

## DEVELOPMENT POSSIBILITIES FOR MARKET OF ECOLOGICAL AGRICULTURE IN RURAL AREA OF ISTRIA

### TRŽIŠNE MOGUĆNOSTI RAZVOJA EKOLOŠKE POLJOPRIVREDE U RURALNOJ ISTRJI

TEZAK, Ana; BOSKOVIC, Desimir & LUK, Ninoslav

**Abstract:** *Ecological agriculture is a newer trend in accordance with sustainable development. The main purpose of this paper is to present the current state of ecological agriculture in rural area of Istria and the market development possibilities.*

**Key words:** *rural Istria, ecological agriculture, supply, demand, tourism*

**Sažetak:** *Ekološka poljoprivreda se pojavljuje kao noviji trend koji je u skladu s konceptom održivog razvoja. Cilj ovog rada je prikazati trenutno stanje ekološke poljoprivrede u ruralnoj Istri te mogućnosti razvoja tržišta.*

**Ključne riječi:** *ruralna Istra, ekološka poljoprivreda, ponuda, potražnja, turizam*



**Authors' data:** Ana Težak, dipl. oec., Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Poreč, tezak@iptpo.hr; Desimir Bošković, prof. dr. sc., Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Poreč, desimir@iptpo.hr; Ninoslav Luk, dipl. oec., Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Poreč, ninoslav@iptpo.hr

## 1. Uvod

Ekološka poljoprivreda se pojavljuje kao noviji trend koji je u skladu s konceptom održivog razvoja. Prilikom ulaska u problematiku ekološke poljoprivrede u ruralnoj Istri, istraživanje je podijeljeno na dvije faze. Cilj prve faze je bio identificiranje trenutnog stanja ekološke poljoprivrede u ruralnom području Istre, pri čemu su korišteni sekundarni izvori. Polazna pretpostavka je da nema razlike u području ekološke poljoprivrede po područjima RH. U drugoj fazi je u planu provođenje istraživanja nad domaćim stanovništvom kako bi se utvrdili njihovi stavovi i preferencije prema takvim vrstama proizvoda i nad turistima kako bi se utvrdilo da li se turističko tržište može smatrati potporom razvoju i prodaji ekoloških poljoprivrednih proizvoda. U planu je i ispitivanje kanala distribucije za domaće i turističko tržište Istre. Cilj ovog rada je prikazati trenutno stanje ekološke poljoprivrede, dokazati da li postoji zainteresiranost turista te spoznati razlike u cijenama čime je zaključena prva faza istraživanja.

## 2. Ekološka poljoprivreda

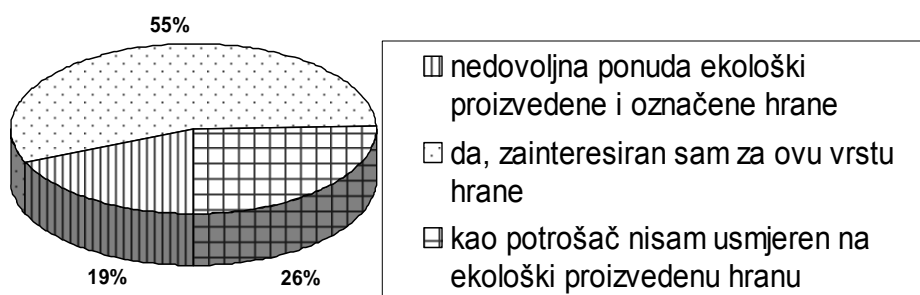
Sam pojam „ekološka poljoprivreda“ odnosi se na način proizvodnje hrane s jedne i na posebnu kakvoću proizvoda koja je posljedica prirodnih uvjeta rasta, organskih poticaja djelovanjem mikroorganizama i načina prerade, s druge strane (Cifrić, 2003). Zakon o ekološkoj proizvodnji poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda definira je „ekološku proizvodnju“ („organska“, „biološka“) kao poseban sustav održivoga gospodarenja u poljoprivredi i šumarstvu koji obuhvaća uzgoj bilja i životinja, proizvodnju hrane, sirovina i prirodnih vlakana te preradu primarnih proizvoda, a uključuje sve ekološki, gospodarski i društveno opravdane proizvodno-tehnološke metode, zahvate i sustave, najpovoljnije koristeći plodnost tla i raspoložive vode, prirodna svojstva biljaka, životinja i krajobraza, povećanje prinosa i otpornosti biljaka s pomoću prirodnih sila i zakona, uz propisanu uporabu gnojiva, sredstava za zaštitu bilja i životinja, sukladno s međunarodno usvojenim normama i načelima (NN 12/01).

