

Proizvodnja i prodaja maslinovog ulja na primjeru obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva

Zorana Tolomir, Katarina Stojšić

*Poljoprivredni fakultet Univerziteta u Beogradu, Nemanjina 6 11080 Zemun
(tolomir.z@gmail.com)*

SAŽETAK

Proizvodnja maslina i maslinovog ulja ima dugu tradiciju, kako u Dalmaciji, tako i na gospodarstvu koje je analizirano u radu. Maslinovo ulje, osim vina, stoljećima je važno za Dalmaciju, prvenstveno iz ekonomskih razloga. U radu se analizira proizvodnja maslinovog ulja na malom obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu koje se nalazi u Dalmaciji. Na gospodarstvu su zastupljena dva načina proizvodnje maslinovog ulja, koji su uvedeni kao odgovor na posebne potrebe beogradskih potrošača, jer se cjelokupna proizvodnja maslinovog ulja prodaje izravno potrošačima u Beogradu. Iako gospodarstvo ne koristi nikakve marketinške kanale, zbog prekomjerne potražnje na beogradskom tržištu, gospodarstvo uspijeva prodati cijelu količinu proizvedenog maslinovog ulja. Kako bi se stvorila slika o sklonostima potrošača maslinovog ulja, bilo je potrebno ispitati ponašanje potrošača. Ovaj rad predstavlja neke od najvažnijih rezultata do kojih su autori došli na temelju kvalitativnog istraživanja provedenog u Beogradu. Metodom dubinskog intervjua ispitano je ponašanje potrošača. Ispitanici na beogradskom tržištu su izjavili da imaju više povjerenja u male proizvođače maslinovog ulja, ali zbog nepoznavanja malih proizvođača češće kupuju u supermarketima.

Ključne riječi: maslinovo ulje, Dalmacija, Beograd, izravna prodaja

UVOD

U svijetu se proizvodi 3 milijuna tona maslinovog ulja godišnje, od čega se 2 milijuna proizvodi u Europskoj uniji. Najvažnije zemlje koje proizvode maslinovo ulje u Europi su: Španjolska, Italija, Grčka i Portugal. Prema načinu uzgoja maslinici se dijele na tradicionalne, intenzivne i superintenzivne (<https://europea.org>). Hrvatski maslinari imaju prosječno 121 maslinu, obično na 3 zasebne

parcele, a prosječna površina parcele pod maslinama je 0,71 ha (Gugić, 2006). Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo čija je proizvodnja opisana u radu nalazi se u selu Bratiškovci u Republici Hrvatskoj. Gospodarstvo se sastoji od 11 parcela, različitih veličina. Gospodarstvo ima ukupno 7 ha zemlje. Na gospodarstvu se uzgajaju različite vrste biljnih kultura: maslina, badem, smilje, vinova loza, smokva, šipak. Osim maslinovog ulja, koje se plasira na tržište, ostali

se poljoprivredni proizvodi koriste za potrebe kućanstva. Proizvodnja maslina i maslinovog ulja ima dugu tradiciju, kako u Dalmaciji, tako i na samom gospodarstvu. Zemljište sjeverne Dalmacije puno je vapnenca, kamenito je i stjenovito. Maslinovo ulje, osim vina, stoljećima je iz ekonomskih razloga važno za ovu regiju kao značajan izvor prihoda, ali je od velike važnosti i za prehranu, kao gotovo jedini izvor masti u prehrani, jer su niski prinosi žitarica. Prinos masline najviše ovisi o prirodnim uvjetima (suša, oborine, tuča), a zatim i od agrotehničkih mjera. Ovisno o prikladnosti prirodnih čimbenika i agrotehničkim uvjetima, prinos masline može jako varirati od godine, tj. od sezone do sezone i kreće se između 1300 kg/ha i 3500 kg/ha. Prerada maslina na gospodarstvu ima tradiciju dugu preko 100 godina. Na gospodarstvu se ne prerađuje masline u maslinovo ulje, već se cijela količina maslina odvozi u uljaru. U radu su predstavljena dva načina proizvodnje maslinovog ulja. Tradicionalni način proizvodnje, koji je na gospodarstvu bio prisutan prije 60 godina, ponovno je uspješno pokrenut. Konkurentni proizvod koji se može izvoziti na tržište zahtijeva produktivan rad pojedinca, takav rad dovodi do promjene položaja tog pojedinca u društvu, čini ga isplativim, a isplativ rad poboljšava kvalitetu života (Zarić, 2013). Ukupna količina maslinovog ulja proizvedenog na gospodarstvu u Dalmaciji prodaje se izravno kupcima u Beogradu. Na beogradskom je tržištu velika potražnja za maslinovim uljem koje se proizvodi na malim obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, jer potrošači s kojima je proveden dubinski intervju takvo ulje smatraju kvalitetnijim od onoga kupljenog u supermarketu.

