

МЕДИЈИ КАО ФАКТОР АФИРМАЦИЈЕ СТОЧАРСТВА: АНАЛИЗА КРЕТАЊА УВОЗА И ИЗВОЗА ГРЛА СТОКЕ У СРБИЈИ (2019-2024)

Ђокић Кристина¹

Кључне речи: сточарство, говедарство, Србија, медији, медијска комуникација, дигитализација, пољопривредни произвођачи, тржиште.

Апстракт: Развој савремених технологија и медија значајно је променио начин на који се информације производе, преносе и користе, чиме су створене нове могућности за комуникацију, информисање и повезивање различитих учесника у привредним делатностима. У пољопривреди, а посебно у сточарству, медији могу имати значајну улогу у преношењу стручних и тржишних информација, промоцији произвођача и њихових производа и повезивању производње са потрошачима. Предмет овог рада је сагледавање значаја сточарства, са посебним освртом на говедарство, у развоју пољопривреде и привреде Србије, као и испитивање улоге медија у информисању, промоцији и повезивању сточарских произвођача са тржиштем и потрошачима. Рад полази од историјског значаја говедарства у Србији и прати његов развој од средњовековног периода, преко XIX и XX века, до савременог тржишног система, са посебним освртом на промене у броју говеда и условима производње у периоду од 2019. до 2024. године.

Истраживање је засновано на анализи научне и стручне литературе, историјских извора, података Републичког завода за статистику, публикација Организације за храну и пољопривреду Уједињених нација (FAO), као и истраживања која се односе на маркетиншку комуникацију и дигитализацију српске пољопривреде. Посебна пажња посвећена је традиционалним и дигиталним медијима као средствима за пренос информација о ценама, субвенцијама, технологијама производње и условима на тржишту, као и каналима за промоцију произвођача и њихових производа.

Анализа показује да се српско говедарство суочава са дугорочним смањењем сточног фонда и бројним економским и структурним проблемима, док истовремено постоји недовољно искоришћен потенцијал медија у погледу информисања, промоције и повећања видљивости произвођача. На основу анализираних извора закључује се да медији сами по себи не могу решити производне и економске проблеме сточарства, али могу представљати значајан инструмент његовог развоја. Повезивањем традиционалних медија, дигиталних платформи, институција и самих произвођача могуће је унапредити приступ информацијама, повећати тржишну препознатљивост производа, успоставити непосреднију комуникацију са потрошачима и допринети већој видљивости сточарства у јавности.

¹ Студент IV године ОАС Факултета за економију и финансије – Универзитет „УНИОН- Никола Тесла” Београд
e-mail: kdjokic2210@gmail.com

MEDIA AS A FACTOR IN THE PROMOTION OF LIVESTOCK FARMING: AN ANALYSIS OF TRENDS IN LIVESTOCK IMPORTS AND EXPORTS IN SERBIA (2019–2024)

Keywords: livestock farming, cattle production, Serbia, media, media communication, digitalization, agricultural producers, market.

Abstract: The development of modern technologies and media has significantly changed the way information is produced, transmitted, and used, creating new opportunities for communication, information exchange, and the connection of various participants in economic activities. In agriculture, and particularly in livestock farming, the media can play an important role in providing professional and market-related information, promoting farmers and their products, and connecting production with consumers. The subject of this paper is the significance of livestock farming, with particular emphasis on cattle production, in the development of agriculture and the Serbian economy, as well as the role of the media in informing and promoting livestock farmers and connecting them with markets and consumers. The paper examines the historical significance of cattle production in Serbia and follows its development from the medieval period, through the nineteenth and twentieth centuries, to the contemporary market system, with particular emphasis on changes in cattle numbers and production conditions during the period from 2019 to 2024. The research is based on an analysis of scientific and professional literature, historical sources, data provided by the Statistical Office of the Republic of Serbia, publications of the Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), and studies concerning marketing communication and the digitalization of Serbian agriculture. Particular attention is given to traditional and digital media as means of providing information on prices, subsidies, production technologies, and market conditions, as well as channels for promoting farmers and their products. The analysis shows that Serbian cattle production is facing a long-term decline in livestock numbers and a number of economic and structural challenges, while the potential of the media for informing, promoting, and increasing the visibility of producers remains insufficiently utilized. Based on the analyzed sources, the paper concludes that the media alone cannot solve the production and economic problems of livestock farming; however, they can represent an important instrument for its development. Connecting traditional media, digital platforms, institutions, and producers themselves can improve access to information, increase the market recognition of agricultural products, facilitate more direct communication with consumers, and contribute to greater public visibility of the livestock sector.

1. Увод

Савремени развој технологије довео је до великих промена у начину комуникације и размене информација. Медији више нису ограничени на традиционалне облике информисања, већ представљају широк сегмент за стварање, преношење и размену садржаја. Развој интернета и дигиталних платформи додатно је променио однос између произвођача, потрошача и тржишта, омогућавајући непосредну комуникацију и већу доступност различитих информација у било ком моменту. На тај начин, медији су постепено постали део различитих друштвених и привредних активности, укључујући и пољопривреду.

Значај пољопривреде произилази не само из производње хране, већ и из њене повезаности са другим привредним делатностима и животом руралних средина, које представљају највеће пољопривредне произвођаче у Србији. сточарство

представља једну од важних области пољопривредне производње. Његов развој зависи од бројних економских, производних, технолошких и друштвених фактора, али и од могућности произвођача да своју производњу прилагоде условима савременог тржишта.