## 3. Tržište i razvoj ekološke poljoprivrede

Kako bi proizvođač poljoprivrednih proizvoda bio registriran u Upisniku ekoloških poljoprivrednih proizvođača, prema Ministarstvu poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja treba biti upoznat sa zakonskom regulativom koja regulira ekološku poljoprivrednu proizvodnju i preradu, obratiti se jednoj od ovlaštenih Nadzornih stanica i zatražiti stručni nadzor, nakon što Nadzorna stanica izvrši prvi nadzor i dostavi Zapisnik o tome, predati zahtjev za upis u Upisnik ekoloških poljoprivrednih proizvođača Ministarstvu poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvitka, temeljem kojeg Ministarstvo, ako je sve zadovoljeno, upis se izvršava te proizvođaču šalje Rješenje, nakon toga potrebno je dobiti certifikat. Sam proces je dugotrajan te prilikom provođenja nastaju određeni troškovi, a postoje još i određene tržišne prepreke. Osnovne tržišne prepreke su mala mogućnost plasmana ekoloških proizvoda na

tržište, problemi vezani za kapitalne mogućnosti ulaganja u proizvodnju kao i dugotrajna stopa povrata investicije. Postoji mogućnost financiranja ovih poslovnih ulaganja iz fondova EU namijenjenih zemljama pristupnicama, ali su loše popraćeni u strukturi financiranja malog i srednjeg poduzetništva. Fondovi Europske unije za sada, općenito u poljoprivredi, nisu izazvali veći interes zbog složenosti i nerazumijevanja procedure prijave te složenosti korištenja sredstava iz fondova. Sredstva iz EU tretiraju se kao direktna zarada te su podložna oporezivanju na kraju godine, dok prema legislativi EU-e sredstva iz fondova se ne bi smjela ulaziti u ukupan prihod, jer to predstavlja dodatno opterećenje u razvoju poduzetništva. Procedura dobivanja tih sredstava je vrlo složena i skupa, te uz dodatno oporezivanje, čini cijelu problematiku dodatno nezanimljivom. Izvoz za sada nije prepoznat kao partner u ekološkoj poljoprivredi. Proizvođačima preostaje samo ulaganje vlastitih sredstava u traženje tržišta što je najčešće ograničavajuće i dugotrajno. Kao glavni problemi razvoju ekološke poljoprivrede u Istri mogu se navesti: fragmentacija poljoprivrednih površina koja se odvijala od polovice IXX. do polovice XX. stoljeća (Kušen, 2003), osjetna razlika u prinosima u odnosu na konvencionalnu proizvodnju kod određenih kultura, mala paleta mogućih zaštitnih sredstava i neinformiranost proizvođača o mogućim načinima zaštite usjeva. Strategija razvoja ekološke poljoprivrede još nije u potpunosti zaživjela. Obradiva površina mora zadovoljavati uvjete propisane Zakonom o ekološkoj proizvodnji poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda i dodatne propise, zapuštena državna neobrađena zemljišta dana u koncesiju bila bi idealan poticaj poljoprivrednicima koji namjeravaju započeti s uzgojem i proizvodnjom ekoloških poljoprivrednih proizvoda, ali proces dobivanja na korištenje državnog zemljišta je dug i kompliciran. Navedeno stanje odnosi se kako na cijelu Hrvatsku tako i na područje ruralne Istre.

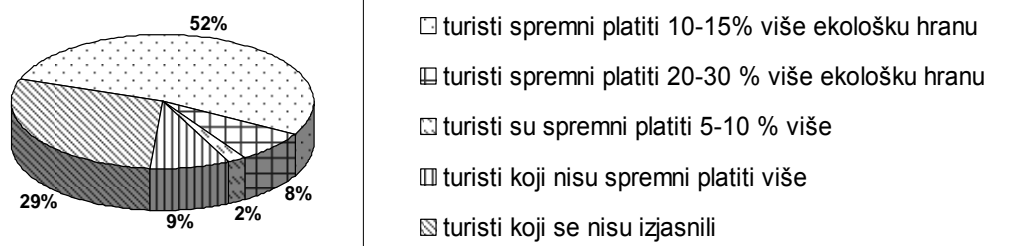
Jedan do mogućih načina plasmana ekoloških poljoprivrednih proizvoda je putem turizma. Institut za poljoprivredu i turizam je 2007. u srpnju i kolovozu proveo istraživanje nad turistima u Istri kako bi se dobio odgovor na pitanje koliko su turisti zainteresirani za ekološki proizvedenu hranu. Podaci o tome su prikazani sljedećim grafom.



Grafikon 1. Zainteresiranost turista za ekološki proizvedenom hranom

Preko 50% anketiranih turista je izjavilo kao je zainteresirano za ekoloških proizvedenu hranu, dok gotovo 20% smatra da je ponuda ekološki proizvedene hrane nedovoljna.

Uz prethodno navedeno pitanje, pokušalo se doći i do podataka koliko bi turisti bili spremni platiti veću cijenu za ekološki proizvedenu hranu u odnosu na konvencionalnu. Podaci su prikazani sljedećim grafom.



