



Mrčajevci su u dane vikenda, od 12.-14. septembra, mirisali na kupus jer se na "Kupusijadi 2014", uz bogat kulturno-zabavni i sportski program, specijalitet ovoga kraja, svadbarski kupus, kuvao u preko 750 zemljanih lonaca.

Kao organizatori ovog događaja potpisali su se TO Čačak i Mesna zajednica Mrčajevci, dok je, zadovoljstvo i čast domaćina dvanaeste po redu "Kupusijade" pripala prof. dr Miladinu Ševarliću, šefu Katedre ekonomike poljoprivrede i tržišta, Instituta za agroekonomiju, Poljoprivrednog fakulteta Univerziteta u Beogradu. A domaćin je bio pravi, prisutan svuda i na svakom mestu, uvek spreman da pomogne, popriča, da ispuni obaveze prvog čoveka ovogodišnje manifestacije, o kojoj je izneo svoje utiske, ali neizostavno i nekoliko zapažanja i sugestija vezanih za srpsku poljoprivredu:

-Ja još uvek nemam pravi uvid u to kako će se ova manifestacija odvijati ubuduće, jer ovaj nivo organizacije i manifestacije treba da preraste na viši nivo. Jedna manifestacija ima smisla samo ako se razvija, ako prerasta nacionalne i regionalne okvire, i uđe u međunarodni adresar privredno-turističkih manifestacija. Vrlo je bitno da se manifestacije ne svedu samo na očuvanje tradicije i kulturno-zabavni program od nekoliko dana, nego da to bude mesto okupljanja i dogovaranja za sve privredne aktivnosti tokom godine, a koje su u vezi sa tim proizvodom ili grupom proizvoda, ili sa celokupnom proizvodnjom u tom kraju. Kao što je npr. urađeno sa čuvenim „Futoškim kupusom“, njegovom zaštitom geografskog porekla, preradom, plasmanom, zaštitom distribucije semena itd.

Ova manifestacija treba da bude samo povod da se napravi kooperativa, bar na nivou zapadno-moravske regije, koja je Bogom dano područje za povrtarske kulture. Svako domaćinstvo bi moglo da ima svoje mesto i perspektivu za revitalizaciju povrtarske proizvodnje, ali stanovništva, kao i života uopšte, na seoskim područjima. Zato sam odlučio da kao član Upravnog odbora „Društva srpskih domaćina“, pored tri nagrade, zlatni, srebrni i bronzani kotlić za one koji žiri proglasi najboljima u kategoriji svadbarskog kupusa, dodelim i skromnu finansijsku nagradu i poljoprivrednom domaćinstvu koje ima najveći broj dece, i voleo bih da to postane praksa.

Dr Ševarlić je naveo i nekoliko podataka vezanih za kupus, koji bi se mogli naći u rubrici „Verovali ili ne“.

-Kupus je u svetu najznačajnije glavičasto povrće sa godišnjom proizvodnjom od oko 70 miliona tona. Od toga 32 miliona tona se proizvodi u Kini, u Indiji oko 8 miliona tona, Ruskoj Federaciji 3,6 miliona, Južnoj Koreji 3 miliona tona, Japanu blizu 2,5 miliona tona. Najveći evropski proizvođač kupusa je Poljska sa 1,3 miliona tona ili četiri puta više nego što proizvodi Srbija, ali ima toliko puta više stanovnika, pa Rumunija sa 1,2 miliona tona, SAD sa svega 960

hiljada tona, ili tri puta više od Srbije, itd.

Srbija već desetak godina sadi kupus na preko 20.000 ha, i ostvaruje proizvodnju preko 300.000 t, ili oko 47 kg po stanovniku. Prinos je 14,600 t/ha, dok je prinos u Vojvodini nešto veći nego u centralnom području Srbije, i iznosi preko 18 t/ha. Na području centralne Srbije nalazi se 88% ukupnih površina pod kupusom, a samo 12% u Vojvodini.

Udruženje Futoški kupus je primer dobro organizovanog udruženja koje ima viziju i misiju. Vrlo je bitno kod ovakvih manifestacija, da jedan čovek ili grupa ljudi predstavlja okosnicu, gde dolaze novi ljudi sa novim idejama, ali se ne napušta trend stalnog porasta mesta, uloge i značaja privredno-turističke manifestacije u sveukupnom razvoju kraja.

