetnim proizvodima. Takođe, bliska im je i ideja dr Linusa Polinga da je „pravilna ishrana lijek za sutra“, što potvrđuje važnost ovakvog pristupa.

## **Ključni resursi, tehnologija i proizvodnja na farmi**

Vlasnici smatraju da su ključni resursi farme njena radna snaga (vlastita i unajmljena, uključujući sezonske radnike), jedinstveno iskustvo i vještine stečene tokom godina, uključujući organizaciju distributivnih kanala, snažnu poziciju u segmentima (povrće i prerađevine, orašasti plodovi, ulja, meso) i tehničku infrastrukturu (kuhinja, hladnjača, zamrzivač, transportna sredstva prilagođena transportu hrane).

Jedan od važnih proizvoda koje farma nudi je „Zdrava Korpa“. Ona slijedi principe poljoprivrede podržane od strane zajednice (CSA). Za njeno ostvarenje potrebna je pažljiva organizacija od proizvodnje do distribucije. Farma primjenjuje organske metode, što uključuje izbjegavanje

pesticida, herbicida i fungicida. Takođe, ne koristi umjetna đubriva, oslanjajući se isključivo na prirodna đubriva poput stajnjaka i slame. U jesen poljoprivrednici planiraju usjeve za predstojeće proljeće.

Na farmi se uglavnom uzgaja povrće i začinsko bilje, uključujući razne vrste salata, rukolu, spanać, rotkvice, vlasac, kopar, luk, blitvu, rabarbaru, peršun, celer, cveklu, šargarepu, krastavac, paradajz, bijeli luk, tikvice, mangold, karfiol, brokoli, ljute paprike (npr. habanero), majčinu dušicu, koprivu i druge. Tokom sezone, u skladu sa vremenom, biljke se beru rano ujutro, pripremaju, pakuju u korpe i brzo dostavljaju u kamionima sa rashladnim uređajima direktno do kupaca. Međutim, sa tom dostavom, odnos sa kupcima ne prestaje. Dugogodišnji i novi pretplatnici često formiraju grupe na društvenim mrežama, dijeleći recepte i metode za preradu i čuvanje proizvoda. Povrće koje nije dostavljeno prerađuje se na farmi u proizvode poput kiselog povrća (kupus, krastavci, cvekla, šargarepa), hljeb sa prirodnim kvascem, umak za jela, supa, namaz za sendviče, začinjene cvekle, tikvice, paprike, crveni kupus, pasulj, džemove, voće u marinadama i sirupe od lavande i zove, kao i voćne sokove. Ovi proizvodi se prodaju van sezone, na primjer preko web stranice farme.

Još jedan važan proizvod farme su lješnjaci i prerađeni proizvodi od lješnjaka, poput pečenih orašastih plodova, lješnjak-paste (slično kikiriki puteru), lješnjakovog brašna i lješnjakovog ulja (koje je vrlo ukusno za kolače, salate i kafu). Posebno popularna među kupcima je lješnjak-pasta (alternativa tradicionalnom kikiriki puteru). Pasta se pravi od pečenih orašastih plodova, ali tačan proces proizvodnje vlasnici drže u tajnosti.

Pored toga, farma proizvodi i biljna uljna presovanjem crnog kima, konoplje i čička, kao i laneno, ulje od uljane repice i suncokreta. Ulja se hladno presuju tradicionalnom metodom koja im daje karakterističan ukus. Farma takođe nudi pahuljice od uljanih sjemenki, bogat izvor proteina, vlakana i nezasićenih masti.

Najnoviji proizvod u portfoliju farme Eko-Zakątek je „Kutak za meso“. Suština ovog kutka je jedinstvena u odnosu na druge proizvode ove farme, ali ih i dobro dopunjuje i doprinosi raznolikosti asortimana. Posebna karakteristika farme je što Eko-Zakątek ne uzgaja životinje. Umjesto toga, meso se kupuje od lokalnih poljoprivrednika, dok ostatak procesa — kao što su pravljenje kobasica, šunki i drugih proizvoda, pečenje, kuvanje na pari ili dimljenje — obavlja na farmi. Začini i bilje korišćeni u obradi mesa uglavnom potiču iz vlastite proizvodnje. Ovi proizvodi su komplementarni jer omogućavaju farmi da kupcima ponudi širi spektar proizvoda. Za razvoj takvog poslovnog modela, farma je morala investirati u zgrade i objekte, mašine i opremu, uključujući vozila za transport robe, infrastrukturu za skladištenje hrane, kao i obnovljive izvore energije poput fotonaponskih panela. Ipak, ove složene investicije zasnovane su na ekonomskim proračunima, zahvaljujući finansijskoj kompetenciji vlasnika. Kako bi kupcima ponudila još veću dodatnu vrijednost, farma razmatra mogućnost razvoja nekih agroturističkih proizvoda u budućnosti.