MATERIJAL I METODE

Rad je podijeljen u dva dijela; prvi dio uključuje analizu male obiteljske proizvodnje maslinovog ulja u sjevernoj Dalmaciji čiji se cjelokupni opseg proizvodnje prodaje u gradu Beogradu. Fokus je prvog dijela rada, osim analize uvjeta proizvodnje maslinovog ulja, uvođenje nove metode proizvodnje. Drugi dio uključuje analizu preferencija i navika potrošača pri kupnji maslinovog ulja u Beogradu. U radu su korištene sljedeće metode istraživanja: analiza postojeće znanstvene i stručne literature na tu temu (*desk research*) i empirijsko istraživanje. Empirijsko istraživanje temelji se na terenskom ispitivanju čimbenika relevantnih za potrošače pri donošenju odluke o kupnji maslinovog ulja u gradu Beogradu. Za empirijsko istraživanje korištena je metoda dubinskog intervjua koji je obuhvatio 15 potrošača, a dao je podatke o navikama i sklonostima potrošača pri kupnji maslinovog ulja u Beogradu. Podaci potrebni za analizu proizvodnje na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu dobiveni su metodom intervjua s vlasnikom gospodarstva.

REZULTATI I RASPRAVA

Na gospodarstvu je pod maslinom površina od 1,5 ha. Stabla su različite starosti, a ima ih ukupno 300. Neke su masline stare preko 100 godina. Posljednjih 80 stabala posađeno je u jesen 2020. godine. Zemlja se u Dalmaciji obrađuje samo u podnožju brda, obrađena zemlja je uglavnom pod maslinicima i vinogradima, a polja su rijetka. Maslinovo ulje, osim vina, stoljećima je iz ekonomskih razloga važno za ovu regiju kao značajan izvor prihoda, ali je od velike važnosti i za prehranu, kao gotovo jedini izvor masti u prehrani stanovništva, jer su prinosi žita niski.

Prirodni uvjeti i tehnologija proizvodnje maslina

Obrada zemlje na gospodarstvu svodi se na plitku obradu, kako se ne bi oštetio korijen. Obrada tla povećava propusnost tla i smanjuje korov. Cilj plitke obrade tla je zadržavanje vlage u tlu. Rezidba je najsloženija agrotehnička mjera u maslinarstvu i regulira prinos i kvalitetu prinosa. Važan preduvjet za kvalitetnu rezidbu je poznavanje izvornih grana masline. Plodne grane na maslini su grane duge 20 – 35 cm. Na gospodarstvu se orezivanje maslina vrši uglavnom u ožujku ili travnju, kada su temperature veće i klimatski uvjeti najpovoljniji. Orezivanjem bi trebalo osigurati ventilaciju i dovoljno izlaganje suncu svih grana masline kako bi se osigurao zadovoljavajući prinos.

Prinos masline najviše ovisi o prirodnim uvjetima (suša, oborine, tuča), a zatim i agrotehničkim (orezivanje). Ovisno o prikladnosti prirodnih čimbenika i agrotehničkim uvjetima, prinos pojedinih sorti voća može se jako razlikovati po godinama, odnosno od sezone do sezone i kreće se između 1300 kg/ha i 3500 kg/ha. Nepravilno orezivanje može značajno smanjiti prinose. Za razliku od promjenjivog prinosa, cijena maslina konstantna je gotovo desetljeće i iznosi jedan euro po kilogramu maslina.

Na gospodarstvu se uzgajaju dvije sorte maslina: krvavica i oblica. Plodovi se beru isključivo u listopadu ili studenom, kada se plod masline potpuno promijeni iz zelenog u crno. Prije početka berbe po tlu se prostire mreža, zatim se plodovi češljama izvlače s grana i padaju na prethodno postavljenu mrežu. Prema međunarodnom standardu ISO-8088, dječičansko maslinovo ulje definirano je kao „proizvod dobiven izravno iz plodova maslinovog stabla koji je podvrgnut isključivo

mehaničkim ili drugim fizičkim procesima u uvjetima koji ne dovode do promjena sastavnih dijelova ulja”. Za razliku od vina, maslinovo ulje starenjem ne dobiva na kvaliteti. Naprotiv, ulje oksidira i treba ga potrošiti u roku od dvije godine.

