



## Case study: **Madonan** **Healthy food, healthy people**

## Madonan

### Zdrava hrana, zdrav čovjek

Patrik Rovný

Slovački univerzitet za poljoprivredu u Nitri, Odsjek za marketing i trgovinu

email: [patrik.rovny@uniag.sk](mailto:patrik.rovny@uniag.sk)

|                                 |                                   |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Zemlja</b>                   | Slovačka                          |
| <b>Region</b>                   | Hlohovec                          |
| <b>Farmer</b>                   | Marian Sidor                      |
| <b>Godine</b>                   | 40                                |
| <b>Pol</b>                      | Muški                             |
| <b>Obrazovanje</b>              | Pravo, Univerzitetsko obrazovanje |
| <b>Iskustvo</b>                 | 5 godina                          |
| <b>Specijalizacija</b>          | Proizvodnja mlijeka               |
| <b>Broj članova domaćinstva</b> | 4                                 |

### Regija

Trnavski kraj leži na granici nizijskog i planinskog područja, pri čemu najveći dio zauzima Podunavska nizija (Podunavski brežuljci i ravnice) i region Záhoria. Planinski reljef čine Mali Karpat, Považský Inovec, Beli Karpat i Myjavske uzvisine. Najviša tačka je Záruby (768 m) u okrugu Trnava. Rijeka Dunav odvodi vodu iz regije, a glavni riječni tokovi su pored Dunava, Morava i Váh. Hidroelektrane Gabčíkovo, Sĺňava i Kráľová imaju značaj za proizvodnju energije, rekreaciju i transport. Regija obuhvata 251 opštinu u sedam okruga, od kojih je 17 većih mjesta i gradova. Najveći broj stanovnika živi u okrugu Trnava, a najmanji u Hlohovecu. Gustina naseljenosti iznosi 133 osobe/km<sup>2</sup>. Klimatski, područje je umjereno toplo i vlažno, sa prosječnom godišnjom temperaturom od 7–9 °C i padavinama od 700–900 mm. Uslovi su pogodni za livade, pašnjake i uzgoj krompira, kupusa i voća. Nadmorska visina i teren ograničavaju intenzivnu poljoprivredu, ali podržavaju ekološke oblike. Tla su vrlo plodna – crnica i smeđa zemlja dominiraju u Podunavskoj niziji. Poljoprivreda je ekstenzivna, sa dominantnim stočarstvom (goveda, ovce) i peradi. Glavne kulture su žitarice, uljarice, vinova loza i šećerna repa. Razvijaju se ekološka poljoprivreda i agroturizam. Selo Kľačany predstavlja primjer održivog sela, sa naglaskom na tradiciju, zanate i čistu životnu sredinu.

*Slika 1 - Selo Kľačany*

*Izvor: Facebook profil sela Kľačany*



## **Istorija gazdinstava, resursi, tehnologija i proizvodnja gazdinstava**

MADONAN SERVICES d.o.o., je smješten u selu Kľačany u okrugu Hlohovec, predstavlja izuzetan primjer ekološke poljoprivrede koja kombinuje zdravlje, lokalnost, inovacije i vrijednosti zajednice. Njena glavna specijalizacija je proizvodnja A2A2 mlijeka – vrste mlijeka genetski različite od konvencionalnog mlijeka, koja se smatra lakše probavljivom. U ovom članku detaljno ćemo prikazati osnivanje, razvoj, trenutne aktivnosti, tehnološke procese, strategije prodaje, veze sa zajednicom i viziju za budućnost ovog gazdinstva.

### **Počeci: Od konja do krave**

Priča o kompaniji MADONAN počela je nekonvencionalno – ne kao nastavak porodične poljoprivredne tradicije, već kao lična odluka Mariána Sidora i njegove supruge da promijene način života. Gospodin Sidor je radio u finansijskom sektoru, a gospođa Sidorová bila je učiteljica. Njihov interes za zdravu hranu i život u skladu sa prirodom naveo ih je da odluče kupiti konja – a kasnije i kravu. Ta krava, je bila Jersey muzna krava, pokazala se genetski izuzetnom – proizvodila je A2A2 mlijeko, koje ne sadrži A1 beta-kazein, povezan sa probavnim problemima. U to vrijeme, Sidorovi nisu imali pojma da postoji A2A2 mlijeko – njihova odluka bila je intuitivna, zasnovana na sopstvenim opažanjima vlastitog zdravstvenog stanja. Nakon konzumacije konvencionalnog mlijeka, imali su probavne smetnje, koje su nestale nakon prelaska na domaće mlijeko.