Управо у том контексту значај медија превазилази њихову традиционалну информативну функцију. За пољопривредне произвођаче приступ информацијама може бити значајан за праћење тржишних кретања, упознавање са новим технологијама и могућностима производње, али и за представљање сопствене делатности широј јавности. Истовремено, медији пружају могућност да се производи и рад пољопривредника приближе потрошачима, чиме се ствара простор за успостављање непосреднијег односа између производње и тржишта. Комуникација и размена информација због тога могу представљати значајну компоненту савременог руралног развоја (Acunzo et al., 2014).

Иако се проблеми ове гране не могу свести на питање медијске присутности, начин на који се о сточарству говори, на који се произвођачи представљају, и на који се повезују са потрошачима могу утицати на њихову видљивост на тржишту, и самим тим на тржишне могућности.

Посебно место у том процесу имају дигитални медији, који су омогућили да и мањи произвођачи, без посредовања великих система, представе свој рад и комуницирају са потенцијалним купцима. Истраживања указују на значај интернета и друштвених мрежа за информисање, оглашавање и повезивање произвођача у руралним срединама, али и на то да њихов потенцијал још увек није у потпуности искоришћен (Дашић et al., 2024).

Због тога се однос медија и сточарства може посматрати као шири однос између комуникације и привредног развоја. Питање није само у томе колико је сточарство присутно у медијима, већ и на који начин медији могу допринети његовој већој видљивости, информисаности произвођача и повезивању са тржиштем. Отуда се отвара простор за разматрање медија као једног од инструмената који могу подржати развој сточарства, без занемаривања економских, производних и институционалних фактора од којих његов развој непосредно зависи.

2. Сточарство и говедарство

Сточарство је грана пољопривреде која се бави гајењем домаћих животиња ради економске користи. Производи добијени од сточарства се користе за исхрану, или као сировине у индустрији и занатству.

Стока се већином употребљава за обављање радова у брдско-планинским и слабије развијеним пределима. То подразумева ношење терета, вожњу и пољопривредне радове.

Значај домаћих животиња је у томе што оне углавном за исхрану користе разноврсну биљну храну различитог квалитета. Хранљиве материје биљака човек не може у потпуности искористити за исхрану, али то може урадити стока, разграђујући хранљиве састојке биљака, и претварајући их у производе животињског порекла.

Животиње, приликом испаше, бирају биљке које нису токсичне. Међутим, уколико се токсични материјали нађу у покошеној маси коју животиња конзумира, она

ће део у току варења излучити, а други део одложити у кожи и длаци, које се не користе за исхрану.

За гајење домаћих животиња неопходно је ангажовање радне снаге током целе године, стога она представља важан извор дохотка становништва. Производи од стоке се могу добити свакодневно, као што је случај са млеком и јајима, након чега се они могу прерађивати и чувати дуже време. Такође, према потребама човека, животиње се организовано и плански кољу.

Да би производња у сточарству била ефикасна, важно је познавати активност животиња и према томе прилагодити технологију производње. Неопходно је животињама обезбедити услове у којима ће оне испољити природне облике активности, и уважити њихове биолошке карактеристике, јер у супротном може доћи до поремећаја у производњи. Потребно је са производњом ускладити и достигнућа у технологији, тако да се уз што мање нарушавање активности животиње, оствари што већа производња.

Животиње се гаје у сточарству све док је производња економична. Цео животни век животиње се дели на два периода, зарад што продуктивнијег коришћења исте. У сточарству се за прву половину животног века користи појам продуктивног живота, током којег се стварају производи животињског порекла, док је друга половина позната као излучење, када се излучене животиње кољу, и тако повећавају производњу меса.

Старење животиња у интензивном сточарству се не дозвољава, отуда и одгајивачи настоје да створе оптималне услове смештаја, неге, исхране и здравствене заштите, како би мањи број животиња угинуо.

Главни производи говедарства су млеко и месо, који представљају значајне намирнице у људској исхрани и имају важну улогу у прехрамбеној индустрији. Млеко и месо говеда се користи за производњу бројних прехрамбених производа.

Производни потенцијал говеда може се усмеравати у зависности од циља производње. Код млечних раса, исхрана и начин узгоја имају посебан значај за остваривање високог нивоа млечности. Уколико се одређени део млека не користи за исхрану телади, већ се усмерава у даљу прераду, неопходно је обезбедити одговарајућу исхрану музних крава како би се одржала њихова производна способност. При томе, циљ није само повећање количине произведеног млека, већ и очување његовог квалитета и нутритивне вредности. На производњу млека утичу различити фактори, међу којима се посебно издвајају генетске карактеристике животиње, начин исхране и састав млека, укључујући садржај млечне масти и протеина.

Поред млека и меса на тржишту се као роба купује и продаје семе бикова и ембриони.

Од говеда се добија низ споредних производа као што су: кожа, папци, рогови и црева.

Кожа је вредна сировина у кожарској индустрији. Њен квалитет зависи од расе, пола, узраста, услова држања и исхране говеда.

Говедарска производња може се организовати на екстензиван или интензиван начин, у зависности од природних услова, начина узгоја и нивоа улагања у производњу.

Екстензивна производња у великој мери зависи од природних услова, пре свега од расположивих пашњака, јер се говеда најчешће узгајају на пространим природним површинама и у мањој мери се користе интензивне методе исхране и неге. У оваквом систему чешће се гаје аутохтоне и примитивније расе говеда, које су добро прилагођене локалним климатским и природним условима.

