



## EU PROJEKT GRASS CROATIA

# Marketing poljoprivrede

Jelena Cvitaš/HPA

**U** Hrvatskoj gospodarskoj komori u Splitu krajem travnja održan je Forum za medije na temu "Marketing poljoprivrednih proizvoda" u organizaciji projektnog tima Hrvatske poljoprivredne agencije u sklopu provedbe EU projekta GRASS Croatia Razvoj ruralnih područja za uspješno društvo, sufinanciranog od strane Europske komisije. Forum ima za cilj osvijestiti hrvatsku javnost o demografskim kretanjima u ruralnim područjima RH, važnosti i utjecaju tih kretanja na sadašnji, ali i budući život i održivost ruralnih krajeva kroz poticanja zapošljavanja mladih u poljoprivredi.

Forum je otvorio zamjenik ravnatelja dipl. ing. Robert Bakota koji je pozdravio prisutne medije te ih upoznao s EU projektom GRASS Croatia te najavio predavače na temu "Marketing poljoprivrednih proizvoda".

### MOGUĆNOSTI RAZVOJA POLJOPRIVREDE

Doc. dr. sc. Josip Gugić, dopredsjednik Hrvatskog agroekonomskeg društva dao je pregled stanja i mogućnosti razvoja poljoprivrede u Splitsko-dalmatinskoj županiji koja je izrazito heterogena, kako u svojim proizvodnim mogućnostima, tako i po stupnju razvijenosti. Razvoj poljoprivrede na području županije treba sagledavati u kontekstu razvoja

svih djelatnosti, utemeljenog na resursima i tradiciji podneblja. Mogućnosti razvoja poljoprivrede na području Splitsko-dalmatinske županije temelje se na postojanju dostatnih prirodnih, proizvodnih i poduzetničkih potencijala za pozicioniranje poljoprivrede kao značajnog gospodarskog razvojnog resursa. Strateške razvojne aktivnosti treba usmjeriti na način da maksimalno iskoriste postojanje dostatnih prirodnih, proizvodnih i poduzetničkih potencijala, uz intenziviranje marketinških aktivnosti, kako bi se stvorili preduvjeti za razvoj konkurentne i održive poljoprivrede, te ustrojila odgovarajuća poslovna i tržišna infrastruktura, čime bi se moglo odgovoriti institucionalnim i tržišnim zahtjevima u budućem srednjoročnom razdoblju.

### VIŠEZNAČNA VAŽNOST OPG-ova

Dr. sc. Marin Čagalj s Instituta za jadranske kulture i melioraciju krša istaknuo je da se

važnost OPG-ova očituje u očuvanju poljoprivredne, biljne i stočne bioraznolikosti i održivosti prirodnih resursa, očuvanju ruralnih krajeva i zadržavanju ruralnog stanovništva u istim, jačanju lokalne i državne ekonomije, razvoju i prijenosu znanja u poljoprivrednim djelatnostima, očuvanju lokalnih tradicija i identiteta, te pozitivnom učinku na ukupnu prehrambenu sigurnost. Prema svim iznesenim podacima nedvojbeno je da na OPG-ima u RH je prisutan nizak stupanj organiziranosti, odsustvo procesa uključivanja istih u više organizacijske oblike i druge vidove suradnje, što izravno utječe na njihov nivo konkurentnosti i slabu poziciju na tržištu. Kako bi postali konkurentni na EU tržištu potrebno je osnažiti poljoprivrednu proizvodnju upravo na OPG-ima, primjenjivati sigurnu i održivu poljoprivrednu proizvodnju u kombinaciji znanja i iskustva seljaka i stručnjaka, isticati potrebu čvršćeg povezivanja poljoprivrednika i potrošača, uspos-



# h proizvoda

tavljanje novih tržišta i novih vrijednosti – osobito na lokalnoj i nacionalnoj razini. Osim predavanja na temu "Agroekonomske značajke razvoja obiteljskih gospodarstava" dr. sc. Marin Čagalj održao je predavanje na temu "Marketing poljoprivrednih proizvoda s dodanom vrijednošću".

## PROIZVODNJA PREMA TRŽIŠTU

U Republici Hrvatskoj iako nezaobilazan i iznimno važan čimbenik uspješnog poslovanja na suvremenom tržištu, marketing je nažalost većini poljoprivrednika još uvijek nepoznat pojam. Obzirom da marketing i započinje i završava s tržištem, prije samog trženja potrebno je procijeniti prodajne mogućnosti, upoznati što potrošači na tržištu zahtijevaju, te moguću konkurenciju. Pod dodanom vrijednošću poljoprivredno prehrambenih proizvoda smatra se viši stupanj obrade ili barem dorade (npr. prelazak s konvencionalne na

ekološku ili integriranu poljoprivrednu proizvodnju; prerada ploda šipka u sok od šipka; uvođenje inovacija i sl.). Obzirom na zabrinjavajuće podatke o proizvodnji i prodaji OPG-a u RH, potrebno je proizvoditi kvalitetne proizvode s dodanom vrijednošću kako bi OPG-ovi bili konkurentni i ekonomski održivi, educirati poljoprivredne proizvođače o marketingu i njegovoj važnosti, izuzimanje iz proizvodnog i/ili uslužnog programa proizvoda i/ili usluga koji ne odgovaraju potrebama i zahtjevima tržišta, promjene postojećih nekonkurentnih proizvoda i uvođenje inovativnih proizvoda i proizvodnih procesa. Zadnji predavač na Forumu bio je dr. sc. Neven Šerić, profesor na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Splitu koji je putem praktičnih primjera objasnio na koji način funkcionira direktna prodaja, indirektna prodaja, sajmovi te planiranje marketinga za obiteljska poljoprivredna gospodarstva. ■



## Gradska farma

● U subotu, 22. travnja 2017. godine održana je Gradska farma (City Farm), aktivnost u sklopu informativne kampanje o Zajedničkoj poljoprivrednoj politici, a koju Hrvatska poljoprivredna agencija provodi u sklopu EU projekta GRASS Croatia, sufinanciranog od Europske komisije.

● Na Grdskoj farmi proizvođači meda i sira izložili su svoje proizvode i ponudili građanstvu izbor domaćih i kvalitetnih namirnica. Gradsko stanovništvo imalo je priliku kupiti domaći med i sir neposredno od njihovih proizvođača te postaviti pitanja vezana za proizvodnju namirnica koje su se prodavale. Osim meda i sira na sajmu su se predstavili proizvođači soparnika tradicionalnog jela tog podneblja.

● Osim prodajnog dijela, održala se izložba domaćih životinja, na kojoj su uzgajivači izložili ovce, koze, telad i pulad, koja je bila posebno zanimljiva mladoj populaciji. Djeca su se fotografirali pored omiljenih domaćih životinja, jahala na konju te imala priliku probati svježe izmuzeno mlijeko magarice i koze. Osim druženja sa životinjama djeca su se zabavljala bojanjem bojanke s seoskim motivima.

