

Analiza institucionalne podrške prilikom osnivanja dvaju tipova kratkih lanaca opskrbe (model osnivanja odozdo i odozgo)

Bokan, Nataša

Other document types / Ostale vrste dokumenata

Publication year / Godina izdavanja: **2021**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:204:939690>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-05-15**



Repository / Repozitorij:

[Repository Faculty of Agriculture University of Zagreb](#)



**Analiza institucionalne podrške prilikom
osnivanja dvaju tipova kratkih lanaca opskrbe
(model osnivanja odozdo i odozgo)**

Zagreb, siječanj 2021.

Nakladnik: Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet
Zagreb, Svetošimunska 25
www.agr.hr

Ova publikacija rezultat je aktivnosti „Analiza institucionalne podrške prilikom osnivanja dvaju tipova kratkih lanaca opskrbe (model osnivanja odozdo i odozgo)“ u sklopu godišnjeg akcijskog plana Nacionalne ruralne mreže za 2020. godinu.

SUFINANCIRANO SREDSTVIMA EUROPSKE UNIJE EUROPSKI POLJOPRIVREDNI
FOND ZA RURALNI RAZVOJ: EUROPA ULAŽE U RURALNA PODRUČJA

Mjera Tehnička pomoć - Podmjera 20.2.
„Podrška za osnivanje i upravljanje Nacionalnom ruralnom mrežom“



Urednica publikacije i voditeljica aktivnosti: doc. dr. sc. Nataša Bokan, Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet
Fotografije: Lindsay Lenard, Unsplash
ISBN 978-953-8276-17-0

Sadržaj

Uvod (doc. dr. sc. Nataša Bokan)	3
Zakonodavni okvir i institucionalna podrška kratkim lancima opskrbe (Sunčana Pešak, mag. ing. prosp. arch.)	7
Uvod	7
Metodološke napomene o provedbi anketnog istraživanja.....	8
Kratki lanci opskrbe u širem kontekstu	11
Valoriziranje kratkih lanaca opskrbe u strategiji „Od polja do stola”	15
Kratki lanci opskrbe u Zajedničkoj poljoprivrednoj politici Europske unije.....	18
Kratki lanci opskrbe u hrvatskim politikama.....	20
Kriteriji u definiranju kratkih lanaca opskrbe.....	21
Raznolikost modela kratkih lanaca opskrbe i njihove specifičnosti.....	27
Različiti pristupi lokalnosti.....	34
Potpora kratkim lancima opskrbe kroz mjere ruralnog razvoja – mjera 16.4.1.....	37
Prepreke i potrebe u razvoju kratkih lanaca opskrbe u Hrvatskoj	40
Kratki lanci opskrbe u novom nacrtu Strategije poljoprivrede 2020.-2030.: više od farme...42	
Zaključak	44
Preporuke kreiranju politika koje bi dale poticaj razvoju kratkih lanaca opskrbe.....	46
Literatura.....	47
Kratki lanci opskrbe i projektno financiranje na primjeru Međimurja (dr. sc. Petar Bagarić).....	50
Uvod	50
Projektizacija.....	54
ZadruGARSTVO	55
O predmetu istraživanja	57
Metodološke napomene.....	58
Rezultati istraživanja	61
Motivacija za pridruživanje kratkom lancu opskrbe	62
Prednosti poslovanja u uspostavljenom lancu opskrbe.....	65
Kratki lanci opskrbe i oznake izvornosti i kvalitete	66
Sudjelovanje u udruzi i pristup tržištu	67

Suradnja s institucijama.....	72
Organizacijski problemi u poslovanju kratkog lanca opskrbe.....	74
Zaključak	78
Preporuke za daljnji razvoj	80
Literatura.....	82
Kratki lanci opskrbe i njihovo osnivanje odozdo na primjeru istarskih solidarnih ekoloških grupa (dr. sc. Olga Orlić).....	84
Uvod	84
Metodologija istraživanja.....	86
Kratki lanci opskrbe.....	87
Solidarne ekološke grupe u Istri	94
Rezultati anketnog istraživanja.....	96
Rezultati ankete provedene među poljoprivrednicima	97
Rezultati ankete provedene među djelatnicima institucija	128
Zaključak	136
Preporuke	141
Literatura.....	144
Prilog 1.....	147
Prilog 2.....	156

Uvod

doc. dr. sc. Nataša Bokan

Ova je publikacija nastala u sklopu aktivnosti "Analiza institucionalne podrške prilikom osnivanja dvaju tipova kratkih lanaca opskrbe (model osnivanja odozdo i odozgo)" koju je od studenoga 2020. do siječnja 2021. godine provodilo Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet u sklopu godišnjega plana Nacionalne ruralne mreže za 2020. godinu.

Znanstveni je interes za kratke lance opskrbe recentnijeg datuma i akademski je odgovor na promjene na tržištu hrane na kojem se dodatna vrijednost proizvoda postiže isticanjem njihove autohtonosti i autentičnosti. Svijest o klimatskim promjenama dodatno oblikuje potrošačku klimu, pa u tom kontekstu kratki lanci opskrbe imaju komparativnu prednost zbog njihovog doprinosa smanjenju emisije stakleničkih plinova. Također, kratki lanci opskrbe donose mogućnost razvoja obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava i stvaranja ekološki i ekonomski održive poljoprivredne proizvodnje. Sve veća prisutnost pojma 'kratki lanci opskrbe' u hrvatskim javnim politikama i s njima povezanim dokumentima u skladu je s navedenim kretanjima. Kratki lanci opskrbe široko su prisutan pojam i u europskom kontekstu i njihov potencijal da doprinesu rješavanju širokog spektra problema u području ruralnog razvoja upućuje na potrebu utvrđivanja i praćenja iskustava aktera u kratkim lancima opskrbe, kao i provedbe politika i infrastrukturnih mogućnosti uspostavljanja kratkih lanaca opskrbe. Budući da je prema Programu ruralnog razvoja manjak administrativnog iskustva temeljna prepreka implementaciji modela kratkih lanaca opskrbe, posredan cilj ove aktivnosti jest upravo pružanje rezultata istraživanja koji mogu povećati informiranost i unaprijediti znanje o specifičnostima kratkih lanaca opskrbe svim zainteresiranim akterima ruralnoga razvoja, a ponajprije institucijama koje sudjeluju u provođenju Programa ruralnog razvoja ili bi se u njega mogle uključiti.

U sklopu aktivnosti izrađene su tri komplementarne studije koje govore o međupovezanosti institucionalne podrške i uspješnosti ostvarivanja kratkih lanaca opskrbe. Pritom su istražena tri različita aspekta institucionalne podrške. Ponajprije, istraženo je na koji način su kratki lanci podrške zakonski definirani, u kojoj je mjeri zakonski okvir usklađen s postojećim konkretnim oblicima podrške osnivanju kratkih lanaca opskrbe te odgovara li postojeća podrška potrebama poljoprivrednika koji su uključeni i kratke lance opskrbe. Ta je analiza ukazala na manjkavosti koje se nalaze u postojećim dokumentima u Hrvatskoj iz područja poljoprivrede i ruralnog razvoja. Nadalje, istraženo je kakvo je iskustvo poljoprivrednika uključenih u kratke lance opskrbe, posebice njihovo iskustvo s institucionalnom podrškom kratkim lancima opskrbe. U istraživanju su obuhvaćeni poljoprivrednici dvaju različitih iskustava, onih istarskih, iz kratkog lanca opskrbe osnovanog odozdo, te onih međimurskih, iz kratkog lanca opskrbe osnovanog odozgo. Perspektiva poljoprivrednika uključenih u postojeće kratke lance opskrbe vrijedna je jer nudi pogled 'iznutra', iz neposrednog iskustva u organizaciji, izvedbi te procesima kroz koje njihovi kratki lanci opskrbe prolaze. Također, jedna od dodatnih tema obrađenih u istraživanju jest informiranost, stavovi i iskustva djelatnika institucija, koje su više ili manje uključene u provedbu Programa ruralnog razvoja, s kratkim lancima opskrbe.

Razvoj i promocija kratkih lanaca opskrbe izravno su povezani s nekoliko potreba istaknutih u Programu ruralnog razvoja 2014.-2020., kao što su povećanje konkurentnosti sektora prerade i trženja poljoprivrednih proizvoda te organiziranje proizvođača i njihovo jače pozicioniranje na tržištu. Kratki lanci opskrbe, osim toga, imaju važnu ulogu i u posrednom smanjivanju emisije ugljičnog dioksida.

Tema i cilj ove aktivnosti odgovara i na ciljeve Nacionalne ruralne mreže za 2020. godinu. Kratki lanci opskrbe relativno su novi akter u području ruralnog razvoja i poljoprivrede u Hrvatskoj te smo ovom aktivnošću kroz davanje upravo perspektive poljoprivrednika uključenima u kratke lance opskrbe pružili uvid u perspektivu one grupe aktera koja adekvatnom podrškom kratkim lancima opskrbe ili njenim

izostankom najviše može dobiti odnosno izgubiti. Ovim istraživanjem željeli smo potaknuti na kreiranje još boljeg zakonodavnog okvira, na još kvalitetnije provođenje mjera ruralnog razvoja kako bi se što više dionika, u ovom slučaju poljoprivrednika, kupaca i (djelatnika) institucija informiralo, educiralo i uključilo u provođenje Programa ruralnoga razvoja.

Rezultati ove aktivnosti namijenjeni su kao podrška nositeljima politika, u planiranju i provedbi aktivnosti Programa ruralnog razvoja, oslonjena na znanstveno utemeljene pokazatelje. Temeljni je cilj ove aktivnosti edukacija aktera u ruralnom razvoju, okupljenih u Nacionalnoj ruralnoj mreži, o problemima i mogućnostima vezanima uz institucionalnu podršku uspostavljanju kratkih lanaca opskrbe. Na taj način ova aktivnost pruža uvide o dosadašnjim prednostima i nedostacima provođenja Programa ruralnog razvoja na temelju kojih će se moći osigurati preciznije planiranje i uspješnije provođenje ruralnog razvoja koje uključuje različite aktere i njihove specifične potrebe.

Cilj planirane diseminacije rezultata ove aktivnosti je, između ostalog, upoznavanje mogućih krajnjih korisnika s očekivanim izazovima i mogućnostima vezanima uz osnivanje i funkcioniranje kratkih lanaca opskrbe. Objavom rezultata provedenog istraživanja u sklopu ove aktivnosti želimo informirati širu javnost, uključujući i djelatnike institucija povezane s provedbom Programa ruralnog razvoja, poljoprivrednike s obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava i kupce poljoprivrednih proizvoda, o tome koliko je značajna uloga dobrog zakonodavnog okvira, lokalne zajednice, institucija na svim razinama te lokalne zajednice u uspješnoj primjeni modela kratkih lanaca opskrbe.

Kratki lanci opskrbe ubrajaju se u oblik socijalnih inovacija koji svojim obilježjima odgovara suvremenim zahtjevima za ekološkom održivošću, ekonomskom vitalnošću ruralne ekonomije te društvenom solidarnošću, posebno potrebnom u kontekstu ruralnih područja u Hrvatskoj. Upravo spoznajama o brojnim prednostima, ali i mogućnostima za napredak u postojećim kratkim lancima opskrbe, do kojih smo

došli provedbom ove aktivnosti, potičemo na njihov razvoj i primjenu danih preporuka kako bi se ova socijalna inovacija proširila i postala lako dostupna svim dionicima koji se u nju žele uključiti, bilo da je riječ o poljoprivrednicima kao proizvođačima hrane, institucijama koje žele hraniti svoje korisnike hranom nabavljenom putem kratkih lanaca opskrbe, institucijama koje žele i mogu podržati osnivanje i funkcioniranje kratkih lanaca opskrbe ili građanima kao krajnjim kupcima.

Zakonodavni okvir i institucionalna podrška kratkim lancima opskrbe

Sunčana Pešak, mag. ing. prosp. arch.

UVOD

U sklopu aktivnosti IPPO_KLO izrađene su tri komplementarne studije koje govore o međupovezanosti institucionalne podrške i uspješnosti ostvarivanja i funkcioniranja kratkih lanaca opskrbe. Dvije studije obrađuju različite pristupe u organiziranju kratkih lanaca opskrbe kroz kreiranje "odozgo" i "odozdo", uspoređujući dva primjera tako nastalih kratkih lanaca opskrbe kako bi utvrdili prednosti i nedostatke obaju modela te dali preporuke za budući razvoj.