Organska farma Eko-Zakątek kombinuje tradicionalne i organske metode proizvodnje sa modernim rješenjima i alatima, kao što su CSA organizacioni modeli (eng. Community

Supported Agriculture), distributivni kanali i komunikacija sa zainteresovanim stranama, uključujući moderne internet platforme.

### **Razlozi za uključivanje u kratki lanac snabdijevanja hranom**

Početni fokus farme bio je na proizvodnji lješnjaka, ali je ona služila kao dopunska ekonomska aktivnost koja je nadopunjavala nepoljoprivredne djelatnosti članova domaćinstva. Međutim, usljed eksternih uticaja, Agnješka i Zbignjev su odlučili razviti svoj sistem kratkih lanaca snabdijevanja hranom (eng. SFSC). Razlozi su bili: 1) mogućnost postizanja viših cijena za svoje proizvode i potencijalno veći prihod, 2) diverzifikacija izvora prihoda, 3) stvaranje dodatnih radnih mjesta za članove porodice, 4) eliminacija posrednika između farme i kupaca radi povećanja profitnih marži, i 5) uspostavljanje direktnog kontakta s potrošačima radi boljeg razumijevanja njihovih potreba i izgradnje odnosa. U početnim godinama uključivanja farme Eko-Zakątek u kratke lance prodaje, ovi osnovni principi (ili strateški pravci) pomogli su u uspostavljanju i rastu poslovanja farme. Trenutno, Eko-Zakątek nastavlja jačati svoje aktivnosti unutar kratkog lanca snabdijevanja hranom.

### **Vrijednosna ponuda i ključne aktivnosti**

Eko-Zakątek posluje po jedinstvenom poslovnom modelu koji nudi posebnu vrijednost potrošačima, pružajući raznovrsnu ponudu tradicionalnih, organskih i prehrambenih proizvoda visoke dodane vrijednosti, čime prelazi jednostavnu razmjenu dobara. Ova vrijednost izdvaja proizvode farme Eko-Zakątek od proizvoda u dugim lancima snabdijevanja hranom, kao i od mnogih proizvoda koje nude farme koje primjenjuju strategiju kratkog lanca snabdijevanja hranom. U ponudu spadaju ključni proizvodi i aktivnosti kao što su „Zdrava Korpa“, uljara, ostava sa preradom vlastitih sirovina u konzervirane proizvode, te proizvodnja hladnih mesnih prerađevina, a svaki od njih doprinosi ukupnoj ponudi. Detaljniji opis svakog proizvoda nalazi se u nastavku.

„Zdrava Korpa“ je namijenjena osobama koje brinu o svojoj svakodnevnoj ishrani i ishrani svojih bližnjih. Tipičan kupac je osoba koja cijeni kvalitet i lokalno porijeklo hrane. Tokom 23 sedmice (od maja do oktobra), jednom sedmično, farma isporučuje korpu punu sezonskog povrća koje dolazi isključivo sa farme Eko-Zakątek. Povrće se bere ujutro, pakuje u pletene korpe i isti dan dostavlja „na sto“ kupcima. Ovim se eliminišu neredovni i nasumični nalozi, kao i posrednici. Plastična ambalaža je potpuno uklonjena. „Zdrava Korpa“ je koncept vođenja sezonske kuhinje kod kuće, priprema hrane u skladu sa ritmom prirode koristeći svježe povrće dostupno u tom periodu godine. Vlasnici vjeruju da praćenje prirodnog ritma pruža određene oblike ishrane i može biti povezano sa zdravstvenim benefitima. Kupci mogu izabrati redovnu

korpu koja pokriva 23 isporuke tokom godine (svake sedmice od maja do oktobra) ili manju korpu, koja je polovina veličine redovne.

*Slika 2 – Zdrava korpa 1*

*Izvor: Eko-Zakątek*



Proizvodnja ulja (takođe nazvana i “uljni kutak”) zasnovana je na sopstvenoj metodi hladnog presovanja koju Agnješka i Zbignjev stalno razvijaju i unaprijeđuju. Kod ove metode sjemenke se ne zagrijavaju prije presovanja. Presovano ulje uvijek zadržava temperaturu ispod 39°C. Sirovina se presuje samo jednom, a flašira se isključivo dobijeno ulje, bez dodataka i konzervansa. Agnješka i Zbignjev smatraju da je ovo najzdraviji i najprirodniji način dobijanja ulja koja obogaćuju ishranu. U ovom procesu hladnog presovanja dobijaju se ulja od lješnjaka, suncokreta, lana, uljane repice, kameline, mliječnog čička i crnog kima. Pored ovih ulja, farmeri nude i druge proizvode povezane sa lješnjakom, npr. pečeni lješnjaci ili pasta od lješnjaka.

