

Mogućnosti i potencijalne prijetnje hrvatskom maslinarstvu u Europskoj uniji

Opportunities and potential threats to Croatian olive oil sector
in the European Union

Eva Perica, Marija Cerjak, Ornella Mikuš

SAŽETAK

Cilj ovog rada je utvrditi koje su mogućnosti te koje su potencijalne prijetnje hrvatskom maslinarstvu po ulasku u Europsku uniju. Na osnovi dostupnih statističkih podataka izrađena je proizvodno-potrošna bilanca maslinovog ulja, provedeni su ekspertni intervjui o očekivanjima glede tržišta maslinovog ulja po ulasku u EU, te je izrađena SWOT analiza maslinarskog sektora na osnovi koje su predložene strategije daljnjeg razvoja sektora. Istraživanje je pokazalo da je hrvatsko maslinarstvo posljednjih petnaestak godina imalo značajan uzlet, no to još uvijek nije dovoljno da bi bilo konkurentno EU proizvođačima maslinovog ulja. Glavne prednosti koje Hrvatska ima jesu kvaliteta, dugogodišnja tradicija bavljenja maslinarstvom i proizvodnjom maslinovog ulja, autohtone sorte maslina, te veliki potencijal za bavljenje ekološkom proizvodnjom. Potencijalne prijetnje pri ulasku na zajedničko EU tržište su liberalizacija tržišta koja donosi veći broj konkurenata i smanjenje prodajnih cijena, nedovoljna prilagodba maslinara novim tržišnim uvjetima, ali i zainteresiranosti stranaca za kupnju hrvatskih maslinika. Daljnji razvoj sektora trebao bi se usmjeriti na pripremu maslinara za očekivane, nove tržišne prilike, poslovno povezivanje gospodarskih subjekata, zaštitu proizvoda zemljopisnim oznakama, maksimalno iskorištenje potencijala turističke potrošnje te jačanje promocije koja obuhvaća i edukaciju potrošača o prednostima maslinovog ulja.

Ključne riječi: hrvatsko maslinarstvo, EU, SWOT analiza, strategije razvoja

SUMMARY

The aim of this paper was to determine opportunities and potential threats to Croatian olive oil sector after the accession to the European Union. Olive oil balance was done based on available statistical data; the expectations of experts regarding domestic olive oil market after the accession were collected by means of expert interviews. Based on SWOT analysis of domestic olive oil sector, strategies for further development of the sector were proposed. Research results show strong growth of the Croatian olive oil sector in the last fifteen years, but this is still not enough to become

competitive in the EU market. The main advantages of domestic olive oil sector are high quality of produced oil, long-standing tradition of olive oil production, indigenous varieties of olive trees, and great potential for organic production. Potential threats after the accession to the EU are further market liberalization meaning increased competition and reduction of selling prices, insufficient adaptation to new market conditions, and the interest of foreigners for buying the Croatian olive groves. Further development of the sector should focus on preparation of olive oil producers to new market conditions, better business cooperation within the sector, protection of geographical indications of olive oils, taking maximum advantage of tourist consumption, and improved promotion including education of consumers on olive oil benefits.

Key words: Croatian olive oil sector, EU, SWOT analyses, development strategies

UVOD

Hrvatsko maslinarstvo posljednje desetljeće bilježi povećano zanimanje za podizanje novih, obnovu starih i zapuštenih maslinika, modernizaciju i povećanje preradbenih kapaciteta i poboljšanje kvalitete maslinovog ulja. Maslinarstvo je jedna od najperspektivnijih poljoprivrednih proizvodnji i jedna od rijetkih mediteranskih voćnih kultura koja je u posljednjih desetak godina zabilježila povećanje proizvodnih površina i porast proizvodnje (Gugić, 2006). Na ovaj pozitivni trend u maslinarstvu utjecalo je više čimbenika, od kojih treba istaknuti porast cijene maslinovog ulja i popularizaciju spoznaja o njegovoj prehrambenoj vrijednosti, uvođenje nove tehnologije uzgoja maslina, dovoljan broj suvremenih uljara i slično (Šimunović, 2005). Za to je dijelom zaslužna pomoć iz nacionalnog, županijskih i općinskih proračuna, kojima se modelom potpore proizvodnji, kapitalnih ulaganja i operativnim programima za podizanje novih nasada i obnovu starih maslinika, ističe maslinarstvo kao poljoprivrednu granu od značajnog interesa za cijeli poljoprivredni sektor. Osim toga, maslinovo ulje je prema dosadašnjim spoznajama jedan od malobrojnih hrvatskih poljoprivrednih proizvoda s izvoznim potencijalom (Milat, 2005).

Maslinarstvo na područjima Hrvatske ima tisućljetnu tradiciju koja se prenosi već generacijama. Kultura masline na našem priobalju stara je više od 2.000 godina. U prvoj polovici 20. stoljeća, u Hrvatskoj su površine pod maslinama zauzimala oko 20.000 hektara, odnosno bilo je više od 30.000.000 stabala maslina. Vrijeme socijalizma nije pogodovalo jačanju proizvodnje maslina. Naprotiv, godišnje je propadalo i više od 300.000 stabala što je dovelo do gotovo prepolovljene površine pod maslinama (Milat, 2005).