Ova studija, kroz analizu zakonskih akata i strateških dokumenata na nacionalnoj i europskoj razini, ukazuje na mogućnosti i ograničenja zakonskog okvira kojim se definira uspostavljanje i implementacija modela KLO-a te daje preporuke razvoju politika koje bi davale podršku primjeni novog Programa ruralnog razvoja za nadolazeće razdoblje.

Istraživanje provedeno za potrebe ove studije, usmjereno je na davanje podrške donositeljima politika pri planiranju i provedbi aktivnosti Programa ruralnog razvoja kako bi one bile formirane prema znanstveno temeljenim podacima, Cilj je također i edukacija aktera ruralnog razvoja uključenih u Nacionalnu ruralnu mrežu kao podrška u stvaranju lokalnih strategija i jačanju lokalnih razvojnih inicijativa.

Uvodni dio studije prikazuje širi kontekst političke vizije prehrambenog suvereniteta i agroekologije unutar koje se razvijaju raznoliki modeli kratkih lanaca opskrbe. Na europskom nivou, kratki lanci opskrbe prepoznati su u okviru Zajedničke poljoprivredne politike Europske unije u proteklom razdoblju (2014-2020). Kroz ovu studiju propitali smo na koji su način europske strateške vizije prenesene u lokalni

kontekst kroz Program ruralnog razvoja 2014-2020. te na koji su način Mjerama ruralnog razvoja prenesene u praksu i koliko ih postojeći zakonski okvir podržava. U različitim dokumentima ponuđene su ponešto različite definicije KLO iz čega proizlaze drugačija tumačenja i naglasak na različite aspekte kroz koje su te definicije u konačnici implementirane, pritom generirajući cijeli spektar vrlo raznovrsnih modela. Pojam kratki lanac opskrbe odnosi se na organizacijsko skraćivanje tj. smanjivanje broja posrednika te prostorno skraćivanje puta koji hrana prolazi od proizvođača do potrošača. Razlike su vidljive i u poimanju lokalnog što može stvoriti prepreke u razvoju KLO u praksi.

Nova poljoprivredna politika kreira se u ponešto drugačijem kontekstu od dosadašnje. Sve izraženije klimatske promjene i epidemija COVID-19 navode na drugačije promišljanje i u fokus stavljaju traženje održivih rješenja kroz razvoj ekološki prikladnijih modela proizvodnje, distribucije i potrošnje. Takve težnje odražavaju Zeleni plan, Strategija od polja do stola te Strategija EU-a za bioraznolikost do 2030. kao osnovna polazišta u kreiranju nove Zajedničke poljoprivredne politike Europske unije. Studija je istražila smjernice kojima bi one mogle biti prenesene u novi Program ruralnog razvoja prateći preporuke Europske komisije i analize izrađene kao njegova podloga. Na kraju je istraženo na koji način su KLO prepoznati i valorizirani u novom nacrtu Strategije poljoprivrede Hrvatske 2020-2030: "Više od farme" te su dane preporuke kojima bi se propusti iz prošlog razdoblja mogli ukloniti s ciljem razvoja KLO kao podrške, posebno malim obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (u daljnjem tekstu OPG) i razvoju lokalnih zajednica.

METODOLOŠKE NAPOMENE O PROVEDBI ANKETNOG ISTRAŽIVANJA

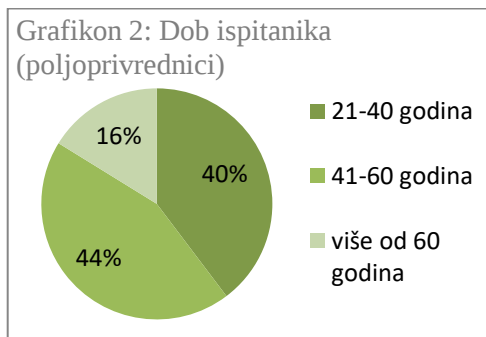
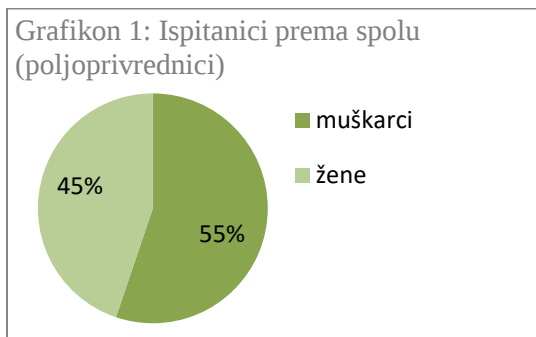
Za potrebe ove studije, ispitali smo stavove i iskustva javnosti o kratkim lancima opskrbe putem anketnog istraživanja. Ono je uključilo dva poduzorka i shodno tome dvije ankete, provedene u suradnji s drugim autorima/cama u sklopu ove aktivnosti, pri čemu je svatko obradio i analizirao određene rezultate sa aspekta svoje teme, a

rezultati se međusobno nadopunjuju. Ukupno je zahvaćen uzorak od 134 sudionika koji su u potpunosti ispunili anketu.

Jedna od provedenih anketa bila je namijenjena institucijama uključenima u podršku kratkim lancima opskrbe, a druga poljoprivrednim proizvođačima. Uzorak od 69 proizvođača dobiven je dijeljenjem anketnih upitnika kroz udruge, saveze i inicijative gdje su okupljeni poljoprivrednici te izravnim kontaktiranjem proizvođača koji sudjeluju u dvije grupe koje su detaljnije istraživane kao primjeri u druge dvije studije: sudionici projekta AGISHORT Međimurje i sudionici Solidarne ekološke grupe Pula. Potencijalne institucije za koje je procijenjeno da bi mogle aktivno sudjelovati u podršci kratkim lancima opskrbe, kontaktirane su izravno te se odazvalo 65 sudionika, zaposlenika institucija poput LAG-ova, razvojnih agencija, obrazovnih institucija, gradova, županija i sl..

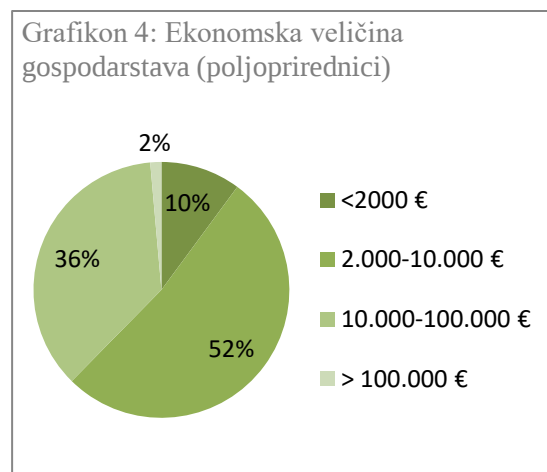
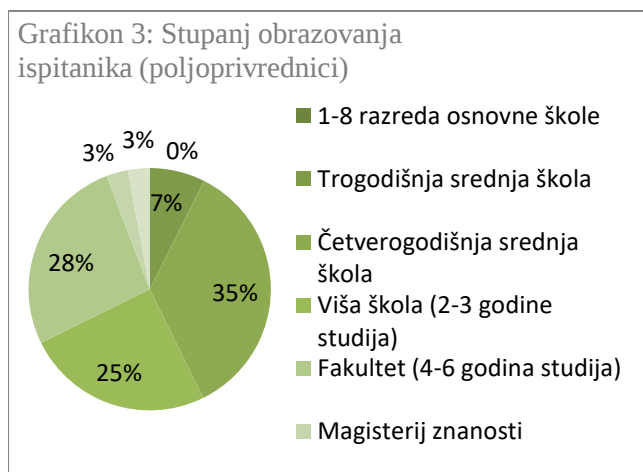
Pitanja u oba upitnika vezana su za informiranost, stavove, mišljenja i iskustva s/o kratkim lancima opskrbe i povezanim temama. Rezultati su prikazani u tekstu kao pokazatelji koji dopunjuju analize dokumenata, a nisu izdvojeni u zasebno poglavlje. Neka pitanja bila su zajednička za oba uzorka kako bi se rezultati mogli usporediti, primjerice, pitanja kao što su obilježja koja sudionici smatraju važnima za definiranje KLO, definiranje pojma "lokalno", prednosti i nedostaci KLO, iskustva sa zelenom javnom nabavom, mišljenje o perspektivi KLO kao modelu. U upitniku za poljoprivredne proizvođače su ispitana i osobna iskustva u radu kroz KLO, udaljenost gospodarstva od tržišta, modeli udruživanja koje proizvođači preferiraju, kao i iskustva s institucionalnom podrškom kod dobivanja ekološkog certifikata i osnivanja KLO. Predstavnici institucija opisivali su svoja iskustva institucionalne podrške kao i osobne podrške KLO te su procjenjivali važnost institucionalne podrške u različitim fazama od edukacije, pokretanja do funkcioniranja KLO. Pitanja u anketnim upitnicima bila su postavljena kroz kombinaciju odabira tvrdnji, vrijednosnih skala i kratkih odgovora. Predstavnicima institucija postavljena je i nekolicina otvorenih pitanja. U prilogu studije nalaze se anketni upitnici za oba poduzorka.

Upitnik za proizvođače ispunilo je ukupno 69 ispitanika iz cijele Hrvatske i svi su bili valjani. Što se vrste poljoprivredne proizvodnje tiče, najbrojniji su proizvođači povrća, voća, žitarica i prerađenih proizvoda.



Izvor: Istraživanje "Analiza institucionalne podrške prilikom osnivanja dva tipa Kratkih lanaca opskrbe (model osnivanja odozdo i odozgo)" IPPO_KLO 2020

Oba spola ravnomjerno su zastupljena (nešto je više muškaraca, 55,2 posto i 44,8 posto žena). Zastupljene su dobne skupine od 21-70 godina pri čemu prevladavaju proizvođači srednje životne dobi 41-60 godina. Većina ispitanika visoko je obrazovana (59 posto), a 35 posto ima srednjoškolsko obrazovanje. Ukupno 58 posto

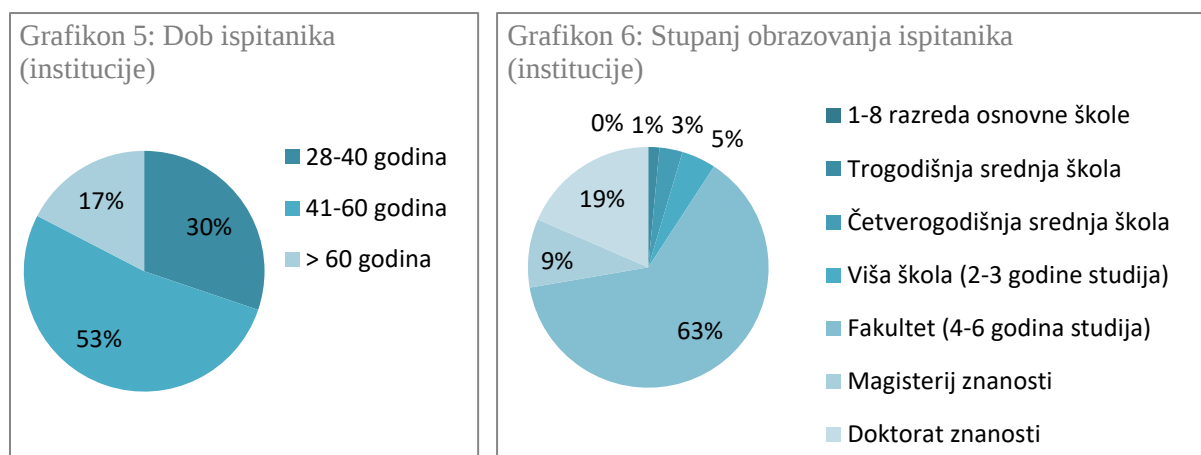


Izvor: Istraživanje IPPO_KLO 2020

ima neki oblik formalnog ili neformalnog obrazovanja iz područja poljoprivrede, a 34,8 posto ima formalno obrazovanje ekonomske struke. Većina njih (91,3 posto) posluje kroz obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo. Polovina ispitanika ima mala

obiteljska gospodarstva, do 5ha (66,2 posto), 27,9 posto ima gospodarstva 5-50 ha, a 5,9 posto radi na više od 50 ha. Prevladavaju gospodarstva ekonomske vrijednosti od 2.000-10.000€, 36,2 posto su veća gospodarstva 10.000-100.000 €. Manje je vrlo malih gospodarstva do 2.000€ (10,1 posto) i vrlo velikih, iznad 100.000 € (1,4 posto)

U dijelu anketnog istraživanja za institucije odazvalo se 65 ispitanika iz brojnih institucija kao što su LAG-ovi, obrazovne institucije, turističke zajednice, gradovi, općine, razvojne agencije iz cijele Hrvatske. Žene i muškarci ravnopravno su zastupljeni u uzorku (nešto više je muškaraca, 55,4 posto), a prevladavaju osobe srednje životne dobi 41-60 godina. Većina ispitanika je visoko obrazovana (96 posto). Ukupno 23,01 posto ima obrazovanje agronomske struke i 24,6 posto ekonomske.