### **A2A2 mlijeko: Sastav i zdravstvene prednosti**

Mlijeko je sastavni dio ljudske ishrane, ali njegov sastav se mijenjao tokom evolucije. Danas se pažnja usmjerava na beta-kazein, glavni protein u kravljem mlijeku. A2A2 mlijeko sadrži isključivo A2 beta-kazein, dok obično mlijeko sadrži kombinaciju A1 i A2. Ova razlika nastala je genetskom mutacijom prije otprilike 5.000 godina i ima značajne implikacije na probavu. Probava A1 beta-kazeina stvara peptid BCM-7, koji je povezan sa mogućim negativnim efektima na probavni trakt. A2 beta-kazein ne oslobađa ovaj peptid, što objašnjava bolju podnošljivost A2A2 mlijeka kod osjetljivih osoba. Potrošači koji osjećaju nadimanje ili bolove u stomaku nakon konzumacije običnog mlijeka često traže alternative – A2A2 mlijeko se čini pogodnom opcijom. Proizvodnja A2A2 mlijeka zahtijeva genetski odabir muznih krava, što predstavlja inovaciju u stočarskom uzgoju. Njegova rastuća popularnost odražava trend ka

hrani koja promoviše zdravlje i dobrobit. Iako naučna istraživanja još traju, A2A2 mlijeko se može smatrati povratkom prirodnom sastavu mlijeka koje su konzumirali naši preci.

*Slika 2 – Madonan logo farme  
Izvor: Facebook profil Madonan farme*



#### **Izgradnja gazdinstva i preseljenje u Klačane**

U početku su poslovali u selu Bojničky, ali su se kasnije preselili u selo Klačany, gdje su izgradili moderno ekološko gazdinstvo na prostoru bivše zadruga PD Hlohovec. Danas se gazdinstvo nalazi u centru područja stočarske proizvodnje, gdje se nalazi i punkt za preuzimanje (Drive) za kupce e-shopa, prodavnica kompanije i mljekara. Ono što je prvobitno bila jedna životinja, postepeno je preraslo u veće stado koje sada broji 164 Jersey muznih krava, sve genomski testirane za proizvodnju A2A2 mlijeka.

*Slika 3 – Skladišni objekat farme  
Izvor: Facebook profil Madonan farme*



### **Ključne aktivnosti i vrijednosne ponude**

Primarni proizvod, kao što je već pomenuto, je A2A2 kravlja mlijeko. Međutim, kvalitet mlijeka je takođe usko povezan sa ishranom muznih krava. Za Jersey krave, poželjna ishrana sastoji se od industrijski sušenih krmiva bez plijesni i konzervansa. Ovaj pristup se razlikuje od konvencionalne upotrebe fermentisanih krmiva poput silaže i sl. Sušena krmiva eliminišu rizik od kontaminacije aflatoksinima, toksičnim supstancama koje se mogu prenijeti u mlijeko i predstavljati zdravstveni rizik. Pored toga, ova metoda smanjuje prisustvo patogenih bakterija, kao što je Listerija.

Dodatna prednost ove metode ishrane je niži sadržaj histamina u mlijeku. Histamin je supstanca koja može izazvati alergijske reakcije ili druge zdravstvene komplikacije kod osjetljivih osoba. Kontrola krmiva minimizira njegovo prisustvo u finalnom proizvodu. Osim toga, krave imaju pristup pašnjacima tokom cijele godine, što doprinosi njihovom opštem zdravlju i dobrobiti, a samim tim i kvalitetu mlijeka.