Nakon Domovinskog rata, potkraj 1990-tih, nijednoj kulturi u priobalju i na otocima nije posvećeno toliko pažnje kao maslinama, što je u konačnici i rezultiralo podizanjem i obnovom maslinika, modernizacijom i povećanjem

preradbenih kapaciteta te poboljšanjem kvalitete maslinovog ulja (Gugić i sur., 2009).

Unatoč ovom pozitivnom trendu u proizvodnji i preradi maslina, glavne karakteristike našeg maslinarstva i dalje su dominacija ekstenzivnog načina uzgoja s neredovitom rodnošću, neorganiziranost tržišta proizvoda od masline i uvozna ovisnost. Isto tako, činjenica je, da postoje prirodni uvjeti za sadnju mnogo većeg broja stabala maslina nego li ih danas imamo, te da mogućnosti nisu ni približno iskorištene (Gugić, 2006).

Hrvatsko maslinarstvo danas se nalazi pred velikim izazovima. Razlog tome jest skori ulazak Hrvatske u Europsku uniju čime Hrvatska postaje dijelom jedinstvenog tržišta u kojem se primjenjuje Zajednička poljoprivredna politika (ZPP).

Budući da je u narednom razdoblju realno očekivati snažne institucionalne i tržišne zahtjeve i pritiske koji se ogledaju u usklađivanju domaćeg sa zakonodavstvom EU, daljnjoj liberalizaciji tržišta, padu cijena i povećanju zahtjeva za kakvoćom proizvoda, dugoročno će moći opstati samo oni poljoprivredni proizvođači koji budi konkurentni prvenstveno kvalitetom svojih proizvoda.

Cilj ovog rada je utvrditi, na osnovi postojećih podataka i ekspertnih razgovora, stanje na tržištu maslina i maslinovog ulja od 2000. do 2009. godine, izraditi SWOT analizu, te predložiti strategije daljnjeg razvoja sektora, koje uključuju načine iskorištavanja mogućnosti i ublažavanje potencijalnih prijetnji hrvatskom maslinarstvu nakon ulaska u Europsku uniju.

METODE RADA I IZVORI PODATAKA

Korišteni su primarni i sekundarni izvori podataka. Sekundarni podaci o proizvodnji i vanjsko-trgovinskoj razmjeni preuzeti su iz Državnog zavoda za statistiku za razdoblje 2000-2009, dosadašnjih istraživanja na temu maslinarstva (Gugić, 2006, Milat, 2005, Šimunović, 2005. i dr.). U izradi rada korištene su metoda proizvodno-potrošne bilance (sukladno metodologiji EUROSTAT-a) i SWOT analiza.

Doprinos SWOT analizi i zaključcima o perspektivi hrvatskog maslinarstva, nakon ulaska u EU, dali su primarni podaci prikupljeni metodom ekspertnih intervjua. Obavljeno je pet ekspertnih intervjua s predstavnicima Hrvatskog zavoda za poljoprivrednu savjetodavnu službu, Ministarstva poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja, te Agronomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Intervju je obuhvatio 7 otvorenih pitanja o trenutnom stanju hrvatskog maslinarstva i njegovom položaju u odnosu na zemlje iz okruženja, te prednostima i prijetnjama koje očekuju hrvatsko maslinarstvo po ulasku u EU.

REZULTATI I RASPRAVA

Proizvodnja maslina i maslinovog ulja u Hrvatskoj

Od ukupne poljoprivredne površine, po kategorijama korištenja u Hrvatskoj, maslinici su u 2009. godini zauzimali svega 1,2%, odnosno 15.304 hektara površine (DZS, Statistički ljetopis, 2010). Podaci o korištenim površinama ukazuju na osjetan trend povećanja površina zasađenih maslinama, s obzirom da su se u razdoblju od 2000. do 2009. godine površine pod maslinicima povećale za 34%. Poznato je da je uz potporu Ministarstva poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja (MPRRR), od 2000. do 2008. godine, podignuto 1.810 hektara novih maslinika¹.

U Hrvatskoj je u 2009. godini proizvedeno 32.592 tona maslina, dvostruko više nego 2000. godine. Tradicionalno najzastupljenije sorte masline u Hrvatskoj su oblica (62% svih maslinika), zatim buža, leccino drobnica (MPŠVG, 2008).

Prirod po hektaru zasađenih maslinika kretao se od 1,4 tona u 2000. godini do 3,0 tona u 2005. godini da bi nakon toga pao na 2,1 t/ha u 2009. Jedan od razloga neredovitog godišnjeg priroda su i stare masline koje su sklone alternativnoj rodosti (Šimunović, 2005). Najlošija godina promatranog razdoblja jest 2003. sa samo 0,8 tona po hektaru (Tablica 1). Razlog tome je dugo sušno razdoblje zabilježeno te godine, koje je utjecalo na cjelokupni sektor maslinarstva zbog izuzetno niskih priroda, male proizvodnje i dobivenih količina maslinovog ulja.

Prema podacima Popisa poljoprivrede iz 2003. godine maslinarstvom se u Hrvatskoj bavi ukupno 40.143 proizvođača, od kojih je 40.105 (99,9%) poljoprivrednih obiteljskih gospodarstava i 38 (0,1%) poslovnih subjekata. Hrvatski maslinari u prosjeku imaju 121 stablo masline, najčešće na 3 odvojene parcele, a prosječna površina parcela pod maslinom je 0,71 ha (Gugić, 2006).