Интензивна говедарска производња подразумева већа улагања у исхрану, смештај, негу и селекцију животиња, са циљем постизања што веће производности. Највише је развијена у подручјима са интензивном пољопривредном производњом, попут земаља Западне Европе и Северне Америке. У овом систему најчешће се користе високо продуктивне расе говеда, које су селекционисане за производњу млека, меса или за комбиновану производњу. У зависности од производног циља, разликују се системи интензивне производње млека и интензивне производње меса. (Петровић, 2002.)

Значај говедарства, међутим, није исти у свим временским и просторним оквирима, већ се мењао у складу са привредним, друштвеним и технолошким развојем. У том смислу, сагледавање историјског развоја говедарства пружа основу за разумевање његове улоге у развоју пољопривреде и привреде Србије.

3. Развој сточарства у Србији

Говедарство представља једну од најзначајнијих грана сточарства у Србији, са традицијом која датира од периода успостављања српске државе. Говеда су имала повољне услове у виду пространих пашњака и повољних природних услова, а њихов вишевековни значај огледао се у областима као што су исхрана, пољопривреда и транспорт. Поред обезбеђивања меса, млека, коже и радне снаге, говеда су била значајан показатељ материјалног богатства становништва, а сточарски производи чинили су важан део домаће и спољне трговине (Катић, 1978, стр. VII-VIII, 1-7).

Историјски развој говедарства у Србији био је условљен бројним политичким, економским и друштвеним променама. Од средњовековне српске државе, преко периода османске власти, обнове државности после Првог српског устанка, па све до развоја у Кнежевини и Краљевини Србији, бројна кретања становништва, промене у начину коришћења земљишта, развој трговине и увођење нових раса говеда значајно су утицали на развој ове производне гране.

Развој говедарства није био ограничен само на повећање броја грла, већ је обухватао и усавршавање начина гајења, организовање одгајивачких удружења, унапређење селекције, као и примену научних достигнућа у сточарској производњи. После Другог светског рата долази до интензивне механизације пољопривреде, оснивања специјализованих фарми и повећања производње млека и меса, док савремени развој карактеришу генетско унапређење стада, примена савремених технологија и настојања да се очувају аутохтоне расе као део националног генетичког наслеђа.

Према наводима Катића (1978), сточарство је било једна од најзначајнијих привредних грана средњовековне Србије, иако не постоје потпуни подаци о укупном броју грла нити о вредности извоза стоке. (Катић, 1978, стр. 3-7).

Развоју говедарства значајно су допринела територијална проширења српске државе током владавине Немањића. Поред планинских области погодних за ис-

пашу, у састав Србије ушле су и плодне равнице које су омогућиле истовремени развој земљорадње и сточарства. Српски владари су прихватили већ постојећу организацију сточарске производње на новоосвојеним подручјима, што је допринело њеном даљем унапређењу. Средњовековни путописци и хроничари описивали су Србију као земљу богату житом, вином, месом, коњима, свињама и другом стоком, док су поједини аутори истицали да је стока представљала један од најважнијих облика народног богатства. (Катић, 1978, стр. 4-5).

Говеда су имала вишеструку улогу у привредном животу. Поред производње меса, млека и коже, волови су били незаменљива радна снага у обради земљишта и превозу терета. Због тога су чак и земљорадничка домаћинства која нису располагала великим бројем животиња настојала да поседују бар један пар волова неопходан за извршавање пољопривредних радова. Истовремено, имућнији сточари поседовали су знатно већа стада, што је представљало мерило њиховог економског положаја. (Катић, 1978, стр. 5-7).

Организација сточарске производње била је прилагођена природним условима и начину живота становништва. Највећи број професионалних сточара живео је у катунима, који су се налазили у близини пашњака и били удаљени од главних саобраћајница. Основу сточарске производње чинила је сезонска испаша, при чему су се стада током године премештала између различитих пашњачких подручја. Овакав начин гајења омогућавао је боље коришћење природних ресурса, али је производња у великој мери зависила од климатских услова и квалитета пашњака. (Катић, 1978, стр. 9-13).

Српски владари посвећивали значајну пажњу заштити сточарства. У повељама манастирима и другим правним документима прописиване су казне за незакониту испашу на туђим пашњацима, уништавање имовине и друге прекршаје који су могли угрозити сточарску производњу. На овај начин држава је настојала да обезбеди услове за несметан развој гајења стоке и очување вредних пашњачких површина, што потврђује велики економски значај говедарства у средњовековној Србији. (Катић, 1978, стр. 4-6, 9-13).

Иако не постоје прецизни статистички подаци о бројном стању говеда, доступни извори показују да је сточни фонд представљао један од најважнијих показатеља богатства појединаца и властеле. У повељама се помињу сточари који су поседовали више од сто грла говеда, док су поједини велепоседници располагали великим бројем коња, оваца и свиња. Такви подаци сведоче о развијеном сточарству и значајном месту које је говедарство заузимало у привреди средњовековне Србије, представљајући основу за његов даљи развој у каснијим историјским периодима. (Катић, 1978, стр. 5-7).

