

Mogućnosti prodaje i distribucije proizvoda od lavande na primjeru OPG-a Sabadoš iz Vukovara

Kovačević, Jovana

Master's thesis / Diplomski rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of agriculture / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Poljoprivredni fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:151:809795>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-27**



Sveučilište Josipa Jurja
Strossmayera u Osijeku

**Fakultet
agrobiotehničkih
znanosti Osijek**

Repository / Repozitorij:

[Repository of the Faculty of Agrobiotechnical
Sciences Osijek - Repository of the Faculty of
Agrobiotechnical Sciences Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA SROSSMAYERA
POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Jovana Kovačević

Diplomski studij Agroekonomika

MOGUĆNOSTI PRODAJE I DISTRIBUCIJE PROIZVODA OD LAVANDE NA
PRIMJERU OPG-A SABADOŠ IZ VUKOVARA

Diplomski rad

Osijek, 2016

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA ŠROSSMAYERA
POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Jovana Kovačević

Diplomski studij Agroekonomika

**MOGUĆNOSTI PRODAJE I DISTRIBUCIJE PROIZVODA OD LAVANDE NA
PRIMJERU OPG-A SABADOŠ IZ VUKOVARA**

Diplomski rad

Povjerenstvo za ocjenu i obranu diplomskog rada:

1. Prof. dr. sc. Nada Parađiković, predsjednik
2. Izv. prof. dr. sc. Ružica Lončarić, mentor
3. Izv. prof. dr. sc. Tihana Sudarić, član

Osijek, 2016.

Sadržaj

1.	UVOD	1
2.	IZVORI I METODE IZRADE RADA	2
3.	OPĆENITO O LJEKOVITOG BILJA	3
3.1.	Ljekoviti pripravci i podjela ljekovitog bilja.....	4
3.2.	Uzgoj ljekovitog bilja u Republici Hrvatskoj.....	6
3.3.	Uvoz ljekovitog bilja u Republici Hrvatskoj.....	8
3.4.	Izvoz ljekovitog bilja u Republici Hrvatskoj.....	9
4.	TEHNOLOGIJA PROIZVODNJA LAVANDE NA OPG-U SABADOŠ	12
4.1.	Morfološke karakteristike lavande.....	12
4.2.	Tehnologija uzgoja.....	13
4.2.1.	Priprema tla i plodored.....	13
4.2.2.	Ishrana.....	13
4.2.3.	Njega usjeva.....	15
4.2.4.	Branje cvijeta.....	15
5.	EKONOMSKA ANALIZA PROIZVODNJE LAVANDE	18
5.1.	Kalkulacije proizvodnje lavande.....	18
6.	MARKETING MIX	21
6.1.	Proizvod.....	21
6.2.	Cijena.....	23
6.3.	Promocija.....	24
6.4.	Distribucija.....	26
7.	DISTRIBUCIJA I DISTRIBUCIJSKI KANALI LAVANDE	27
7.1.	Izbor kanala distribucije.....	27

8.	SWOT ANALIZA OPG-A SABADOŠ	29
	8.1. Unutarnje okruženje: slabosti i snaga.....	29
	8.2. Vanjsko okruženje: prijetnje i prilike.....	30
9.	ZAKLJUČAK	32
10.	LITERATURA	33
11.	SAŽETAK	34
12.	SUMMARY	35
13.	POPIS SLIKA	36
14.	POPIS TABLICA	37
15.	POPIS GRAFIKOVA	38
	TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA	39
	BASIC DOCUMENTATION CARD	40

1. UVOD

Biljke se koristilo prvenstveno za ishranu te se nešto kasnije saznavalo kakav utjecaj one imaju na ljudski organizam. Neke su imale pozitivan, a neke negativan utjecaj na organizam. Ljekovito bilje se u današnje vrijeme koristi u medicini, poljoprivredi i kulinarstvu. Jedna od ljekovitog bilja je lavanda koja je i tema ovog rada.

Lavanda je grmolika mediteranska biljka koja potječe sunčanih kamenjara zapadnog dijela Sredozemlja . Kroz povijest, lavandi su se pridavala razna svojstva te ju je čovjek upotrebljavao u razne svrhe: kulinarstvo, medicina, higijena tijela ili rublja. U nekim dijelovima svijeta lavanda je smatrana cvijetom nevinosti i čednosti, a u drugim su joj pridavana jaka afrodizijačka svojstva. Stari Rimljani upotrebljavali su lavandino eterično ulje u kupkama, dok su prve kršćanske zajednice vjerovala da stručak lavande na vratima štiti od uroka i zlih sila, a rasprostranjeno je i drevno vjerovanje kako sadnja lavande donosi sreću. Zbog opojnog mirisa i karakteristika, nasadi lavande polako nalaze mjesta u krajolicima Hrvatske.

Estetska vrijednost lavande je neprocjenjiva, no ima i vrlo važnu industrijsku primjenu, što je jedan od glavnih uzroka njenog širenja. Postoji 48 vrsta koje pripadaju rodu *Lavandula*. Najvažnije su tri vrste: *L. latifolia*, *L. angustifolia* i *L. hybrida*. Eterično ulje hibridne lavande (*L. hybrida*), lavandina ili kultivara Budrovke rabi se u proizvodnji kozmetičkih preparata i sapuna. Najveće količine eteričnog ulja nalaze se u čašičnim listićima cvatova lavande, a najzastupljeniji u njegovu sastavu jesu 1-linalilacetat i 1-linalol. Zastupljene su i ove kemijske sastavnice: borneol, kamfor, geraniol, citronelal te terpenki ugljikohidrati.

Rad se sastoji od dva dijela: tehnološkog i ekonomskog. U tehnološkom dijelu opisana su svojstva i agrotehnika proizvodnje lavande, dok je dijelu opisujemo mogućnosti prodaje i distribucije te mogućnosti unapređenja proizvodnje.

Cilj rada je istražiti proizvodnju, prodaju i distribuciju proizvoda od lavande ma OPG-u Sabadoš, te primjenu marketinga.

2. MATERIJALI I METODE IZRADE RADA

Podaci korišteni za izradu završnog rada prikupljeni su tokom ljetnog semestra u akademskoj godini 2015./2016. Za izradu rada korišteni su podaci znanstvene i stručne literature te sa internet stranice Ministarstva poljoprivrede, Savjetodavne službe u poljoprivredi i Hrvatske poljoprivredne agencije. Podaci za ekonomsku analizu dobiveni su metodom intervjua na OPG-u Sabadoš iz Vukovara na kojem se uzgaja 1 ha lavande. Od 2008. god su u Upisniku proizvođača. Njihov proizvod je ulje od lavande, hidroland i mirišljave vrećice od suhog cvijeta lavande.

Materijali i podaci koji su prikupljeni iz znanstvene i stručnih literatura, časopisa i interneta, obrađeni su primjenom metoda analize, sinteze i komparacije.

3. OPĆENITO O LJEKOVITOM BILJU

Čovjek od davnih vremena biljke koristi za ishranu te o njima je saznavao kakav utjecaj one imaju na ljudski organizam, zapravo je uočava da li mogu poslužiti za ishranu, a nekada možda i za lijek. Neke od biljaka su pokazale negativno svojstvo, pa su bile svrstane u otrovne, zapravo štetne biljke. Biljke koje su negativno djelovale nisu isključene iz uporabe jer većina njih ima vrlo važnu ulogu u pravljenu lijekova.

Povijest poznavanja i uporaba ljekovitog bilja seže puno dalje, daleko koliko i povijest čovječanstva. Tisućama godina postojala je kultura sakupljanja, uzgajanja, očuvanja, prerade i uporabe ljekovitog bilja. Ljudi su u prošlosti živjeli skromno i štedljivo te je najveće bogatstvo bila domišljatost. Ljekovito i jestivo bilje bilo je nadohvat ruke, besplatno. Promatrajući životinje, učeći metodom pokušaja i pogrešaka stvaralo se znanje koje je značilo razliku između bolesti i zdravlja, života i smrti. Ljekovito i jestivo bilje uspješno se rabilo u kulinarstvu, medicini i poljoprivredi. Isprva se znanje o ljekovitom bilju prenosilo usmenom predajom na temelju iskustva. S vremenom su se ti podaci zapisivali pa postoje vrlo stari zapisi, takozvane bilinari (npr. papirusi iz 2800. g.p.K.) s opisom bilja i njegove ljekovitosti. Krajem 19. stoljeća moderna zapadna medicina nameće nove kemijske i sintetske lijekove i od tada pokušava prikazati liječenje biljem zastarjelim, nepotrebnim i neučinkovitim. Ipak i danas dvije trećine čovječanstva koristi bilje kao glavni način liječenja, a većina farmaceutskih lijekova glavne sastojke dobiva upravo iz ljekovitog bilja. (Udžebik za sakupljanje samoniklog bilja, Poljoprivredna zadruga Glinka Banovina, 2014., str. 11)

Iako je znanje pojedinaca o ljekovitom bilju skoro nestalo sve više se vraća u svakodnevicu. Razlog tomu je pristupačniji način liječenja kao alternativa skupim farmaceutskim lijekovima, ali i široki spektar pozitivnog djelovanja na ljudsko tijelo. Uporaba modernih lijekova sa sobom nosi mnoštvo negativnih nuspojava. Bez obzira što je liječenje biljem više od jednog stoljeća potiskivano ipak je tijekom njegove uporabe od postanka čovjeka do danas neprekinut, a moderna medicina bilje sve više koristi kroz fitoterapiju. Ljekovito bilje sve više se rabi u farmaceutskoj, kozmetičkoj i prehrambenoj industriji.