## Proizvodnja i prerada mlijeka

Dnevna proizvodnja mlijeka na gazdinstvu MADONAN iznosi približno 1.000 litara. Mlijeko se prerađuje direktno na gazdinstvu u vlastitoj mljekari, proizvodeći sljedeće:

- svježe mlijeko u staklenim bocama,
- jogurte (prirodne i aromatizovane),
- kefir,
- svježi sir,
- puter,
- zrele sireve,
- zanatski sladoled.

Proizvodnja se odvija bez konzervansa, sa naglaskom na svježinu, higijenu i očuvanje nutritivnih vrijednosti. Porodica Sidor je završila stručne prakse u Italiji, gdje su naučili praviti zanatski sladoled i zreti sireve.

*Slika 4 – Mlijeko u flašama*

*Izvor: Facebook profil Madonan farme*



## Razlozi za integraciju u kratki lanac snabdijevanja hranom

Primarni podsticaj za osnivanje gazdinstva bila su lična iskustva osnivača sa probavnim problemima nakon konzumacije konvencionalnog mlijeka. Nakon prelaska na mlijeko od vlastite Jersey krave, koje je proizvodilo isključivo A2A2 beta-kazein, zdravstveni problemi su nestali. Ova vrsta mlijeka smatra se lakše probavljivom i manje sklonom izazivanju upalnih reakcija. Zdravstvene prednosti A2A2 mlijeka postale su ključni argument za promociju i

direktnu prodaju potrošačima. Od samog početka, MADONAN je gradio svoj identitet na nutritivnom kvalitetu, svježini i sigurnosti proizvoda, čime je sticao povjerenje kupaca koji traže alternative konvencionalnoj ishrani.

Jedna od najvažnijih prednosti kratkog lanca snabdijevanja hranom (eng. SFSC) je transparentnost. Zahvaljujući direktnoj komunikaciji između proizvođača i potrošača, eliminiše se anonimnost tipična za velike maloprodajne lance. MADONAN naglašava ličnu komunikaciju, transparentnost porijekla sirovina, metodu prerade i filozofiju upravljanja. Potrošač može saznati o ishrani krava, tehnološkim postupcima i vrijednostima koje kompanija zastupa. Ova otvorenost gradi povjerenje, koje je osnova dugoročnog odnosa sa kupcem. Kupac tako postaje ne samo konzument, već i aktivni učesnik u prehrambenom sistemu koji razumije porijeklo hrane i dijeli vrijednosti sa proizvođačem.

Edukacija i podizanje svijesti integralni su dio poslovanja MADONAN-a. Gazdinstvo koristi SFSC i kao platformu za javnu edukaciju. Kroz blogove, video materijale, ekskurzije i lične susrete, kupci postaju dio priče gazdinstva. Edukacija o prednostima A2A2 mlijeka, ekološkoj poljoprivredi i mljekarskoj proizvodnji pomaže oblikovanju potrošačkog ponašanja, povećava svijest o ishrani i promovise odgovornu potrošnju. Ovaj pristup takođe jača lojalnost kupaca, koji se identifikuju sa vrijednostima gazdinstva.

Sa ekonomske tačke gledišta, SFSC nudi značajne prednosti. U tradicionalnom lancu snabdijevanja, posrednici dijele veliki dio profita između sebe – veletrgovci, distributeri, maloprodajni lanci. Kod SFSC-a veći dio cijene proizvoda ostaje proizvođaču, omogućavajući gazdinstvima ulaganja u kvalitet, inovacije i održivost. MADONAN tako može finansirati razvoj novih proizvoda, modernizaciju tehnologija i razvoj agroturizma bez zavisnosti od državnih subvencija. Ovaj model takođe povećava ekonomsku stabilnost gazdinstva, omogućava fleksibilnije formiranje cijena i podržava bolje planiranje novčanog toka.

Ekološki aspekti predstavljaju još jedan stub odluke za SFSC. Skraćenje kanala prodaje znači manje transporta, manje ambalažnog materijala i nižu potrošnju energije. MADONAN kombinuje SFSC sa ekološkim pristupom u poljoprivredi, čime značajno smanjuje svoj ekološki otisak. Proizvodnja mlijeka isključuje konzervanse, sa naglaskom na svježinu i higijenu. Kravlje obroke čine sušena krmiva bez plijesni i konzervansa, čime se eliminiše rizik od kontaminacije aflatoksinima. Na taj način se osigurava ne samo kvalitet proizvoda, već i zaštita životne sredine i zdravlje životinja.