Рани период османске владавине донео је значајне преображаје у организацији сточарске и говедарске производње на подручју некадашње српске средњовековне државе. Иако су Османлије у почетку преузеле многе средњовековне прописе у вези са узгојем стоке, дубоки политички и друштвени потреси утицали су на видне измене у начину сточарења, географском распореду заједница и расном саставу домаћих животиња. Ратна разарања и масовне миграције настале услед турских освајања у потпуности су изменили затечену слику руралног живота и сточарске привреде. (Катић, 1978, стр. 1-2)

Главни узрок демографских и привредних поремећаја била су масовна расељавања и депопулација становништва током османских похода у 15. и 16. веку. Страдања, покољи и одвођење становништва у ропство забележени су приликом падова Сврљига (1413), Новог Брда (1455) и Београда (1521), као и током великих војних кампања султана Мехмеда II 1454. и 1459. године, док је стотина хиљада људи побегло преко Дунава и Саве у Угарску. Како би оживела формално опустеле територије, попут Смедеревског санџака, османска управа је у првим деценијама своје власти спровела планско насељавање ових крајева сточарским становништвом доведеним из других области. (Катић, 1978, стр. 2)

Пресељавање сточара из различитих географских региона директно је утицало на промену расног састава сточног фонда и говеда, јер су досељеници са собом из својих родних крајева доводили животиње другачијих одлика. Поштеђени овог процеса били су превасходно брдски и планински предели у којима је сточарство представљало једино занимање становништва и где се затечени начин гајења одржао без већих измена. (Катић, 1978, стр. 2, 15)

Продаја стоке и сточарских производа, попут меса, лоја и кожа, наставила је да игра кључну улогу у снабдевању локалних тржишта и извозној трговини. Сточарске заједнице у брдским областима успеле су да сачувају континуитет узгоја говеда и ситне стоке, прилагођавајући своју производњу новом фискалном и административном оквиру Османског царства. (Катић, 1978, стр. 2, 5)

Српско село је током прве половине и првих деценија друге половине 19. века имало претежно екстензивни карактер привређивања, где се стока узгајала на заједничким пашњацима, утринама и шумским просторима. Међутим, развој пољопривреде и ширење обрадивих површина постепено су мењали положај сточарства и довели до преласка са сточарске на земљорадничку економију као доминантан облик привређивања.

Током шездесетих и седамдесетих година 19. века земљорадња је у многим областима Србије постала доминантна у односу на сточарство. Ширење њива одвијало се углавном на рачун пашњака и заједничких сеоских земљишта, чиме је смањен простор потребан за слободно кретање стоке. Због тога се постепено прелазило на ограниченији начин узгоја, уз већу употребу стајског држања и производњу хране за стоку.

Посебан значај имало је говедарство, јер је крупна стока представљала основу за обављање пољопривредних радова. Волови и коњи били су неопходни за обраду земље, па је унапређење њиховог узгоја било повезано са развојем земљорадње. Ипак, у већем делу Србије током 19. века услови држања стоке остали су веома примитивни. Стока је често боравила на отвореном простору током зиме, без одговарајуће заштите и квалитетне исхране.

Развој сточарске привреде није био исти у свим крајевима Србије. У равничарским и плодним областима, где је земљорадња брже напредовала, сточарство је раније изгубило доминантан положај. Насупрот томе, у брдским и планинским областима сточарство је дуже задржало значај због већег броја пашњака и неповољнијих услова за развој интензивне ратарске производње. Због тога су се развили различити системи узгоја стоке прилагођени локалним природним условима.

Крајем 19. века долази до постепеног унапређења сточарске производње. Све већа пажња посвећивала се производњи крмног биља, нарочито детелине, као и изградњи квалитетнијих објеката за држање стоке. Ипак, прелазак на савременији и интензивнији начин сточарења био је спор, јер су мала сељачка газдинства, недостатак капитала и традиционални начин производње ограничавали брже промене. (Самарџић и Бешлин, 2018)

Крајем 19. и почетком 20. века Највећи део српске спољне трговине заснивао се на извозу живих свиња, говеда и других сточарских производа, због чега су односи Србије са другим државама у великој мери зависили управо од трговине стоком.

Највећи део извоза живе стоке и сточарских производа био је усмерен ка Аустроугарској, што је Србију чинило економски зависном од њеног тржишта. Како би смањила ту зависност, Србија је настојала да развије трговинске односе са Русијом, која је подржавала ширење српске трговине и омогућила закључење трговинског уговора 1893. године. Иако Русија није постала главно тржиште за српске сточарске производе, ова сарадња је допринела јачању економских веза две земље. Посебно значајан догађај у развоју српског сточарства био је Царински, односно „Свињски рат“ између Србије и Аустроугарске, који је започео 1906. године. Након што је Аустроугарска забранила увоз српске стоке и других сточарских производа, Србија је била принуђена да потражи нова тржишта. У том периоду развијени су трговински односи са Италијом и Египтом, док је преко Бугарске организован транспорт стоке ка егејским лукама. Истовремено, српска држава је новчано подстицала извознике, што је омогућило постепено смањење зависности од аустроугарског тржишта и успешнију диверзификацију извоза. (Вишњаков, 2024)

Зарад смањења зависности од Аустроугарске, Србија је током XIX века закључила обостране трговинске уговоре на равноправној основи са Великом Британијом (1880) и Немачком (1882). Неки економисти су мишљења да ови уговори нису имали значајан утицај на јачање српске трговине, већ да су уговори били више политичког карактера. Аустроугарска је и даље остала доминантан спољнотрговински партнер Србије. Према подацима из 1884. године, чак 72,5% укупне спољнотрговинске размене Србије одвијало се са Аустроугарском, док је удео трговине са Немачком, Великом Британијом, Француском, Русијом и другим државама укупно износио 27,5% (Јовановић, 2016).