Slika 3 – Zdrava korpa 2  
Izvor: Eko-Zakątek



Slika 4 – Eko-Zakątek kutak hrane 1  
Izvor: Eko-Zakątek



Eko-Zakątek njeguje dugogodišnju tradiciju kada je svaki dom imao špajz pun zaliha, domaćih zimnica i poslastica od proizvoda koji su prikupljeni i obrađeni tokom sezone. Posjeta Eko-Zakątek Špajzu predstavlja sentimentalno putovanje u bakinu kuću, gdje je uvijek bilo nešto zdravo, ukusno i što je izazivalo osmijeh na dječijem licu. Svaki sastojak dolazi sa farme, a poljoprivrednici garantuju za njegov kvalitet.

U Mesnom kutku farma kupuje neobrađeno meso od lokalnih i pouzdanih proizvođača. Farma prerađuje svoje meso na licu mjesta, koristeći vlastite objekte i začine iz sopstvene proizvodnje. Meso se proizvodi bez dodatih nitrata ili konzervansa i dimi se koristeći drvo breze i trešnje, što mu daje prepoznatljiv aromatični pečat. Zahvaljujući starim porodičnim receptima, farma može ponuditi zaista jedinstvene dimljene mesne proizvode.

Pored specifičnih proizvoda, Eko-Zakątek kreira vrijednost za svoje kupce pružajući usluge poput jedinstvene prilike da kupe pretplatu za dostavu organskih sezonskih povrća koja dolazi direktno i isključivo sa farme, ubrano nekoliko sati prije dostave, i samim tim izuzetno svjež.

## Specifičnosti uključivanja farme u kratke lance prodaje: segmentacija kupaca, kanali prodaje i odnosi sa kupcima

Farma Eko-Zakątek se razvijala tokom svog relativno kratkog postojanja i implementacije strategije kratkog lanca snabdijevanja hranom. Farma je započela sa proizvodnjom lješnjaka, a kasnije je razvijen i asortiman povrća i prerađevina. Danas portfolio uključuje širok spektar proizvoda, uključujući i dekorativne i sezonske proizvode, npr. kao poklone za događaje ili praznike. Agnješka i Zbignjev svoje proizvode prodaju koristeći različite kanale kratkog lanca snabdijevanja hranom. Ideja je da se uvijek koristi tip kratkog lanca koji je najbolje prilagođen pojedinačnim kupcima i proizvodima. Glavni kanali prodaje sa ove farme su:

- sistem prodaje zdravim korpama,
- sajmovi,
- događaji i festivali,
- pijace,
- prodajno mjesto na farmi,
- onlajn prodaja,
- direktna prodaja na gazdinstvu.

Slika 5 – Eko-Zakątek kutak hrane 2

Izvor: Eko-Zakątek



Dijagram 1 - Canvas Biznis model

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

Ključni partneri	Ključne aktivnosti	Vrijednosna ponuda	Odnosi sa kupcima	Segmenti kupaca
Udruženje „Zielony Targ” Grupa kupaca – potrošači „Zdrave Korpe” Seoska pijaca – ciklična pijaca u opštini Tarnowo Podgórne – suosnivač i organizator Eko-Zakątek farme	„Zdrava Korpa” – pretplatničke dostave organskog povrća Prerada povrća i prodaja gotovih proizvoda Uzgajanje lješnjaka i proizvodnja prerađenih proizvoda Hladno presovana ulja	Farma Eko-Zakątek primjenjuje jedinstveni poslovni model koji pruža posebnu vrijednost potrošaču nudeći raznovrstan portfolio tradicionalnih, organskih i visokovrijednih prehrambenih proizvoda, čime se nadilazi jednostavna transakcijska razmjena dobara	Blizak i direktan kontakt s kupcima, koji su istovremeno i potrošači zdravih korpi i ostali kupci, uključujući one koji su došli preporukom Međusobno povjerenje i dugoročni odnosi su važni – neki kupci korpu kupuju već godinama Vrlo aktivna komunikacija putem web stranice, Facebook-a i Instagram-a	Potrošači koji preferiraju zdravu ishranu i način života, te redovno vode računa o kvalitetu i porijeklu hrane: 50% Kupci koji se suočavaju s bolešću ili pokušavaju da se oporave od bolesti, odnosno u procesu rekonvalescencije: 30% Ljubitelji novih ukusa i jedinstvenih proizvoda – mogu se nazvati „foodies”: 20%
	<b>Ključni resursi</b>		<b>Kanali prodaje</b>	
	Vlastita radna snaga (porodična i unajmljena, uključujući sezonske radnike) Jedinstveno iskustvo i kompetencije stečene tokom godina, uključujući način organizacije distributivnih kanala Snažna pozicija u svojim segmentima tržišta Tehnička infrastruktura		Tržište, zelena pijaca (tokom cijele godine): 60% Sistem dostave / korpe (ograničeno vremenski od maja do oktobra tekuće godine): 30% Sajmovi, festivali, povremeni i periodični događaji: 5% Direktna prodaja sa farme (svjesna aktivnost sa ciljem optimizacije radnog vremena na farmi): 2% Vlastita prodavnica: 2% Online prodaja: 1%	
<b>Struktura troškova</b>			<b>Tokovi prihoda</b>	
Troškovi stalnih sredstava – mašine, oprema, specijalizovane zgrade (npr. hladnjače), vozila za dostavu: 60% Troškovi rada: 15% Gorivo i energija: 8% Sadnja, sadnice, sjeme: 5% Naknade za pristup sajmovima i vašarima, uključujući i online: 2%			Prodaja Zdrave Korpe: 45% Prodaja lješnjaka i prerađenih proizvoda od lješnjaka: 25% Prodaja povrća, voća i uljanih proizvoda sa farme: 20% Prodaja mesa: 5% Subvencije: 5%	