Izvor: Istraživanje IPPO_KLO 2020

KRATKI LANCI OPSKRBE U ŠIREM KONTEKSTU

Kratki lanci opskrbe razvijaju se kao protuteža velikim, globalnim, visoko industrijaliziranim sustavima opskrbe hranom. Kako je naglašeno u uvodnom dijelu Europskog zelenog plana (Europska komisija 2019; 12): *"Proizvodnja hrane i dalje uzrokuje onečišćenje zraka, vode i tla, pridonosi gubitku biološke raznolikosti i klimatskim promjenama te troši prekomjerne količine prirodnih resursa, dok se znatan dio hrane rasipa. Loša prehrana istovremeno doprinosi pretilosti i bolestima poput*

raka." Kako se javnost sve više osvještava o ovim činjenicama, ključne riječi formalnih i neformalnih marketinških kampanja od tržnica do trgovačkih lanaca su "domaće", "svježe", "lokalno", "zdravo", "prirodno".

Kriza djelomičnog zatvaranja granica uslijed pandemije COVID-19 dodatno je naglasila ove težnje. U kratkom vremenu razvijeno je niz aplikacija i modela za naručivanje hrane od lokalnih OPG-a no na žalost velik broj tih *ad hoc* inicijativa nije se održao u nedostatku dugoročnog, strateškog promišljanja i planiranja.

Kratki lanci opskrbe spominju se u raznim kontekstima i velikom rasponu različitih modela, od prodaje na kućnom pragu do zelene javne nabave. Njihovu važnost naglašavaju i strateški dokumenti koji govore o budućem razvoju poljoprivrede na europskoj razini poput Zelenog plana (Europska komisija 2019) i Strategije "Od polja do stola" (Europska komisija 2020a). Relativno je malo istraživanja kratkih lanaca opskrbe u Hrvatskoj i ona se uglavnom odnose na istraživanja solidarnih partnerstava između proizvođača i potrošača kao što su grupe solidarne razmjene i solidarne eko-grupe.

Javne politike imaju određujuću ulogu u kreiranju okvira za razvoj budućnosti poljoprivrede i prehrambenih sustava koji čine našu svakodnevicu. Sustavima dobrog gospodarenja one mogu poticati lokalne zajednice na razvoj održivih modela povezivanja i povećavanja otpornosti, mogućnosti preživljavanja u izazovima stalnih mijena tržišnih i prirodnih uvjeta.

No u trenutnim okvirima neoliberalnog kapitalizma politike nerijetko naginju prema visoko kompetitivnim, specijaliziranim i industrijaliziranim oblicima poljoprivrede koja više favorizira makroekonomske modele štetne za okoliš i razvoj zajednica. Promjenu je teško postići bez jasno artikulirane političke vizije.

Diljem svijeta takva vizija se širi modelom "odozdo prema gore" kroz koncept prehrambenog suvereniteta. Pojam označava pravo svakog naroda da demokratski odluči o vlastitom sustavu prehrane, da očuva tradicijska znanja, lokalne posebnosti i

prirodne resurse koji pripadaju svima te da sudjeluje u donošenju politika koje definiraju kako se hrana proizvodi, distribuira i konzumira (Nyeleni 2011).

Predložene alternativne prakse inspirirane su kroz tri ideje (Kay, Mattheisen, McKeon, De Meo, Moragues Faus, 2018):

1. očuvanje seljačke ekonomije i s njom povezanih sustava proizvodnje distribucije i potrošnje
2. agroekologijom koja u širem značenju, osim ekološke proizvodnje hrane obuhvaća i sustave pravedne raspodjele, socioekonomske i sociopolitičke dimenzije
3. pravedan i održiv prehrambeni sustav koji svima garantira pravo na prikladnu prehranu.

U odnosu na model industrijalizirane poljoprivrede usko specijaliziranih grana, koja funkcionira po principu visokih ulaganja i visokih prinosa, seljačka poljoprivreda na malim poljoprivrednim gospodarstvima potiče raznolikost, povezanost i otpornost, a teži stvaranju dobiti uz minimalna financijska ulaganja. Radno intenzivno gospodarstvo može zaposliti veći broj ljudi uz manju ovisnost o fosilnim gorivima i veću prilagodljivost u vremenima kriza i klimatskih promjena.

Po uzoru na ekologiju, znanost koja se bavi promatranjem povezanosti i dinamike unutar ekosustava, agroekologija primjenjuje iste principe na ljudske sustave prehrane. "Agroekologija je integrirani pristup koji istovremeno primjenjuje ekološke i socijalne koncepte i principe na dizajn i upravljanje prehrambenim i poljoprivrednim sustavima. Nastoji optimizirati interakciju između biljaka, životinja, ljudi i okoliša, uzimajući u obzir socijalne aspekte kojima se treba pozabaviti za održiv i pošten sustav prehrane" (FAO 2018).

Mnoge međunarodne organizacije, uključujući FAO, kreiraju svoje strategije prema rezultatima znanstvenih istraživanja koji pokazuju da agroekološke prakse daju dobra rješenja u suvremenim izazovima gubitka bioraznolikosti, klimatskih promjena i

siromaštva u ruralnim područjima. FAO definira agroekologiju kroz deset osnovnih principa: raznolikost, zajedničko stvaranje i dijeljenje znanja, sinergiju, razvoj učinkovitih, inovativnih praksi, recikliranje, otpornost ljudi, zajednica i ekosustava, ljudske i socijalne vrijednosti, kulturalne i tradicijske vrijednosti u prehrani, odgovorno upravljanje na lokalnom, nacionalnom i svjetskom nivou te cirkularnu i solidarnu ekonomiju (FAO 2018).

Model "Deset godina za agroekologiju u Europi", predstavljen u studiji Instituta za održivi razvoj i međunarodne odnose IDDRI (*L'Institut du développement durable et des relations internationales*), predstavlja scenarij koji govori da agroekološka tranzicija do 2050. godine može održivo prehraniti 530 milijuna Europljana istovremeno značajno smanjujući globalni ekološki otisak njihove prehrane (Poux, Aubert, 2018).

Rasprava o kratkim lancima opskrbe u kontekstu agroekologije dobiva sasvim novu dimenziju gdje se ne radi samo o modelima kako da hrana prijeđe što kraći put od proizvođača do potrošača, već i kako da bude generator održivog razvoja i povezanosti ruralnog i urbanog prostora te lokalnih zajednica na selu i onih u gradu. Kako bi poljoprivreda bila održivija i odgovorila na krize našeg doba, pored inovacija u poljoprivredi potrebno je uvesti i socijalne inovacije povezivanja i nove vrste organiziranja sustava.

Jedan od konkretnih primjera ovakvog povezivanja predstavljaju modeli lokalnih solidarnih partnerstava između proizvođača i potrošača kroz niz varijacija različitih naziva kao što su: poljoprivreda uz potporu zajednice (*Community Supported Agriculture*), grupe za poticanje seljačke poljoprivrede u Francuskoj (*AMAP - Association pour le maintien de l'agriculture paysanne*), grupe solidarne potrošnje u Italiji (*Gruppo d'Acquisto Solidale*), ili kako su kod nas nazvane – grupama solidarne razmjene i solidarnim ekološkim grupama.

To su grupe gdje su proizvođači i potrošači udruženi, redovito komuniciraju, zajednički odlučuju o razvoju grupe, a narudžbe se prikupljaju unaprijed i dostavljaju na jedno dogovoreno mjesto. Ovisno o modelu, kupci više ili manje preuzimaju dio rizika poljoprivredne proizvodnje i obavezuju se na redovnu kupovinu, što poljoprivrednicima daje određenu sigurnost i mogućnost planiranja.

Raznim akcijama zagovaranja i lobiranja ove su ideje našle svoj put prema zakonodavnim tijelima mnogih zemalja, na nacionalnoj i EU razini. Razvojne strategije Europske unije za predstojeće razdoblje, pokazuju tendenciju okretanja održivim rješenjima s naglaskom upravo na unaprjeđivanju lokalnih modela prehrane njenog stanovništva. Europski Zeleni plan za cilj je postavio maksimalno neutraliziranje utjecaja na klimatske promjene. U njegovom središtu je Strategija "Od polja do stola". "Njome se na sveobuhvatan način odgovara na izazove održivih prehrambenih sustava te potvrđuje neraskidiva uzajamna veza između zdravih ljudi, zdravih društava i zdravog planeta" (Europska komisija 2020a: str. 2).

"Ljudi sve više posvećuju pažnju okolišnim, zdravstvenim, socijalnim i etičkim pitanjima te traže vrijednost u hrani. Unatoč sve većoj urbanizaciji društava, žele osjetiti povezanost s hranom. Traže svježiju, manje prerađenu hranu iz održivih izvora. U sadašnjoj krizi uzrokovanoj pandemijom potreba za kraćim lancima opskrbe postala je još izraženija. Potrošačima bi trebalo olakšati odabir održive hrane te bi svi dionici prehrambenog lanca to trebali prihvatiti kao svoju odgovornost i priliku" (Europska komisija 2020a: str. 2).

VALORIZIRANJE KRATKIH LANACA OPSKRBE U STRATEGIJI „OD POLJA DO STOLA“

Strategija "Od polja do stola" postavila je tri osnovna cilja. Prvi je vezan za klimatske promjene i težnju ka postizanju neutralnog ili pozitivnog utjecaja na okoliš, trenutno vrlo neodrživog prehrambenog sustava gdje proizvodnja, prerada, maloprodaja, pakiranje i prijevoz imaju značajan štetan utjecaj kroz emisije štetnih plinova i

narušavanje bioraznolikosti. Drugi cilj je osiguravanje pristupačnosti kvalitetne hrane svim stanovnicima i smanjivanje nejednakosti, pri čemu s jedne strane 33 milijuna ljudi svaki drugi dan ne može sebi priuštiti kvalitetan obrok dok se istovremeno oko 20 posto proizvedene hrane baca, a s druge strane pretilost predstavlja rastući zdravstveni problem (Europska komisija 2020a: str: 3). Jedna od ugroženijih skupina u tom sustavu upravo su primarni proizvođači čiji je dohodak u prosjeku niži od dohotka ostalih djelatnosti. Kao treći cilj postavljeno je postizanje sustava u kojem je najodrživija hrana u stvari i najpristupačnija.

Reforma Zajedničke poljoprivredne politike na temeljima Zelenog plana i Strategije od polja do stola donijela je revolucionarna gledišta u prepoznavanju vrijednosti i usmjeravanju Zajedničke poljoprivredne politike prema ekološkoj proizvodnji. Ona postavlja ambiciozne ciljeve smanjivanja korištenja mineralnih gnojiva za 20 posto, pesticida za 50 posto te povećanja udjela ekološke proizvodnje na 25 posto do 2030. godine.

Lokalizacija prehrambenih sustava i osnaživanje lokalnih zajednica mogu ponuditi rješenja i značajno doprinijeti ostvarenju niza ovih ciljeva. Hrana koja se plasira kroz kratke lance opskrbe značajno manje opterećuje okoliš (UNIDO, 2020). Prevozi se na znatno kraće udaljenosti, razvija ekološku svijest potrošača koja generira rast ekološke proizvodnje, kod izravne prodaje manja je potreba za ambalažom pa se stvara manje otpada. Ona također doprinosi povećanju dohotka i dostojanstva primarnih proizvođača te utječe na prehrambene navike kupaca kao što su ponovno navikavanje na sezonsku prehranu, planiranje potrebnih količina hrane u kućanstvu, plansku proizvodnju i kupovinu, čime se smanjuje količina otpada od hrane.

No izazov težnji ka lokalizaciji prehrambenih sustava i razvoju kratkih lanaca opskrbe predstavlja činjenica da je EU najveći uvoznik i izvoznik poljoprivredno-prehrambenih, proizvoda i najveće tržište proizvoda morskog ribarstva na svijetu.

Kritike Strategije, iznesene na Europskom organskom kongresu koji je organizirao IFOAM u lipnju 2020.¹, usmjerene su na nedostatak prepoznavanja socijalnih inovacija i održivih praksi povezivanja proizvođača i potrošača organiziranih u mnogim gradovima Europe.