Током периода СФРЈ Србија је представљала једно од најзначајнијих подручја за развој говедарства у оквиру федерације. Према подацима о производњи меса и млека, СР Србија је располагала највећим уделом, заједно са СР Хрватском, чији је удео био скоро два пута мањи, док су остале републике имале знатно мање уделе. Стога, Србија је имала значајну улогу у обезбеђивању говеђега меса и млека за југословенско тржиште.

Захваљујући повољним природним условима, развијеној пољопривреди и великом броју газдинстава, говедарство је задржало важно место у структури српске пољопривредне производње.

Период након Другог светског рата обележиле су значајне промене у аграрној структури, проистекле из укидања тржишно-капиталистичког система привређивања и нестанка капиталистичких земљопоседа. У односу на претходни период, удео пољопривреде у националној привреди Србије био је знатно мањи. О

томе сведочи податак да је 1956. године пољопривреда учествовала са свега 6,8% у стварању националног дохотка. Смањење њеног релативног значаја представљало је очекивану последицу развоја заснованог на убрзаној индустријализацији, која је у послератном периоду постала основни правац привредног развоја земље. (Ђурић, 2018)

Посебан значај имала је и спољна трговина. Подаци показују да је извоз говеда СФРЈ бележио значајне осцилације. Крајем осамдесетих година извоз говеда достигао је највећи обим у посматраном периоду, што указује на значај који је говедарство имало у спољној трговини СФРЈ. Вредност извоза је расла заједно са количином истог. Међутим, повећана вредност извоза се не може сагледавати као показатељ успешног извоза због тога што су на њен раст у великој мери утицала инфлаторна кретања која су обележила последње године постојања Југославије. (Савезни завод за статистику, 1989.)

Током периода транзиције дошло је до значајних промена у организацији пољопривредне производње и положају сеоских газдинстава. Процес приватизације и прелазак на тржишни начин привређивања пратили су бројни проблеми, попут уситњености газдинстава, нерешених имовинско-правних односа и отежаног приступа кредитима, што је ограничавало могућности за већа улагања и модернизацију производње. (Арзени, 2006)

Ове промене посебно су се одразиле на сточарство, чији развој у великој мери зависи од стабилности производње, доступности хране за стоку и могућности улагања у објекте и опрему. Говедарство се у овом периоду суочило са постепеним смањењем сточног фонда и производних капацитета, што је било праћено слабљењем економског положаја дела пољопривредних газдинстава. Истовремено, производња се све више прилагођавала захтевима тржишта, а опстанак произвођача зависио је од њихове способности да повећају продуктивност и прилагоде се новим условима производње и пласмана. У наредним деценијама проблем смањења броја говеда остао је један од основних изазова српског говедарства. Пад бројности сточног фонда био је праћен променама у структури производње и постепеним издвајањем економски одрживијих и продуктивнијих газдинстава. Ипак, говедарство је задржало значајно место у пољопривреди Србије, пре свега због своје повезаности са производњом млека и меса, али и због значаја који има за приходе пољопривредних домаћинстава. Према подацима Републичког завода за статистику, смањење броја говеда настављено је и у савременом периоду, што указује да проблем обнове и очувања сточног фонда и даље представља једно од важних питања развоја ове гране пољопривреде (Републички завод за статистику, 2024, стр 225.). Развој говедарства од периода транзиције до данас карактерише прелазак ка тржишно оријентисаној производњи, али и бројни структурни проблеми који су ограничавали његов развој. За разлику од периода СФРЈ, када је развој био снажно повезан са ширим плановима развоја пољопривреде и организованим производним системима, савремено говедарство се у већој мери ослања на индивидуална пољопривредна газдинства и њихову способност да одговоре на услове тржишта. Због тога се као један од основних проблема савременог говедарства намеће не само повећање производње, већ и стварање стабилнијих услова за очување сточног фонда.

4. Анализа кретања увоза и извоза стоке у Србији у периоду од 2019. до 2024. године

На почетку посматраног периода, 2019. године, у Србији је на почетку године било 878 хиљада говеда, док је на крају године њихов број износио 898 хиљада. Позитиван биланс резултат је релативно високог броја прираста, који је износио 348 хиљада грла, уз свега 9 хиљада увезених и 34 хиљаде извезених грла. Међутим, већ наредне године долази до промене у кретању. Иако је број прираста остао релативно висок, број клања повећан је са 289 на 309 хиљада, док је број увезених грла остао веома низак. Као могући контекст оваквог кретања треба имати у виду почетак пандемије COVID-19. Пандемија је током 2020. године пореметила функционисање аграрних и прехрамбених ланаца снабдевања, отежала приступ тржиштима и утицала на цене и доступност инпута. Организација за храну и пољопривреду Уједињених нација је пандемију описао као значајан шок за агропрехрамбене системе, управо због поремећаја у приступу инпутима и тржиштима. (FAO, 2022)

Биланс стоке 2019-2024. подаци за говеда							
	Број на почетку године	При-плод	Увоз	Извоз	Клање	Угинуће	Број на крају године
2019.	878	348	9	34	289	15	898
2020.	898	343	11	43	309	14	886
2021.	886	335	7	39	316	14	860
2022.	860	288	12	29	317	13	800
2023.	800	265	14	26	314	14	725
2024.	725	256	29	18	281	12	699

Табела 1: Биланс стоке за период од 2019. до 2024. године
Извор: (Републички завод за статистику, 2022, 2025)

Током 2021. године број говеда на крају године додатно је смањен, на 860 хиљада. Посебно је занимљиво то што је број клања наставио да расте и достигао 316 хиљада грла, док је број прираста смањен на 335 хиљада. Ово указује да се сточни фонд није смањивао само због угинућа, већ пре свега због односа између прираста и издвајања животиња из стада. Истовремено, 2021. година представљала је период постепеног економског опоравка од највећег удара пандемије, али и период снажног раста цена бројних пољопривредних инпута. Поремећаји у глобалним ланцима снабдевања који су започели током пандемије наставили су да се осећају и након њеног најинтензивнијег периода.

