

Ekološka poljoprivredna proizvodnja Hrvatske i turizam

Sažetak

U svijetu se sve veća pozornost posvećuje zdravlju pučanstva i očuvanju bioraznolikosti i prirodne ravnoteže. Briga za zdravlje je sve naglašenija kroz prehranu i vidljiva je kroz porast potražnje poljoprivrednih proizvoda i prerađevina proizvedenih po ekološkim principima. Istovremeno, potrebni duži ili kraći odmori često su kombinacija „konzumacije turističkih sadržaja i gastronomije“. Blagodat koju ima Republika Hrvatska u ponudi turističkih sadržaja te u bogatstvu kvalitetnih poljoprivrednih proizvodnih resursa za ekološku poljoprivrednu proizvodnju, prilika su za njihov jači sinergijski učinak. U radu se daje pregled razvitka ekološke poljoprivredne proizvodnje i promjene kod broja turista u Republici Hrvatskoj. U razdoblju od 2007. do 2017. godine površine pod ekološkom proizvodnjom porasle su za trinaest puta ali čine još uvijek mali dio (6,46%) ukupno korištenih poljoprivrednih površina. U 2017. godini ekološkom proizvodnjom se bavilo 4.023 proizvođača te se predviđa da bi u 2020. godini njihov broj porastao za 15,7% odnosno dosegao bi broj od 4.655. Dosadašnji značajan porast broja turista i ukupno ostvarenih noćenja mogao bi nastaviti daljnji porast, te se predviđa da bi u 2020. godini dosegnuo oko 117 milijuna noćenja, što bi u odnosu na 2018. bio porast od 15,4%. Ovo nam ukazuje na potrebu i mogućnost veće ekološke poljoprivredne proizvodnje i njene veće zastupljenosti u ukupnom tržištu poljoprivredno-prehrambenih proizvoda.

Ključne riječi: poljoprivreda, ekološka proizvodnja, turizam, Hrvatska

Uvod

Ekološka poljoprivreda postaje značajnije zastupljena 80-ih godina prošlog stoljeća i do danas je to tržište koje se stalno povećava. U 2017. godini je pod ekološkom proizvodnjom bilo 69,8 milijuna ha što je 1,4% ukupnih poljoprivrednih obradivih površina svijeta (FiBL, 2019) odnosno došlo je do velikog povećanja (20%) površina u odnosu na 2016. godinu kada su iznosile 58,1 milijuna ha. Apsolutno, najveće površine pod ekološkom proizvodnjom su u površinski najvećim zemljama. Tako je najviše površina pod ekološkom proizvodnjom u Australiji (35,6 milijuna ha) koja čini gotovo polovinu svjetskih površina pod ekološkom poljoprivredom. Slijede je Argentina s 3,4 milijuna ha i Kina s 3,0 milijuna ha. U Europskoj Uniji je 2017. godine bilo 12,8 milijuna ha pod ekološkom proizvodnjom, odnosno 7,2 % ukupnih obradivih poljoprivrednih površina.

U 2017. godini u svijetu je bilo registrirano 2,9 milijuna ekoloških proizvođača (FiBL, 2019) od čega 40% u Aziji, 28% Africi te 16% Latinskoj Americi.

Tržište ekološkim poljoprivrednim proizvođačima je u 2017. godini ostvarilo promet od 90 milijardi €, a države s najvećim tržištima ekoloških proizvoda su Sjedinjene Američke Države (40 milijardi €), Njemačka (10 milijardi €) te Francuska (7,9 milijardi €). Cijela Europska Unija tržila je 34,3 milijarde € ekoloških proizvoda (FiBL, 2019). Najveću potrošnju per-capita ekoloških proizvoda ima Švicarska sa 300 €, slijede je Danska i Švedska, a procjena za Hrvatsku je samo 24 € (FiBL, 2019). Očito je da vrijednost potrošnje ekoloških proizvoda korelira sa stupnjem ekonomske razvijenosti odnosno visinom BDP-a per capita.