Tako se kao kuriozitet pojavljuju rekordi za Ginisa, kao na Kupusijadi 2008. u Futogu, kada je u jednom loncu skuvano 6.556 sarmi ili 925,4 kilograma, koji je oboren od strane kuvara iz Ade koji su u jednom kazanu skuvali 10.374 sarme, teških oko 1.400 kg.

U Mrčajevcima, praksa da celo selo kuva, prevaziđena je 2008. godine, kada su u Prilepu (Makedonija), 160 žena za posnu slavu Sv. Nikole uvile 80.000 malih sarmica -zalogajčića, na šta su utrošile jednu tonu kupusa i 60 kg pirinča.

Najveća glavica kupusa do sada zabeležena, proizvedena je na Aljasci i težila je 62,7 kg.

Nekada se smatralo da je osnovni pokazatelj siromaštva kuvanje praznog kiselog kupusa. Danas je postalo „in“ jesti prazan kisel kupus. Najveći značaj kiselom kupusu nekada su pridavali moreplovcici, koji su prilikom prekomorskih putovanja obavezno imali burad sa ovim bogatim izvorom C vitamina, da ne bi oboleli od skorbuta. I danas je kupus prisutan na svim preookeanskim plovidbama.

Područje Čačka je izuzetno značajno zbog toga što je Skupština grada prva usvojila predlog teksta moje Deklaracije protiv genetsko modifikovanih organizama (30. januara 2013. godine), i samim tim na ovoj teritoriji obaveza svih je da gaje poljoprivredne proizvode koji nisu genetski modifikovani, uključujući i kupus. Pozicija Srbije u regionalnom prometu poljoprivredno-prehrambenih proizvoda u sferi organske i konvencionalne poljoprivrede, ali treba da se organizuje po metodama integralno kontrolisane poljoprivredne proizvodnje, sa dnevnikom polja, kontrolom stručnjaka, kontrolisanom upotrebom hemije itd, da bi to bila garancija kvaliteta za potrošače. Jedino sa takvim pristupom možemo obezbediti nekakvo mesto na regionalnom tržištu.

Ja se držim slogana: Gledaj globalno (šta se dešava u nauci, struci, politici, međunarodnim ekonomskim odnosima), jedi lokalno (to je ono što je svojstveno našoj genetskoj potki), a trguj regionalno (svaka trgovina van regije povećava troškove transporta i ne obezbeđuje očuvanje kvaliteta poljoprivrednih proizvoda, pogotovo ako se radi o poljoprivrednim proizvodima u svežem stanju. A ako se radi o prerađevinama, što bi trebalo da bude znatno više zastupljeno u agroprivredi Srbije, tada bi mogli da uposlamo daleko veći broj radnika, uvećali bi proizvodne kapacitete, i višestruko skuplje bi prodavali i bili bi prepoznatljiviji, jer bi te proizvode mogli da pakujemo u komercijalna pakovanja, na kojima bi pisalo npr. „Made in Serbia“.

Nije ovde pitanje koliko bi Srbija mogla da proizvede kupusa ili neke drugog poljoprivrednog proizvoda, jer proizvodnju uvek diktira tržište. Mi zaboravljamo da sa naučne tačke gledišta marketing koncept je nešto što je neminovno. Ne možemo mi proizvesti pa naknadno tražiti kupca, moramo unapred obezbediti kupca i proizvoditi prema njegovim potrebama.

Ali, ovu zemlju nikada neće „izvaditi“ iz teškoća inostrani investitori. Investicije se mogu dobijati na druge načine: po osnovu ugovorene proizvodnje, unapred obezbeđenog tržišta, zajedničkog ulaganja itd.

Takođe sam protivnik prodaje poljoprivrednog zemljišta, izvora vode, rudnog bogatstva i

šuma, prirodnih resursa uopšte, jer ako ova generacija nije sposobna da sebi obezbedi ekonomsku održivost sa ovoliko resursa, šta ćemo ostaviti u nasledstvo generacijama koje dolaze? Kako će one obezbediti sebi i ekonomsku, a time i demografsku održivost na ovom području? Mi moramo da shvatimo da prirodne resurse nismo dobili u nasledstvo nego smo ih pozajmili od budućih generacija i moramo ih u istom ili poboljšanom stanju ostaviti narednim generacijama jer, njima će u svakom slučaju, bar što se procesa globalizacije i liberalizacije kojima će biti izloženi neuporedivo većoj konkurenciji nego što smo mi bili, biti teže nego nama – zaključio je prof. dr Miladin Ševarlić.