Zbog spoznaje o nedovoljnoj iskorištenosti potencijala hrvatskog maslinarstva donesen je *Operativni program podizanja novih nasada maslina u razdoblju od 2004. do 2007. godine* kojim je predviđeno podizanje 5.500 ha novih maslinika (MPŠVG, 2008). U funkciji ostvarivanja ovog programa povećani su iznosi poticaja u maslinarstvu, a ustrojena je i posebna kreditna linija Hrvatske banke za obnovu i razvitak (HBOR).

Sredstvima odobrenih kredita preko HBOR-a podignuto je svega 60 ha maslinika, što je stvorilo potrebu za izmjenama i dopunama Operativnog programa (MPŠVG, 2008). Tako je Vlada Republike Hrvatske u srpnju 2008. usvojila *Izmjene i dopune operativnog programa podizanja trajnih nasada:*

¹ <http://www.mps.hr/default.aspx?id=7043>, pristupljeno, 20. veljače 2011.

Operativni program podizanja trajnih nasada 2008.-2012 (MPŠVG, 2008). Prema tom programu, planira se obnova postojećih i podizanje dodatnih 4.500 hektara maslinika, u cilju ostvarenja samodostatne proizvodnje maslinovog ulja.

Ukupna proizvodnja maslinovog ulja u promatranom razdoblju gotovo se udvostručila i kretala se od 28 do 54 tisuća hl. Najveća proizvodnja (od 60 tis. hl) je zabilježena 2005. godine (Tablica 1). Zamjetan rast maslinarsko-uljarske proizvodnje u velikoj je mjeri potaknut sve većom potražnjom za djevičanskim maslinovim uljem od strane potrošača s netradicionalnih tržišta, zahvaljujući uspješnom promoviranju dokazanih funkcionalnih, kulinarskih i gastronomskih prednosti djevičanskih maslinovih ulja (Koprivnjak i Červar, 2010).

Prerada ploda maslina u maslinovo ulje odvija se u Hrvatskoj u 148 suvremenih uljara, odnosno do 175 uključujući i male obiteljske te tradicionalne kapacitete². Moderna tehnologija primijenjena u pojedinim prerađivačkim objektima može smanjiti negativne promjene nastale za vrijeme ekstrakcije ulja koje mogu dovesti do promjena kemijskog sastava ulja.

Tablica 1. Proizvodnja maslina i maslinovog ulja za tržište (2000 - 2009)

Table 1 Production of olives and olive oil for the market

Godina	Površina ha	Proizvodnja maslina tona	Prirod t/ha	Maslinovo ulje hl
2000.	11.398	16.215	1,4	28.188
2001.	11.412	19.413	1,7	33.756
2002.	11.480	32.955	2,9	55.000
2003.	11.275	9.482	0,8	17.086
2004.	12.391	20.613	1,7	37.146
2005.	12.357	36.602	3,0	60.232
2006.	13.363	27.530	2,1	45.652
2007.	14.346	34.527	2,4	57.790
2008.	14.971	35.955	2,4	57.665
2009.	15.304	32.592	2,1	53.735

Izvor: DZS

U promatranom razdoblju vidljive su oscilacije u proizvodnji, što potkrepljuje tezu da je naše maslinarstvo još uvijek podložno klimatskim

² <http://www.mps.hr/default.aspx?id=7044>, pristupljeno, 20. veljače 2011.

uvjetima, te da još uvijek dominira ekstenzivan način uzgoja s neredovitom rodnošću.

Vanjskotrgovinska razmjena

Hrvatska ne proizvodi dovoljno maslinovog ulja da bi zadovoljila svoje potrebe, te se uvoze znatne količine ulja,

Uvoz maslinovog ulja se u razdoblju od 2000 do 2008. kretao između 0,66 tisuća tona u 2000. godini do rekordnih 2,31 tisuću tona 2004. godine, da bi se nakon toga ponovo smanjio na 1,6 tisuću tona u 2008. godini (Tablica 4). Udio uvezenih količina ulja u ukupno raspoloživim količinama za potrošnju se kretao između 20% i čak 55% (2003. godine kad je zabilježen smanjen urod u domaćim maslinicima), s prosjekom od 30% u cjelokupnom promatranom razdoblju. Prema podacima HGK, vrijednost uvezenog maslinovog ulja u 2008. godini iznosila je 6,5 milijuna US dolara.

Najvažnije zemlje koje izvoze maslinovo ulje u Hrvatsku su Španjolska (oko 16% vrijednosti ukupnog uvoza), Italija (oko 13%), Grčka (oko 11%) i Tunis (oko 8%). Maslinovo ulje koje se uvozi iz tih zemalja, često je niže cijene od domaćih ulja, što smanjuje njihovu cijenu.

Tablica 2. Najvažnije zemlje izvoznice u RH maslinovog ulja i njegovih frakcija (2008)

Table 2 Most important exporting countries of olive oil and its fractions to Croatia

Država	t	USD
Španjolska	530	2.113.965
Grčka	351	1.443.562
Italija	348	1.711.354
Tunis	254	1.050.484

Izvor: DZS

Izvoz u promatranom razdoblju oscilira i ovisi o domaćoj proizvodnji i cijeni na međunarodnom tržištu. Rekordan izvoz maslinovog ulja zabilježen je 2004. godine kada je izvezeno 46 tona. Narednih godina izvoz se smanjio na cca 30 tona godišnje. Iako je 2008. godine izvezeno tek 20% uvezenih količina, vrijednost izvezenog maslinovog ulja (2,8 milijuna US dolara) činila je 42% vrijednosti uvezenog ulja i njegovih frakcija.