¹ prof.dr.sc. Ivo Grgić, dr.sc. Magdalena Zrakić Sušac, Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet, Svetošimunska cesta 25, 10000 Zagreb, Hrvatska
² prof.dr.sc. Marko Ivanković, Agronomski i prehrambeno-tehnološki fakultet Sveučilišta u Mostaru, Nadbiskupa Čule, Mostar 88000, Bosna i Hercegovina
³ dr.sc. Marin Čagalj, Institut za jadranske kulture i melioraciju krša, Put Duilova 11, 21000 Split, Hrvatska
⁴ doc. dr.sc. Mirjana Miličević, Fakultet prirodoslovno-matematičkih i odgojnih znanosti Sveučilišta u Mostaru, Matice Hrvatske b.b., Mostar 88000, Bosna i Hercegovina
Autor za korespondenciju: Marin.Cagalj@krs.hr

Porast ekološke proizvodnje u Hrvatskoj u budućnosti ovisiti će o potražnji za njima odnosno o promjenama na ciljano tržištu. U srednjoročnom razdoblju, Hrvatska ekološku proizvodnju treba usmjeriti za turističko tržište i to prvenstveno inozemnih gostiju koji ostvaruju oko 93% ukupnih noćenja. Potražnja domicilnog stanovništva će i na dalje biti limitirana dohodovnom izdašnošću, a potencijalni nastup hrvatskih proizvođača na inozemnim tržištima ograničen je malim količinama proizvoda.

Materijali i metode

Za potrebe ovoga rada korišteni su podaci Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske te dostupna relevantna literatura. U radu je korišten desk research, odnosno secondary research pristup, zatim metoda indeksa, a za projiciranje određenih pojava uporabljen je polinom prvog i polinom drugog stupnja.

Rezultati i rasprava

Ekološka proizvodnja: stanje i očekivanja

U Republici Hrvatskoj su ekološka proizvodnja i tržište u stalnom porastu te je 2017. godine pod ekološkom proizvodnjom bilo 96.618 ha (Tablica 1), što čini 6,46% ukupno korištenih poljoprivrednih površina (DZS, 2019). U razdoblju od 2007. do 2017. površine pod ekološkom proizvodnjom porasle su za trinaest puta što je najveći porast ostvaren u Europskoj uniji u istom razdoblju.

Povećanje ekoloških površina pod izravnim je uplivom sustava potpora te nejasnih zakonskih određenja te je 2017. godine od ukupnih površina u ekološkoj proizvodnji čak 42% su bili trajni travnjaci, a ostalo oranice i vrtovi te trajni nasadi. Na oranicama i vrtovima (44.083 ha 2017. godine) većina površina (59%) su žita i industrijsko bilje, a pod povrćem je bilo samo 0,8% oranica i vrtova. Iste godine proizvedeno je 1.427 t svježeg povrća.

Tablica 1. Površine pod ekološkom poljoprivredom u RH u razdoblju od 2007 do 2017 godine
Table 1. Area under organic agriculture in Croatia from 2007 to 2017

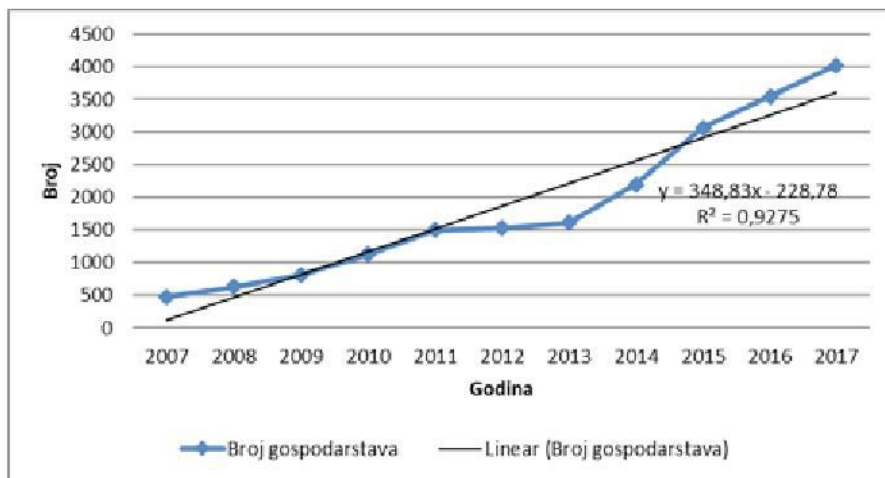
Godina/ Year	Površine pod ekološkom proizvodnjom/ Area under organic agriculture		Površine pod ekološkom proizvodnjom u ukupno korištenim poljoprivrednim površinama/ Area under organic production in total utilized agricultural area	
	ha	Lančani indeks/ Chain index		%
2007.	7.577	-		0,63
2008.	10.010	132		0,78
2009.	14.193	142		1,09
2010.	23.282	164		1,75
2011.	32.036	138		2,42
2012.	31.904	100		2,40
2013.*	40.660	127		2,59
2014.*	50.054	123		3,32
2015.*	75.883	152		4,94
2016.*	93.814	124		6,07
2017.*	96.618	103		6,46