Strategija "Od polja do stola" kao moguća rješenja utvrđenih problema navodi razvoj tehnologije, digitalizaciju poljoprivrede, korištenje svemirskih tehnologija (precizna poljoprivreda navođena satelitima). Europska komisija također, provodi studiju u kojoj će ispitati mogućnosti poboljšanja održivosti duž lanca opskrbe hranom s pomoću novih genomske tehnika, što je već razvilo niz polemika i nezadovoljstava, posebno civilnog sektora². Sve to vodi ka još većoj industrijalizaciji i raskoraku između industrijskog i seljačkog modela prehrambenih sustava. Može se zaključiti da održiva rješenja koja spominje FAO na razini Europske unije nisu u dovoljnoj mjeri prepoznata i stavljena su u drugi plan u odnosu na tehnološka rješenja koja favoriziraju industrijske modele.

Kratki lanci opskrbe vrlo se malo spominju u tekstu Strategije. U mjerama su prisutni indirektno kroz stavku: "Zakonodavne inicijative za jačanje suradnje primarnih proizvođača radi podupiranja njihova položaja u prehrambenom lancu i nezakonodavne inicijative za poboljšanje transparentnosti." Jedini model koji je prepoznat jest zelena javna nabava u kontekstu promotivnih kampanja usmjerenih povećanju povjerenja potrošača i poticanju potražnje za ekološkim proizvodima. Odgovornost je u (pre)velikoj mjeri prebačena na individualnu razinu potrošača koji promjenom svojih navika mogu povećati održivost prehrambenog sustava. To može

¹ Webinar u organizaciji IFOAM EU i BÖWL dostupan na: https://www.iddri.org/en/publications-and-events/presentation/replay-european-agriculture-and-resilient-food-systems-post?fbclid=IwAR2ToCY355G_HwUARPnKOW7M6zsibJEiu72e-JnETiKSPRxlBPqoRug8YE

² Na zahtjev Vijeća Europe iz studenog 2019. Europska komisija započela je izradom studije o statusu novih genomske tehnika koja bi trebala biti prezentirana u travnju 2021. Glavno pitanje je smatraju li se nove genomske tehnike GMO-om i treba li ih regulirati zakonima te tematike. Žučna rasprava o tome praćena prosvjedima civilnog sektora vodila se povodom reforme zakonodavstva o sjemenu u Italiji gdje je Odbor za poljoprivredu Zastupničkog doma, pozivajući se na presudu Suda pravde Europske unije iz 2018. godine uvrstio nove genomske tehnike u GMO i odbacio spomenute zakone. Više informacija dostupno je na: <https://www.eurovia.org/victories-in-the-fight-against-the-deregulation-of-gmos-in-italy-and-france/>

biti kontraproduktivno. Ponajprije, pogađa ranjive skupine u društvu koje si ne mogu priuštiti kvalitetnu hranu iz ekološke proizvodnje ili plaćanje veće cijene za proizvode proizvedene održivo. U konačnici umjesto kolektivnog projekta tranzicije, rađa nepovjerenje u institucije od kojih se očekuje svojevrsna zaštita od prijetnji kao što su sve veća koncentracija tržišta ili posljedice klimatskih promjena, a one to tek djelomično nude (Brimont, Saujot, 2020).

KRATKI LANCI OPSKRBE U ZAJEDNIČKOJ POLJOPRIVREDNOJ POLITICI EUROPSKE UNIJE

Zajednička poljoprivredna politika Europske unije za proteklo razdoblje 2014.-2020. (Uredba (EU) br. 1305/2013 Europskog parlamenta i Vijeća o potpori ruralnom razvoju iz Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj), valorizirala je kratke lance opskrbe kao jedan od prioriteta za ruralni razvoj. Pri tome je naglasak stavljen i na udruživanje proizvođača te povezivanje s drugim strukama. U članku 5, stavku 3, ovaj prioritet opisan je kao: "promicanje organizacije lanca opskrbe hranom, uključujući preradu i plasiranje poljoprivrednih proizvoda na tržište, dobrobit životinja te upravljanje rizikom u poljoprivredi, s naglaskom na sljedeća područja:

a) poboljšanje konkurentnosti primarnih proizvođača njihovom boljom integracijom u poljoprivredno-prehrambeni lanac putem programa kvalitete, dodajući vrijednost poljoprivrednim proizvodima, putem promoviranja na lokalnim tržištima i u kratkim lancima opskrbe, skupina proizvođača, organizacija i međustrukovnih organizacija;" (Uredba (EU) br. 1305/2013: str. 6). Mogućnost za financiranje razvoja kratkih lanaca opskrbe otvorena je kroz tematske potprograme.

Prijedlog novog nacrtu Zajedničke poljoprivredne politike za naredno razdoblje (2020-2030) koji je iznijela Europska komisija vrednuje kratke lance opskrbe u jednom od devet specifičnih ciljeva koje postavlja: položaj poljoprivrednika u vrijednosnim lancima (Legowski, Brzezina, Ciaian, Lima, Mondelaers, van de Pol, Santini, Stein

2020). Kratki lanci opskrbe predstavljeni su kao jedan od odgovora na izazove visoke koncentracije tržišta Unije. Prema navedenom izvoru, polovina jestivih namirnica u Europskoj uniji distribuira se kroz supermarkete, hipermarkete i diskonte. Koncentracija u maloprodaji još je izraženija te u nekim državama članicama doseže i 80 posto. Koncentracija je vidljiva i u preradi gdje polovinu tržišnog udjela u nekoliko podsektora imaju tri najveće tvrtke. Mali proizvođači teško dobivaju prostor unutar tako postavljenog lanca.

Poseban prioritet Europske unije zbog toga je sprječavanje nepoštenih trgovačkih praksi čije su žrtve u velikoj mjeri primarni proizvođači. Prepoznato je da boljem pozicioniranju proizvođača na tržištu pridonosi njihovo udruživanje kao i dodatno označavanje proizvoda oznakama geografskog podrijetla, izvornosti i kvalitete te certificiranje ekoloških proizvoda.

Kratki lanci opskrbe otvaraju prilike za opstanak malim proizvođačima. Oko 15 posto europskih farmi prodaje više od polovine svojih proizvoda kroz kratke lance i to su uglavnom mala gospodarstva (Legowski, Brzezina, Ciaian, Lima, Mondelaers, van de Pol, Santini, Stein 2020: str.9). Kao dobri alati ruralnog razvoja prepoznati su partnerski pristupi kojima se razvija bolja povezanost između proizvođača i potrošača kao i snažnije veze između poljoprivrede, turizma i opskrbe hranom.

Najkraći lanac je izravna prodaja. U količini proizvoda koji se izravno prodaju vidljive su značajne razlike od zemlje do zemlje. Prednjači Grčka gdje se čak 25 posto hrane prodaje izravno i Francuska gdje se izravno proda 21 posto, pri čemu polovica od ukupnog broja proizvođača meda i povrća prodaje svoje proizvode kroz kratke lance opskrbe. Za razliku od njih, na Malti te u Austriji i Španjolskoj izravno se proda manje od 5 posto proizvoda (Legowski, Brzezina, Ciaian, Lima, Mondelaers, van de Pol, Santini, Stein 2020: str.10). Izravna prodaja stvara povezanost između proizvođača i potrošača, doprinosi oživljavanju ruralnih zajednica i ima brojne socijalne dobrobiti.

KRATKI LANCI OPSKRBE U HRVATSKIM POLITIKAMA

Analiza stanja koju je Europska komisija prezentirala u Preporukama Komisije za hrvatski strateški plan unutar Zajedničke poljoprivredne politike govori o prednosti koju ostvaruju hrvatski proizvođači u kratkim lancima opskrbe:

"Hrvatski poljoprivrednici koji koriste kratke opskrbne lance ostvaruju u prosjeku 8138 eura više dodane vrijednosti na farmi od poljoprivrednika koji se oslanjaju na duže opskrbne lance. U Hrvatskoj su pokrenute razne privatne i javne inicijative za potporu uspostavljanju kratkih lanaca opskrbe. Primjeri uključuju platformu e-trgovine (Tržnica.hr) čiji je cilj osigurati digitalno tržište za hrvatske poljoprivredne i prehrambene proizvode, koje su vlasti nedavno pokrenule, i lokalni projekt prehrane Međimurski štacun, zasnovan na partnerskom modelu. Izravna prodaja također je narasla u hrvatskom poljoprivrednom i prehrambenom sektoru tijekom pandemije COVID-19" (Europska komisija, 2020 c).

Rezultati našeg anketnog istraživanja potvrđuju da je i poljoprivrednici vide značajne prednosti kratkih lanaca opskrbe. Na anketno pitanje postižu li bolju cijenu proizvoda ako ih prodaju kroz kratke lance opskrbe, većina poljoprivrednika (56,9 posto) izjavilo je da se slažu, a 20 posto se ne slaže. Većina (77,3 posto) tvrdi da njegovi kupci plaćaju proizvode redovito i pošteno. Većina ispitanika (70,3 posto) slaže se s tvrdnjom da kratki lanci opskrbe doprinose opstanku malih obiteljskih gospodarstava. Više od polovine ispitanika (57,8 posto) općenito je zadovoljnije prodajom kroz kratke lance opskrbe nego drugim oblicima prodaje svojih proizvoda.

Zanimljiva je činjenica da službeni dokumenti kao primjer navode inicijative kratkih lanaca opskrbe odozgo dok cijeli niz drugih inicijativa koje su pokrenuli sami građani u suradnji s proizvođačima, nije toliko vidljiv. To može upućivati na slabu povezanost lokalnih inicijativa i donosioca odluka. U anketnom istraživanju koje smo proveli, 46,3 posto ispitanika izjavili su da im za uspješnije poslovanje u kratkom lancu nedostaje više institucionalne podrške.

U Programu ruralnog razvoja za razdoblje 2014.-2020., razvoj kratkih lanaca opskrbe spominje se kao potreba za organiziranjem proizvođača i osnaživanjem njihove pozicije na tržištu (Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj 2014, str. 127). Planirano je poticanje razvoja radnih grupa koje bi razvijale kratke lance opskrbe financirane mjerama ruralnog razvoja. Planirane radionice trebale su prenijeti temeljna znanja za uspostavljanje organizacije proizvođača, modela proizvodnje, distribucije i potrošnje u kratkim lancima opskrbe, logistiku, marketing, inovativne prakse i razvoj sustava kvalitete. Razvoj kratkih lanaca opskrbe prepoznat je kao mjera smanjivanja emisija CO₂ boljim organiziranjem logistike, manjoj potrebi za prevoženjem proizvoda i na kraće udaljenosti. Trebao je biti potican kroz mjeru 16.4. Natječaj za tu mjeru raspisan je tek jednom, na samom kraju programskog razdoblja pa njegovi rezultati, u vrijeme kada nastaje ova studija, još nisu uključeni u službena izvješća.

KRITERIJI U DEFINIRANJU KRATKIH LANACA OPSKRBE

U nacionalnim i europskim dokumentima nema jednoznačne definicije kratkih lanaca opskrbe. Isto tako, definicije su široko postavljene i obuhvaćaju cijeli niz vrlo razolikih modela koje provode različiti dionici, od građanskih inicijativa, udruženja proizvođača do javnih institucija.

Zajednička poljoprivredna politika Europske unije za razdoblje 2014.-2020. definirala je kratke lance opskrbe na sljedeći način:

"Kratak lanac opskrbe": znači lanac opskrbe koji uključuje ograničen broj gospodarskih subjekata, posvećen suradnji, lokalnom gospodarskom razvoju i bliskim zemljopisnim i društvenim vezama između proizvođača, prerađivača i potrošača" (Uredba (EU) br. 1305/2013: str. 4).

U ovoj definiciji naglasak je stavljen na suradnju i bliske veze između proizvođača i potrošača kao važnu značajku kratkog lanca. Ovakvi modeli bliske suradnje nerijetko

predstavljaju socijalne inovacije kojima lanac opskrbe hranom može postati učinkovitiji i doprinosti dobrobiti cijele zajednice.

U tekstu Pravilnika o provedbi mjere 16 »Suradnja« iz Programa ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2014.-2020. (NN 101/2017), iznesena je sljedeća definicija: "*kratak lanac opskrbe* je lanac opskrbe koji ne sadrži više od jednog posrednika između proizvođača i potrošača".