Tablica 3. Najvažnije zemlje u koje RH izvozi maslinovo ulje i njegove frakcije (2008)

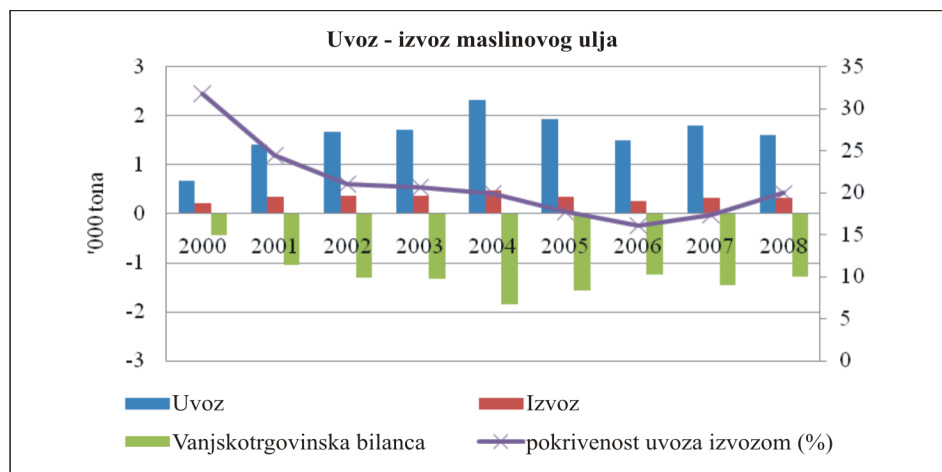
Table 3 Most important importing countries of olive oil and its fractions from Croatia

Država	t	USD
Bosna i Hercegovina	162	980.934
Slovenija	62	723.134
Rusija	22	134.728
Crna Gora	18	180.155
Srbija	17	119.320

Izvor: DZS

Najviše maslinovog ulja i njegovih frakcija izvozi se u susjednu Bosnu i Hercegovinu, zatim Sloveniju, Rusiju Crnu Goru i Srbiju.

Izvozne mogućnosti i uvozna ovisnost hrvatskog maslinarstva odraz su dostignute razine konkurentnosti njezinih gospodarskih subjekata i njihove proizvodnosti. To se očituje u izrazito negativnoj ukupnoj vanjskotrgovinskoj bilanci koja je u promatranom razdoblju za maslinovo ulje iznosila od negativnih 45 tona u 2000. godini do najnižih -185 tona u 2004. godini, nakon čega se negativna razlika počela smanjivati i to zbog smanjenja uvoza.



Slika 1. Vanjskotrgovinska bilanca za maslinovo ulje (2000-2008) Izvor: Tablica 4

Fig. 1 Foreign trade balance for olive oil

Vanjskotrgovinska bilanca 2008. godine iznosi negativnih 128 tona. Pokrivenost uvoza izvozom u promatranom razdoblju je vrlo mala i kreće se između 16 i 25% s izuzetkom 2000. godine kad je iznosila 32%.

Potrošnja maslina i maslinovog ulja u Hrvatskoj

Maslinovo ulje ima pozitivan učinak na zdravlje, budući da je bogato vitaminom E i ne sadrži konzervanse te ima široku primjenu u kulinarstvu u svijetu. Predstavlja posebno važan proizvod u mediteranskoj prehrani (Blery i Sfetsiou, 2008).

Iako je i Hrvatska mediteranska zemlja u kojoj uspješno rastu masline s dugom tradicijom i poviješću bavljenja uzgojem maslina i preradom maslinovog ulja, u odnosu na druge mediteranske zemlje (Grčka oko 20 kg, Italija oko 12 kg, Španjolska oko 11 kg; Mili i Rodríguez Zúñiga, 2001) potrošnja po stanovniku vrlo je niska.

Ipak, posljednjih godina se u Hrvatskoj bilježi pozitivan trend, kako sadnje i obnove maslinika, tako i konzumiranja maslinovog ulja u prehrani. Šimunović (2005) navodi da je veća popularizacija i poboljšana kakvoća domaćeg maslinovog ulja u posljednje vrijeme rezultirala povećanjem potrošnje maslinovog ulja.

Prema podacima iz proizvodno-potrošne bilance (Tablica 4.) potrošnja maslinovog ulja u Hrvatskoj po stanovniku u promatranom razdoblju (2000 - 2008) kretala se između 0,71 i 1,65 kilograma, odnosno potrošnja u navedenom razdoblju je udvostručena. Pri tome treba istaknuti velike regionalne razlike. U primorskom dijelu Hrvatske ta je potrošnja na razini mediteranske, a u kontinentalnoj je Hrvatskoj zanemariva.

Istraživanje agencije GfK iz 2010. godine³ pokazuje da maslinovo ulje u pripremi hrane koristi 51% hrvatskih potrošača. U Dalmaciji i Istri ono je druga najčešće korištena masnoća, iza drugih biljnih ulja, ali ga svakodnevno najviše troše Zagrepčani.