Grafikon 2. Koliko su turisti spremni platiti više za ekološki proizvedenu hranu

Kod ovog pitanja turistima su ponuđena tri moguća odgovora. Najveći dio, 52% njih se izjasnilo kako su za ekološki proizvedenu hranu spremni platiti 10-15% više, dok se samo 8% izjasnilo kako su spremni platiti 20-30% više. To potvrđuje hipotezu da kupovna moć turista ograničava mogućnost potražnje ekološki proizvedene hrane. Istra kao turistička destinacija ugošćuje preko 250.000 turista te je potrebno u turističku ponudu uključiti i ponudu ekološki proizvedene hrane. Primarno bi trebala biti ugrađena u ponudu ugostiteljskih objekata agroturističkih gospodarstva na ruralnom prostoru, hotela viših kategorizacija i specijalizirane trgovine.

Tržište ekoloških poljoprivrednih proizvoda u Istri je tek u razvoju, stoga je analizirano tržište ekološki poljoprivrednih proizvoda u Austriji, koje je razvijenije. Dobiveni podaci o prodajnim cijenama ekoloških proizvoda za pojedine kulture pokazuju variranje ovisno o kulturi te su prikazani sljedećom tablicom (Institut za poljoprivredu i turizam, 2006).

| Poljoprivredni proizvod | Indeks prodajnih cijena ( konvencionalna proizvodnja = 100 ) |
|-------------------------|--|
| Češnjak                 | 218,44   |
| Jabuke                  | 158,05*  |
| Jaja                    | 120,81   |
| Krastavci               | 1016,95  |
| Krumpir                 | 257,14   |
| Kruške                  | 159,82   |
| Kupus svježi            | 289,86   |
| Luk crveni              | 308,47   |
| Mrkva                   | 263,77   |
| Rajčica                 | 220,88*  |
| Paprika                 | 173,33   |
| Vino-bijelo             | 197,31*  |
| Med                     | 200,00   |

Napomena: \* Prosjek cijena artikala, s obzirom da je u ponudi bilo više vrsta pojedinog artikla

Tablica 1. Indeks prodajnih cijena ekoloških i konvencionalnih poljoprivrednih proizvoda na Austrijskom tržištu 2006.

#### 4. Zaključak

Tržište ekoloških poljoprivrednih proizvoda u Istri je tek u razvitku. Podaci dobiveni istraživanjem preferencija turista za ekološki proizvedenom hranom pokazuju da je samo mali dio spreman platiti 20-30% više za ekološki proizvedenu hranu što dovodi do zaključka da turisti, koji posjećuju Istru i Hrvatsku u cjelini, pretežito spadaju u srednji sloj koji svoju platežnu moć neće primarno orijentirati na zadovoljenje potreba za ekološki proizvedenim poljoprivrednim proizvodima specifične kvalitete. Sustavom promocije na tržištu turističke destinacije Istra trebalo bi se ugraditi ona razina kvalitete kojom će tržište biti segmentirano na više različitih platežnih skupina, čime će se potaknuti razvoj ekološke poljoprivrede na način da će se pokrenuti takva proizvodnja i otvoriti kanali distribucije proizvođačima koji će moći dobar dio svojih proizvoda plasirati na domaćem turističkom tržištu. Ankete pokazuju zainteresiranost turista za kupnjom tih proizvoda i sukladno tome nužno je prilagoditi ponudu, željama turista.

#### 5. Literatura

- Štoković, I.; Bošković, D. & Amidžić, D. (2007). Demand and eco-production of food in Istria as a new segment of supply in the field of rural tourism, *Zbornik radova sa Hotelplan 2007*, Đorđe Čomić, str. 395-404, Beograd, 11/2007, Visoka hotelijerska škola, Beograd, ISBN 86-83777-23-5
- Brkić, K. (2004). Ekopoljoprivreda u Hrvatskoj, *Meridijan*, vol. 11, no. 9, str. 76-79, ISSN 1333-7289
- Cifrić, I. (2003). Značaj iskustva seljačke poljoprivrede za ekološku poljoprivredu, *Sociologija sela*, vol. 41, no 1/2, str. 5-27, ISSN 0038-0326
- Kušen, E. (2003). Hrvatski ruralni prostor i ekološka poljoprivreda, *Sociologija sela*, vol. 41, no 1/2, str. 29-45, ISSN 0038-0326
- Kušen, E. (2002). Međusobna ovisnost ekološke poljoprivrede i turizma, *Turizam*, vol. 50 no. 1, str. 78-84, ISSN 0494-2639
- Tolušić, Z.; Zmaić, K. & Deže, J. (2002). Marketing-mix in the function of the organic food of eastern croatia, *Ekonomski pregled*, vol. 53, no. 7-8, str. 79-84, ISSN 0424-7558
- Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja (2005). Strategija razvoja ekološke poljoprivrede za 2005. godinu“, *Dostupno na: <http://www.mps.hr>*, *Pristup: 23-5-2008*
- Pravilnik o provedbi SAPARD programa*, NN 56/06, *Dostupno na: <http://www.mps.hr>*, *Pristup: 23-5-2008*.
- Opći porezni zakon* NN 127/00, 86/01, 150/02
- Zakon o ekološkoj proizvodnji poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda*, NN 12/01,
- Zakon o porezu na dobit* NN 127/00, 163/03