U današnje vrijeme raspolaže se sa različitim biokemijskim lijekovima te antibioticima koji se svakim danom sve više usavršavaju, ali nasuprot tome se ljekovito bilje svakim danom se sve više upotrebljava, to jest sve je veća uporaba čajeva, ekstrakata i sirupa te nam to govori da popularnost fitoterapije (liječenje ljekovitim biljem) povećava. Mnoge se biljke koriste u

složenim kombinacijama kako bi se postigao što bolji učinak u liječenju. Kao mnogi načini liječenja, tako i liječenjem ljekovitim biljem ima svoje prednosti i mane. Kad je u pitanju liječenjem biljem treba biti strpljiv, jer se rezultati većinom ne postižu brzo kao kod liječenjem konvencionalnim lijekovima.

Liječenje ljekovitim biljem, fitoterapija, je trenutno veoma popularno. Svima je poznato da smo znanost o ljekovitom bilju dobili od predaka, koji su stoljećima brižljivo prikupljali podatke o bilju, a nakon toga ih koristili u liječenju mnogih bolesti. Mnoge biljke se koriste u složenim kombinacijama, kako bi se postignuo najbolji mogući učinak u liječenju. Liječenje biljem, kao i drugi načini liječenja, ima svoje prednosti i mane. Kod liječenja biljem treba biti strpljiv, jer se rezultati uglavnom ne postižu tako brzo kao kod upotrebe konvencionalnih lijekova. Bitno je naglasiti da kao i kod primjene konvencionalnih lijekova, prije uporabe ljekovitog bilja potrebno se posavjetovati sa stručnom osobom (liječnikom ili ljekarnikom). Fiziološki aktivne materije koje se mogu naći u biljkama su alkaloidi, glikozidi, saponini, tanini, eterska ulja, sluzi, smole, gume, balzami, fermenti, mnoge biljne kiseline, šećeri i dr. I otrovne biljke su ljekovite ako se upotrebljavaju u terapijskim. Otrovnim materijama se smatraju one koje i u malim količinama mogu djelovati štetno na čovjeka. Otrovnost biljaka se pripisuje alkaloidima, glikozidima i nekim eterskim uljima. Isto tako i u raznim fazama razvoja biljaka, različite su i količine ljekovite supstance. Pri ocjeni kvaliteta droge, posebno je važna činjenica u kakvom je stanju biljka ili droga koja se koristi u sirovom stanju, kao svježeta ili kao sušena droga. Sušenje i način prerade, pakovanje i čuvanje su veoma značajni za dobivanje kvalitetnih sirovina tj. droga

3.1. Ljekoviti pripravci i podjela ljekovitog bilja

Ljekoviti pripravci su magistralni i galenski pripravci lijekova te gotovi lijekovi određenog sadržaja i oblika, prilagođeni različitim načinima upotrebe lijekova u cilju dobrog terapijskog učinka. Sadrže jedno ili više ljekovitih tvari, a često i sredstva koja imaju različitu funkciju u ljekovitom obliku. Ljekovite i pomoćne supstance su uglavnom su nosioci fizičkih osobina ljekovitih pripravaka, a mogu potpomoći terapijski učinak lijeka i podnošljivosti pripravka. Pomoćne supstance se koriste u izradi ljekovitog oblika kao sredstvo za: dopunjavanje (razrjeđivanje), otapanje, adsorpciju, vezanje, klizanje, raspadanje (bubrenje), korigiranje ukusa, bojanje, poliranje, emulgiranje, stabilizaciju, odnos i druge supstance koja se koristi pri izradi pojedinih ljekovitih oblika. Kao pomoćne tvari u izradi ljekovitog oblika često se doda

u i konzervansi. Zahtjev je da u uporabljenoj količini ne smiju biti škodljiva, ne smiju štetno utjecati na terapijski učinak lijeka i ne smije biti nekopatibilan sa ljekovitim tvari. Pribor, odnosno materijal korišten u tehnološkom postupku izrade ljekovitih pripravaka ne smije izazvati promjene na izrađenom lijeku i ne smije ga onečistiti. (Ljekovito bilje i izrada preparata od ljekovitog bilja; Sabira Hadžović i Saša Pilipović; Sarajevo, svibanj 1999; str. 50).

Ljekovito bilje možemo podijeliti na sljedeće način:

1. Prema farmakološkom djelovanju ljekovite biljke

- a) ljekovite biljke blagog djelovanja, kojima pripada veliki broj biljaka koje su u širokoj i skoro svakodnevnoj upotrebi (metvica, kamilica);
- b) ljekovito bilje jakog djelovanja, toksične vrste od kojih se proizvode vrlo jaki otrovi (morfij, heroin). Njihova upotreba i rukovanje strogo je propisano zakonom o otrovnom bilju. Rukovanje podrazumijeva i upotrebu i skladištenje l ljekovitog bilja.

2. Prema načinu djelovanja na ljudski organizam, svrstavaju se u nekoliko grupa (Lečenje biljem, prof. dr Jovan Tucakov; Beograd, 2010; str. 5-71):

- a) biljke koje reagiraju na rad srca i krvnih sudova;
- b) biljke koje nadražujući djeluju na nervni sistem;
- c) biljke koje umirujući djeluju na nervni sistem;
- d) biljke za ublažavanje bolova;
- e) biljke koje reguliraju rad sistema za varenje;
- f) biljke koje olakšavaju iskašljavanje;
- g) biljke koje ubrzavaju zarastanje rana.

U domaćim uvjetima od ljekovitog bilja mogu se pripremati (Ljekovito bilje i izrada preparata od ljekovitog bilje, S. Hadžović i S. Pilipović; Sarajevo, svibanj 1999. g.; str. 51-93):

1. Čajevi,
2. Trtinkture,
3. Macerati,
4. Sokovi,

5. Eterska ulja i aromatične vode
6. Kupke, losioni i gelovi
7. Melemi
8. Eliksiri
9. Vina
10. Ljekovite masti

3.2. Uzgoj ljekovitog bilja u Republici Hrvatskoj

Svjetski trendovi pokazuju porast potražnje za aromatičnim i ljekovitim biljem od strane farmaceutske, kozmetičke i prehrambene industrije. Danas je oko 30% aktivne tvari u lijekovima biljnog podrijetla. Godišnji prihod od trženja ljekovitog i aromatičnog bilja na svjetskoj razini iznosi preko 30 milijardi eura. U Europi se trguje s oko 2.000 vrsta ljekovitog i aromatičnoga bilja, od čega je oko 1.300 vrsta porijeklom iz Europe. Preko 80% ljekovitog i aromatičnog bilja još uvijek se prikuplja izravno iz prirode, zbog čega prekomjerno sakupljanje i nedovoljna edukacija mogu dovesti do nestanka staništa dragocjenih kultura.

U Hrvatskoj se bilježi se rast površina zasađenim ljekovitim i aromatičnim biljem. Najviše se sadi kamilica, a zatim kadulja, lavanda, menta, mažuran, korijandar i vrijesak, a posljednje vrijeme počinje se i s uzgojem smilja. (Agro klub, Koliko je isplativ uzgoj ljekovitog bilja, objavljeno 11.07.2015).

Tablica 1. Zasiјane površina aromatičnog, ljekovitog i začinskog bilja u hektarima, Republika Hrvatska

	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Aromatično, ljekovito i začinsko bilje	3.224	3.095	2.797	2.773	2.508	3.157	3.201	3.218	4.122	5.259

Izvor: Državni zavod za statistiku

U tablici 1. prikazano je na koliko hektara je posijano aromatično, ljekovito i začinsko bilje posljednjih deset godina. Pomoću tablice možemo uočiti da površina pod aromatičnim, ljekovitim i začinskim biljem isprva se smanjivala, a zatim se povećavala. Najmanje je bilo

posijano 2010. godine, na samo 2.508 ha. Dok 2015. godine je bilo posijano na 5.259ha. U posljednjih 5 godina , površine pod aromatičnim, ljekovitim i začinski biljem se udvostručila.

Tablica 2. Proizvodnja aromatičnog, ljekovitog i začinskog bilja u tonama, Republika Hrvatska

	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Aromatično, ljekovito i začinsko bilje	2.256	2.207	1.462	1.605	1.344	2.617	1.923	1.583	1.976	2.800

Izvor: Državni zavod za statistiku

Tablica 3. Prirod po hektaru aromatičnog, ljekovitog i začinskog bilja (t/ha)

	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Aromatično, ljekovito i začinsko bilje	0,6	0,7	0,5	0,6	0,5	0,8	0,6	0,5	0,5	0,5

Izvor: Državni zavod za statistiku

U Tablici 2. je prikazana količina proizvodnje iskazano u tonama, a u Tablici 3. je prikazan prirod po hektaru aromatičnog, ljekovitog i začinskog bilja iskazano u t/ha. Prva i druga tablica prikazuju podatke za vremenski period od 2006.-2015. godine. Što se tiče samo proizvodnje, možemo u tablici vidjeti da je proizvodnja varirala te da je 2008. godine bilo proizvedeno najmanje, samo 1.462 tone na 2.797 ha. Godine 2015. je bilo proizvedeno 1.500 tona više, ali površine pod aromatičnim, ljekovitim i začinskim biljem bila je mnogo veća Prirod po hektaru je bio približno isti svake godine te se kretao od 0,5t/ha do 0,8 t/ha.