Istraživanje koje je provela agencija Henda 2010. godine⁴ je pokazalo da osamdeset četiri posto korisnika maslinovog ulja koristi maslinovo ulje svaki dan ili nekoliko puta tjedno. Većina korisnika konzumira maslinovo ulje podjednako često cijele godine. Pri kupnji maslinovog ulja korisnicima je

³ http://www.gfk.hr/public_relations/press/press_articles/006246/index.hr.html, pristupljeno 26. veljače 2011.

⁴ <http://www.jatrgovac.com/2010/10/potrosaci-o-ulju-prvo-kvaliteta-onda-sve-ostalo/>, pristupljeno 26. veljače 2011.

najvažnija kvaliteta. Od ostalih elemenata također su im važni zemlja porijekla, dostupnost, vrsta maslinovog ulja i cijena. Manje su im važni ugled proizvođača i širina asortimana, dok im je izgled pakiranja najmanje važan. Većina ispitanika (79%) smatra da je cijena maslinovog ulja u Hrvatskoj previsoka, dok manji dio (21%) smatra da cijena nije previsoka.

Proizvodno-potrošna bilanca maslinovog ulja

Proizvodno-potrošna bilanca prikazuje stanje i razvoj ponude i potrošnje poljoprivrednih proizvoda/hrane unutar jedne zemlje ili jednog geografskog područja za određeno vremensko razdoblje, kalendarsku ili proizvodnu godinu. Bilanca poljoprivredno-prehrambenih proizvoda obuhvaća podatke o: domaćoj proizvodnji, vanjskotrgovinskoj razmjeni, domaćoj potrošnji, potrošnji po stanovniku, te o stupnju samodostatnosti. Proizvodno-potrošna bilanca za maslinovo ulje prikazana na tablici 4 rađena je prema EUROSTAT metodologiji u okviru dostupnih podataka iz službene statistike.

Tablica 4. Proizvodno-potrošna bilanca za maslinovo ulje (2000-2008)

Table 4 Production and consumption balance for olive oil

	MASLINOVO ULJE								
	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.
PROIZVODNJA	2,82	3,38	5,5	1,71	3,71	6,02	4,57	5,78	5,77
RASPOLOŽIVE KOLIČINE	3,27	4,43	6,81	3,05	5,57	7,59	5,82	7,25	7,05
UKUPAN UVOZ	0,66	1,39	1,66	1,69	2,31	1,91	1,49	1,78	1,6
- EU	0,66	1,33	1,59	1,6	2,06	1,64	1,16	1,3	1,282
- ostale zemlje	0	0,06	0,08	0,1	0,25	0,27	0,33	0,48	0,317
UKUPNI RESURSI	3,48	4,77	7,16	3,4	6,02	7,93	6,06	7,56	7,37
UKUPAN IZVOZ	0,21	0,34	0,35	0,35	0,46	0,34	0,24	0,31	0,32
- EU	0	0,04	0,03	0,03	0,01	0,06	0,08	0,08	0,08
- ostale zemlje	0,21	0,3	0,32	0,32	0,45	0,28	0,16	0,23	0,23
DOMAĆA POTROŠNJA	3,27	4,43	6,81	3,05	5,57	7,59	5,82	7,25	7,05
GUBICI	0,11	0,14	0,22	0,07	0,15	0,24	0,18	0,23	0,23
LJUDSKA POTROŠNJA	3,16	4,29	6,59	2,98	5,42	7,35	5,64	7,02	6,82
- po glavi stanovnika/kg	0,71	0,97	1,48	0,67	1,22	1,65	1,27	1,58	1,54
STUPANJ SAMODOSTATNOSTI	86,15	76,26	80,75	55,99	66,74	79,33	78,46	79,74	81,79

Izvor: Izračunato na temelju podataka DZS-a

Hrvatska u većini godina nije samodostatna svojom proizvodnjom maslinovog ulja. Samodostatnost maslinovim uljem kretala se između najnižih 56% 2003. godine, te najviših 86% u 2000. godini.

SWOT analiza maslinarske proizvodnje u Hrvatskoj

SWOT analiza je često korištena kvalitativna analitička metoda za analizu i oslikavanje trenutne pozicije i razvojnih perspektiva određenog poduzeća, gospodarstva ili djelatnosti. Čini ju opis 4 čimbenika koji prikazuju snagu, slabosti, prilike i prijetnje određene pojave ili situacije. SWOT analiza maslinarskog sektora rađena je na temelju sekundarnih izvora i stručnih intervjua.

Unutarnji čimbenici: snaga i slabosti

	SNAGA	SLABOSTI
UNUTARNJI ČIMBENICI	<ul style="list-style-type: none"> - Maslina je najrasprostranjenija voćna kultura u hrvatskom mediteranskom području, - Povoljni agroekološki uvjeti za uzgoj masline, - Višestoljetna tradicija uzgoja masline, - Autohtonost proizvoda, - Maslina je jedina mediteranska voćna kultura koja u posljednjih petnaest godina bilježi povećanje proizvodnih površina i porast proizvodnje sadnog materijala, - Povećano zanimanje za podizanjem novih maslinika, - Povećani interes za obnovom starih maslinika, - Relativno niska potrošnja agrokemikalija u proizvodnji maslina zbog čega je moguć lakši prijelaz na ekološki prihvatljivije proizvodne sustave, - Poboljšana kakvoća domaćeg maslinovog ulja, - Povoljan učinak na razvoj ruralnih područja. 	<ul style="list-style-type: none"> - Veliko kolebanje priroda, - Veliki broj rascjepkanih parcela na kojima se uzgajaju masline, - Dominacija ekstenzivnog načina uzgoja, - Neorganiziranost tržišta proizvoda od masline s visokim udjelom „sivog“ tržišta, - Nedostatna domaća proizvodnja, - Nepovjerenje maslinara u administrativni sustav, - Suzdržanost maslinara prema mogućnostima kreditiranja i ulaganja u maslinarsku proizvodnju, - Neodgovarajuća razina upravljačkih i marketinških znanja maslinara, - Slaba poslovna povezanost gospodarskih subjekata u maslinarstvu.