* Od 2013. godine u ukupnoj površini korištenog poljoprivrednog zemljišta obuhvaćeno je i zajedničko zemljište. Zajedničko zemljište može biti pašnjak ili ostalo korišteno poljoprivredno zemljište se više gospodarstava zajednički koristi državnim zemljištem za ispašu stoke.

Izvor/Source: Državni zavod za statistiku (2019); Obrada: Autori

Ekoloških površina pod trajnim nasadima u 2017. godini je bilo 11.052 ha od čega je najviše proizvodnja grožđa (4.000 ha ili 36%), jabuka (14% odnosno 1.571 ha).

Godine 2016., u ekološkoj proizvodnji je bilo 31.666 grla goveda, 2.546 svinja, 104.718 ovaca te 6.461 koza, kao i 3,786 pčelinjih zajednica. Proizvodnja stočarskih proizvoda, iako se povećava, još uvijek je mala. Tako je u 2017. godini proizvedeno 1.133 t govedine/teletine, 57 t svinjetine, 424 t ovčetine, 5.671 t kravljeg mlijeka kao i 29 t meda.



Grafikon 1. Poljoprivredna gospodarstva u ekološkoj proizvodnji RH u razdoblju od 2007. do 2017. godine

Graph 1. Agricultural holdings in organic farming in Croatia from 2007 to 2017

Izvor/Source: Državni zavod za statistiku (2019), Obrada: Autori

Godine 2017. ekološki se proizvodilo na 4.023 poljoprivrednih gospodarstva (Grafikon 1). I broj ekoloških proizvođača pokazuje iznimno brzi porast jer je 2000. godine prema Grahovcu (2005) bilo svega 17 certificiranih ekoloških proizvođača koji su proizvodili na 12,5 ha površina. Prema podacima FiBL (2019), u Hrvatskoj je 2017. godine bilo registrirano i 292 prerađivača u ekološkoj poljoprivredi. Značajan dio (24%) ih se bavi preradom i konzerviranjem voća i povrća, proizvodnjom životinjskih ulja i masti (17,5%) te proizvodnjom pića (14,4%). Prema projekciji autora, u 2020. godini ekološkom proizvodnjom baviti će se 4.655 registriranih proizvođača.

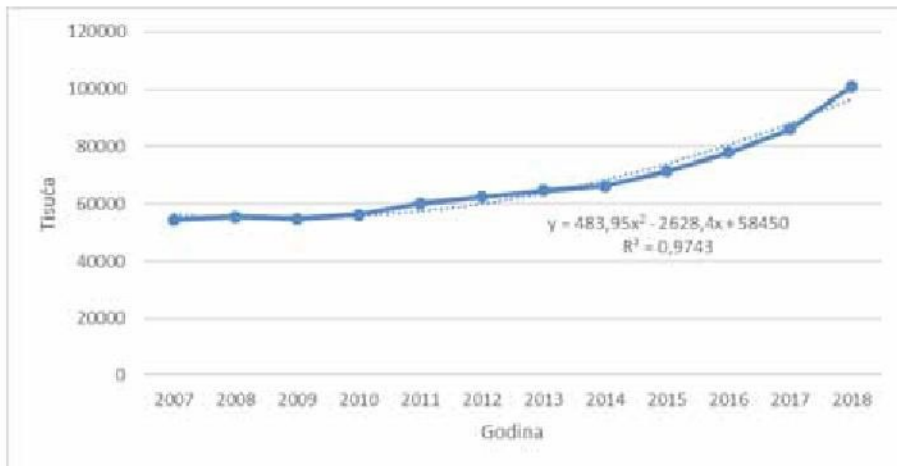
Porastom broja proizvođača, povećava se i domaća potražnja odnosno i „vice versa“. Prema istraživanju Euromonitor Internationala „o životnom stilu potrošača u Hrvatskoj u 2017. godini“, hrvatski potrošači pokazuju sve veće zanimanje za ekološki proizvedenu hranu što pokazuje i vrijednost prodaje ekološki proizvedene hrane koja se povećala za 33,3 posto između 2011. i 2016. godine. Asortiman ekoloških proizvoda u lokalnim supermarketima nastavlja rasti svake godine unatoč višim cijenama.