3.3. Uvoz ljekovitog bilja u Republiku Hrvatsku

Pod uvozom smatramo uvoz roba, usluga i poslovnih subjekata iz neke druge države. Kod uvoza roba obično zahtjeva sudjelovanje carinskih vlasti, a često je predmet uvozne kvote, carine i trgovinskih sporazuma. Suprotnost uvoza je izvoz.

Hrvatska uvozi razne ljekovito i začinsko bilje koje bi se moglo proizvoditi u područjima u kojima nije razvijena konvencionalna poljoprivreda. Neke od bilja koje Hrvatska uvozi su korijen i stabljika koprive, kao i obrađenu kamilicu iz Egipta koja je od otkupne cijene kamilice kod nas, pa se zbog toga pomaže proizvođačima ljekovitog bilja županijskim poticajima kako bi ih se učinilo konkurentnim.

Tablica 4. Uvoz ljekovitog bilja iz zemalja EU 27 (t)

Godina	2010.	2011.	2012.	2013.
Količina uvoza	7.886,79	7.606,19	7.881,80	9.698,65

Izvor: Državni zavod za statistiku

Iz tablice 4. možemo da vidimo da u periodu od 2010. do 2013. godine ima najveći uvoz ljekovitog bilja 2013. godine (9.6598,65 t). Najmanji uvoz je bio 2011. godine kada je uvezeno svega 7.606,19 tona, a te iste godine se smanjio uvoz u usporedbi sa prethodnom godinom gdje je uvezeno 7.886,79 tona.

Tablica 5. Uvoz ljekovitog bilja u Republiku Hrvatsku po grupacijskim zemljama (t)

Godina	2013.	2011.	2012.	2013.
Azija	197,81	312,78	284,66	162,61
Afrika	0,066	0,012	0,134	0,442
Amerika	216,69	519,98	219,13	34,74
Oceanija	4,95	5,76	6,66	1,66

Izvor: Tržišni potencijal proizvodnje ljekovitog bilja u Republici Hrvatskoj, Anamarija Vrbat

Promatrajući tablicu 5. možemo vidjeti da najveći uvoz je iz Amerike te da je 2011. godine imala najveći uvoz koji iznosi 519,98 tona, ali slijedeće godine uvoz je iznosio nešto manje (485,24 tona). Azija je druga po količini uvezene robe, ali poslije 2011. godine količina uvezene robe se smanjuje. Oceanija i Afrike uvoze u Hrvatsku puno manju količinu robe.

Tablica 6. Ukupni uvoz ljekovitog bilja u Republiku Hrvatsku (t)

Godine	2010.	2011.	2012.	2013.
Količina uvezene robe	8.862,58	9.302,18	9.052,55	10.404,25

Izvor: Državni zavod za statistiku

Iz tablice 6. vidimo da prve dvije godine ukupni uvoz ljekovitog bilja se povećava, a zatim 2012. godine uvoz se smanjio te da bi se slijedeće godine bio najviše u usporedbi zadnjih četiri godine.

Najveći uvoznici začinskog i ljekovitog bilja su Sjedinjene Američke Države i zemlje Europske Unije. U SAD-u se povećava potrošnja začina koji se koriste u meksičkim, talijanskim, indijskim i korejskim nacionalnim kuhinjama. Europska Unija je drugo najveće tržište za uvoz sirovog i gotovog bilja zbog klije koja ne pogoduje uzgoju ljekovitog i začinskog bilja. Četvrtina uvezenog bilja i začina u ukupnom uvozu u Europsku Uniju odlazi u Njemačku. Začin koji zemlje Europske Unije najviše uvoze je paprika. (Anamarija Vrbat, Osijek 2015)

3.4. Izvoz ljekovitog bilja iz Republike Hrvatske

Izvoz je klasična strategija nastupa na inozemnom tržištu putem prodaje proizvoda i usluga izvan nacionalnog. Prodaja, prijevoz, osiguranje u prijevozu i plaćanje posebno se regulira jer je kupac u drugoj državi. Proizvodi se moraju registrirati pri izlasku iz države, iz čega proizlazi priljev deviza, a mora se registrirati pri ulazu u određenu zemlju pri čemu se podmiruju fiskalne obaveze i proizlazi obaveze plaćanja u inozemstvu.

Iz Hrvatske je prošle godine izvezeno ljekovito bilje u iznosu većem od nekoliko milijuna eura, a vjeruje se da je potencijal mnogo veći. (Vrbat, 2015.)

Tablica 7. Izvoz ljekovitog bilja u zemlje EU 27 (t)

Godina	2010.	2011.	2012.	2013.
Količina izvoza	1.019,71	820,11	915,93	906,48

Izvor: Državni zavod za statistiku

Tablica 7. nam govori o izvozu Republike Hrvatske u zemlje članice Europske unije. Iz ove tablice može da se uoči kako se 2013. godine izvoz smanjio u odnosu na 2010, sa 1.019,71 tona se smanjio na 906,48 tona.

Tablica 8. Izvoz ljekovitog bilja po grupacijskim zemljama (t)

Godine	2010.	2011.	2012.	2013.
Azija	10,07	63,53	82,18	113,73
Afrika	0,99	1,859	8,697	2,751
Amerika	916	1.433,68	1.927,39	1.213,65
Oceanija	0,73	1,170	1,574	1,585

Izvor: Državni zavod za statistiku

Kao što iz Amerike najviše izvoze ljekovito bilje u Hrvatsku, tako i Hrvatska najveći izvoz ima prema Americi. U periodu od 2010.-2013. godine, najviše su izvezli 2012. godine i to 1927,39 tona. S druge strane najmanji izvoz imaju u Oceaniju.

Tablica 9. Ukupni izvoz ljekovitog bilja Republike Hrvatske (t)

Godina	2010.	2011.	2012.	2013.
Ukupni izvoz	3.364,35	3.872,02	4.431,26	3836,77

Izvor: Državni zavod za statistiku

Tablica 9. nam govori o ukupnom izvozu ljekovitog bilja Republike Hrvatske te možemo vidjeti da su najveću količinu izvezli 2012. godine i to 4.431,26 tona. Najmanje je izvezla 2010. godine i to 3.364,35 tona.

Grafikon 1. Usporedba ukupnog izvoza i uvoza Republike Hrvatske



Izvor: Državni zavod za statistiku

Možemo da vidimo iz grafikona da mnogo više uvozimo nego što izvozimo ljekovitog bilja, više nego dvostruko se izvozi. Da bi izvoz bio jednak uvozu treba se poticati mnogo više proizvodnja.

4. TEHNOLOGIJA PROIZVODNJE LAVANDE

Lavanda je vrlo omiljena ukrasna biljka, a sve se više uzgaja i plantažno. Nema velikih zahtjeva u pogledu kvalitete tla, uzgoj joj je vrlo ekonomičan, a može poslužiti i kao dobra ispaša za pčele. U našoj zemlji najviše lavande se proizvodi na Hvaru.

Ime lavanda potječe od latinske riječi lavare, što znači kupati se, a objašnjava osnovnu namjenu suhog cvijeta i lavandina, eteričnog ulja. Eterično ulje prave lavande upotrebljava se za proizvodnju parfema i kolonjske vode. Za proizvodnju sapuna upotrebljava se jeftinije eterično ulje hibridne lavande. Ljekovito svojstvo lavande sastoji se u smanjenju živčane napetosti pri migreni i neuralgiji. Ublažava grčeve i pomaže u zacjeljivanju rana.

Uzgoj lavande, temeljem značajnih državnih poticaja, danas se proširio u kontinentalnoj Hrvatskoj te u Istri.

4.1. Morfološke karakteristike

Rod lavanda, sa 48 poznatih vrsta, član je porodice usnača. Pradomovina lavande je područje sunčanih kamenjara zapadnog dijela Sredozemlja.

Prava lavanda uspijeva sve do nadmorske visine 1700 m, širokolisna samo do 700 m, a hibridna od 700 do 100 m. Lavanda je višegodišnja biljka koja raste u obliku poluloptastog grma. Životni vijek samonikle i uzgojene lavande je do 30 godina. Što se tiče izgleda korijena lavande možemo reći da je drvenast, vrlo račvast te da prodire duboko u tlo, a stabljika je kratka, debela, drvenasta i od samog vrata korijena vrlo razgranata. Visina prave lavanda je 40 – 60 cm i promjera 80 – 120 cm. Cvjetne su grane jednostavne, duge 20 – 40 cm., a listovi su nasuprot jedan drugome, uski su, cjelovitog ruba, dugi 3 – 5 cm i široki 0,2 do 0,5 cm. Boja listova je sivo-zelenkasta, a na naličju su dlakavi. Cvjetovi su zigomorfni s laticama karakteristične plavo-ljubičaste boje lavande. Plod je kalavac (vrsta tanke, čvrste ovojnice koja se kala da bi sjeme ispalo) sa 4 sjemenke u kojima se potpuno razviju svega 1 do 2 sjemenke. Oblik je jajast, crno-smeđeg sjaja i dužine 1,8 do 2,2 mm. Apsolutna masa sjemena se kreće 0,5 do 1,1 g.