Најизраженији пад почиње 2022. године, када број говеда на крају године пада на 800 хиљада. То је уједно година почетка рата у Украјини, који је додатно погоршао већ постојеће поремећаје на светском тржишту хране и пољопривредних инпута. Русија и Рпа је рат довео до додатних поремећаја у снабдевању и раста ценовне нестабилности. (Schmidhuber et al., 2022)

За говедарство је ово нарочито значајно јер су трошкови исхране један од кључних трошкова производње. Раст цена житарица и других компоненти сточне хране, као и енергената, директно је повећавао трошкове држања говеда. Податак Републичког завода за статистику наводи да су цене говеда у јуну 2022. године износиле 320 РСД/кг, што је повећање од 58% у односу на јануар 2021. године, где су цене износиле 202 РСД/кг. (РСЗ 2022).

Управо се у 2022. години може уочити и занимљива промена у структури кретања стада. Број прирастао је са 335 на 288 хиљада, док је број клања благо порастао на 317 хиљада. Другим речима, у стадо је улазило знатно мање нових грла него што их је издвајано клањем. То је допринело смањењу укупног фонда.

Посебно је значајна 2023. година, када број говеда на крају године пада са 800 на 725 хиљада, што представља највећи међугодишњи пад у приказаној табели. Према званичним подацима Републичког завода за статистику, укупан број говеда тада је смањен за 9,3% у односу на 2022. годину, а био је чак 18,2% испод десетогодишњег просека за период од 2013. до 2022. године. (РСЗ 2024).

Овакво кретање може се повезати са кумулативним дејством претходних поремећаја. Произвођачи су у 2023. годину ушли са вишим трошковима производње, док је претходна година била обележена ратом, енергетском кризом и високим ценама хране. Истовремено, мањи број прираста у 2022. години нужно је утицао и на могућност обнове стада у наредној години.

Пад се наставља и током 2024. године, али нешто споријим темпом. Број говеда на крају године износи 699 хиљада, што је за око 3,6% мање него број говеда на крају 2023. године, који је износио 725 хиљада. Овде се, поред наслеђених последица претходних криза, мора узети у обзир и све израженија зависност пољопривредне производње од климатских услова. Током 2024. године у Србији је забележена значајно нижа производња пшенице и очекивана нижа производња кукуруза у односу на 2023. годину, што је важно и за сточарство јер су житарице значајна компонента исхране стоке. (РСЗ 2024)

Посматрано у целини, у периоду од 2019. до 2024. године дошло је до значајног смањења броја говеда у Србији. На овај тренд утицали су бројни фактори, међу којима су пандемија COVID-19, раст цена хране и енергената, рат у Украјини и последични поремећаји на међународним тржиштима, као и неповољни климатски услови. Ипак, наведене кризе су пре свега додатно појачале већ постојеће структурне проблеме српског говедарства. Смањење прираста, уз истовремено већи број клања, указује на постепено смањивање производне основе, што дугорочно може угрозити обим производње млека и меса и економску одрживост говедарства. Кретања приказана у табели стога указују на потребу за стварањем стабилнијих услова производње и јачањем конкурентности говедарског сектора у Србији.

Уочени проблеми и изазови са којима се суочава српско сточарство указују не само на потребу за економском и производном подршком, већ и на значај боље информисаности, промоције и видљивости овог сектора у јавности, што отвара питање улоге медија у његовом даљем развоју.

5. Медији и развој сточарства

Развој пољопривреде и сточарства не зависи искључиво од производних ресурса, техничке опремљености и економских улагања, већ и од могућности произвођача да приступе информацијама, знању и тржишту. У том смислу, комуникација представља значајан део руралног развоја, јер омогућава повезивање пољопривредних произвођача са стручним службама, институцијама, потрошачима и другим учесницима на тржишту. Према Организацији за храну и пољопривреду Уједињених нација (FAO), комуникација у руралном развоју треба да омогући размену знања и информација, учешће руралног становништва и заједничко деловање, при чему се могу користити различити облици комуникације, од локалних и традиционалних медија до информационо-комуникационих технологија (Acunzo et al., 2014).

Медији представљају средство информисања произвођача о актуелним кретањима на тржишту, ценама, мерама државне подршке, доступним субвенцијама, новим технологијама и стручним препорукама. За произвођача који се бави говеђарством, правовремена информација о кретању цена млека и меса, условима откупа, доступности сточне хране или могућностима за добијање подстицаја може имати директан економски значај. На тај начин медији не представљају само средство преношења вести, већ могу допринети доношењу рационалних пословних одлука на пољопривредном газдинству.

Пример повезивања информација, пољопривреде и медија у Србији представља Систем тржишних информација пољопривреде Србије (STIPS). Корисници овог система су, између осталих, пољопривредници, привредни субјекти, саветодавци, аналитичари и медијске куће, док се информације о пољопривредним тржиштима пласирају путем интернет портала и пољопривредних сајтова. Посебно је значајно то што STIPS обухвата и информације о ценама живе стоке и кланичним ценама, чиме директно повезује сточарску производњу са тржишним информацијама. Такође, важну улогу је одиграло увођење система „Агроинфо караван” који је у својој суштини проширени календар у који се могу уносити дани за које се ангажују радници, са спецификацијом за који посао се они ангажују. На тај начин, раднике могу ангажовати правна и физичка лица и предузетници, односно сви који имају потребу за плаћеном радном снагом у пољопривреди. Допринос овог система се огледа у томе да је број нерегистрованих радника, тј. радника „на црно” знатно смањен откако је он уведен.