Prema procjeni USDA (United States Department of Agriculture) iz 2018. godine, hrvatsko tržište ekološki proizvedene hrane se procjenjuje na više od 100 milijuna €, pri čemu je većina

proizvoda uvezena. Ekološki proizvodi se prema analizama USDA najviše prodaju u velikim trgovačkim lancima, lancima drogerija i ekološkim franšizama, dok se manji dio trži u malim privatnim trgovinama ekoloških proizvoda.

Turistički potencijal Republike Hrvatske

Republika Hrvatska u posljednjem desetljeću bilježi veliki porast broja turista, posebno inozemnih, kao i broja noćenja što za posljedicu ima i porast tržišta i potrošnje ekološki proizvedene hrane i pića.



Grafikon 2. Broj noćenja turista u Republici Hrvatskoj od 2007. do 2018. godine

Graph 2. Number of tourist nights in Croatia from 2007 to 2018

Izvor/Source: Državni zavod za statistiku (2019), Obrada: Autori

Najveći dio noćenja ostvaruju inozemni turisti i to u dijelu tzv. maritimnog turizma. Većina gostiju je iz ekonomski razvijenih država s tradicijom veće potrošnje ekološki proizvedene hrane. Tako su u 2018. godini Nijemci ostvarili 24% ukupnih inozemnih noćenja, Austrijanci 8,5% itd. Ukupni prihod od turizma u 2018. godini bio je 10,1 milijardi € odnosno oko 19,5% BDP-a Hrvatske.

Ekološka poljoprivredna proizvodnja i turizam

Razvojem ekološke poljoprivrede u svijetu te razvojem turizma, sve je više i takozvanih „ekoloških turista“, odnosno turista koji žive po načelima koncepta ekološke poljoprivrede i traže takve proizvode dok borave u Hrvatskoj. I dio poljoprivrednika pokreće agroturizam kao dodatnu djelatnost, te dodatni prihod ulaže u daljnje povećanje poljoprivredne proizvodnje. Istodobno, agroturizam uz ostale oblike ruralnog turizma ispunjava načelo „razvoja turističke ponude na cijelom teritoriju Hrvatske“.

Ekološki turizam odnosi se na svaki oblik turističke aktivnosti koja poštuje i čuva prirodna i kulturna dobra. On dugoročno doprinosi socijalnom integritetu određenog područja te pozitivnom i pravednom načinu gospodarskog razvoja, sve za dobrobit ljudi koji žive i rade u tim područjima (WTO 1998).

Značajan neiskorišteni potencijal Hrvatske je u proizvodnji i trženju svježeg povrća za vrijeme turističke sezone. Osim male proizvodnje, dodatni nedostatak je što dio proizvoda proizveden u uvjetima ekološke poljoprivrede nije certificiran kao ekološki proizvod (Čagalj i sur., 2016).

U Hrvatskoj je veliki dio ekoloških proizvoda uvozni, te se opravdano ukazuje da je veliki neiskorišteni potencijal turizma kao distributivnog kanala domaćih ekoloških proizvoda. To je značajno zbog porasta ekološke svijesti i brige za zdravlje ljudi, naročito u razvijenijim zemljama, te je turizam izvrsna prilika za plasman takvih domaćih proizvoda u vrijeme turističke sezone.