Nadalje, isti dokument navodi:

"*Posrednik* je subjekt koji kupuje poljoprivredne proizvode od partnera operative skupine koji su proizvođači poljoprivrednih proizvoda s ciljem daljnje prodaje krajnjim potrošačima. Krajnji potrošač je fizička osoba koja poljoprivredni proizvod kupuje radi osobne potrošnje, a nikako radi daljnje prodaje ili prerade radi daljnje prodaje. Iznimno, javna tijela (bolnice, škole, vrtići i slično) smatraju se krajnjim potrošačem u kontekstu ovoga Natječaja".

Suradnja se spominje kod općih uvjeta prihvatljivosti projekta: "Suradnja se odnosi na horizontalnu i/ili vertikalnu suradnju među partnerima u lancu opskrbe radi uspostave i razvoja novih/inovativnih kratkih lanaca opskrbe i lokalnih tržišta." Operativnu skupinu koja pokreće ovakvu suradnju čine najmanje dva partnera.

Pravilnik o proizvođačkim organizacijama i drugim oblicima udruženja primarnih poljoprivrednih proizvođača (NN 087/2020) također u definiciji kratkog lanca opskrbe spominje smanjivanje broja posrednika. "Kratki lanac opskrbe je smanjivanje broja posrednika u lancu opskrbe potrošača proizvodom za koji je proizvođačka organizacija priznata."

Anketnim istraživanjem provedenim za potrebe ove studije istraženo je koja obilježja potencijalni korisnici ovih programa vide kao značajnu odrednicu kratkih lanaca opskrbe. Isto pitanje postavljeno je poljoprivrednim proizvođačima i predstavnicima institucija. Ispitanici su mogli odabrati jednu ili više predloženih tvrdnji ili upisati nešto drugo što oni smatraju važnim.

Najviše poljoprivrednika, njih 80,9 posto kao najvažnije obilježje smatraju "Da kupci i proizvođači razvijaju odnos povjerenja". Nadalje, njih 70,6 posto vidi važnim da poljoprivrednici prodaju isključivo vlastite proizvode. Gotovo jednaku važnost za njih imaju obilježja: da proizvodi koji se prodaju unutar kratkog lanca moraju imati ekocertifikat i/ili neku od oznaka kvalitete, izvornosti i podrijetla (33,8 posto), da su proizvođači udruženi (35,3 posto), kao i da je smanjivanje broja posrednika najvažniji kriterij, a sve ostalo je nevažno (33,8 posto).

Predstavnicima institucija također su važna dva obilježja koja su naveli i proizvođači: da poljoprivrednici prodaju isključivo vlastite proizvode (92,3 posto ispitanika) i da kupci i proizvođači razvijaju odnos povjerenja (90,8 posto). Među predstavnicima institucija je nešto više ispitanika koji tvrde da je važno udruživanje proizvođača (69,2 posto) nego među predstavnicima proizvođača (35,3 posto). Nešto je više i onih koji smatraju da je smanjivanje broja posrednika jedini važan kriterij (55,3 posto). Ekološki certifikat i zaštićene oznake podrijetla važne su za 49,2 posto ispitanika, što je više nego među ispitanim proizvođačima (33,8 posto). Kako je većina ispitanika (70,8 posto) izjavila da osobno nabavljaju proizvode preko kratkih lanaca opskrbe, može se zaključiti da su ekološki certifikat i oznake porijekla važnije kupcima nego proizvođačima. Ispitanicima je najmanje važno da proizvodi ne prelaze dulji put od 50 km (44,6 posto) i da kupci snose dio rizika poljoprivredne proizvodnje (24,6 posto). Podjela rizika nije bila važna niti proizvođačima (11,8 posto).

Iako su suradnja i bliske društvene veze značajne u definicijama kratkih lanaca opskrbe u europskim razvojnim strategijama i politikama, u hrvatskim strategijama i politikama se suradnički odnosi znatno manje spominju. Dok u Europskim zemljama udruživanje u proizvođačke organizacije i zadruge daje prednost malim proizvođačima u lancu prehrane, u Hrvatskoj se relativno mali broj poljoprivrednika udružuje. Na kraju 2019. u Hrvatskoj je bilo 17 proizvođačkih organizacija u poljoprivredi, u 8 različitih sektora, te 613 zadruga od kojih su samo dvije registrirane

kao proizvođačke organizacije (Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj 2014: str. 10).

U programskom razdoblju 2014.-2020., Hrvatska je podržavala suradnju proizvođača iz proračuna PRR-a. Prvobitno planirana proračunska raspodjela od 8 milijuna EUR smanjena je na 5 milijuna EUR zbog nedostatka interesa za mjeru, od čega se trenutno isplaćuje samo 12 posto (daleko ispod prosjeka EU od 35 posto).

Ispitanici u našem anketnom istraživanju najviše se udružuju u udruge (57,4 posto). Udruge proizvođača u Hrvatskoj najčešće djeluju lokalno i u ruralnim sredinama. Izvješće o financiranju projekata i programa organizacija civilnoga društva iz javnih izvora u 2018. godini govori da te lokalne organizacije uglavnom imaju slabe organizacijske i financijske kapacitete. Poljoprivrednici su izravni korisnici 0,88 posto ukupnog iznosa potpora udrugama, a stanovnici ruralnih područja 0,22 posto (Ured za udruge 2020). Njihove udruge predstavljaju uglavnom platforme za okupljanje proizvođača na lokalnoj razini radi razmjene iskustava i tek ponekad zajedničke promocije proizvoda te zagovaranja zajedničkih interesa. Poslovne veze među proizvođačima u udrugama značajno su manje nego je to kod zadruga ili proizvođačkih organizacija. Među našim ispitanicima vrlo je malo onih koji su udruženi u zadruge (7,4 posto), a još manje u proizvođačke organizacije (2,9 posto).

Grafikon 8: Udruživanje u razne oblike organizacija



Izvor: Istraživanje IPPO_KLO 2020

Upravo kratki lanci opskrbe mogu biti generator smanjivanja negativnog trenda nepovjerenja prema udruživanju i ponovnog razvoja povjerenja i solidarnosti među poljoprivrednicima kao i ponovnog kreiranja onih bliskih veza između proizvođača i potrošača kako ih vide europske strategije. U našem anketnom istraživanju, 20,6 posto proizvođača članovi su grupe solidarne razmjene ili solidarne ekološke grupe.

Sljedeći zanimljiv podatak iz ovog istraživanja jest mišljenje poljoprivrednika da je uloga ekološkog certifikata i oznaka kvalitete na povećanje ponude unutar kratkog lanca relativno mala. Većina ispitanika su ekološki proizvođači i tek mali broj ima proizvode s oznakom zemljopisnog podrijetla i izvornosti. Na pitanje je li im ekocertifikat omogućio sudjelovanje u kratkim lancima opskrbe, odgovori su šaroliki, no ipak nešto je više onih koji tvrde da ekocertifikat nije presudan za sudjelovanje u kratkim lancima opskrbe.

Hrvatska ima 25 poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, 16 vina, 6 alkoholnih pića i 1 aromatizirano vino uvršteno u bazu podataka EU o zaštićenim oznakama izvornosti ili zaštićenim zemljopisnim oznakama. Broj certificiranih ekoloških

proizvođača raste i trenutno je pod ekološkom proizvodnjom 7,2 posto površina³. Istraživanje rađeno među grupama solidarne razmjene i solidarnim ekološkim grupama (Orlić 2019: str 85) pokazalo je njihovim sudionicima ponajprije stalo da razviju povjerenje u svoje proizvođače. O važnosti ekocertifikata postoje oprečna gledišta prvenstveno radi nepovjerenja u sustav certificirane proizvodnje. Za zaključiti je da je potrebno više pažnje posvetiti unaprjeđenju sustava certifikacije i promoviranju oznaka izvornosti i zaštićenih zemljopisnih oznaka.

Grafikon 7: Oznake izvornosti i kvalitete među ispitanicima anketnog istraživanja



Izvor: Istraživanje IPPO_KLO 2020

Ekocertifikat je svakako važan u solidarnim ekološkim grupama, a oznake kvalitete prepoznaje kao važne 49,2 posto predstavnika institucija kao kupaca. Veći razvoj solidarnih ekoloških grupa doprinio bi širenju ekološke proizvodnje i ponovnoj uspostavi povjerenja kupaca u ekološke proizvode i proizvođače. Dodatna edukacija i kupaca i proizvođača također je važna.

Predstavnici institucija u našem istraživanju opisnim su odgovorima pokazali da u kratkim lancima opskrbe vide priliku za opstanak malih obiteljskih gospodarstava,

³ Podatak je preuzet s web stranice Ministarstva poljoprivrede:
<https://poljoprivreda.gov.hr/ekoloska/199>

postizanjem povoljnije cijene i za proizvođača i za krajnjeg kupca te ostvarivanjem sigurnog plasmana. Institucije ujedno mogu biti i generatori razvoja kratkih lanaca opskrbe provodeći razne programe, financirajući njihov razvoj, ali i kupci proizvoda hrvatskog sela. Čak 70,8 posto predstavnika institucija osobno nabavlja proizvode preko kratkog lanca, a 91,2 posto onih koji do sad nisu sudjelovali, želi se uključiti u neki od kratkih lanaca opskrbe.

Kratki lanci opskrbe svojevrsna su socijalna inovacija, i kao takve ih je moguće značajno bolje iskoristiti na zajedničku dobrobit svih sudionika u lancu opskrbe. Kako bi se mjerama ruralnog razvoja podupiralo kratke lance koji najbolje odgovaraju na potrebe njihovih korisnika, svakako bi trebalo razmotriti mogućnosti uvrštavanja kriterija udruživanja, stvaranja trajnih odnosa povjerenja i prodaje isključivo vlastitih proizvoda gospodarstava u definicije kratkih lanaca opskrbe.

RAZNOLIKOST MODELA KRATKIH LANACA OPSKRBE I NJIHOVE SPECIFIČNOSTI

U ovom poglavlju opisat ćemo neke od najčešćih modela kratkih lanaca opskrbe kako bi naglasili njihovu raznolikost i specifične potrebe koje svaki od njih ima.

U definiciju kratkih lanaca opskrbe moguće je uvrstiti cijeli niz raznolikih modela i pristupa. Zakon o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu (NN 029/2018) govori o mogućnostima prodaje proizvoda obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva u članku 27:

"(1) Vlastite poljoprivredne proizvode proizvedene na OPG-u krajnjem potrošaču ili kupcu/otkuplivaču mogu prodavati nositelj OPG-a, članovi OPG-a i radnici na OPG-u.

(2) OPG prodaje vlastite poljoprivredne proizvode proizvedene na OPG-u:

– prodajom na veliko registriranim fizičkim i pravnim osobama koje neposredno otkupljuju poljoprivredne proizvode za preradu ili daljnju prodaju (neposredno na OPG-u ili na mjestima organiziranog otkupa) te prodajom na tržnicama na veliko

- izravnom prodajom maloprodajnim objektima koji izravno opskrbljuju krajnjeg potrošača (uključujući i ugostiteljske objekte) i
- izravnom prodajom kroz kratke lance opskrbe krajnjih potrošača kao što je prodaja na malo izvan prodavaonica poput prodaje na štandovima i klupama na tržnicama na malo i izvan tržnica na malo, pokretne prodaje, prodaje na daljinu putem oglasa u medijima uz dostavu potrošaču, prodaje putem automata OPG-a, prodaje na prostoru i objektima OPG-a, prodaje na kiosku OPG-a i prigodne prodaje na sajmovima, izložbama, priredbama, izletištima te na štandovima unutar trgovačkih centara, ustanova i slično." (NN 029/2018)

Ovim člankom opisani su najčešći načini prodaje poljoprivrednih proizvoda uz minimalnu suradnju unutar lanca opskrbe. Od proizvođača se traži svestranost i snalažljivost, ne samo u proizvodnji nego i trgovini i marketingu vlastitih proizvoda, a sve su više potrebne i tehničke, informatičke, komunikacijske i administrativne vještine. Kako je u definiciju kratkih lanaca opskrbe moguće uvrstiti cijeli niz vrlo razolikih modela prodaje, samo je dio njih spomenut u okviru ove zakonske odredbe. Svi ostali modeli moraju biti snalažljivi u izmišljanju načina kako da se uklope u neki oblik koji je za njih kreirao zakonodavac. Definiciju modela izravne prodaje dostupnih OPG-u trebalo bi svakako dopuniti i drugim poznatim modelima kratkih lanaca opskrbe kako bi se olakšao njihov rad.

U nastavku slijedi prikaz raznih modela koji ulaze u definiciju kratkih lanaca opskrbe s ciljem prikazivanja njihove raznolikosti, ali i raznolikosti potreba kod njihovog uspostavljanja i funkcioniranja.