Za razliku od prave lavande, hibridna lavanda ima zbijeni grm i nešto je viši (80 – 100 cm), a promjera je također nešto većeg (150 cm). Cvjetne stabljike su razgranate, dužina im je 60 do 90 cm. Listovi su zeleni, manje su dlakavi od nego kod prave lavande, dužina listova se kreće od 5 – 7 cm, a širina lista se kreće 0,8 do 1 cm. Cvjetovi su karakteristični za obje vrste. Plodovi kod hibridne lavande su sterilna te nisu upotrebljivi.

Sve vrste lavande karakterizira jak, prepoznatljiv miris koji potječe od nakupljenog eteričnog ulja. Eterično ulje se dobiva destilacijom cvijeta lavande. Cvijet prave lavande sadrži od 0,5 do 1,5% eteričnog ulja, a hibridne lavande 0,9 do 5%. Eterično ulje uglavnom se nakuplja u žlijezdama smještenim do same cvjetne čaške. Glavni sastojci ulja su linalilacetat i linalol. Vrstu karakterizira sastav eteričnog ulja, pa tako prava lavanda sadrži linalilacetata 35 do 60%, a hibridna lavanda samo 7 – 16%.

Sjeme lavande klijava je tri do četiri godine. Posijano sjeme klija vrlo dugo, do dva mjeseca. U početku biljka raste vrlo sporo, ali može potjerati cvjetnu stabljiku već u prvoj godini. U drugoj godini vegetacija počinje tek sa zatopljenjem. Prava lavanda počinje cvjetati u lipnju, a dok hibridna nešto kasnije. Kada je hladno vrijeme, cvjetanje kasni i po dva tjedna, a kada je toplo počne cvjetati mnogo prije. Puni cvat traje 6 – 8 dana i tijekom punog cvata cvjetovi sadrže eterično ulje najbolje kakvoće. (I. Miholović, Proizvodnja i prerada ljekovitog i aromatičnog bilja, str. 14)

4.2. Tehnologija uzgoja

Tehnologija uzgoja lavande sastoji na OPG-u Sabadoš se od pripreme tla prije sjetve lavande, plodoreda, ishrane biljke, priprema tla, njege usjeva i branje cvijeta. Nakon branja cvijeta na OPG-u Sabadoš se proizvodi eterično ulje i suhi cvijet od lavande.

4.2.1. Priprema tla i plodored

Na parceli gdje planirano zasijati lavandu je obavljeno duboko jesensko oranje od 18-20cm. Najpovoljnije je da na parceli prethodno bude zasijane leguminoze, što je bilo i u slučaju na OPG-u Sabadoš. Nakon žetve predusijeva obavljena je osnovna gnojidba. Za sadnju lavande potrebno je da površinski sloj tla bude rahle strukture.

Lavanda se nalazi 15-20 godina na istoj parceli. Najveći problem kod lavande je korove, te je potrebno parcelu ostaviti bez korova za predkulturu. Zbog toga se kukuruz sije 2-3 godine prije nego što se posije mlada biljka lavande, jer je osjetljive na sporo topive herbicide.

Lavanda Budrovka može se saditi u jesen ili na proljeće. Zbog klimatskih uvjeta i povoljnije cijene presadnica lavandu treba saditi u proljeće. Za jesenju sadnju u kontinentalnim područjima važno je osigurati jače i veće presadnice lavande koje će moći prezimiti. Čim je

biljka veća, ima i veću cijenu. Presadnice lavandina za proljetnu sadnju imaju i do 30 % nižu cijenu u odnosu na one namijenjene za sadnju u jesen. Na OPG-u Sabadoš sadnice su nabavili su od OPG-u Vera Trampus iz Belišća koji se bavi uzgojem sadnica. Cijena presadnica je bila 5 kn po komadu (srednje razvijene sadnice). Hibridna lavanda se sadi na razmak među redovima 180 ili 200 cm, a unutar reda 50 – 60 cm, uz sklop 9.200 – 10.000 sadnica po hektaru.



Slika 1. Lavanada godinu dana nakon sjetve (*Izvor: Aleksandra Sabadoš*)



Slika 2. Lavanda godinu dana nakon sjetve (*Izvor: Aleksandra Sabadoš*)

4.2.2. Ishrana

Za proljetnu sadnju Budrovke, tlo je potrebno pripremiti u jesen prethodne godine. Priprema tla obuhvaća duboko oranje i dodavanje gnojiva bez klora (NPK 7-14-21 S ili NPK 5-20-30 S oko 500 kg/ha), a u proljeće se može dodati oko 200 kg/ha KAN-a. To su orijentacijske doze jer svakako je potrebno obaviti kemijsku analizu tla i dalje se držati preporuka koje proizlaze iz analize. Sadnja biljaka obavlja se u redove, po mogućnosti smjera sjever-jug. Preporučljivi razmaci za sadnju lavandina jesu 180-220 cm između redova, a unutar reda 110-130 cm. Tako

za jedan ha nasada treba 4200- 5000 presadnica. (Ljekovito i aromatično bilje, Hrvatski zavod za poljoprivrednu savjetodavnu, službu).

4.2.3. Njega usjeva

Osnovna njega usjeva sastoji se od obrezivanja biljaka krajem svibnja (visina 8-10 cm) Tako se oblikuje gusto zbijeni grm. Biljka se ponovno obrezuje u drugoj godini (visina 15-18cm). Nakon toga više nije potrebno oblikovati krošnjju. Samo izjednačen usjev može se zadovoljavajuće rezati strojem, stoga je potrebno na kaju prve godine, sklop nadopuniti jačim sadnicama. Vrlo važnu ulogu ima kultiviranje tla zbog prozračivanja. Usjev u redu potrebno je okopati. Korov treba suzbiti prije početka vegetacije. Nasad prave lavande počinje starjeti nakon šest do osam godina. Grmovi se prorjeđuju, a cvjetne stabljike moraju se skratiti. Stari nasad može se pomladiti obrezivanjem biljaka u vrijeme mirovanja na visinu 10-15 cm. Nasad će dati puni prinos godinu dana nakon rezidbe. Nasad se tako može pomladiti tijekom životnog vijeka dva do tri puta. Kod hibridne lavande stare grane ne istjeruju nove izboje, stoga se ona na taj način ne može pomladiti. (Šilješ i sur., 1992.)

Lavandin treba umjereno (oskudno) zalijevati. To znači da nasad treba zalijevati onda kada je suh. U sušnom mediteranskom području, navodnjavanje je od osobite važnosti za život biljaka. Navodnjava se u vrijeme podizanja nasada, u početnoj fazi rasta biljka, a kasnije dva puta godišnje: krajem svibnja i u prvoj dekadi lipnja. Budrovka dobro podnosi sušu, a suvišak vlage može dovesti do odumiranja korijena i propadanja biljke. Jake kiše, kao i već spomenuta naoblaka, mogu smanjiti i do 50 % udio eteričnog ulja u cvatovima, dok suša kod hidrodestilacije može smanjiti udio eteričnog ulja za 60-80 %.

4.2.4. Branje cvijeta

Na OPG-u Sabadoš jedan dio parcele pod kultivarom Budrovke se kosi prije pune cvatnje, a to je polovinom srpnja, a razlog tome je u tome što tada lavanda sadržava veću količinu ulja. Inače vrijeme za kosidbu na kontinentalnom području je 15. srpnja i 1. kolovoza, a dok na mediteranskom između 1. i 15. srpnja. Postoji mogućnost i žeti drugi put krajem rujna ili početkom listopada, pri čemu se dobiva oko 25% cvijeta u odnosu na prvu žetvu. Žetva se obavlja ručno na OPG-u Sabadoš. Ne zapošljavaju sezonske radnike, nego žetvu obavljaju članovi kućanstva. Razlog zbog kojeg se žetva ne obavlja strojno je to što su strojevi vrlo skupi,

te to su specijalizirani strojevi koji svoju primjenu nalaze na velikim plantažama lavande, također ti strojevi imaju i primjenu u berbi čaja. Žetva se počinje obavljati tek kada se jutarnja rosa povuče. U slučaju da je kiša pala, potrebno je pričekati da prođe nekoliko sunčanih dana kako bi se žetva započela. Pokošena lavanda se čuva na suhom mjestu, jer ako pokisne lavanda gubi na vrijednosti.



Slika 3: Prije prve berbe na OPG-u Sabadoš (Izvor:Aleksandra Sabadoš)



Slika 4 i 5: Branje cvijeta na OPG-u Sabadoš (Izvor: Aleksandra Sabadoš)

Glavni proizvodi lavande je ulje. Od jednog odrasli grm lavande (3 godine i više) ima prinos od 1 kg svježeg cvijeta. Prosječni prinos eteričnog ulja je 1,5% eteričnog ulja po grmu, to je oko 15 grama. Na jednom hektaru na kojem je posađena lavanda nalazi se oko 8.000 tisuća grmova.



Slika 6. Slaganje ubranih cvjetova lavande na prikolicu (*Izvor: Aleksandra Sabadoš*)

5. EKONOMSKA ANALIZA PROIZVODNJE LAVANDE

Ekonomska analiza proizvodnje lavande na OPG-u Sabadoš iz Vukovara temelji se na sastavljenoj analitičkoj kalkulaciji proizvodnje te na izračunatim ekonomskim pokazateljima uspješnosti proizvodnje.