Prodaja putem SFSC-a takođe jača regionalnu ekonomiju. Podrška lokalnim proizvođačima stvara radna mjesta, povećava samodovoljnost i smanjuje zavisnost od globalnih lanaca snabdijevanja. MADONAN postaje dio zajednice koja dijeli vrijednosti zdravog načina života, lokalne proizvodnje i odgovorne potrošnje. Ovo ukorijenjenje u zajednici predstavlja osnovu društvene održivosti – poljoprivrednik nije samo proizvođač, već i komšija, savjetnik, edukator i kulturni akter.

Kao porodično gazdinstvo, MADONAN može brzo reagovati na prijedloge kupaca. Direktna komunikacija povećava odgovornost preduzetnika prema javnosti, ne samo u uspjesima, već i u priznavanju grešaka i njihovom ispravljanju. Ova fleksibilnost je prvenstveno rezultat učešća

u SFSC-u, koji nema rigidnu strukturu posrednika. Kupac može direktno komunicirati sa farmerom, izraziti svoje potrebe, komentare ili prijedloge, a farmer može odmah reagovati – prilagoditi proizvod, promijeniti ambalažu, modifikovati ponudu.

## **Način na koji se gazdinstvo povezuje sa kratkim lancem snabdijevanja hranom: fokus na segmente kupaca, kanale i odnose sa kupcima**

Segmenti kupaca na koje se MADONAN posebno fokusira su raznoliki i specifični. Prvu grupu čine kupci zainteresovani za zdrav način života. Ovi potrošači traže hranu visoke nutritivne vrijednosti, bez konzervansa, sa jasnim porijeklom i minimalnom obradom. MADONAN proizvodi, posebno A2A2 mlijeko, privlačni su im zbog bolje probavljivosti, odsustva beta-kazomorfina-7 (BCM7) i nježne prerade koja čuva prirodne vitamine i enzime. Drugi segment čine osobe sa intolerancijom na obično mlijeko. A2A2 mlijeko je pogodno za osobe koje imaju probavne probleme nakon konzumacije klasičnog mlijeka. Zahvaljujući genetskoj čistoći Jersey rase i detaljnom testiranju svake životinje na A2A2 beta-kazein, MADONAN pruža alternativu proizvodima bez laktoze.

Treći segment su porodice sa djecom, koje predstavljaju ciljnu grupu ne samo za konzumaciju mliječnih proizvoda, već i za agroturizam. Farmpark MADONAN nudi iskustvene aktivnosti koje kombinuju rekreaciju, edukaciju i kontakt sa prirodom. Kampovi, rođendanske proslave, mini-farma i interaktivne atrakcije stvaraju emotivne veze između gazdinstva i porodica. Četvrti segment su škole i obrazovne institucije, sa kojima MADONAN sarađuje u organizaciji ekskurzija, školskih programa u prirodi i drugih akademskih aktivnosti. Ove aktivnosti podržavaju ekološku svijest, nutritivnu edukaciju i praktično znanje o poljoprivredi. Peti segment su lokalni potrošači koji preferiraju svježije i etičke proizvode. Ova grupa cijeni mogućnost kupovine direktno od proizvođača, bez posrednika. Važni faktori su svježina, etički pristup životinjama, ekološka proizvodnja i podrška regionalnoj ekonomiji.

Kanali prodaje MADONAN-a su međusobno povezani, omogućavajući fleksibilno uključivanje kupaca u kratki lanac snabdijevanja hranom (SFSC). Osnova je e-prodavnica ([www.madonan.sk](http://www.madonan.sk)), koji predstavlja moderan distributivni metod. Kupci mogu naručivati proizvode iz udobnosti svojih domova, dok e-prodavnica pruža jasne informacije o proizvodima, njihovom sastavu, porijeklu i metodama prerade. Realizacija narudžbi u stvarnom vremenu osigurava maksimalnu svježinu. Distributivni punktovi u Kľačanyma, Bratislavi i Popradu služe kao logistički centri gdje kupci mogu preuzeti naručene proizvode. Ovaj model kombinuje prednosti online prodaje sa ličnim kontaktom, čime se povećava povjerenje i zadovoljstvo kupaca.

