

Zaključak

Na temelju navedenog može se zaključiti da zbog neadekvatne ponude domaćeg voća iz ekološke proizvodnje (nestabilne zalihe, nehomogena kvaliteta i nedostatne količine) njegovo prisustvo je prvenstveno u izravnim kanalima prodaje. S ponudom domaće proizvedenog ekološkog voća na području Grada Zagreba svakako ne možemo biti zadovoljni, ali budući se radi o višegodišnjim kulturama, možemo očekivati povećanje ponude u budućem razdoblju vezano s povećanjem proizvodnih površina kojemu svjedočimo u zadnjem petogodišnjem razdoblju.

Literatura

- Anić, I. D., Jelenc, L., Šebetić, N. (2015). Istraživanje demografskih obilježja i ponašanja kupaca ekoloških prehrambenih proizvoda u Karlovačkoj županiji. *Ekonomika misao i praksa* 24 (22) 367-388.
- Dorotić, S. (2016) Ekonomika ekološke proizvodnje jabuka. Diplomski rad. Zagreb, Sveučilište u Zagrebu, Agromski fakultet.
- Državni zavod za statistiku (2018). PC-Axis baze podataka – Poljoprivreda, lov, šumarstvo i ribarstvo URL: http://www.dzs.hr/App/PXWeb/PXWebHrv/Menu.aspx?px_tableid=EPT41_HR.px&px_path=&px_language=hr&px_db=Poljoprivreda%2c+lov%2c+%u0161umarstvo+i+ribarstvo&rxid=fc9d580f-2229-4982-a72c-cdd3e96307d3 (15.03.2018).
- Grgić, I., Zrakić, M., Hadelan, L., Svrznjak, K. (2015) Ekonomski aspekti ekološke proizvodnje voća i grožđa: različiti scenariji. *Glasnik zaštite bilja* 5:14-23.
- Michelsen, J., Hamm, U., Wynen, E., Roth E. (1999) The European market for organic products: growth and development. Hohenheim, Germany: Universität Hohenheim, Institut für Landwirtschaftliche Betriebslehre.
- Ministarstvo poljoprivrede. Ekološka poljoprivreda. URL: <http://www.mps.hr/hr/poljoprivreda-i-ruralni-razvoj/poljoprivreda/ekoloska/statistika-2016> (10.03.2018).
- Petljak K. (2010) Istraživanje kategorije ekoloških prehrambenih proizvoda među vodećim trgovcima hranom u Republici Hrvatskoj. *Tržište* 22 (1), 93-112.
- Ranogajec, L., Tolić, S., Maurović Koščak, L. (2013), Aspekti društvene svijesti istočne Hrvatske o ekološkoj proizvodnji i potrošnji hrane, rad sa skupa Globalizacija i regionalni identitet, objavljen u Uloga obrazovanja u identitetu društva i ekonomiji znanja / Šundalić, Antun; Zmaić, Krunoslav; Sudarić, Tihana (ur). Osijek: Grafika d.o.o. Osijek.
- Rengel, A. (2013). Hrvatski eko proizvodi na tržištu EU. *Agromski glasnik* 75(1) 55-68.
- Renko, S., Bošnjak, K. (2009). Aktualno stanje i perspektive budućeg razvoja tržišta ekološke hrane u Hrvatskoj. *Ekonomski pregled* 60 (7-8) 369 -395.
- Siljan, D., Cerjak, M. (2017). Prva eko tržnica u Hrvatskoj – zadovoljstvo proizvođača i kupaca. *Agroeconomia Croatica* 7 (1) 88-97.
- Wier, M., Calverley C. (2002) Market potential for organic foods in Europe. *British Food Journal* 104 (1), 45-62.
- Zanoli, R., Jukić, N. (2005) Marketing study on organic and other selected special quality products from Croatia. URL: http://www.fao.org/docs/eims/upload/229929/2005_12_doc01.pdf (10.03.2018).

Original scientific paper

The presence of organic fruits at selected sales points in the City of Zagreb

Abstract

In Croatia, in the last years, the total area under organic agriculture, as well as the area under organic orchards, has increased. By analyzing the supply of direct and indirect sales channels in City of Zagreb in 2017, domestic ecological fruit primarily is represented on direct channels (markets). In the indirect channels (hypermarkets and organic food stores), the supply of fruits is higher, but it is primarily from the EU countries. The supply of domestic ecological fruits in the city of Zagreb is not satisfactory, but since the supply is consisted of perennial crops, we can expect an increase in supply, homogeneous quality, sufficient quantities, and presence in other sales channels.

Keywords: sales channels, organic fruit, organic mark