5.1. Kalkulacije proizvodnje lavande

Kalkulacija je računski postupak izračunavanja cijene proizvoda ili usluga, a pod pojmom kalkulacija podrazumijeva se postupak utvrđivanja prihoda, troškova proizvodnje, prerade i realizacije dobivenih proizvoda i dobitka. Kalkulacija se zasniva na određenim načelima na temelju čega može uspješnu ispuniti svoju svrhu. Postoji nekoliko načela, a to su načelo točnosti, razvrstavanja, potpunosti, diferenciranja, prilagođenosti, preglednosti, ažurnosti, usporedivosti te načelo ekonomičnosti. (Karić, 2002.)

Proizvodnja lavande na OPG-u Sabadoš odvija se na površini od 1 ha te je napravljena kalkulacija proizvodnje za prve tri godine uzgoja, te godinu dana prije sjetve lavande. Kalkulacije su napravljene uz pomoć informacija sa OPG-a Sabaodš.

Tablica 10. Troškovi za pripremu tla godina dana prije sjetve lavande (*Izvor: Autor*)

Vrste troškova	Količina	Jedi. mjere	Jedinična mjera	Ukupno kn/ha
Analiza tla				310,00
Sjeme leguminoze	20,00	kg	70,00	1.000,00
Troškovi vlastite mehanizacije:				
- oranje	3,00	h	125,00	375,00
- sjetvospremanje	1,00	h	140,00	140,00
- sjetva	1,50	h	180,00	270,00
- malčiranje	3,00	h	130,00	390,0
Ukupni troškovi vlastite mehanizacije				1.775,00
UKUPNO				1.775,00

Izvor: Autor

Tablica 11. Troškovi prve, drugo i treće godine usjeva (*Izvor: Autor*)

PRVA GODINA				
Vrsta troškova	Količina	Jedin. mjera	Jedinična cijena, kn	Ukupno, kn/ha
Mineralno gnojivo:				
• NPK 7-14-24	500,00	kg	2,70	1.350,00
• KAN	200,00	kg	1,40	280,00
Sadnice	7000,00	kom.	5,00	35.000,00
Sjeme za uspostavu živoga biljnog malča	35,00	kg.	40,00	1.400,00
Troškovi vlastite mehanizacije:				
• dovoz gnojiva, sadnica i sjemena	1,00	h	135,00	135,00
• raspodjela mineralnoga gnojiva	0,50	h	150,00	150,00
• oranje	2,00	h	100,00	200,00
• sjetvospremanje	1,00	h	150,00	150,00
• sjetva biljnog malča	1,00	h	145,00	145,00
• valjanje	1,00	h	110,00	110,00
Ukupni troškovi vlastite mehanizacije				890,00
Iskolčavanje terena	2,00	h	20,00	40,00
Ručna sadnja	50,00	h	20,00	1.000,00
Okopavanje u redu i prihrana	40,00	h	20,00	800,00
Povratni rez biljka	5,00	h	20,00	100,00
UKUPNO				40.420,00
DRUGA GODINA				
Sadnice za podsadiivanje	100,00	kom.	5,00	500,00
Mineralno gnojivo:				
NPK 7-14-21	400,00	kg	2,70	208,00
KAN	150,00	kg	1,40	210,00
Troškovi vlastite mehanizacije:				
• Dovož gnojiva i sadnica	3,00	h	80,00	240,00
• Košnja živoga biljnog malča	30,00	h	20,00	500,00
Ukupno troškovi vlastite mehanizacije				740,00
Podsadiivanje	1,00	h	20	20
Okopavanje u redu i prihrana	8,000	h	20	1.600,00
Povratni rez biljka	1,000	h	20	200,00
UKUPNO				2.978,00
TREĆA I OSTALE GODINA				
Mineralno gnojivo				
• NPK7-14-21	400,00	kg	2,70	208,00
• KAN	150,00	kg	1,400	210,00
Troškovi vlastite mehanizacije:				
• Dovož gnojiva	1,00	h	135,00	135,00
• Košnja živog biljnog malča	30,00	h	20,00	500,00
• Transport cvata do destilacije	1,00	h	135,00	135,00
• Povratni rez biljaka	20,00	h	20,00	400,00
Ukupni troškovi vlastite mehanizacije				1170,00
Okopavanje redova i prihrana	80	h	20,00	1600,00
Berba cvata	100	h	20,00	2000,00
UKUPNO				5.180,00

Izvor: Autor

U tablici 3. su prikazani ukupni troškovi podizanja nasada lavandina koji se protežu se na trogodišnje razdoblje. Najveću stavku u dizanju nasada predstavlja nabava biljnog materijala, to jest sadnice, sjeme usjeva zelenu gnojidbu i živi biljni malč. Državni poticaj za podizanje nasada lavande iznose 14.000,00 ha, te to pokriva 40% cijena sadnica. Od treće godine treba računati na varijabilne troškove, a u pod njih se smatraju troškovi ručna ili polumehanizirana berba cvata, vreće, transport do destilerije. Ovi su troškovi su varijabilni jer ovise o prinosu i načinu berbe.

Tablica 12:Dohodak u proizvodnji lavandina ovisno o namjeni cvata

Ukupni troškovi (godina prije sadnje + prva godina + druga godina)	45.173,00 kn
Iznos poticaja za dizanje nasada lavande	14.00,00 kn
Iznos poticaja za godišnja plaćanja	1.250,00 kn
Troškovi podizanja nasada	29.932,00 kn
DOHODAK OD ETERIČNOG ULJA	
Prihod od eteričnog ulja od 4. godine (90 kg/ha)	22.500,00 kn
Iznos poticaja za godišnja plaćanja	1.250,00 kn
Troškovi proizvodnje od 4. godine	5.180,00 kn
Dohodak od 4. godine	18.570,00 kn
DOHODAK OD SUHOG CVIJEĆA	
Prihod od suhog cvata od 4. godine (0,600 t/ha)	21.000,00 kn
Iznos poticaja za godišnja plaćanja	1.250,00 kn
Troškovi proizvodnje od 4. godine	5.180,00 kn
Troškovi sušenja (1.250,00 kn/t suhog cvata)	600,00 kn
Dohodak od 4. godine	16.470,00 kn

Izvor: Autor

Puni prinos lavande se očekuje tek u četvrtoj godine 4. godine te u ostalim godinama. Prinos lavande opada tek u posljednjim godinama životnog vijeka. Nasad lavande inače traje 20 godina. Nakon četvrte godine se očekuje puni dohodak, što se može vidjeti u Tablici 5. Visina dohotka značajno ovisi o namjeni cvata (eterično ulje ili sušenje cvijeta). Osim suhog cvijeta i eteričnog ulja, na OPG-u Sabadoš se prodaje i hidrolant (vodica koja ostaje nakon destilacije) . Ona je zapravo nusprodukt koji ne pridonosi puno dohotku. Na OPG-u je isplativije proizvoditi eterično ulje, ali i suho cvijeće ima vrlo velik značaj u dohotku.

6. MARKETING MIKS

Marketinški miks sastoji se od sljedećih marketinških instrumenata: proizvod, cijena, distribucija i promocija.

6.1. Proizvod

Kad je riječ o proizvodnji, najbitnije je da se odluči što će se proizvoditi te koju vrstu proizvoda. Također bi trebalo definirati obilježja proizvoda kako bi se izašl u susret potrebama kupca. Obavezno treba obratiti pozornost na sljedeća obilježja:

- Kvaliteta (zakonski propisi, boja, okus, miris, oblik, kemijski sastav i sl.)
- Asortiman (raznovrsnost asortimana, primjerice pakiranje vina od 1 l, 5 l i dr.)
- Pakiranje (ambalaža i grafički dizajn, praktično, svrsishodno)
- Etiketiranje (informativno i zanimljivo, istovremeno promocija proizvoda)
- Označavanje (marka, oznaka zemljopisnog podrijetla, eko oznaka i dr.)
- Prodajni servis (garancije i reklamacije).

Na OPG-u Sabadoš se proizvodi tri proizvoda, a to su:

- Suhi cvijet
- Ulje od lavande (bočica od 10ml)
- Hidrolant - cvjetna vodica (1/2 l)

Lavandin suhi cvijet se može koristiti na mnoge način, kao što su za jastuke punjenih lavandom, vrećica za ormare protiv moljaca, svijećnjake, pa sve do sastojaka za kolače i čajeve. Cvjetovi lavande su ugodnog mirisa te ima ljekovito svojstvo čaj od cvjetova. Jedan je od tradicionalnih je lijekova za umirenje i ublažavanje nesanice te protiv glavobolje. Lavandin cvijet je također djelotvoran i kod prehlade i infekcije dišnih putova. Potiče probavu i vrlo je koristan pri detoksikaciji tijela, a nezaslađen čaj pomaže kod želučanih tegoba i nadutosti. Osušeni cvjetovi se vrlo često koriste za punjenje jastuka za opuštanje i bolji san. Koriste se kao i dodatak pri izradi domaćih kozmetičkih pripravka, losiona, kupki i slično. Kada je u pitanju ambalaže suhog cvijeta, postoje razne veličine vrećice te različitih dizajn vrećica u koje pakuju na OPG-u Sabadoš.