*Slika 5 – Prodavnica Madonan farme  
Izvor: Facebook profil Madonan farme*



Prodavnica kompanije, smještena direktno na gazdinstvu, otvorena je 365 dana u godini, omogućavajući kontinuirani pristup proizvodima. Kupci ovdje mogu kupovati bez prethodne narudžbe, degustirati proizvode, komunicirati sa osobljem i dobiti informacije o proizvodnji. Lična prodaja na gazdinstvu stvara snažne odnose – kupci postaju dio priče gazdinstva, što jača njihovu lojalnost i angažman. Agroturističke aktivnosti i ekskurzije služe ne samo kao mjesta za odmor, već i kao distributivni kanali. Posjetioci mogu kupovati proizvode na licu mjesta, što podstiče impulsivne kupovine i emotivnu povezanost sa gazdinstvom.

Odnosi sa kupcima u MADONAN-u razvijaju se po nekoliko ključnih principa. Direktna komunikacija je osnova – osnivač gazdinstva, dr Marián Sidor, poznat je po aktivnoj komunikaciji putem društvenih mreža, blogova i ličnih susreta. Ovaj pristup stvara osjećaj bliskosti i povjerenja. Kupci imaju priliku postavljati pitanja, izražavati povratne informacije i učestvovati u oblikovanju portfolija proizvoda. Otvorena povratna informacija i rješavanje sugestija predstavlja još jedan stub – MADONAN aktivno odgovara na prijedloge kupaca, pokazujući spremnost za unaprijeđenje. Transparentnost u rješavanju problema jača reputaciju kompanije kao pouzdanog partnera.

Izgradnja „porodice kupaca“ filozofija je koja se ogleda u organizaciji događaja, dijeljenju priča i stvaranju emotivnih veza. Kupci ne ostaju anonimni konzumenti, već postaju članovi šire zajednice. Edukacija kupaca integralni je dio poslovanja – MADONAN nastoji ne samo

prodavati, već i obrazovati. Kroz video materijale, blogove, ekskurzije i lične intervjuje informiše o prednostima A2A2 mlijeka, organske poljoprivrede i mljekarske proizvodnje. Edukacija povećava vrijednost brenda i podržava svjesnu potrošnju.

Korisnička podrška i dostupnost dokaz su visokog standarda usluga. Prodavnica je otvorena gotovo 365 dana u godini, brza obrada narudžbi i lični pristup kupcima stvaraju povjerenje i stabilnost. Kupci se mogu osloniti na dosljedan kvalitet i dostupnost proizvoda, što je izuzetno vrijedno u današnjem svijetu punom neizvjesnosti.

## **Faktori uspjeha MADONAN-a unutar kratkog lanca snabdijevanja hranom (SFSC)**

MADONAN povezuje zdravlje, lokalitet, inovaciju i vrijednosti zajednice. Njena poslovna filozofija zasniva se na principima kratkog lanca snabdijevanja hranom (SFSC), koji minimizuje broj posrednika između proizvođača i potrošača. U tom kontekstu, ključni prioriteti kompanije rastu.

### **1. Kvalitet i nutritivna vrijednost proizvoda**

MADONAN se specijalizovao za proizvodnju A2A2 mlijeka od genetski testiranih Jersey krava. Ova vrsta mlijeka smatra se lakšom za probavu i manje je vjerovatno da izaziva upalne reakcije. Prioritet je očuvanje prirodnih svojstava mlijeka – bez homogenizacije, bez visokotemperaturne pasterizacije i bez konzervansa. Proizvodi poput jogurta, sireva, kefira, svježeg sira i zanatskog sladoleda proizvode se direktno na farmi, sa naglaskom na svježinu i nutritivnu vrijednost.

### **2. Transparentnost i povjerenje**

Jedan od glavnih prioriteta je otvorena komunikacija sa kupcima. MADONAN pruža informacije o porijeklu sirovina, metodama uzgoja, preradi mlijeka i filozofiji upravljanja. Kupac može posjetiti farmu, upoznati vlasnika i učestvovati u ekskurzijama ili edukativnim aktivnostima. Ova transparentnost gradi povjerenje i lojalnost.