Поред информативне, медији имају и промотивну функцију. Савремена пољопривредна производња све више подразумева потребу за представљањем производа и самог произвођача крајњим потрошачима. Ово је нарочито значајно за мања породична газдинства која често немају финансијске могућности за коришћење традиционалних облика маркетинга у обиму који је доступан великим привредним субјектима. Путем телевизијских емисија, локалних медија, интернет портала и друштвених мрежа произвођачи могу представити своје газдинство, начин производње и квалитет производа, чиме се ствара могућност за изградњу препознатљивости и поверења код потрошача. Овај аспект је посебно важан код производа сточарства који се продају на локалном или директном тржишту. Произвођач млека, сира, меса или других производа животињског порекла путем

медија може представити порекло производа, начин производње и специфичности свог газдинства. На тај начин производ више није само анонимна роба на тржишту, већ добија препознатљивост која може представљати основу за стварање локалног бренда. Медијска промоција зато може допринети повезивању производње са потрошњом и стварању додатне економске вредности.

Значај дигиталних медија у овом процесу посебно је дошао до изражаја развојем друштвених мрежа. Истраживање спроведено на 200 пољопривредних произвођача у централној Србији показало је да интернет има значајан потенцијал за информисање, оглашавање и електронску трговину, али да тај потенцијал међу произвођачима још није у потпуности искоришћен. Друштвене мреже се при томе издвајају као један од начина за промоцију пољопривредних производа, при чему је Facebook био један од најчешће коришћених канала комуникације. (Дашић, et al. 2024.)

Недовољна медијска заступљеност произвођача може ограничити њихову видљивост и могућности за повезивање са тржиштем. То не значи да се проблеми у сточарству могу приписати недостатку медијске пажње, јер су кретања у овој области условљена бројним економским, демографским, производним и природним факторима. Ипак, ограничена присутност произвођача у медијима може значити мање могућности за промоцију производа, информисање потрошача и успостављање директних пословних контаката. Посебно се то може одразити на мала и средња газдинства која немају развијене сопствене маркетиншке канале.

Проблем медијске невидљивости може се посматрати и шире, кроз начин на који се у јавности представља сам значај сточарства. Уколико су произвођачи и њихови проблеми недовољно присутни у медијима, мања је могућност да шири јавност буде упозната са условима у којима се одвија производња, трошковима са којима се произвођачи суочавају и значајем који сточарство има за руралне средине и укупну пољопривредну производњу. Медијска пажња стога може допринети не само промоцији конкретног производа, већ и већој видљивости читавог сектора.

Посебан значај у том погледу има развој дигитализације пољопривреде. Дигитални медији омогућавају произвођачима да комуницирају са потрошачима без посредника и да своју производњу представе ширем тржишту уз релативно мала финансијска улагања. Истовремено, дигитализација омогућава лакши приступ информацијама и различитим услугама које могу унапредити организацију производње. Истраживање Кљајић, Параушић и Станковић (2024), спроведено на 53 пољопривредна газдинства у Србији, показало је да произвођачи нису у потпуности задовољни достигнутим нивоом дигитализације, али је 56,6% испитаника навело да намерава да повећа улагања у дигитализацију свог газдинства у наредном периоду. То указује на постојање простора за даље увођење дигиталних технологија у пољопривреду Србије.

Могућности унапређења медијске заступљености сточарства зато не треба тражити искључиво у повећању броја телевизијских и радио емисија посвећених пољопривреди. Већи ефекат може се постићи повезивањем традиционалних и дигиталних медија. Телевизија и радио и даље имају значајну улогу у информисању шире јавности, док интернет портали и друштвене мреже омогућавају бржу, непосреднију и интерактивнију комуникацију. Пољопривредни произвођач данас може путем

дигиталних платформи да представи своје газдинство, објави понуду производа, комуницира са купцима, прати кретање цена и размењује искуства са другим произвођачима.

Посматрано у контексту кретања говедарства у Србији, медије зато треба посматрати као један од инструмената који може допринети превазилажењу одређених проблема у сектору, али не и као њихов једини узрок или решење. Смањење броја говеда, раст трошкова производње, неповољан економски положај појединих произвођача и други структурни проблеми захтевају економске, институционалне и производне мере. Међутим, ефикаснија комуникација може да подржи те мере тако што ће произвођачима омогућити бољи приступ информацијама, а њиховим производима већу видљивост на тржишту. У том смислу, повезивање традиционалних медија, дигиталних платформи, институција и самих произвођача представља могући правац за унапређење комуникације у српском сточарству.

Може се закључити да значај медија за развој сточарства није само у промоцији производа, већ и у стварању комуникационог простора у којем се повезују произвођачи, потрошачи, стручњаци, институције и тржиште. У условима у којима се српско говедарство суочава са дугорочним смањењем сточног фонда, медијска видљивост може представљати један од начина да се произвођачима омогући већа тржишна препознатљивост и да се значај сточарства приближи широј јавности. Будући развој зато не подразумева избор између традиционалних и дигиталних медија, већ њихово међусобно повезивање и прилагођавање потребама савременог пољопривредног произвођача.