Slika 7 i 8. Suhi cvijet u vrećicama (Izvor: Aleksandra Sabadoš)

Ulje ima također umirujuća svojstva, neke od "čudesnih" svojstava, osim umirujućeg djelovanja, su to da smanjuju probleme sa kožnim iritacijama, manjim opekotinama, opekotinama od sunca i . Također će pomoći kod ugriza kukaca i modrica te pomoći će tako i kod zacjeljenja te kod opuštanja napetih mišića.



Slika 9. Ulja od lavande u pakiranju od 10 ml (Izvor: Aleksandra Sabadoš)



Slika 10. Cvjetna vodica ili hidrolat od lavande (*Izvor: Aleksandra Sabadoš*)

Hidrolat od lavande je cvjetna vodica nastala kao nusprodukt destilacije lavandinog ulja. Ima slična svojstva kao ulje ali slabije djeluje od ulja. Razlog tome je to što ima manju količinu ulja. Najčešće se koristi kao tonik u kozmetici.

6.2. Cijena

Postoje razne definicije cijene, a najjednostavnije je definirati cijenu kao novčana vrijednost proizvoda ili usluga na tržištu. To je iznos koji kupac mora platiti kako bi posjedovao robu, odnosno predstavlja sumu vrijednosti koju kupac razmjenjuje za korisnost koju stiče posjedovanjem ili korištenjem proizvoda ili usluga. Pomoću cijene poduzeće ostvaruje prihod, mjeri tržišno učešće i profitabilnost firme.

Cijena ulja lavande na OPG-u Sabadoš je 250 kn/litra, ma da ulje pakira u bočice od 10 ml i prodaje ih po 15 kn. Većina kupaca kupuju manje količine, ali imaju jednog kupca koju uzima veće količine jer ima se bavi kućnim radinostima. Kada se radi o ostalim proizvodim na OPG-u Sabadoš, cijena ovisi o veličini pakovanja, na primjer cijena 30g suhog cijena je 20 kn.

6.3. Promocija

Promocija je dio marketing miksa koji je usmjeren na krajnje kupce, na članove distribucijskih kanala i na grupe osoba koje svojim mišljenjem ili preporukom utječu na krajnje kupce. Promocija služi kako bi se dodala vrijednost nekom proizvodu.

Način na koji promoviraju svoje proizvode na OPG-u Sabadoš je prvenstveno društvene mreže, zatim na vukovarskom korzu te na Božićnim sajmu u Vukovaru. Grad Vukovar je organizira svake subote događaj pod nazivom "Čekam te na korzu" gdje razni proizvođač iz Vukovara i okoline izlažu svoje proizvode na štandovima, također svoje proizvode izlaže OPG Sabadoš zajedno sa Mirjanom Čupić iz Borova koja izlaže svoje kućne radinosti te je ona većinski otkupljivač ulja od OPG-a-e. Proizvodi koje Mirjana radi produkt su čiste ljubavi s puno znanja i truda. Spektar proizvoda sa koji se predstavljaju na korzu se kreće od hypoalergenih (bez mirisa) sapuna koji se koriste za regeneraciju oštećene kože, preko šampona za sve vrste kose, mlijeka za sunčanje, macerata za i poslije sunčanja, stickova, tekućih sapuna za lice i tijelo, šumećih kupki te raznolikih sapuna. Opg Sabadoš zajedno sa Mirjanom Čupić pravi poklon pakete, te im to ujedno pomaže u promoviranju proizvoda.

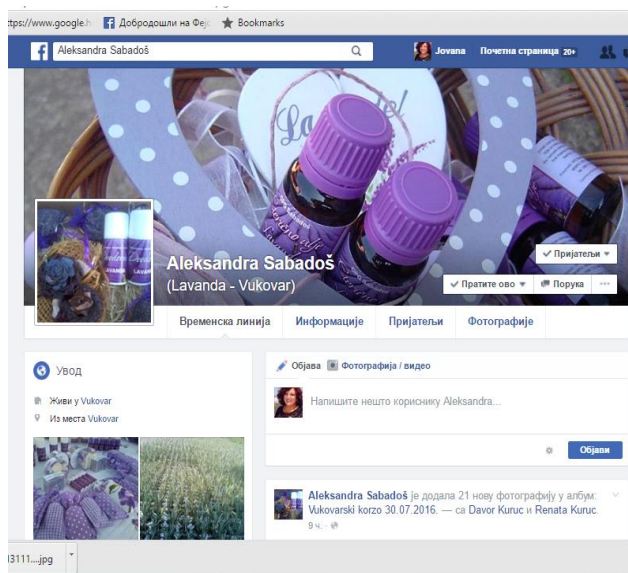


Slika 11. Događaj "Čekam te na korzu" u Vukovar (Izvor: Aleksandra Sabadoš)



Slika 12. Poklon paket sa proizvodima sa OPG-a Sabadoš (Izvor: Aleksandra Sabadoš)

U promociji proizvoda im je pomogla stranica na društvenoj mreži Facebook gdje redovno stavljaju slike svojih proizvoda, a redovno objavljuju zanimljive podatke o ljekovitim svojstvima lavande te zanimljivosti vezane uz nju. Za vrlo kratko vrijeme krajnji kupci, zapravo građani Vukovara i okoline saznali su za proizvode od lavande koja se proizvodi u okolini i bili su vrlo zainteresirani na samom početku proizvodnje te nije bilo potrebe za velikim aktivnostima pri promoviranju proizvoda na OPG-u Sabadoš.



Slika 13. Stranica na društvenoj mreži gdje se obavlja promocija proizvoda OPG-a Sabadoš (Izvor: Autor)

Pored društvenih mreža, veliku ulogu u promoviranju proizvoda je odigrao marketing usta od usta, koja zauzima značajnu ulogu u komunikacijskim aktivnostima. Činjenica je da će potrošači probati proizvod koji je neko već probao te samim tim i pohvali, nego reklami na TV ekranu. Samim tim povjerenje ima proizvod ima proizvod koji se reklamira od usta do usta. Termin "Od usta do usta" naziv je za promociju, tj. prenošenje preporuke usmenim pute.

6.4. Distribucija

Distribucija kao element marketing miksa predstavlja skup mjera, aktivnosti i funkcija koje se moraju obaviti da bi proizvod (usluga) došao od početne sirovine (proizvodnje) do konzumne zrelosti (potrošnje). Distribucija kao upravljačka varijabla obuhvata odluke i aktivnosti koje određuju dostupnost proizvoda ciljnom tržištu.

Kanal distribucije je organizirani sustav agencija i tvrtki koje u sustavnom djelovanju obavljaju sve potrebne aktivnosti za povezivanje proizvođača s klijentom u namjeri ispunjavanja marketinškog cilja – razmjene. Posrednici imaju važnu ulogu u olakšavanju procesa razmjene, oni tako što dostavljaju robu kupcima te raznim uslugama i marketinškim aktivnostima daju dodatnu vrijednost proizvodima.

Poduzeće mora odlučiti je li će proizvod prodavati direktno krajnjim potrošačima (direktni kanal distribucije), preko posrednika (indirektna distribucija). Ako se odluči da ne prodaje svoje proizvode indirektno krajnjim korisnicima, kompanija mora da izabere posrednike – vrstu i broj posrednika (posrednici u distribuciji, marketinški posrednici). (Igor Protić, Marketing i trgovina; Beograd 2013, str 8).



Slika 14. Uobičajeni kanali distribucije za tržište krajnje potrošnje (Izvor:

<https://pozegacv.wordpress.com/projekti/poslovno/mjesto-distubucija-i-prodaja/>)

7. DISTRIBUCIJA I DISTRIBUCIJSKI KANALI LAVANDE

U ovom poglavlju ćemo se baviti četvrtim elementom marketing mjestom - distribucijom, tj. mjestom (eng. „place“). Ovdje ćemo razmatrati put, odnosno kanal koji proizvod kako bi stiglo do mjesta potrošnje, odnosno potrošača. Do potrošača dolazi obično pomoću manje ili više posrednika. Posrednici imaju izuzetno važnu ulogu u distribuciji jer preuzimaju brojne direktne kontakte koji se odvijaju između proizvođača i potrošača.

7.1. Izbor kanala distribucije

Izbor kanala distribucije je donošenje odluke proizvođača o borju, tipu i karakteru posrednika koji će da omogući da njegov proizvod do krajnjeg kupca - potrošača. Sam čin izbora kanala distribucije utječe na ostale elemente marketing miksa - cijene, promocije i proizvoda.

U literaturi (Marketing menadžment, Kotler Ph.) se spominje više faktora o kojima se treba voditi računa pri izboru kanala distribucije, tj prodaje. Smatra se da si faktori koji utječu na kanale distribucije, mogu svrstati u nekoliko skupina:

1. Proizvod sa svojim osobinama
2. Stepen razvitka proizvoda tehnološki napredak
3. Stepen razvitka transporta i komunikacije
4. Zahtjevi potrošača
5. Društveno - politički sistem
6. Direktni i indirektni kanali distribucije

Pomoću izravne prodaje, za razliku od posredne prodaje, proizvođač svoj proizvod prodaje krajnjem potrošaču. Krajnji potrošači mogu da budu kućanstva, ali i veliki potrošači. Prodaja vlastitih poljoprivrednih proizvoda na veliko može se odvijati:

- Neposredno na OPG-u,
- Na mjestima organiziranog otkupa (ili mjestu koje odredi otkupljivač) ili
- Na tržnicama na veliko.