### **3. Ekološka i regenerativna proizvodnja**

Kompanija naglašava organsku proizvodnju – krave se hrane suhim hranivom bez plijesni i konzervansa, što eliminiše rizik od kontaminacije aflatoksinima. Farma koristi pašnjake, podržava dobrobit životinja i minimizira ekološki otisak. SFSC model omogućava prodaju unutar radijusa od 100 km, smanjujući potrebu za transportom i ambalažom.

### **4. Direktna prodaja i kontrola lanca**

MADONAN prodaje svoje proizvode putem vlastitog e-shopa, distributivnih punktova u Kľačanyima, Bratislavi i Popradu, kao i kroz prodavnicu kompanije otvorenu 365 dana u godini. Zahvaljujući tome, zadržava većinu profita, fleksibilno određuje cijene i reaguje na potražnju. Ovaj model povećava ekonomsku stabilnost i otpornost na tržišne fluktuacije.

### **5. Edukacija i povezanost sa zajednicom**

Farma organizuje škole u prirodi, ljetne kampove, rođendanske proslave, ekskurzije i kreativne radionice. Farmpark MADONAN je mjesto gdje djeca i odrasli uče o organskoj poljoprivredi, ishrani i životu na farmi. Cilj je razvijati svjesnu potrošnju i jačati regionalni identitet.

#### 6. Inovacija i saradnja sa akademskom zajednicom

Kompanija sarađuje sa univerzitetima i istraživačkim institucijama na razvoju proizvoda, tehnologija i edukativnih programa. Investicije u tehnologije, stručne prakse u inostranstvu i uključivanje u međunarodne SFSC i bioekonomske projekte dio su strateškog razvoja.

#### 7. Društvena odgovornost i lični pristup

Osnivač Marián Sidor naglašava ličnu komunikaciju, otvorenu povratnu informaciju i izgradnju zajednice „porodica kupaca“. MADONAN postaje ne samo proizvođač hrane, već i edukator, komšija i kulturni akter.

### Zaključak

Priča o MADONAN farmi pokazuje da je, čak i u savremenom konkurentnom okruženju, moguće izgraditi uspješan biznis zasnovan na principima kratkog lanca snabdijevanja (SFSC), organske proizvodnje i ličnog pristupa kupcima. Farma je lider u proizvodnji A2A2 mlijeka, nudeći zdraviju alternativu konvencionalnim mliječnim proizvodima. Zahvaljujući dosljednom genetskom testiranju, transparentnosti i otvorenoj komunikaciji sa potrošačima, MADONAN je izgradio povjerenje kupaca koji cijene kvalitet, svježinu i etički pristup u proizvodnji hrane.

SFSC model omogućio je farmi da kontroliše čitav proces „od krave do viljuške“, povećavajući vrijednost svojih proizvoda, smanjujući ekološki otisak i jačajući regionalnu ekonomiju. Kombinacija direktne prodaje, e-shopa, distributivnih punktova i aktivnosti u agriturizmu stvara fleksibilan distributivni sistem koji povezuje moderne tehnologije sa tradicionalnim vrijednostima. Kupac postaje ne samo potrošač, već aktivni učesnik u prehrambenom sistemu, razumijevajući porijeklo hrane i dijeleći kulturne i socijalne vrijednosti farme.

MADONAN dokazuje da održiva poljoprivreda može biti ekonomski isplativa, ekološki odgovorna i društveno korisna. Ovaj model predstavlja inspiraciju za druge farme koje traže put ka većem kvalitetu, transparentnosti i održivosti suočenoj sa globalnim izazovima. U kombinaciji sa edukacijom, inovacijama i razvojem zajednice, MADONAN postaje ne samo proizvođač hrane, već i pokretač promjena u slovačkom agro-prehrambenom sektoru.