Izvor: Autorice

U hrvatskoj poljoprivredi, jedan od najvećih potencijala u proizvodnji jest maslinarstvo s obzirom da je maslina najrasprostranjenija voćna kultura na mediteranskom području Hrvatske. U prilog tome ide i činjenica o povoljnim agroekološkim uvjetima za uzgoj maslina kao i višestoljetna tradicija uzgoja i bavljenja maslinarstvom. Naravno, povećano zanimanje za podizanje novih nasada, kao i relativno niska potrošnja kemijskih sredstava u proizvodnji, te dostatan broj uljara za preradu ploda masline, dovelo je maslinarstvo do povećanja proizvodnje koja bi Hrvatskoj mogla osigurati prepoznatljivost i konkurentnost na europskom tržištu. Maslinarska proizvodnja predstavlja značajan doprinos razvoju priobalnih, ruralnih krajeva Hrvatske, kroz povećanje zaposlenosti i dohotka proizvođača maslina i maslinovog ulja.

Međutim, postoji duboko ukorijenjeni problem rascjepkanosti naših poljoprivrednih posjeda koja onemogućava veću proizvodnju koja bi bila profitabilnija i konkurentnija. Problem predstavljaju i sami maslinari koji nisu fleksibilni kada je u pitanju usvajanje novih tehnologija, kao i sveprisutno nepovjerenje u administraciju i institucije odgovorne za razvoj i napredak hrvatskog maslinarstva.

Vanjski čimbenici: prilike i prijetnje

	PRILIKE	PRIJETNJE
VANJSKI ČIMBENICI	<ul style="list-style-type: none"> - Popularizacija spoznaja o prehranbenoj vrijednosti maslinovog ulja, - Povećana potražnja za maslinovim uljem kako na domaćem, tako i na svjetskom tržištu, - Povećana potrošnja maslinovog ulja u ugostiteljskim objektima, - Povoljna cijena ulja na domaćem tržištu za proizvođače, - Izvozni potencijal proizvoda, - Komplementarnost s turizmom, - Proširenje proizvodnog asortimana, - Povoljni poticaji (proizvodno vezano plaćanje i EU fondovi) i uvjeti kreditiranja, - Mogućnost zaštite zemljopisnim oznakama, - Promocija autohtonih sorti, - Potražnja za proizvodima s određenim specifičnostima (podrijetlo, autohtonost, ekološka proizvodnja i sl.). 	<ul style="list-style-type: none"> - Usklađivanje našeg poljoprivrednog zakonodavstva s EU-poljoprivrednim zakonodavstvom, - Daljnja liberalizacija tržišta nakon ulaska u EU, - Pritisak jeftinijeg maslinovog ulja iz uvoza, - Mogućnost zamjene maslinovog ulja s drugim biljnim uljima, - Nepostojanje tradicije potrošnje maslinovog ulja u kontinentalnoj Hrvatskoj, - Zainteresiranost stranih ulagača za kupnju maslinika.

Izvor: Autorice

Hrvatsko maslinarstvo ima mnogo prilika za širenje i plasman svojih proizvoda, kako na domaćem, tako i na izvoznim tržištima. Maslinovo ulje postaje sve više korišten proizvod u prehrani. Razlog tome je popularizacija spoznaje o njegovoj vrijednosti i utjecaju na zdravlje. Iako maslinovo ulje čini tek 3% svjetske potrošnje jestivih ulja, potrošnja maslinovog ulja je u stalnom porastu, bez većih fluktuacija koje karakteriziraju proizvodnju tog ulja (Mili, 2006). Nadalje, s obzirom na sve značajniji trend objeda izvan kuće u razvijenim i zemljama u razvoju, uporaba maslinovog ulja u ugostiteljskim objektima stalno raste (Mili, 2006), što čini dodatni potencijal za daljnji razvitak maslinarstva.

Jedna od velikih prednosti hrvatskog maslinarstva jest mogućnost povećanog plasmata na domaćem tržištu gdje je cijena izrazito povoljna, te postoje velike mogućnosti ponude kroz turističke sadržaje. Mogućnosti su također u zaštiti zemljopisnim oznakama, te promociji autohtonih sorti, a izvojni potencijal je također velik. To potvrđuje i stalno rastuća potražnja za specifičnim proizvodima, kao što su proizvodi s poznatim podrijetlom, proizvodi dobiveni od autohtonih sorti ili proizvodi iz ekološkog uzgoja.

Prijetnju daljnjem razvoju hrvatskog maslinarstva označava usklađivanje našeg poljoprivrednog zakonodavstva s poljoprivrednim zakonodavstvom EU glede kvalitete i trgovanja poljoprivrednim proizvodima. Najveća prijetnja je ipak, potpuno otvaranje tržišta za često jeftinije ulje s tržišta Europske unije. Izravni konkurenti maslinovom ulju su ostala jestiva ulja (suncokretovo, biljno, sojino i dr.) koja imaju nižu cijenu. Potrošači, posebice na tržištima koja nisu tradicionalni potrošači maslinovog ulja, često zamjenjuju maslinovo ulje s jeftinijim uljima. Stoga je ulazak na takva tržišta vrlo često otežan.