Način proizvodnje maslinovog ulja na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u sjevernoj Dalmaciji

Maslinovo ulje proizvodi se na gospodarstvu s tradicijom dugom više od 150 godina. Trenutno na gospodarstvu postoje dva načina proizvodnje maslinovog ulja, koji se međusobno razlikuju po vremenu koje protekne od berbe maslina do trenutka prerade. Prvi način proizvodnje maslinovog ulja je “moderan”, a u znanstvenoj literaturi spominje se kao jedini ispravan način. Prema studiji (Aparicio i Harwood, 2013), trajanje skladištenja maslina trebalo bi biti što je moguće kraće, kako se ne bi narušila kvaliteta maslinovog ulja. Obično se pretpostavlja da se masline prerade unutar 24 sata od berbe. Ova metoda proizvodnje maslinovog ulja česta je u Republici Hrvatskoj. Iako je kvaliteta ulja dobivenog na ovaj način proizvodnje zadovoljavajuća, gospodarstvo se odlučilo polovicu proizvodnje ulja proizvoditi na tradicionalan način, koji je na gospodarstvu bio zastupljen do prije 60 godina. Tradicionalni način podrazumijeva da se masline nakon berbe čuvaju u tamnoj prostoriji gdje bi temperatura trebala biti između 10 i 15 stupnjeva celzijusa. Masline se u tankom sloju prostru po podu, posole i miješaju svakog dana, kako ne bi došlo do neželjenih promjena i stvaranja plijesni. Nakon berbe, masline se na ovaj način čuvaju 20 dana i tek tada prerađuju u ulje. Potrošači maslinovog ulja u Beogradu navode da je maslinovo ulje proizvedeno na tradicionalan

način više u skladu s njihovim željama jer ima puniji okus, gorčina je slabija, a miris blaži. Kako Gugić i Ordulj (2006) navode u svojim istraživanjima, o kvaliteti se piše s različitim aspektima, s različitim i gotovo suprotnim tumačenjima. Također navode kako se danas za ocjenu kvalitete maslinovog ulja koriste različiti čimbenici u odnosu na prije 15 – 20 godina, te da će se u sljedećih 15 – 20 godina koristiti različiti čimbenici procjene kvalitete u odnosu na one danas. Zato je teško reći koji je način proizvodnje ispravan.

Maslinovo ulje pakirano je u tamne staklene boce. Ulje se ulijeva do vrha, kako bi u boci ostalo što manje zraka. Kisik iz zraka utječe na ulje tako da ulje oksidira, a to mijenja sastav, miris i boju, što u konačnici utječe na lošiju kvalitetu ulja i nižu tržišnu cijenu. Gospodarstvo prodaje cjelokupnu količinu proizvedenog maslinovog ulja u Beogradu, izravno kupcima. Putem kanala izravne prodaje gospodarstvo je steklo mrežu zadovoljnih potrošača. Gospodarstvo ne koristi nikakve marketinške kanale, jer zadovoljni kupci promoviraju maslinovo ulje, tako da se krug zadovoljnih kupaca vrlo brzo širi, toliko da ne mogu podmiriti sve potrebe u količini maslinovog ulja. Iako se na gospodarstvo zbog velike potražnje svake godine sade nove masline, potražnja raste brže od proizvodnje. Beogradsko tržište maslinovog ulja ima veliku apsorpcijsku moć. Može se reći da na tržištu nema konkurencije među malim proizvođačima maslinovog ulja, jer na strani potražnje postoji veliki broj potrošača, a s druge strane vrlo je mali broj malih proizvođača maslinovog ulja. Zbog aktivne popularizacije maslinovog ulja, a posebno popularizacije stava da je zdravije kupovati od malih proizvođača, potražnja i dalje raste.

Potrebe potrošača za maslinovim uljem u urbanim središtima

Ukupna potrošnja maslinovog ulja u Hrvatskoj iznosi oko 6.000 t godišnje, s postojećim regionalnim razlikama između kontinentalnog i mediteranskog dijela Hrvatske (Miličić, 2014). Za razliku od Hrvatske, u Srbiji maslinovo ulje nije zastupljeno u tradiciji prehrane stanovništva. Godišnja potrošnja maslinovog ulja u Srbiji po stanovniku niža je nego u Hrvatskoj. Prema istraživanju koje je 2015. provela agencija Nielsen, 50 % ukupne prodaje maslinovog ulja u Srbiji prodaje se u Beogradu. U Srbiji također postoji regionalna razlika u potrošnji maslinovog ulja. Razlika u potrošnji maslinovog ulja rezultat je različitih prehrambenih navika i načina prehrane, ali i razlika u prihodima stanovništva. Potrošnja maslinovog ulja u Srbiji ima rastući trend, što je rezultat popularizacije zdrave, mediteranske prehrane (MedDiet), koja podrazumijeva povećanu konzumaciju maslinovog ulja. U Srbiji se na policama može pronaći maslinovo ulje oko 25 proizvođača.

