

TRŽNIŠTVO SJEMENA I SADNOG MATERIJALA

A. KOLEGA¹, M. IVANKOVIĆ²

¹ Zavod za marketing, Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

² Agronomski fakultet Sveučilišta u Mostaru

Vizija poljodjelstva sukladna je viziji sjemenarstva i rasadničarstva. Domaća sjemenska proizvodnja oduvijek je bila temelj vlastite biljne i stočarske proizvodnje ali i temelj tržištvne ponude. Potrošački osjećaj izvorne domaće proizvodnje temelji se na vlastitim kultivarima. Kakvoća i asortiman, potražnja poljodjelskih proizvoda kakvu traže potrošači svoje ishodište imaju u kakvosnom sjemenu i sadnom materijalu. Povijesno gledajući hrvatsko poljodjelstvo svoju posebnost i postojanje može zahvaliti vlastitom sjemenarstvu i rasadničarstvu. Čuvanje i razvitak ove gospodarske osobnosti temelji se na izvornom sjemenarstvu i rasadničarstvu.

Ključne riječi: tržišstvo, sjemenarstvo, rasadničarstvo, razvitak

MARKETING OF SEED AND SEEDLINGS

A. KOLEGA¹, M. IVANKOVIĆ²

¹ Department of Marketing in Agriculture, Faculty of Agriculture, University of Zagreb

² Faculty of Agriculture, University of Mostar

Vision of the agriculture is in accordance with vision of the seed science and technology. Seed production has always been the basis for our own agriculture but also for seed marketing. Quality seed and seedlings are basis for quality assortment for marketing. Historically considering, specificity and maintenance of Croatian agriculture is based on authenticity of seed and seedling production.

Key words: marketing, seed production, seedlings production, development