Prednost izravne prodaje je neposredna komunikacija s kupcima. Proizvođači imaju mogućnost izravno predstaviti svoje proizvode i svoj rad, a stvara se puno veća razina povjerenja. No prodaja ekoloških proizvoda i proizvoda s oznakom kvalitete i zemljopisnog podrijetla traži drukčiji oblik prodaje. Specifične **ekološke tržnice i seljačke tržnice** opcija su koja daje više mogućnosti da se na jednom mjestu okupe

proizvođači i privuku kupce koji traže upravo takve proizvode. To, međutim, traži određenu organizaciju i podršku lokalnih institucija i zajednice. **Eko sajmovi** kod nas nisu novost. Organiziraju se periodički, najčešće u jesenskim mjesecima ili prigodno, vezano uz određene manifestacije. Za razliku od njih, ekološke tržnice odvijaju se tjedno, daju kupcima određenu garanciju i redovitost prodaje. Ekološke tržnice nisu česte u Hrvatskoj. Ima ih tek u nekoliko gradova kao što su Pula, Rovinj, Osijek i Split no pokazale su se kao vrlo uspješne (Orlić, 2019). Pored organizacijskih vještina, podrška lokalne samouprave nužna je u osiguravanju prostora za oba modela, od sajмова do seljačkih i eko tržnica. Ukoliko ona izostane ili uvjeti nisu prihvatljivi organizatoru (primjerice, zbog nedostatka sredstava za plaćanje najma), organizatori moraju biti dovoljno fleksibilni u traženju površina u privatnom vlasništvu.

Prodaja na kućnom pragu stvara najmanje troškova i povoljna je opcija za proizvođače. Proizvode nije potrebno pakirati, transportirati, kupci ih sami preuzimaju. U nekim slučajevima kupci su čak uključeni i u berbu proizvoda što može predstavljati oblik animacije u ruralnom turizmu. **Ruralni turizam** na gospodarstvu također može dovesti tržište na kućni prag pa se vlastita proizvedena hrana, na imanju priprema i poslužuje gostima.

Sve više proizvođača koristi **internet prodaju** kao rastući potencijal, posebno u vremenu krize izazvane pandemijom COVID-19. Mnogi proizvođači otvaraju *web shop* kako bi lakše prikupljali narudžbe i organizirali isporuku svojih proizvoda na adrese kupaca. Razni internetski servisi stvaraju posebne aplikacije poput virtualnih tržnica za povezivanje proizvođača i potrošača. Iako praktičan, ovaj model može biti povezan s dodatnim troškovima, a svakako zahtijeva određenu informatičku pismenost. Neposredna komunikacija i kontakt proizvođača i kupaca također izostaju. Kupci ne mogu vidjeti proizvod koji kupuju niti osjetiti miris ili eventualno probati proizvod prije nego ga kupe kao što to mogu na tržnicama i sajmovima.

Potrošačke grupe okupljaju potrošače koji se udružuju da bi zajednički došli do određenih proizvoda. Veće narudžbe nekad smanjuju cijenu, a kupci dijele naručene

količine među sobom. Narudžbe su koordinirane, najčešće preko *web* servisa koji sortiraju poruke i daju podatke o naručenim količinama pojedinih proizvoda. Ove grupe najčešće imaju koordinatorski tim ili osobu koja koordinira zajedničke narudžbe, a kupci su ponekad registrirani kao **potrošačka zadruga**. Potrošačke zadruge mogu imati i zaposlene radnike koji primaju i pakiraju narudžbe, održavaju *web* aplikacije i komunikaciju između proizvođača i potrošača. Na taj način moguće je okupiti značajno veći broj ljudi i rasteretiti proizvođača za poslove sortiranja i pakiranja proizvoda na malo te okupiti velik broj proizvođača i raznoliku ponudu proizvoda. Osim niže cijene, motivacija za sudjelovanje u takvim grupama je prakticiranje ekološke svijesti i održivih potrošačkih navika kao što su sezonska potrošnja, briga o tome odakle hrana dolazi, tko ju proizvodi i poštivanje proizvođača (Orlić 2019). Svježe povrće i voće često se isporučuje u obliku sezonskih košarica. Slične modele mogu pokrenuti i **zadruge proizvođača** gdje zadruga preuzima brigu o logistici, marketingu i komunikaciji s kupcima. Veće grupe ili zadruge mogu biti vlasnici rashladnih komora, skladišta, osigurati hladni lanac ili logistiku te organizirati lokalne sabirne centre i pogone za pretpripremu namirnica, primjerice, za isporuku restoranima.

Lokalna solidarna partnerstva između proizvođača i potrošača slična su modelu potrošačkih grupa, ali razvijaju još dublje veze između proizvođača i potrošača. U svijetu su razvijeni razni oblici i svojevrsni socijalni eksperimenti raznoliki po stupnju solidarnosti, vlasničkim odnosima, dijeljenju rizika, podjeli rada i uključivanju potrošača u sezone radove na gospodarstvu (Urgenci 2019). Čest je oblik udruživanja u grupe gdje se kupci odlučuju za mjesečnu ili čak godišnju pretplatu na košarice sezonskih proizvoda koje se nazivaju **poljoprivreda uz potporu zajednice** (eng. *community supported agriculture*) ili raznim drugim nazivima, različitim u svakoj zemlji. Grupa određuje jasna pravila na koje svi članovi pristaju i redovito se dogovara oko praktičnih pitanja. Proizvođači su članovi grupe i zajedno s potrošačima sudjeluju u donošenju odluka. Ponekad su i sami proizvođači inicijatori takvih modela i oni sami okupljaju svoju grupu kupaca.

Gospodarstva koja su bliže velikih gradova organiziraju dostave jednom ili više puta tjedno na gospodarstvu gdje kupci preuzimaju proizvode. Poznati su i primjeri gdje se kupci pretplaćuju paušalnim iznosom, a proizvode sami беру u količini koja im je potrebna. Ako grupa ima više od jednog proizvođača dostave se organiziraju na jednom mjestu gdje kupci preuzimaju unaprijed naručene proizvode. Uz dostave, grupa ponekad organizira sastanke, događanja poput sajмова rabljenih stvari, kulturna događanja i druženja. U nekim grupama kupci imaju i određenu obavezu sudjelovanja u poljoprivrednim radovima. Tako uče o načelima, najčešće ekološke proizvodnje, sezonama dozrijevanja pojedinih kultura i uče cijeniti seljački rad.

Solidarnost i međusobna podrška između proizvođača i potrošača može ići i dalje. Poznati su primjeri gdje se kupci pretplaćuju na urod s imanja bez obzira na količinu. Time preuzimaju rizik sezone zajedno s proizvođačem i garantiraju mu stabilne prihode bez obzira na uvjete proizvodnje. Grupe su ponekad čak i vlasnici zemlje gdje zapošljavaju poljoprivrednike koji na njoj rade. Time pomažu, posebno mladima da dođu do početnog kapitala i lakše prebrode rizike pokretanja proizvodnje. Briga o smjeni generacija u nekim je grupama ostvarena suradnjom starijih proizvođača koji više ne mogu održavati velika imanja, a imaju potrebnu zemlju i resurse i mladih koji su u snazi, ali tek započinju i nemaju početni kapital i iskustvo. Neka gospodarstva uključuju teško zapošljive skupine uz podršku kupaca i raznih socijalnih fondova čime doprinose njihovim uključivanju u rad i ostvarivanju samostalnosti (Urgenci 2019).

U Hrvatskoj je poznat niz primjera inicijativa odozdo pod nazivom grupe solidarne razmjene i solidarne eko-grupe. **Grupe solidarne razmjene (GSR)** osnivaju najčešće kupci, udruge i civilne inicijative. Proizvodi se unaprijed naručuju preko *web* alata i plaćaju izravno, a isporučuju se na zajedničko mjesto dostave. U grupi je više proizvođača i izmjenjuju se ovisno o sezoni za pojedine proizvode. Najčešće pravilo je da se ne stvara konkurencija među proizvođačima pa grupa bira proizvođače prema potrebama članova tako da u pravilu svi proizvođači imaju različit tip proizvoda.

Solidarne eko-grupe (SEG) funkcioniraju po sličnom principu ali inzistiraju na ekocertifikatima za sve proizvode koji se prodaju, a povezane su sa solidarnim eko tržnicama. Na eko-tržnicama isporučuju se naručeni proizvodi i prodaju viškovi ostalim zainteresiranim po nešto većoj cijeni od one koju plaćaju članovi grupe. Grupa periodički ima sastanke na kojima se donose odluke o zajedničkom radu, a proizvođači informiraju kupce o aktualnim zbivanjima na gospodarstvima.

Grupe iz obaju modela povezane su u neformalnu inicijativu, povremeno se okupljaju i razmjenjuju iskustva. Održano je nekoliko solidarnih akcija gdje se pomagalo pojedinim proizvođačima unutar grupa primjerice davalo potporu u kupovini plastenika ili reagiralo u kriznim situacijama (Orlić 2019: 66). Članovi grupa vrlo su često osviješteni pojedinci koji žele znati odakle njihova hrana dolazi i doprinijeti opstanku malih obiteljskih gospodarstava i širenju eko proizvodnje prema načelima agroekologije. Među našim ispitanicima, 20,6 posto je članova GSR ili SEG grupa.

U definiciju kratkih lanaca opskrbe ulaze i inicijative odozgo usmjerene povezivanju prehrane u javnim institucijama s lokalnim proizvođačima. Oni sudjeluju u razvoju kratkih lanaca opskrbe kroz zelenu javnu nabavu i projekte kao što su shema školskog voća i mlijeka.

Strategija Europske unije za bioraznolikost do 2030. (Europska komisija 2020b: str. 18) navodi javne institucije kao moguće pokretače razvoja kratkih lanaca opskrbe: "Kupovna moć javnih tijela predstavlja 14 posto BDP-a EU-a i može uvelike potaknuti potražnju za proizvodima i uslugama poduzeća koja ulažu u prirodna rješenja ili im pridonose. Kako bi iskoristila taj potencijal, Komisija će u buduće zakonodavstvo i smjernice o zelenoj javnoj nabavi uključiti kriterije za poticanje prirodnih rješenja i njihovo praćenje."

Najveći broj ispitanika (82,6 posto) prodaje sve ili dio svojih proizvoda izravnom prodajom na gospodarstvu. Iza toga slijedi prodaja proizvoda preko interneta 56,5 posto te izravna prodaja na sajmovima (31,9 posto) i kroz organizirane grupe kupaca

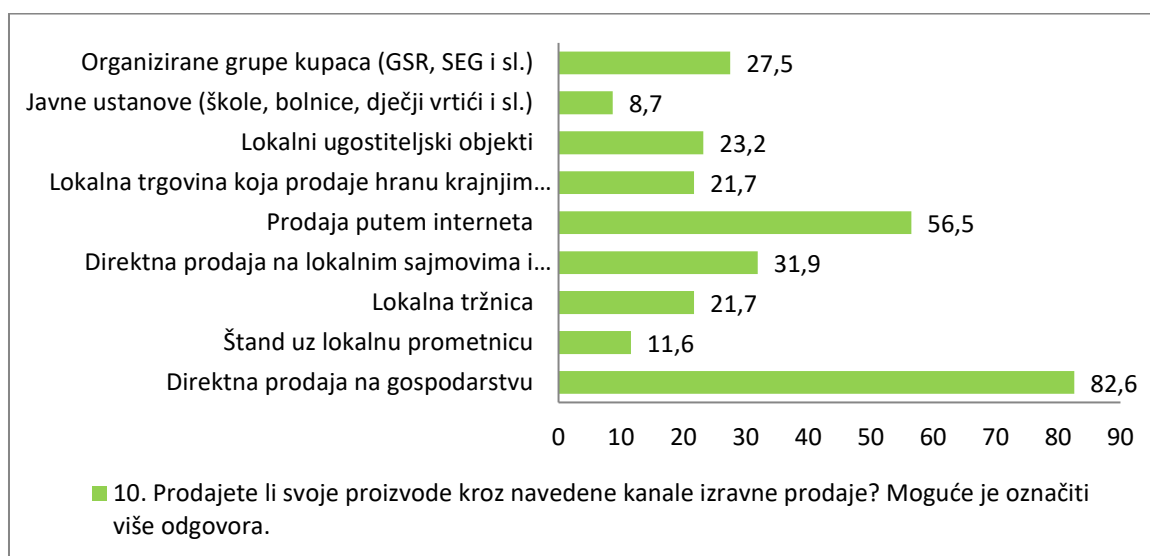
kao što su solidarna ekološka grupa - SEG i grupa solidarne razmjene - GSR (27,5 posto). Najmanje proizvoda ispitanici prodaju kroz javne ustanove i zelenu javnu nabavu (8,7 posto).