Većina ispitanika u dubinskom intervjuu izjavila je da maslinovo ulje najčešće kupuju u supermarketima, iako bi radije kupovali od malih proizvođača. Razlozi koje su potrošači naveli, a zbog kojih se odlučuju za kupnju u supermarketu, su dostupnost proizvoda u svakom trenutku kao i nepoznavanje malih proizvođača koji prodaju maslinovo ulje u Beogradu. Također, ispitanici navode kako tijekom svakog putovanja na Mediteran maslinovo ulje kupuju od malih proizvođača, a navika potrošača da maslinovo ulje kupuju na putovanjima prisutna je i među potrošačima iz drugih zemalja. Prema istraživanju Santosa

i sur. (2013), potrošači u Kaliforniji najčešće kupuju maslinovo ulje na putovanjima, kao i u restoranima izvan grada. Zemlje za kupnju maslinovog ulja koje se među beogradskim potrošačima najčešće navode su Hrvatska i Grčka. Najveća razlika među ispitanicima je u pogledu učestalosti korištenja ulja masline: trećina ispitanika koristi maslinovo ulje dnevno, druga trećina jednom mjesečno, dok trećina ispitanika koristi samo jednom u tri mjeseca. S druge strane, svi ispitanici koriste maslinovo ulje u pripremi salate, dok manji dio ispitanika osim u hrani i pripremi hrane (kuhanje, prženje, pečenje) maslinovo ulje koristi u kozmetičke svrhe, što se podudara s rezultatima istraživanja koju su proveli Gugić i sur. (2013), gdje su autori utvrdili da 71 % ispitanika koristi svježe maslinovo ulje u pripremi salata, dok ga manji dio koristi u pripremi ostale hrane.

Ispitanici na beogradskom tržištu su izjavili da imaju više povjerenja u male proizvođače maslinovog ulja, jer smatraju da proizvode bolje i prirodnije maslinovo ulje, bez dodataka, u odnosu na velike proizvođače čiji su proizvodi dostupni u supermarketima u Beogradu. S druge strane, pri kupnji maslinovog ulja u supermarketu odlučuju se za ulja poznatih marki, jer im daje veću sigurnost. Ispitanici najveću važnost pri kupnji maslinovog ulja pridaju okusu i cijeni, dok im je ambalaža manje važna, ali poštuju kad proizvođači vode računa o svim aspektima proizvoda. Kada je riječ o pakiranju, ispitanici ističu da preferiraju staklenu ambalažu, a takav stav potrošača prikazan je i u radu Martinez i sur. (2002) u kojemu su sve skupine ispitanika dale prednost staklenoj ambalaži u odnosu

na PET ambalažu i limenke. Zemljopisno podrijetlo maslinovog ulja često igra ključnu ulogu u kupovini. Potrošači maslinovog ulja u Beogradu preferiraju ulje manje gorčine, blažega mirisa i punijeg okusa.

Tijekom ispitivanja identični su problemi prepoznati kod svih ispitanika u Beogradu. Ispitanici imaju više povjerenja u kvalitetu maslinovog ulja od malih proizvođača, ali ipak kupuju u supermarketu. Na pitanje koliko je teško pronaći male proizvođače maslinovog ulja u Beogradu, ispitanici su odgovorili da je to jako teško, a većina je rekla da ne poznaje nikoga tko proizvodi ili prodaje maslinovo ulje. Ispitanici vjeruju da je cijena maslinovog ulja u Beogradu visoka, posebno u odnosu na dostupne zamjene (suncokretovo ulje), ali su spremni platiti i višu cijenu za maslinovo ulje.