Interakcija između poljoprivrednika i kupaca je važna aktivnost. Poljoprivrednici su u bliskom kontaktu sa kupcima Zdravih korpi (sistematski putem e-maila i komunikacijom u grupi na društvenim mrežama). Poljoprivrednici se redovno susreću sa ostalim kupcima (posebno dugogodišnjim) tokom prehrambenih vašara ili sajmova hrane.

Slika 6 – Eko-Zakątek kutak hrane 3  
 Izvor: Eko-Zakątek



Agnješka i Zbignjev stižu nove kupce na više načina, npr. zahvaljujući izvrsnim proizvodima, širenju informacija među ljudima, dok dobro razvijeni moderni komunikacioni kanali pomažu da se dopre do kupaca gotovo bilo kada i bilo gdje. Dodatno, značajnu ulogu igraju stavovi poljoprivrednika, njihova uvjerenja i sposobnost prenošenja informacija i komunikacije. Kao rezultat ovih vještina, ostvaruje se visok nivo povjerenja između poljoprivrednika i kupaca, a neki pretplatnici na korpe kupuju proizvod već nekoliko godina.

Poljoprivrednici intenzivno koriste informaciono-tehnološka rješenja i komuniciraju s kupcima, između ostalog, putem:

Web stranica: <https://www.eko-zakatek.com.pl/>

Facebook: <https://www.facebook.com/ekokoszykdrowia#>

Instagram: [https://www.instagram.com/eko\\_zakatek/](https://www.instagram.com/eko_zakatek/)

Prilikom korištenja digitalnih komunikacionih kanala, od suštinskog je značaja redovno objavljivati postove i sadržaje kako bi se održao kontinuirani kontakt s kupcima i efikasno predstavila i objasnila vrijednost ponuđenih proizvoda.

Takođe, vrijedno je naglasiti da vlasnici ove farme često učestvuju na različitim događajima. Ti događaji mogu biti manji, lokalnog karaktera, kao i veliki nacionalni, npr. organizovani od strane Ministarstva poljoprivrede i ruralnog razvoja na Nacionalnom stadionu u Varšavi. Povremeno učestvuju i na Međunarodnom sajmu u Poznanju i drugim događajima koje organizuje Nacionalni centar za podršku poljoprivredi. Poljoprivrednici takođe učestvuju u različitim TV programima koji promovišu zdravu ishranu i prehrambene proizvode.

## Lista Slika

Slika 1 – Proizvodi od lješnjaka, Izvor: Eko-Zakątek.....	3
Slika 2 – Zdrava korpa 1, Izvor: Eko-Zakątek.....	7
Slika 3 – Zdrava korpa 2; Slika 4 – Eko- Zakątek kutak hrane 1, Izvor: Eko-Zakątek .....	8
Slika 5 – Eko-Zakątek kutak hrane 2, Izvor: Eko- Zakątek .....	9
Slika 6 – Eko-Zakątek kutak hrane 3, Izvor: Eko-Zakątek .....	11

## Lista dijagrama

Dijagram 1 - Canvas Biznis model, Izvor: Prikaz autora studije slučaja zasnovan na podacima iz intervjua sa farmerom i njegovom porodicom.....	10
--	----