Izravna prodaja omogućava dijelu poljoprivrednika da svoj proizvod prodaje po većoj cijeni, tako da većom uposlenošću članova gospodarstva ostvara veći dohodak. Izravna prodaja omogućava da dio poljoprivrednika proda svoj proizvod po većoj cijeni te sa većom uposlenošću članova gospodarstva ostvare veći dohodak.

OPG koje sukladno poreznim propisima vodi poslovne knjige dužan je sukladno tim zakonu o prodaji na kućnom pragu izdati otpremnicu, otpremnicu/račun i/ili račun te prodaju na veliko evidentirati. OPG je dužno voditi evidenciju o prodaji vlastitih poljoprivrednih proizvoda koja najmanje treba sadržavati podatke o datumu prodaje, vrsti i količini prodanih vlastitih proizvoda.

Prilikom izravne prodaje na malo nositelj i članovi OPG-a dužni su imati kod sebe Iskaznicu ili Rješenje o upisu u Upisnik poljoprivrednih gospodarstva, te druge dokaze ovisno o vrsti proizvoda koje prodaju i dati ih na uvid za to zakonom ovlaštenoj osobi.

8. SWOT ANALIZA

SWOT analiza pojavila se sedamdesetih godina dvadesetog stoljeća. Naziv ove analiza predstavlja skraćenicu engleskih naziva za snage (strengths), slabosti (weaknesses), prilike (opportunities) i prijetnje (threats). Analizom snaga i slabosti unutar poduzeća te prilika i prijetnji iz okoline, dobiva se matrica pomoću koje se utvrđuje najbolja strategija za poduzeće. Važan je alat kriznog managementa te pomaže da se rad organizacije sagleda iz različitih perspektiva. Najvažniji vanjski i unutarnji čimbenici za budućnost poduzeća nazivaju se strateškim čimbenicima. Oni se sumiraju u SWOT analizi.

Slika 13. Shema SWOT-a (Izvor: Autor)

	Pozitivno	Negativno
Unutarnje	SNAGA	SLABOST
Vanjske	PRILIKE	PRIJETNJE

8.1. Unutarnje okruženje: slabosti i snage

Određivanju snaga i slabosti treba pristupiti što je moguće više pragmatično. Kod utvrđivanja snaga određuju se jake točke i pritom se mogu postaviti sljedeća pitanja:

- Postoje li jedinstvene razlikovne prednosti koje čine ovo poduzeće različitim od konkurencije?
- Zašto potrošači odabiru ovo poduzeće umjesto konkurenata?
- Postoje li proizvodi i usluge koje konkurencija ne može imitirati (sada i u

budućnosti)?

Slabosti je najbolje priznati bez suzdržavanja i pritom se mogu postaviti sljedeća pitanja:

- Postoje li operacije ili procedure koje mogu biti naglašenije?
- Što i kako konkurencija radi bolje?
- Postoji li neko izbjegavanje kojeg bi organizacija trebala biti svjesna?
- Je li konkurencija osvojila određeni tržišni segment? (Marli Gonan Božac, 2008.)

Kada je u pitanju OPG Sabadoš, najveća snaga mu je u tome što je jedini registrirani uzgajivač lavande i proizvođač proizvoda od lavande na području grada Vukovara i okoline, što znači da nema konkurencije. Snaga im je i u tome što su njihovi proizvodi su prepoznati zbog visoke kvalitete. Zbog velike potražnje za njihovim proizvodima, imaju u planu da prošire proizvodnju te prošire asortiman. Slabost im je to što su u nemogućnosti da proizvode kozmetičke preparate kao što su sapuni, šamponi, gelove za tuširanje i tome slične. Kako bi to mogli proizvoditi kozmetičke preparate trebalo bi da ispune neke uvjete te da imaju certifikat za proizvodnju. Osim nabrojanih razloga, za sada sve što proizvedu proda se, tako da prvo bi se proizvodnja trebala proširiti kako bi dobili dodatnu sirovinu koju bi koristili za proizvodnju kozmetike. Kada bi uspjeli da pokrenu proizvodnju kozmetičkih preparata, asortiman bi se proširio i samim tim bi postali još prepoznatiji te bi im to postalo element snage.

8.2. Vanjski elementi: prilike i prijetnje

U analizi vanjskog okruženja moraju se uzeti u obzir mnogi različiti čimbenici. Ti se čimbenici, koji mogu biti ili prijetnje ili prilike, mogu grupirati u sljedeće kategorije: ekonomski, društveni, političko-pravni, tehnološki, ekološki, etički i ostali. (Marli Gonan Božac, 2008.).

Neke od prilika OPG-a Sabadoš su proširenje proizvodnje jer na taj način bi zainteresirali veći broj potrošača. Postojeće proizvode bi mogli prodavati i u lokalnim trgovinama ili u radnjama koje prodaju proizvode sličnim s njima. Mnogo je prilika kako bi unapredili svoju proizvodnju i postali još prepoznatljiviji, ali na OPG-u Sabadoš su vrlo zadovoljni sa dosadašnjim poslovanjem i za sada će da nastave na ovaj način da posluju te će postupno mijenjati svoj asortiman i način rada kako bi pridobili veći broj kupaca. Prilika im je da na druge načine promoviraju svoje proizvode osim preko društvenih mreža i na sajmovima (npr. preko plakata, radio stanice...)

Najveća prijetnja OPGu Sabadoš su proizvodi koje najčešće možemo naći u trgovačkim lancima (kao što je DM, Kaufland...). U mnogim trgovačkim lancima možemo naići na ulja, suho cvijeće od lavande i tome slično, ma da se s njima vrlo dobro nose jer imaju svoje stalne potrošače koji su prezadovoljni kvalitetom i ujedno sa cijenom proizvoda. Neku vrstu prijetnje im čine zakoni koji se mijenjaju i po riječima vlasnika OPG-a nisu uvijek usklađeni, zapravo često im nisu jasni i nedovoljno su definirani.

U tablici 7. prikazani su vanjski i unutrašnji elemente SWOT analize koji utječu na poslovanje OPG-a Sabadoš.

Tablica 7. SWOT analiza OPG-a Sabadoš (*Izvor: Autor*)

PRIJETNJE	PRILIKE
<ul style="list-style-type: none"> • Mogućnost pojave konkurencije • Često mijenjanje zakona te poteškoće prilagođavanju zakonu • Konkurencija koja se nalazi u trgovačkim lancima 	<ul style="list-style-type: none"> • Proširenje proizvodnje • Poizvode učiniti prepoznatljivim u Vukovaru i okolini • Proširiti proizvodnji te svoje proizvode staviti na police trgovačkih lanaca
SLABOSTI	SNAGA
<ul style="list-style-type: none"> • Mali asortiman proizvoda • Relativno brzo se proizvodi prodaju, te se znaju naći u situaciji da nemaju proizvoda da ponude i prodaju kupcima 	<ul style="list-style-type: none"> • Nemaju konkurenciju, jedini su registrirani uzgajivač lavande na području grada i okoline • Prepoznatljivi su po kvaliteti i dostupnoj cijeni

9. ZAKLJUČAK

Cilj ovog rada je bilo analizirati distribucijske kanale lavande na OPG-u Sabadoš. Većinu proizvoda na OPG-u Sabadoš prodaje se putem direktnog kanala distribucije, tj. iz ruke proizvođača proizvod preuzima direktno kupac/potrošač. Također, njihove proizvode otkupljuje proizvođač kućnih radinosti koji ima certifikat za proizvodnju kozmetičkih preparata. Tijekom rada, mogli smo se upoznati sa načinom sjetve i održavanjem usjeva lavande te na temelju toga zaključiti da lavanda nije tehnološki zahtjevna kultura, a najveći problem predstavljaju korovi, koji se uz redovno mehaničko uništavanje ili tretiranjem herbicidima mogu riješiti.

Uz proširenje svoje proizvodnje ili uz dodatnu djelatnost na OPG-u sabadoš, poslovanje bi se moglo unaprediti i zauzeti veći tržišni udio te povećati broj potrošača. Puno je prilika za unapređenje proizvodnje, što će članova gospodarstva kroz određeno vrijeme i pokušati, kako bi postali još poznatiji i zauzeli mjesto lidera u proizvodnji lavandinih proizvoda, odnosno preparata. To bi im donijelo mnogo prednosti u odnosu na proizvode u trgovačkim centrima te na nove proizvođače koji će vremenom se pojaviti na području Vukovara i okoline.

Tijekom rada smo se općenito o ljekovitom bilju te smo mogli vidjeti da površine pod aromatičnim, ljekovitim i začinskim biljem raste sve više, iz godine u godinu, također, smo mogli vidjeti da se isplati baviti sa uzgojem ljekovitoga bilja, odnosno lavande. Svatko tko bi se želio baviti uzgojem lavande ili nekim drugim ljekovitim, aromatičnim ili začinskim biljem, trebao bi se informirati o načinu proizvodnje i upoznati se sa zakonima i pravilnicima. Najbitnije je imati vrlo pouzdan kanal distribucije koji će ujedno i promovirati i dostavljati proizvode krajnjim potrošačima.