Dijagram 1 – Biznisa model Canvasa

Izvor: Prikaz autora studije slučaja zasnovan na podacima iz intervju sa vlasnikom farme

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Ključni partneri</b><br/>Dobavljači hrane za stoku<br/>Veterinari i genetski stručnjaci (testiranje A2A2)<br/>Tehnološki partneri (mljekarstvo, prerada)<br/>Škole, univerziteti i istraživačke institucije<br/>Partneri u projektima agriturizma i SFSC-a</p>                             | <p><b>Ključne aktivnosti</b><br/>Uzgoj Jersey muznih krava<br/>Proizvodnja i prerada A2A2 mlijeka<br/>Proizvodnja mliječnih proizvoda (jogurt, sir, sladoled...)<br/>Prodaja putem SFSC-a (e-shop, distributivni punktovi, prodavnica na gazdinstvu)<br/>Agriturizam i edukativne aktivnosti<br/>Marketing i komunikacija</p> <p><b>Ključni resursi</b><br/>Stado Jersey krava (genetski testirano)<br/>Vlastita mljekara i tehnologija<br/>Farma i distributivni punktovi<br/>Ljudski kapital (porodica, zaposleni)<br/>Znanje i iskustvo (npr. stažiranja u Italiji)<br/>Brend i povjerenje kupaca</p> | <p><b>Vrijednostna ponuda</b><br/>Vrijednost koju MADONAN pruža leži u proizvodnji 100% A2A2 mlijeka bez konzervansa, sa visokim nutritivnim vrijednostima, zasnovanoj na povjerenju i ličnom pristupu, dok se ekološka i regenerativna poljoprivreda upotpunjuje iskustvenim farmparkom i edukacijom, čime se kombinuju zdravlje, održivost i zajednica.</p> | <p><b>Odnosi sa kupcima</b><br/>Direktna komunikacija putem društvenih mreža i lično<br/>Otvoreni feedback i usvajanje sugestija<br/>Izgradnja zajednice „porodice kupaca“<br/>Edukativni sadržaji (video materijali, izleti, blogovi)</p> <p><b>Kanali prodaje</b><br/>Prodavnica: <a href="http://www.madonan.sk">www.madonan.sk</a><br/>Distributivni punktovi: Kľačany, Bratislava, Poprad<br/>Prodavnica na gazdinstvu (365 dana u godini)<br/>Agrituriističke aktivnosti i izleti</p> | <p><b>Segmenti kupaca</b><br/>Kupci zainteresovani za zdrav način života<br/>Porodice sa djecom (posjete farmi, kampovi)<br/>Osobe sa intolerancijom na obično mlijeko<br/>Škole i obrazovne institucije<br/>Lokalni potrošači koji preferiraju svježe i etički proizvedene proizvode</p> |
| <p><b>Struktura troškova</b><br/>Hrana za životinje i briga o životinjama<br/>Energija i tehnologija (uključujući investicije)<br/>Zaposleni i stručnjaci<br/>Marketing i komunikacija<br/>Kredit i otplate investicija (oko 1,5 miliona €)<br/>Održavanje farme i agrituriističkih objekata</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <p><b>Tokovi prihoda</b><br/>Prodaja mliječnih proizvoda (mlijeko, sir, jogurt, sladoled...)<br/>Prihodi od agriturizma (ulaznice, kampovi, proslave)<br/>Edukativni programi i izleti<br/>Direktna prodaja putem e-shopa i prodavnice</p>                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

## Lista slika

|                                                                                |   |
|--------------------------------------------------------------------------------|---|
| Slika 1 - Selo Kľačany, Izvor: Facebook profil sela Kľačany .....              | 2 |
| Slika 2 – Madonan logo farme, Izvor: Facebook profil Madonan farme .....       | 3 |
| Slika 3 – Skladišni objekat farme, Izvor: Facebook profil Madonan farme .....  | 4 |
| Slika 4 – Mlijeko u flašama, Izvor: Facebook profil Madonan farme.....         | 5 |
| Slika 5 – Prodavnica Madonan farme, Izvor: Facebook profil Madonan farme ..... | 8 |

## Lista dijagrama

|                                                                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Dijagram 1 – Biznisa model Canvas, Izvor: Prikaz autora studije slučaja zasnovan na podacima iz intervjua sa vlasnikom farme ..... | 11 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|