Među ispitanicima je svega jedan sudjelovao u procesu zelene javne nabave. Njih 61,5 posto nije čulo za zelenu javnu nabavu, 25 posto ih je izjavilo da im je zelena javna nabava previše komplicirana. Među ostalim komentarima navedeno je da su cijene niske, a administrativni zahtjevi previsoki. Među predstavnicima institucija samo je njih četvero sudjelovalo u procesu zelene javne nabave, a jedna od tih institucija nije nabavljala hranu nego promotivne materijale. Za pretpostaviti je da poljoprivrednici ne prepoznaju institucije kao potencijalne kupce jer već unaprijed očekuju niz problema kao što su administrativni zahtjevi, niske cijene, nefleksibilnost, velike potrebne količine kao i zahtjeve u kvaliteti poput pretpripreme proizvoda za potrebe velikih kuhinja. Zbog toga se niti ne informiraju o zelenoj javnoj nabavi.

Zelena javna nabava ostaje tako veliki neiskorišteni potencijal. Ona je isplativa samo većim proizvođačima ili proizvođačima koji su udruženi kako bi institucijama mogli redovito osigurati dovoljne količine proizvoda i biti konkurentni cijenom. Zanimljiv primjer podrške provođenju zelene javne nabave predstavlja slovenski projekt Katalog živil⁴ kojeg su kao partnerske organizacije provele Kmetijsko gozdarska zbornica Slovenije i Zadružna zveza Slovenije. Katalog predstavlja virtualnu tržnicu i aplikaciju za naručivanje proizvoda koja generira svu potrebnu dokumentaciju i račune za institucije i ponuđače.

⁴ <https://www.katalogzivil.si/>

Grafikon 8: Kanali izravne prodaje



Izvor: Istraživanje IPPO_KLO 2020

RAZLIČITI PRISTUPI LOKALNOSTI

Temeljna ideja kratkih lanaca opskrbe je, osim smanjivanja broja posrednika, i skraćivanje puta koji hrana prelazi od polja do stola. Dobrom organizacijom logistike, ovako prodani proizvodi značajno manje sudjeluju u ukupnom zagađenju okoliša i emisijama štetnih plinova.

No kod definiranja pojma "lokalno" ponovo su uočljivi različiti kriteriji i definicije. Europski Program ruralnog razvoja iz 2013. godine nije ponudio definiciju lokalnog pa je to ostavljeno zemljama članicama da odluče prema vlastitim lokalnim prilikama. Akcijski plan promoviranja i jačanja kratkih lanaca u opskrbi hranom ustanova iz javnog sektora za razdoblje 2019. i 2020. godine (Vlada RH 2019: 2) najprije daje vrlo općenitu definiciju:

"Lokalno predstavlja najmanju jedinicu koja opisuje podrijetlo hrane i utvrđuje udaljenost od mjesta proizvodnje do mjesta prodaje. Prema tome da bi se hrana mogla kvalificirati kao lokalna, moguće je razmatrati kriterij udaljenosti ruralnih

dobavljača i urbanih središta ili u širem kontekstu razmatrati kriterij zemlje podrijetla. Pri deklariranju podrijetla prehrambenih proizvoda uvjet je označavanje zemlje podrijetla, a za naše domaće proizvode to je Republika Hrvatska."

Kasnije u tekstu, pozivajući se na dokument Zajedničkog istraživačkog centra⁵ iz 2013. godine koji nije naveden⁶, definicija se mijenja i specificira udaljenost: "lokalni prehrambeni sustav je onaj u kojem se hrana proizvodi, prerađuje i trži na definiranom zemljopisnom području. Ovisno o izvorima riječ je o području između 20 i 100 km promjera. Ovo, pak, ovisi o gustoći naseljenosti, dostupnosti i karakteru područja (ruralnom ili urbanom). Termin, "lokalno" dodatno govori i o međusobnom povjerenju i suradnji između proizvođača i potrošača." (Vlada RH 2019: 8)

Udaljenost je specificirana i u Pravilniku o provedbi mjere 16 »Suradnja« iz Programa ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2014. – 2020. koji u uvodnom dijelu postavlja definiciju: "*lokalno tržište* je tržište u radijusu 50 kilometara od gospodarstva s kojeg potječe proizvod, uključujući aktivnosti prerade i prodaje do krajnjeg potrošača."

U tekstu natječaja raspisanog u drugoj polovini 2020. godine (Natječaj 16.4.1. 2020: 39), definicija je ponešto izmijenjena:

"*lokalno tržište* je tržište u radijusu 100 kilometara od gospodarstava (radijus uključuje sjedište gospodarstva, poljoprivredne površine i objekte za preradu) s kojeg potječe proizvod, uključujući aktivnosti prerade do krajnjeg potrošača (isključujući internetsku prodaju)".

Prednost ovakvog definiranja lokalnosti jest što hrana prelazi minimalni put od proizvođača do potrošača. No njen nedostatak je što ona ne uzima u obzir razmjenu

⁵ Zajednički istraživački centar interna je znanstvena služba Europske komisije. Neovisnim znanstvenim savjetima temeljenima na dokazima koji su rezultat njegova istraživanja podupire oblikovanje politika EU-a.

⁶ Vjerojatno se radi o Reviji ruralnog razvoja EU-a (travanj 2013): Lokalni prehrambeni proizvodi i kratki lanci opskrbe. U tekstu je navedena sljedeća definicija: "Pojam „lokalno“ najčešće se određuje udaljenošću mjesta proizvodnje od mjesta prodaje, no ta udaljenost može varirati i uvelike ovisi o pojedinom području."

sezonskih proizvoda među raznolikim regijama unutar Hrvatske niti specifičnosti klime i drugih geografskih datosti u Hrvatskoj i s njima povezane poljoprivredne proizvodnje. Primjerice opskrba kontinentalnih regija Hrvatske agrumima, maslinovim uljem, svježom ribom i sl. ne ulazi u definiciju kratkih lanaca opskrbe, a lokalno tržište u krugu od 100 km od područja gdje se oni proizvode je tim proizvodima prezasićeno. Primorski dijelovi Hrvatske oskudijevaju, primjerice, proizvodnjom jabuka, krušaka, bobičastog voća, kravljeg mlijeka. Proizvođači povrća iz Istočne Slavonije nerijetko prelaze dug put kako bi pronašli tržište svojih proizvoda jer velik broj stanovnika tog područja održava kućne vrtove ili ima rodbinu u ruralnoj okolini koja ih opskrbljuje. Problem kratkih lanaca opskrbe koji se fokusiraju isključivo na ekološke proizvode je često nedostatna ekološka proizvodnja raznolikih proizvoda potrebnih kućanstvu u krugu od 100 km od tržišta.

Ispitanici u našem anketnom istraživanju imali su raznolika mišljenja o tome što podrazumijevaju pod pojmom lokalnog proizvoda, što sugerira da ni u javnosti nema jednoznačnog poimanja. Najviše proizvođača se opredijelilo za prodaju unutar županije (29,4 posto), zatim na području cijele Hrvatske (26,5 posto), 50 km od gospodarstva (17,6 posto), najbliže moguće ovisno o proizvodu (14,7 posto). Nekoliko odgovora sugeriralo je da se pojam lokalno odnosi na oznaku geografskog podrijetla, bez obzira gdje se proizvod prodaje.

Slična raznolikost odgovora vidljiva je i kod predstavnika institucija. Ovdje je više ispitanika uzelo u obzir razmjenu sezonskih proizvoda među regijama što sugeriraju dodatni odgovori koje su ispitanici mogli dopisati. Najviše ispitanika opredijelilo se za područje cijele Hrvatske (26,2 posto), a drugi po zastupljenosti je odgovor da lokalno podrazumijeva tržište unutar 50 km (24,6 posto). Isti broj ispitanika (20 posto) smatra lokalnim tržište unutar županije i najbliže moguće, ovisno o proizvodu. Kako nijedan pojedinačni odgovor nije dobio više od 30 posto, kako su odgovori relativno ravnomjerno raspršeni, skloni smo zaključiti da je pojam lokalnosti još uvijek raznoliko shvaćen i da, s obzirom na specifičnosti hrvatske poljoprivrede, ni u kom slučaju ne bi

trebalo ograničavati definiciju kratkih lanaca opskrbe, a time ni pojam lokalnosti na nekoliko desetaka kilometara.

Grafikon 9: Što se smatra pod lokalnim tržištem



Izvor: Istraživanje IPPO_KLO 2020

POTPORA KRATKIM LANCIMA OPSKRBE KROZ MJERE RURALNOG RAZVOJA – MJERA 16.4.1.

U ovom poglavlju analizirana je provedba natječaja za Mjeru 16.4.1. iz perspektive poljoprivrednih proizvođača kao njenih potencijalnih korisnika.

Vrlo je malo natječaja kojima je moguće financirati razvoj kratkih lanaca opskrbe s obzirom da se radi o potpori gospodarskim djelatnostima. Potpore je moguće ostvariti na lokalnoj razini. Značajna podrška je i suradnja s lokalnim institucijama u omogućavanju legalnih dostava i davanju na korištenje javnih površina za lokalne seljačke i eko tržnice te sajmove, pokretnu prodaju i automate.

Program ruralnog razvoja 2014-2020 postavio je za cilj poticanje uspostave i razvoja kratkih lanaca opskrbe kroz mjeru 16.4 - "podrška za horizontalnu i vertikalnu suradnju među akterima lanca opskrbe za uspostavu i razvoj kratkih lanaca opskrbe i lokalnih tržišta, te za promociju aktivnosti u lokalnom kontekstu povezane s razvojem

kratkim opskrbnim lanaca i lokalnih tržišta". Poticanje kratkih lanaca opskrbe ostavljeno je za sam kraj programskog razdoblja pa izvještaj o provedbi nije uključen u službena izvješća.⁷

Prvotno raspisan natječaj iz 2019. trebao je povezati najmanje 5 partnera unutar operativne skupine što je kasnije izmijenjeno na najmanje 2 partnera. Prihvatljivi korisnici definirani su kao fizičke i pravne osobe upisane u Upisnik poljoprivrednika ekonomske veličine 2000-100.000 €, proizvođačke organizacije u poljoprivrednom i prehrambeno-prerađivačkom sektoru i ostale fizičke i pravne osobe koje se bave djelatnostima povezanim s uspostavom, radom i razvojem kratkih lanaca opskrbe i lokalnih tržišta, a koje nisu veletrgovci ili trgovački lanci. Lokalno tržište ograničeno je na 100 km od gospodarstva. Potpora u iznosu između 10-100.000 € prema izrađenom poslovnom planu trebala bi biti isplaćena u 100-postotnom iznosu ali potrebno je određeno pretfinanciranje aktivnosti projekta jer se sredstva isplaćuju u najviše 3 rate, na kraju svake godine trajanja projekta.

Najviše proizvođača koji su svoje mišljenje izrazili u anketnom istraživanju, članovi su udruga (57,4 posto). Udruge su često pokretači kratkih lanaca opskrbe odrađujući administrativni dio posla za svoje članove. No ovim natječajem udruge proizvođača stavljene su u nepovoljan položaj jer se radi sprječavanja sukoba interesa ne mogu uključivati u partnerstvo sa proizvođačima koji su njihovi članovi. U ukupnom broju bodova vrednuje se broj proizvođača uključenih u partnerstvo, ali ako su oni udruženi u udrugu, boduje se samo sudjelovanje proizvođača koji nisu članovi, a udruga je zasebni partner. Tako se u praksi dešava da je broj stvarno uključenih proizvođača značajno veći nego je to prikazano na popisu partnera za što nije moguće ostvariti realan broj bodova.

⁷ Prvotna ideja je bila da se po uzoru na mjeru 16.1. i 16.2. usmjerenu na poticanje suradnje među poljoprivrednicima i istraživačkim institucijama, najprije provede natječaj za formiranje operativnih skupina. Natječaj mjere 16.1. za osnivanje operativnih skupina suradnje koja bi se provodila kroz mjeru 16.4. je raspisan 10.1.2019. i predviđeno je predavanje prijave od 8.2. do 22.3.2019. no ubrzo je povučen. U konačnici je proveden natječaj za mjeru 16.4. bez potrebe prethodne prijave na mjeru u 16.1. s rokom predaje prijave 28.9.2020. naknadno pomaknutim na 30.10.2020.