Domaće tržište ekoloških proizvoda u posljednjem se desetljeću razvija, gdje je najveći dio ekoloških proizvoda iz uvoza, dok je posljednjih godina prisutna i sve veća ponuda iz domaće proizvodnje. U 2017. godini u Hrvatskoj je bilo registrirano 23 uvoznika ekoloških proizvoda dok je svega 1 proizvođač izvezio ekološke proizvode izvan granica Hrvatske (FiBL, 2019). Tržište ekoloških proizvoda u Hrvatskoj nije organizirano zbog neodgovarajuće razine tehnoloških i marketinških znanja o ekološkoj poljoprivredi kao i zbog nerazvijenosti domaćeg tržišta ekoloških proizvoda i inputa za ekološku proizvodnju (Gugić i sur., 2017).

Osim kanala distribucije kroz hotele, ekološki proizvedena hrana se može distribuirati i kanalom izravne prodaje na gospodarstvima, posebno u ruralnim dijelovima Hrvatske, gdje određena grupa turista sve više i ide na ekološki turizam kao što su planinarenje, vožnja biciklima i sl..

Pred proizvođačima se nalazi mnoštvo izazova. Domaće, autohtone proizvode ekološki proizvedene, treba marketinški istaknuti i stvoriti prepoznatljivost, a u ovaj proces osim samih proizvođača, potrebna je veća uključenost i državnih institucija kao što su Ministarstvo poljoprivrede, Ministarstvo turizma, Hrvatska gospodarska komora i sl. Nastajući kanali distribucije odnose se na HORECA kanal, koji uključuje opskrbu hotela, kafića i restorana, kao i na plasiranje ekoloških proizvoda putem turističke ponude, odnosno putem eko-agroturizma (Brčić-Stipčević i sur., 2011). Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2010. godine (Ministarstvo turizma, 2003) je kao snagu za razvoj turizma istaknulo ekološki prirodno i čisto okruženje i bioraznost, a kao priliku za razvoj turizma spominje se čisto i netaknuto tlo kao glavni resurs za proizvodnju ekološke hrane. U istom dokumentu je naglašena važnost seoskog i ruralnog turizma kojemu je pokretač proizvodnja i ponuda ekološke hrane. Retrogradni pristup primjećuje se u Strategiji razvoja turizma do 2020. godine (Ministarstvo turizma, 2013) gdje se ekološki turizam nalazi tek na posljednjem mjestu u kategoriji ostalih turističkih proizvoda, odnosno nije uvršten među glavne turističke proizvode Hrvatske. Ovakvo stanje u Strategiji (2013) je suprotno ciljevima Europske strategije za pametan i održiv rast i razvoj, koja predviđa i potpomaže rast proizvodnje i potrošnje ekoloških proizvoda jer povećanje ekološke proizvodnje, podrazumijeva i razvoj tržišta ekoloških proizvoda.

Bitno je spomenuti da je svjetsko tržište eko-proizvoda poraslo za više od četiri puta u razdoblju od 2000. do 2017. godine. Vrijednost globalnog tržišta ekoloških proizvoda procjenjuje se na oko 97 milijardi eura, od čega oko 40 % čini europsko eko-tržište. Mnoga istraživanja su pokazala da su potrošači diljem EU spremni platiti veći iznos za ekološki proizvedenu hranu i piće (Cunningham, 2002; Giannakas, 2002; Grunnert, 2002). Obzirom da se i u Hrvatskoj bilježi stalni rast i potražnje i potrošnje ekoloških proizvoda, potrebno je smanjiti uvoznost povećanjem domaće proizvodnje te ponudom ovih proizvoda i izvan turističke sezone. Rezultati istraživanja (Čagalj i sur., 2016) pokazuju da su hrvatski potrošači spremni platiti višu cijenu za ekološki proizvedene poljoprivredno-prehrambene proizvode (rajčice i jabuke), ali i da su jako dobro informirani o konceptu i značaju ekološke poljoprivrede.

Zaključak

Republika Hrvatska bilježi značajan porast površina pod ekološkom proizvodnjom koje su u 2017. godini predstavljale 6,46% ukupno korištenih poljoprivrednih površina. Iste godine ekološkom proizvodnjom se bavilo 4.023 proizvođača, a prema predviđanjima u 2020. godini taj broj bi porastao na 4.655.