6. Закључак

Стоочарство представља важан део пољопривреде Србије, чији се значај током историје огледао не само у обезбеђивању хране и сировина, већ и у његовој повезаности са развојем трговине, привреде и руралних средина. Међутим, савремени услови производње показују да се овај сектор суочава са бројним изазовима који ограничавају његов даљи развој. Пад броја говеда и нестабилни услови производње указују на постојање дубљих економских и структурних проблема који се не могу објаснити само појединачним кризама или спољним факторима.

У таквим условима, питање комуникације и медијске присутности сточарства добија посебан значај. Анализа показује да улога медија не треба да се посматра искључиво кроз њихову информативну функцију. Традиционални и дигитални медији могу допринети бољој доступности информација о производњи и тржишту, али и омогућити произвођачима да представе свој рад, производе и специфичности газдинства. На тај начин медији могу допринети стварању препознатљивости произвођача и успостављању директног односа са потрошачима. Посебан потенцијал у том погледу имају дигитални медији, јер омогућавају директну комуникацију и промоцију уз мање трошкове, што је нарочито значајно за мала и породична пољопривредна газдинства.

Истовремено, недовољна медијска заступљеност сточарства може допринети томе да произвођачи и услови у којима раде остану недовољно видљиви широј јавности. Медијска пажња зато има значај не само за промоцију појединачних про-

извода, већ и за представљање значаја целог сектора. Међутим, било би погрешно недостатак медијске заступљености посматрати као основни узрок проблема у сточарству. Производни, економски, институционални и демографски фактори имају значајнији утицај на положај произвођача, док медији могу представљати један од инструмената који би помогли у њиховом превазилажењу.

Традиционални медији могу допринети ширем информисању јавности и већој видљивости проблема са којима се сектор суочава, док дигитални медији пружају могућност непосредне комуникације, промоције и повезивања произвођача са потрошачима. Стога, развој овог сектора подразумева повезивање традиционалних и дигиталних медија, и њихово прилагођавање потребама пољопривредних произвођача.

На основу свега наведеног, може се закључити да медији не могу сами обезбедити опоравак и развој сточарства, али да би њихов развој погодно утицао на то. Због тога би медији требало да буду посматрани као допунски инструмент развојне политике у пољопривреди, који своје највеће ефекте може остварити тек у комбинацији са подршком сточарству од стране државе.

Литература

- Acunzo, M., Pafumi, M., Torres, C., & Tirol, M. S. (2014). *Communication for rural development: Sourcebook*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Arzeni, A., Esposti, R., & Sotte, F. (2006). *Poljoprivreda u tranzicijskim zemljama i evropski model poljoprivrede: Preduzetništvo i multifunkcionalnost*.
- Dašić, D., Vitković, B., Kostadinović, M. I., Kostadinović, G., & Ratković, M. (2024). Place and role of marketing communication in rural areas in Central Serbia. *Economics of Agriculture*, 71(2), 599–611. <https://doi.org/10.59267/ekoPolj2402599D>
- Đurić, K. (2018). *Poljoprivreda i ruralni razvoj Srbije u procesu evropskih integracija*. Poljoprivredni fakultet Univerziteta u Novom Sadu.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2022). *Analysing changes during the first wave of COVID-19*. FAO Agricultural Development Economics Policy Brief No. 49.
- Garić Petrović, G. (2016). *Poljoprivreda Srbije od 1878. do 1912. godine*. Filozofski fakultet Univerziteta u Nišu.
- Jovanović, G. (2016). Privredne aktivnosti Srbije u XIX veku. *NIR – časopis za nauku, istraživanje i razvoj*, 8, 73–90.
- Katić, R. V. (1978). *Stočarstvo srednjovekovne Srbije*. Srpska akademija nauka i umetnosti.
- Kljajić, N., Paraušić, V., & Stanković, Z. (2024). Economic aspects of digitalization in Serbian agriculture: Farmers' attitudes. *Economics of Agriculture*, 71(3), 943–956. <https://doi.org/10.59267/ekoPolj2403943K>
- Petrović, M. (2002). *Stočarstvo*. Poljoprivredni fakultet Univerziteta u Novom Sadu.
- Republički zavod za statistiku. (2022). *Statistički godišnjak 2022*.
- Republički zavod za statistiku. (2025). *Statistički godišnjak 2025*.
- Samardžić, M., & Bešlin, M. (2018). Razvoj stočarske privrede na srpskom selu u 19. veku. *Glasnik Etnografskog instituta SANU*, LXVI(1), 177–192. <https://doi.org/10.2298/GEI1801177S>
- Schmidhuber, J., Mustafa, S., & Qiao, B. (2022). The war in Ukraine and the risks it poses for global food commodity markets. *Food Outlook: Biannual Report on Global Food Markets, June 2022*, 65–73. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <https://doi.org/10.4060/cb9427en>

- Višnjakov, J. V. (2024). Serbia in the economic strategy of the Russian Empire in late XIX–early XX century. *RUDN Journal of Russian History*, 23(2), 179–190. <https://doi.org/10.22363/2312-8674-2024-23-2-179-190>
- Republički zavod za statistiku. (2022). *Statistički podaci*. <https://publikacije.stat.gov.rs/G2022/HtmlE/G20221224.htm>
- Republički zavod za statistiku. (2024a). *Statistički podaci*. <https://publikacije.stat.gov.rs/G2024/HtmlE/G20241034.html>
 - Republički zavod za statistiku. (2024b). *Statistički podaci*. <https://publikacije.stat.gov.rs/G2024/Html/G20241262.html>