Na osnovi SWOT matrice mogu se odrediti četiri strategije daljnjeg razvoja sektora:

Maksi-Maksi strategija koja daje odgovor na pitanje: Kako iskoristiti prednosti odnosno postojeće snage u odnosu na povoljne prilike okolini?

Mini-Maksi strategija odnosno strategija savladavanja vlastitih slabosti. Ova strategija daje odgovor na pitanje: Što učiniti da prebrodimo naše slabosti, a da iskoristimo prilike u okolini?

Maksi – Mini strategija koja objašnjava kako iskoristiti vlastite snage da bi prebrodili prijetnje iz okoline.

Mini – Mini strategija, strategija štednje obrazlaže kako minimalizirati unutarnje slabosti da bi bile manje osjetljive na prijetnje iz okoline.

SWOT analiza		Unutarnji čimbenici	
		Snage	Slabosti
Vanjski čimbenici	Prilike	<p>Maksi-maksi strategija</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zbog povećanja interesa za maslinovim uljem kao i povećanom potrošnjom, domaći proizvođači trebaju ponuditi tržištu ulja koja će pratiti suvremene potrošačke zahtjeve. - Maksimalno iskoristiti mo-gućnost prodaje stranim potro-šačima preko turističke ponude (osobito u ugostiteljskim objektima). - Iskoristiti postojanje autohtonih sorti i zaštititi maslinova ulja zemljopisnim oznakama koje postaju prepoznatljive kod potrošača. 	<p>Mini-Maksi strategija</p> <ul style="list-style-type: none"> -Proizvođači trebaju maksimalno iskoristiti državne i druge poticaje da bi smanjili rascjepkanost svojih parcela, poboljšali tehnologiju proizvodnje maslina, te proizvodnje i čuvanja maslinovog ulja. - Snažnije poslovno povezivanje gospodarskih subjekata u maslinarstvu, uvođenje zaštite zemljopisnim oznakama te eventualni zajednički izvoz maslinovog ulja.
	Prijetnje	<p>Maksi-Mini strategija</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ulazak u EU će dovesti do povećane ponude i to jeftinijih maslinovih ulja iz uvoza. Stoga do-maći proizvođači moraju i dalje raditi na poboljšanju kvalitete svojih proizvoda, ali i na njihovoj promociji. -Potrebno je pojačati aktivnosti koje imaju za cilj edukaciju potrošača o prednostima maslinovog ulja nad drugim vrstama ulja i načinima njegove primjene, u svrhu povećanja potrošnje u regijama koje nisu tradicionalni potrošači maslinovog ulja. 	<p>Mini-Mini strategija</p> <ul style="list-style-type: none"> -Domaći maslinari se trebaju i prije ulaska u EU pripremiti na zakonodavstvo koje nas očekuje nakon ulaska u Uniju. -Da bi uspješno konkurirali uvoznim uljima, posebice nakon ulaska u EU, domaći maslinari moraju poboljšati međusobnu suradnju. -S ciljem povećanja potrošnje maslinovog ulja u kontinentalnoj Hrvatskoj, te povećanja poznatosti pojedinih marki ulja, neophodna je daljnja edukacija radi unapređenja upravljačkih i marketinških znanja i sposobnosti maslinara.

ZAKLJUČAK

Hrvatsko maslinarstvo u posljednjem desetljeću doživljava pozitivan trend u smislu sadnje novih nasada maslina, obnove starih maslinika i povećanja proizvodnje maslina i maslinovog ulja. Tome su značajno doprinijele provedene reforme uz pomoć sredstava iz državnog, županijskih i lokalnih proračuna, tj. kroz modele potpore proizvodnji, kapitalnih ulaganja i operativnih programa.

Unatoč reformama, promatrana vanjsko-trgovinska bilanca maslinovog ulja 2000-2008. je još uvijek negativna, tj. pokrivenost uvoza izvozom kreće se između najnižih 16 do 32% u 2000. godini, što je dokaz nekonkurentnosti. Iz proizvodno-potrošne bilance uočava se da potrošnja po stanovniku raste, ali iznosi još uvijek niskih 1,54 kg po stanovniku, s obzirom da je u drugim mediteranskim zemljama ta potrošnja daleko viša (Španjolska, Grčka, Tunis). Stupanj samodostatnosti kreće se između najnižih 56% 2003. godine, čemu je razlog bila nepovoljna, sušna godina i najviših 86% u 2000. godini. Zadnje promatrane godine, 2008. stupanj samodostatnosti je iznosio 82%.

Temeljem sekundarnih podataka i stručnih intervjua utvrđene su snage, slabosti, mogućnosti i prijete maslinarskog sektora u okviru tržišta EU. Najvažnije snage i mogućnosti su svakako povoljni agroekološki uvjeti, tradicija maslinarstva, autohtone sorte maslina, povećan interes za proizvodnjom i potrošnjom proizvoda, komplementarnost s turizmom te veliki potencijal za bavljenje ekološkom proizvodnjom. Međutim, slabosti i prijete u vidu rascjepkanosti parcela, neorganiziranosti tržišta, neodgovarajuće razine znanja i spremnosti na rizik kredita, liberalizacije tržišta, zainteresiranosti stranaca za kupnju hrvatskih maslinika, nedovoljna prilagodba standardima EU i dr., čine ozbiljne izazove. Stoga su u radu predložene četiri strategije daljnjeg razvoja sektora.