Hrvatska, kao prepoznatljiva turistička destinacija bilježi i značajan porast broja turista i

ostvarenih noćenja koji bi u 2020. godini u odnosu na 2018. porastao za oko 15,4%. Većina gostiju je iz ekonomski razvijenih država s tradicijom veće potrošnje ekološki proizvedene hrane. Tako su u 2018. godini Nijemci ostvarili 24% ukupnih inozemnih noćenja, Austrijanci 8,5% itd. Ukupni prihod od turizma u 2018. godini bio je 10.096,5 milijuna € odnosno oko 19,5% BDP-a Hrvatske. Sinergijski učinak ekološke proizvodnje i turizma utjecao bi na disperziju turističke aktivnosti na cijelom teritoriju Hrvatske te u konačnici na porast prihoda od turizma koji je u 2018. godini iznosio oko 10 milijardi eura.

Literatura

- Brčić-Stipčević, V.; Petljak, K., Guszak, I., *Kanali distribucije i obilježja tržišta ekoloških prehrambenih proizvoda. Proceedings of XI. international scientific conference "Business Logistics in Modern Management"*, University of Osijek, Faculty of Economics and Business, Croatia
- Cunningham, C.F. (2003). The impact of information on willingness to pay for Bison. Unpublished Masters thesis. Saskatoon: University of Saskatchewan.
- Čagalj, M., Haas, R., MOrawetz, U. (2016). Effects of quality claims on willingness to pay for organic food: Evidence from experimental auctions in Croatia. *British food journal*. 118 (9) p.p.2218-2233
- Euromonitor International (2017). The Consumer Lifestyles in Croatia. <https://www.euromonitor.com/consumer-lifestyles-in-croatia/report>
- FIBL- Research Institute of Organic Farming (2019). The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends. Bonn, Germany.
- Giannakas, K. (2002). Information asymmetries and consumption decisions in organic food product markets. *Canadian Journal of Agricultural Economics* 50; 35-50.
- Grahovac, P. (2005). Ekonomika poljoprivrede. Golden marketing-Tehnička knjiga, Zagreb.
- Grunert, K.G. (2002). Current issues in the understanding of consumer food choice. *Trends in Food Science and Technology* 13: 275-285.
- Gugić J., Grgić I., Dorbić B., Šuste M., Džepina M., Zrakić M. (2017). Pregled stanja i perspektiva razvoja ekološke poljoprivrede u Republici Hrvatskoj. *Glasnik zaštite bilja* 40 (3), str. 20-30
- Heckman, J. (2006). A history of organic farming: Transitions from Sir Albert Howard's War in the Soil to USDA National Organic Program. *Renewable Agriculture and Food Systems* 21 (03).
- Kuo N.W., Chiu Y.T. (2006). The assessment of agritourism policy based on SEA combination with HIA. *Land use policy* 23, pp. 560-570.
- Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2003). Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2010. godine, str. 14
- Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2013.): Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2020. Godine, dostupno na: www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf

Prispjelo/Received: 15.6.2019.

Prihvaćeno/Accepted: 3.7.2019.

Preliminary communication

Organic agricultural production of Croatia and tourism

Abstract

Worldwide, more and greater attention is paid to the health of the population and the preservation of biodiversity and natural balance. Care about health is increasingly pronounced through nutrition and is reflected by the rising demand for agricultural food products and products produced by ecological principles. At the same time, the need for longer or shorter holidays is often a combination of "consumption of tourist content and gastronomy". The richness of the Republic of Croatia in the offer of tourist facilities and the richness of quality of the agricultural production resources for organic agricultural products are an opportunity for their stronger synergistic effect. This paper gives an overview of the development of organic agricultural production and changes in the number of tourists in the Republic of Croatia. In the period from 2007 to 2017, the area under organic production increased by more than twelve times, but still, are a small part (6.46%) of the total utilized agricultural area. In 2017, certified organic producers in Croatia were 4,023 and it is anticipated that in 2020 their number would increase by 15,7% i.e. it would reach a number of 4,655. The current significant rise in the number of tourists and the total number of overnight stays could continue to increase and is projected to reach about 117 million overnights in 2020, or 2018, would increase by 15.4%. These results show us the need and the possibility of greater organic agricultural production and its greater presence in the overall agricultural and food products market.

Key words: agriculture, organic farming, tourism, Croatia