ZAKLJUČAK

Pod maslinom je na analiziranom gospodarstvu zasađeno 1,5 ha, a stabla su različite starosti. Uzgajaju dvije sorte maslina: krvavicu i oblicu. Plodovi masline beru se isključivo u listopadu ili studenom, kada se plod masline potpuno promijeni iz zelenog u crno. Zbog identificiranih potreba potrošača, na gospodarstvu su implementirana dva načina proizvodnje maslinovog ulja: tradicionalni, što znači da masline stoje 20 dana nakon berbe, a zatim se prerađuju u ulje. Drugi način proizvodnje je prerada maslina u roku od jednog dana od berbe. U znanstvenoj literaturi potvrđeno je da je prema određenim parametrima ovako dobiveno ulje bolje kvalitete. Gospodarstvo prodaje cijelu količinu maslinovog ulja u Beogradu, izravnom prodajom. Zbog velike potražnje za maslinovim uljem malih proizvođača na beogradskom

tržištu, gospodarstvo se odlučilo za proizvodnju na ovaj način. Iako gospodarstvo ne koristi nikakve marketinške kanale, osim preporuka zadovoljnih potrošača, svake se godine cijela količina ulja brzo proda. Zato gospodarstvo svake godine širi maslinik.

Rad također uključuje analizu sklonosti potrošača maslinovog ulja u Beogradu. Rezultati pokazuju da će beogradski potrošači radije kupovati maslinovo ulje u supermarketima nego kod malih proizvođača, iako imaju više povjerenja u male proizvođače. Glavni problem koji je prepoznat među potrošačima je nepoznavanje malih proizvođača maslinovog ulja u Beogradu, stoga potrošači koriste putovanja u mediteranske zemlje za kupnju maslinovog ulja. Kao zemlje u kojima beogradski potrošači vole kupovati maslinovo ulje, najčešće se spominju Hrvatska i Grčka. Beogradski potrošači spremni su platiti veću cijenu za maslinovo ulje ako ono zadovoljava njihove standarde kvalitete.

LITERATURA

- Aparicio R., Harwood J. (2013). Handbook of Olive Oil, New York: 64-74.
- Gugić A., Orgulj I. (2006). Prerada plodova masline i kvaliteta djevičanskog maslinovog ulja, Glasnik zaštite bilja, Vol. 29 No. 6: 18-20.
- Gugić J., Cerjak M., Kovačić D., Dulčić Ž., Ivanišević T., (2013). Razlike među potrošačima maslinovog ulja na splitskom tržištu, Agroekonomika i ruralna sociologija, Dubrovnik, Hrvatska. 2013: 171-177.
- Gugić, J. (2006). Proizvodno – ekonomska obilježja maslinarstva u obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima. Pomologia Croatica 2: 135-152.
- International standard-ISO 8088 (1994): Equipment for olive cultivation and olive oil production-vocabular, dostupno na: <https://www.iso.org/standard/15124.html> (05.10.2021.)
- Martinez M., Aragonés Z., Poole N. (2002). A repositioning strategy for olive oil in the UK market, Food Industry Management, Department of agricultural Service, UK.
- Miličić S. (2014). Izvozni potencijal maslinovog ulja, dostupno na: <https://repositorij.pfos.hr/islandora/object/pfos%3A685/datastream/PDF/view> (08.10.2021.)
- Santosa M., Clow E., Struzenberger N., Guinard J. (2013). Knowledge, beliefs, habits and attitudes of California consumers regarding extra virgin olive oil, Food Research International, USA.
- Zarić V. (2013). Trgovačko kreditiranje ekonomskih i prehrambenih proizvoda, Poljoprivredni fakultet, Beograd: 18-30.
- <https://europea.org> (10.08.2021.)

The production of olive oil in the case of family farm: from tradition to innovation

ABSTRACT

The production of olives and olive oil has a long tradition, both in Dalmatia and on the farm that was analyzed in the paper. Olive oil, in addition to wine, has been important for Dalmatia for centuries, primarily for economic reasons. The paper analyzes the production of olive oil on a small family farm, which is located in Dalmatia. There are two ways of olive oil production on the farm, which were introduced in response to the specific needs of Belgrade consumers, because the entire production of olive oil is sold directly to consumers in Belgrade. In order to create a picture of the preferences of olive oil consumers, it was necessary to examine consumer behavior. This paper presents some of the most important findings that the authors came to, on the basis of qualitative research conducted in Belgrade. Using the in-depth interview method, consumer behavior was examined. Respondents on the Belgrade market stated that they have more confidence in small producers of olive oil, but due to their ignorance of small producers, they buy more often in supermarkets. Although the farm does not use any marketing channel, due to excessive demand on the Belgrade market, the farm manages to sell the entire amount of olive oil produced.

Keywords: olive oil, Dalmatia, Belgrade, direct sales, innovations