Prva, maxi-maxi upućuje na potrebu maksimalnog iskorištenja potencijala turističke potrošnje uz istovremeno praćenje suvremenih potrošačkih zahtjeva i zaštitu proizvoda zemljopisnim oznakama. Drugom, mini-maxi strategijom predlaže se maksimalno iskoristiti proizvodno vezana plaćanja i poslovno povezivanje gospodarskih subjekata, radi lakšeg izlaza na tržište. Treća, maxi-mini strategija naglašava potrebu zadržavanja i poboljšanja kvalitete i promocije, te edukaciju potrošača o prednostima maslinovog ulja radi povećanja potrošnje. Četvrtom, mini-mini strategijom objašnjena je potreba minimaliziranja osjetljivosti na prijete koje nas očekuju ulaskom u EU. Tako je uz međusobnu suradnju maslinara, potrebno provoditi i neprestanu edukaciju o standardima EU, koji će se morati poštivati nakon ulaska kao i radi unapređenja upravljačkih i marketinških znanja, te sposobnosti maslinara.

LITERATURA

BLERY, E., SFETSIU, E. (2008): Marketing olive oil in Greece, *British Food Journal*, 110, 11, 1150-1162

DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU REPUBLIKE HRVATSKE: Statistički ljetopisi, odgovarajuća godišta i Popis poljoprivrede 2003.

- GUGIĆ, J. (2006): Proizvodno – ekonomska obilježja maslinarstva na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, *Pomologia Croatica*, 12, 2, 135 – 15
- GUGIĆ, J., PAR, V., NJAVRO, M., DVORNIK-GOSAIĆ, J. (2009): Primjena modela točke pokrića za poslovno odlučivanje u proizvodnji maslina, *Pomologia Croatica*, 15, 3-4, 95-114
- ILAK PERŠURIĆ, A. S., JURAKOVIĆ, L. (2006): Maslinovo ulje – proizvodni i marketinški aspekti, *Agronomski glasnik*, 68, 3, 237-254
- KOPRIVNJAK, O., ČERVAR, A. (2010): Proizvodne karakteristike maslinarsko-uljarske djelatnosti u Istarskoj županiji, *Agronomski glasnik*, 72, 2-3, 125 – 142
- GFK Croatia, Kako se hranimo? http://www.gfk.hr/public_relations/press/press_articles/006246/index.hr.html (26. veljače 2011)
- MILAT, V. (2005): Uloga Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodnog gospodarstva u razvoju maslinarstva, *Pomologia Croatica*, 11, 1-2, 79-88
- MILI, S. (2006): Market Dynamics and Policy Reforms in the EU Olive Oil Industry: An Exploratory Assessment, 98th EAAE Seminar ‘Marketing Dynamics within the Global Trading System: New Perspectives’, 29 June – 2 July, 2006, Chania, Crete, Greece
- MILI S., RODRÍGUEZ-ZUÑIGA M. (2001): Tendenze del commercio internazionale dell’olio di oliva: un’analisi prospettica, L’olivicoltura spagnola e italiana in Europa, Seminario di studio, Rende, Centro Congressi Università Calabria, 1-3 giugno 2001, <http://server-cati.sociologia.unical.it/olivic/mili-zuniga.PDF> (20. veljače 2011)
- MPRRR, Maslinarstvo, <http://www.mps.hr/default.aspx?id=7043> (20. veljače 2011)
- MPŠVG (2008). IPARD program – Plan za poljoprivredu i ruralni razvitak za 2007.-2013., Zagreb. Dostupno na: <http://server01.globaldizajn.hr/mps.hr/UserDocsImages/IPARD%20PROGRAM%20HR%20v2.pdf> (20. siječnja 2010)
- ŠIMUNOVIĆ, V. (2005): Stanje maslinarstva i uljarstva u Republici Hrvatskoj, *Pomologia Croatica*, 11, 1-2, 69-78
- ____ (2010). Potrošači o ulju: Prvo kvaliteta, onda sve ostalo, <http://www.jatrgovac.com/2010/10/potrosaci-o-ulju-prvo-kvaliteta-onda-sve-ostalo/> (26. veljače 2011)

Napomena

Ovaj rad je nastao temeljem diplomskog rada „Mogućnosti i potencijalne prijetnje hrvatskom maslinarstvu nakon ulaska u EU“ studentice Eve Perica napisanim pod mentorstvom doc. dr. sc. Marije Cerjak i obranjenim dana 13. rujna 2010. godine na Agronomskom fakultetu u Zagrebu.

Adrese autora – Authors addresses:

Eva Perica, mag. ing. agrobiznisa i ruralnog razvitka.
Zrinsko - frankopanska 1/4, 23 000 Zadar
e-mail: evaperica@gmail.com

doc. dr. sc. Marija Cerjak
Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
Svetošimunska cesta 25, 10000 Zagreb
e-mail: mcerjak@agr.hr

dr. sc. Ornella Mikuš
Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
Svetošimunska cesta 25, 10000 Zagreb
e-mail: omikus@agr.hr