10. LITERATURA

1. Alilović, A. (2016.): Distribucijski kanali ekoloških proizvoda. Diplomski rad. Poljoprivredni fakultet. Osijek.
2. Hadžović, S., Pilipović, S. (1999.): Ljekovito bilje i izrada preparata od ljekovitog bilja. Šahinpašić. Sarajevo.
3. Parađiković, N. (2014.): Ljekovito i začinsko bilje. Poljoprivredni fakultet. Osijek.
4. Pravilnik o prodaji vlastitih poljoprivrednih proizvoda na opg-u
5. Šilješ, I., Grozdanić, Đ., Grgesina, I. (1992.): Poznavanje, uzgoj i prerada ljekovitog bilja. Školska knjiga. Zagreb.
6. Tolušić, Z. (2007.): Tržište i distribucija poljoprivredno - prehrambenih proizvoda, Poljoprivredni fakultet. Osijek.
7. Tucakov, J. (1984.): Lečenje biljem. Izdavač aradna organizacija Rad. Beograd.
8. Vrbat, A. (2015.): Tržišni potencijal proizvodnje ljekovitog bilja u Republici Hrvatskoj. Diplomski rad. Poljoprivredni fakultet. Osijek.

11. SAŽETAK

Za uzgoj ljekovitog bilja postoji sve veći interes. U kontinentalnom dijelu Hrvatske postoji porast broja proizvođača kako ljekovitog bilja, tako i lavande. Najčešći način distribucije proizvoda od lavande je direktnom prodaja, putem društvenih mreža te putem usta do usta. Na OPG-u Sabadoš osim što uzgajaju lavandu, proizvode ulje lavande, hidrolant i mirišljave vrećice od suhog cvijeća lavande. Ne postoje veliki problemi u prodaji proizvoda od lavande na OPG-u Sabadoš jer nemaju konkurenciju, tj. nema drugih registriranih uzgajivača lavande osim njih. Također nemaju problema sa konkurencijom koja se nalazi u trgovačkim centrima, jer se su stekli povjerenje kupaca te imaju pristupačnije cijene i kvalitetu. Najveći problem im predstavljaju korovi u usjevu koje najčešće rješavaju mehaničkim putem. Lavanda im je posijana na parceli veličine 1ha.

Ključne riječi: ljekovito bilje, lavanda, OPG Sabadoš

12. SUMMARY

There is a growing interest for cultivation of medicinal herbs. The number of manufacturers of medicinal herbs, so and lavender, is increasing in the continental part of Croatia. The most common method of distributing products of lavender is through direct sale, but there is also a way of promoting the same products through social media and by word of mouth. On the OPG Sabadoš apart from cultivation of lavender, there is also manufacturing of oil, hydrolant and scented bags of dried lavender flowers. There are no major problems in the sale of products of lavender on OPG Sabadoš because they have no competition, ie. there are no other registered lavender growers except them. Also, they don't have problems with the competition which is located in shopping centers because they have gained the trust of customers and have affordable prices and quality. The biggest problem they have are weeds in the crop and as it's difficult to get rid of them, they usually solve that problem in mechanical way. They have lavender planted on a plot of 1 ha.

Key words: medicinal herbs, lavender, OPG Sabadoš

13. POPIS SLIKA

Redni broj	Naziv slike	Broj stranice
Slika 1.	Lavanda godinu dana nakon sjetve	9
Slika 2.	Lavanda godinu dana nakon sjetve	9
Slika 3.	Prije godinu dana nakon sjetve na OPG-u Sabadoš	11
Slika 4.	Branje svijeta na OPG-u Sabadoš	12
Slika 5.	Branje svijeta na OPG-u Sabadoš	12
Slika 6.	Slaganje ubranih cvjetova na prikolica	12
Slika 7.	Suhi cvijet u vrećicama	17
Slika 8.	Suhi cvijet u vrećicama	17
Slika 9.	Ulje od lavande u pakiranju od 10 ml	17
Slika 10.	Cvjetna vodica ili hidrolant od lavande	18
Slika 11.	Događaj "Čekam te na korzu" u Vukovaru	19
Slika 12.	Poklon paket sa proizvodima sa OPG-a Sabadoš	20
Slika 13.	Stranica na društvenoj mreži gdje se obavlja promocija proizvodi OPG-a Sabadoša	20
Slika 14.	Uobičajeni kanali distribucije za tržište krejnje potrošnje	21
Slika 15.	Sheme SWOT-a	24

14. POPIS TABLICA

Redni broj	Naziv tablice	Broj stranice
Tablica 1.	Zasijane površine aromatičnog, ljekovitog i začinskog bilja u hektarima, Republika Hrvatska	6
Tablica 2.	Proizvodnja aromatičnog, ljekovitog i začinskog bilja u tonama, Republika Hrvatska	7
Tablica 3.	Prirod po hektaru aromatičnog, ljekovitog i začinskog bilja (t/ha), Republika Hrvatska	7
Tablica 4.	Uvoz ljekovitog bilja iz zemalja EU 27	8
Tablica 5.	Uvoz ljekovitog bilja u Republiku Hrvatsku po grupacijskim zemljama	8
Tablica 6.	Ukupni uvoz ljekovitog bilja Republike Hrvatske	9
Tablica 7.	Izvoz ljekovitog bilja u zemlje EU 27	10
Tablica 8.	Izvoz ljekovitog bilja po grupacijskim zemljama	10
Tablica 9.	Ukupni izvoz ljekovitog bilja Republike Hrvatske	10
Tablica 10.	Troškovi za pripremu tla godinu dana prije sjetve lavande	18
Tablica 11.	Troškovi prve, druge i treće godine usjeva	19
Tablica 12.	Dohodak u proizvodnji lavande ovisno o namjeni svata	20
Tablica 13.	SWOT analiza OPG-a Sabadoš	29

15. POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1.	Usporedba ukupnog izvoza i uvoza Republike Hrvatske	11
-------------	---	----

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

**Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Poljoprivredni fakultet u Osijeku
Sveučilišni diplomski studij, smjer Agroekonomika**

Diplomski rad

**Mogućnosti prodaje i distribucije proizvoda od lavande na primjeru OPG-a Sabadoš
iz Vukovara**

Jovana Kovačević

Sažetak:

Za uzgoj ljekovitog bilja postoji sve veći interes. U kontinentalnom dijelu Hrvatske postoji porast broja proizvođača kako ljekovitog bilja, tako i lavande. Najčešći način distribucije proizvoda od lavande je direktnom prodaja, putem društvenih mreža te putem usta do usta. Na OPG-u Sabadoš osim što uzgajaju lavandu, proizvode ulje lavande, hidrolant i mirišljave vrećice od suhog cvijeća lavande. Ne postoje veliki problemi u prodaji proizvoda od lavande na OPG-u Sabadoš jer nemaju konkurenciju, tj. nema drugih registriranih uzgajivača lavande osim njih. Također nemaju problema sa konkurencijom koja se nalazi u trgovačkim centrima, jer se su stekli povjerenje kupaca te imaju pristupačnije cijene i kvalitetu. Najveći problem im predstavljaju korovi u usjevu koje najčešće rješavaju mehaničkim putem. Lavanda im je posijana na parceli veličine 1ha.

Rad je izrađen pri: Poljoprivredni fakultet u Osijeku

Mentor: Izv. prof. dr. sc. Ružica Lončarić

Broj stranica: 40

Broj grafikona i slika: 16

Broj tablica: 13

Broj literaturnih navoda: 7

Broj priloga: -

Jezik izvornika: Hrvatski

Ključne riječi: ljekovito bilje, lavande, OPG Sabadoš

Datum obrane:

Stručno povjerenstvo za obranu:

1. Prof. dr. sc. Nada Parađiković, predsjednik
2. Izv. prof. dr. sc. Ružica Lončarić, mentor
3. Izv. dr. sc. Igor Kralik, član

Rad je pohranjen u: Knjižnica Poljoprivrednog fakulteta u Osijeku, Sveučilištu u Osijeku, Kralja Petra Svačića 1d.

BASIC DOCUMENTATION CARD

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Agriculture in Osijek
University Graduate Studies, Plant production, course Agricultural economics

Graduate thesis

**Sale and distribution possibilities of lavender products in the case of family farm
Sabados from Vukovar**

Jovana Kovacevic

Summary:

There is a growing interest for cultivation of medicinal herbs. The number of manufacturers of medicinal herbs, so and lavender, is increasing in the continental part of Croatia. The most common method of distributing products of lavender is through direct sale, but there is also a way of promoting the same products through social media and by word of mouth. On the OPG Sabadoš apart from cultivation of lavender, there is also manufacturing of oil, hydrolant and scented bags of dried lavender flowers. There are no major problems in the sale of products of lavender on OPG Sabadoš because they have no competition, ie. there are no other registered lavender growers except them. Also, they don't have problems with the competition which is located in shopping centers because they have gained the trust of customers and have affordable prices and quality. The biggest problem they have are weeds in the crop and as it's difficult to get rid of them, they usually solve that problem in mechanical way. They have lavender planted on a plot of 1 ha.

Thesis performed at: Faculty of Agriculture in Osijek

Mentor: Izv. dr. sc. Ruzica Lončarić

Number of pages: 40

Number of figures: 16

Number of tables: 13

Number of references: 7

Number of appendices: -

Original in: Croatian

Key words: medicinal herbs, lavender, OPG Sabados

Thesis defended on date:

Reviewers:

1. Prof. dr. sc. Nada Paradjicovic, president
2. Izv. prof. dr. sc. Ruzica Loncaric, mentor
3. Doc. dr. sc. Tihana Sudaric, member

Thesis deposited at: Library, Faculty of Agriculture in Osijek, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Kralja Petra Svačića 1d