Tek 8,8 posto ispitanika prijavio se na natječaj kroz mjeru 16.4.1. Većina onih koji su odgovorili na ovo pitanje kao glavne razloge navodi da nisu na vrijeme čuli za natječaj i nisu imali potrebne informacije (48,1 posto), da je prijava i administracija bila prekomplikirana (23,1 posto), da ne spadaju u prihvatljive korisnike ili nisu mogli pronaći partnere (17,3 posto), da nemaju mogućnost pretfinanciranja ili da im ne treba takav oblik potpore (13,5 posto). Tek 3 od 69 ispitanika izjavili su da nisu imali prepreka u prijavi projekta. Jedan ispitanik izjavio je da je izrazito zadovoljan s provedbom natječaja, a četvero je relativno zadovoljno. No, većina (79,1 posto) ispitanika želi sudjelovati na natječaju za potporu kratkim lancima opskrbe u budućnosti. Ovaj podatak govori da proizvođači imaju velik interes za uspostavu kratkih lanaca opskrbe no uvjete natječaja potrebno je prilagoditi kako bi odgovarali stvarnim potrebama. Tu tvrdnju dodatno potvrđuje podatak da se 69,5 posto ispitanih proizvođača i 95,3 posto predstavnika institucija u potpunosti ili djelomično slaže s tvrdnjom da kratki lanci opskrbe imaju perspektivu i treba ih razvijati.

Iako su kratki lanci opskrbe najvažniji za opstanak malih gospodarstava, upravo ona najmanja gospodarstva ekonomske veličine manje od 2000 € nisu prihvatljivi korisnici. To isključuje mnoga gospodarstva poljoprivrednika početnika, mladih proizvođača i onih kojima je poljoprivreda drugo zanimanje. Ova mjera ne potiče ih da napreduju i povećavaju opseg proizvodnje. Pretfinanciranje zahtjeva određene financijske, a popunjavanje obrazaca, prikupljanje dokumentacije i prijava projekta organizacijske kapacitete organizacije i/ili proizvođača pa također nije ostvarivo manjim građanskim inicijativama povezivanja proizvođača i potrošača na lokalnoj razini. Organiziranje tržišta u radijusu od 100 km od gospodarstva smanjuje mogućnost pronalaženja partnera i organiziranja raznolike ponude kakvu kupci unutar kratkih lanaca opskrbe traže.

Kako bi natječajem bilo obuhvaćeno više potencijalnih korisnika, mogle bi se uvesti sljedeće izmjene:

- definirati samo maksimalnu granicu od 100.000€ ekonomske veličine,

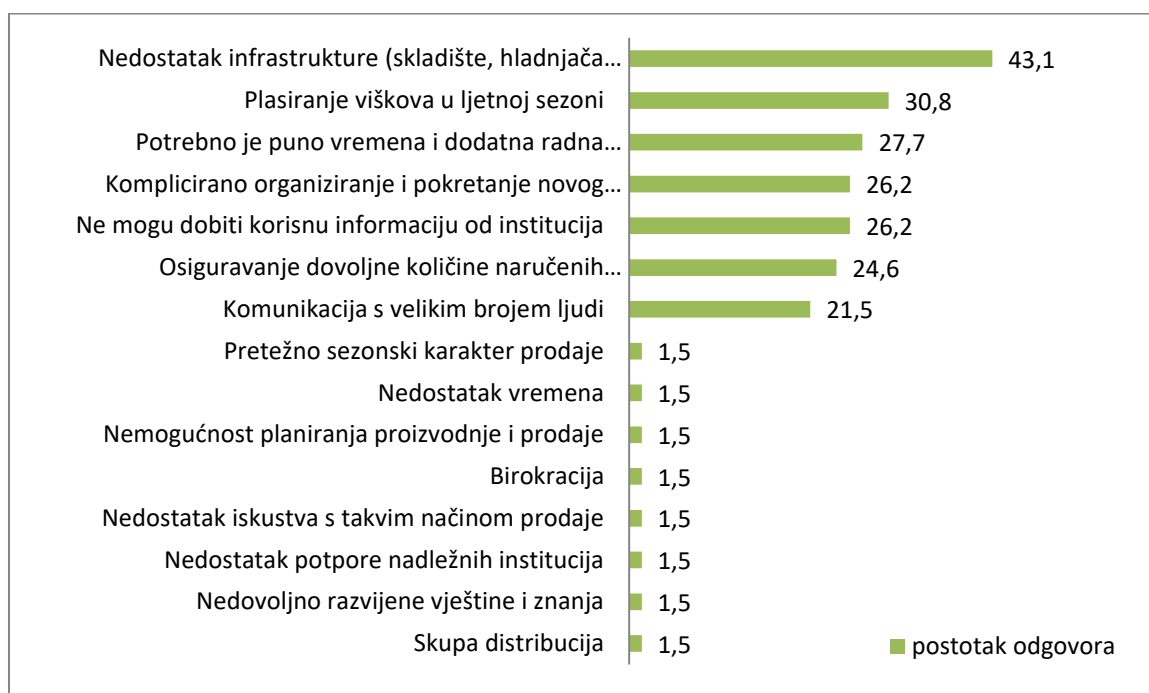
- osigurati isplatu paušalnog iznosa na početku projekta, po uzoru na mjeru 16.1.1. kako bi aktivnosti mogle nesmetano započeti,
- kod bodovanja uzeti u obzir i broj poljoprivrednika uključenih u udrugu koja je partner u projektu ili prihvatiti različite uloge koje u projektu imaju udruge u odnosu na proizvođače te ih prihvatiti kao moguće zasebne partnere
- odrediti lokalno tržište kao područje cijele Hrvatske kako bi se omogućila razmjena između različitih proizvodnih regija
- razmotriti mogućnost pojednostavljivanja natječajne dokumentacije

PREPREKE I POTREBE U RAZVOJU KRATKIH LANACA OPSKRBE U HRVATSKOJ

Hrvatska poljoprivreda pati od nedostatka vertikalne integracije poljoprivrednih proizvođača. Poljoprivredna infrastruktura poput skladišnih i rashladnih kapaciteta, kao i distribucijski centri nedostaju i nejednako su raspoređeni na regionalnoj razini (Europska komisija 2020 c: str. 10). Među prepreke razvoju kratkih lanaca opskrbe, najveći broj proizvođača (30,8 posto) u anketnom istraživanju naveo je nedostatak infrastrukture, skladišta, hladnjača i slično. Nadalje, njih 30,8 posto kao prepreku navodi i nemogućnost plasiranja viška proizvoda u ljetnoj sezoni kada većina kupaca odlazi na godišnje odmore, a urod je najobilniji.

Kratki lanci opskrbe, po mišljenju 27,7 posto ispitanika zahtijevaju puno dodatnog vremena i rada potrebnog za pripremu i pakiranje narudžbi, komunikaciju i organizaciju. Pokretanje kratkog lanca traži kreativnost i organizacijske vještine te je zahtjevnost pokretanja kratkog lanca prepreka za 26,2 posto ispitanika kao i nemogućnost dobivanja jasne informacije od institucija (također 26,2 posto). Nadalje 24,6 posto ispitanika ima problem s osiguravanjem dovoljnih količina naručenih proizvoda, posebno u opskrbi većih potrošača kao što su kuhinje javnih ustanova.

Grafikon 10: Problemi u prodaji kroz kratke lance opskrbe



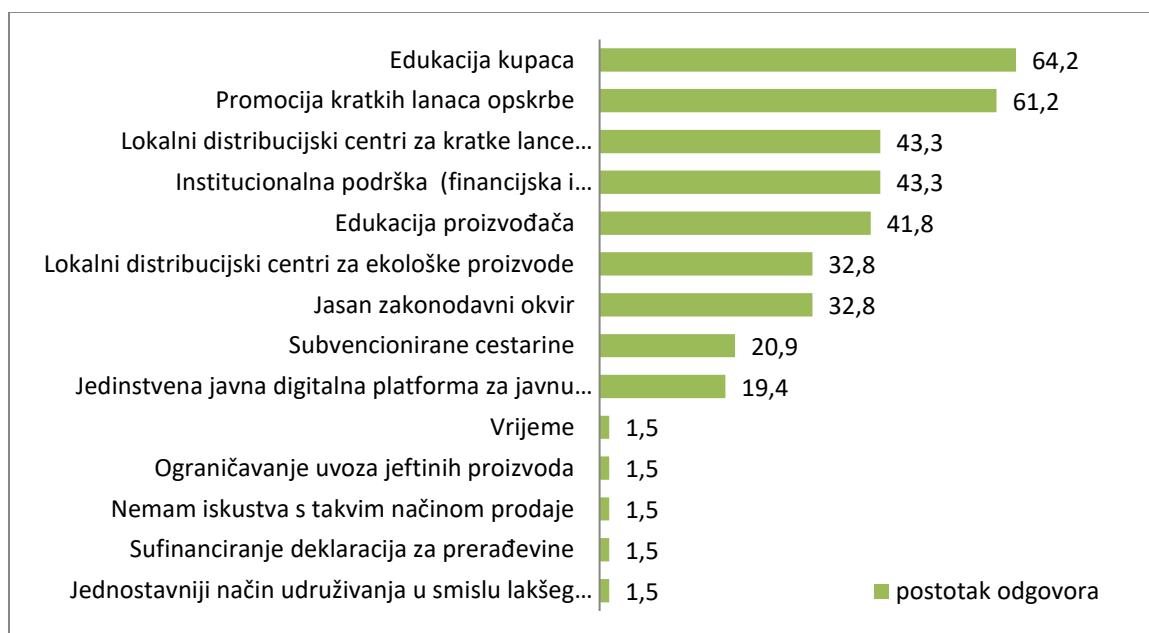
Izvor: Istraživanje IPPO_KLO 2020

Da bi se poslovanje unutar kratkih lanaca opskrbe unaprijedilo, po mišljenju ispitanih proizvođača potrebno je prvenstveno educirati kupce (64,2 posto) i promovirati kratke lance (61,2 posto). Također, institucionalna podrška, po mišljenju 46,3 posto ispitanika, može značajno doprinijeti radu i širenju kratkih lanaca opskrbe.

Unaprjeđenje i pokretanje lokalnih distribucijskih centara važno je za 43,3 posto ispitanika, posebno distribucijskih centara specijaliziranih za ekološku proizvodnju (32,8 posto). Prostor opremljen hladnjačom, skladišnim prostorom i prostorom za pakiranje, omogućio bi proizvođačima jednostavniju opskrbu kupaca, manje putovanja, a lokalna zadruga, solidarna ekološka grupa ili neki drugi oblik organizacije mogla bi pružiti podršku u vidu pakiranja narudžbi i organiziranja opskrbe. Među proizvođačima njih 41,8 posto smatra da je potrebna i dodatna edukacija proizvođača, a jednako toliko vidi kao važno kreiranje jasnijih zakonskih okvira. Proizvođačima su potrebne i subvencionirane cestarine što bi smanjilo cijenu

dostave proizvoda krajnjem korisniku (20,9 posto) te pokretanje jedinstvene javne digitalne platforme prilagođene opskrbi javnih ustanova i institucija (19,4 posto).

Grafikon 11: Kako unaprijediti kratke lance opskrbe



Izvor: Istraživanje IPPO_KLO 2020

Iz navedenog se može zaključiti da institucionalna podrška može imati važnu ulogu u razvijanju potrebne infrastrukture te provođenju edukacijskih i savjetodavnih aktivnosti bilo kroz aktivnosti institucija ili financiranje raznih oblika udruženja proizvođača i kupaca. Također bi bilo važno kreirati jasne zakonodavne okvire koji bi uzeli u obzir lokalne posebnosti Hrvatske te prepoznali raznolike oblike udruživanja i njihovih specifičnih potreba.

KRATKI LANCI OPSKRBE U NOVOM NACRTU STRATEGIJE POLJOPRIVREDE 2020.-2030.: VIŠE OD FARME

Strategija hrvatske poljoprivrede 2020.-2030.: Više od farme, kreirana je u suradnji Ministarstva poljoprivrede i Svjetske banke. Od 2018.-2020. izrađene su opsežne

analize čiji su rezultati uključeni u strategiju kao vizija razvoja hrvatskog sela u narednom razdoblju.

Dokument oblikuje stratešku viziju hrvatske poljoprivrede kroz četiri strateška cilja:

"1) povećanje produktivnosti i otpornosti poljoprivredne proizvodnje na klimatske promjene; 2) jačanje konkurentnosti poljoprivredno-prehrambenog sektora;

3) obnova ruralnog gospodarstva i unaprjeđenje uvjeta života u ruralnim područjima

4) poticanje inovacija u poljoprivredno-prehrambenom sektoru."

Strateški cilj 2: jačanje konkurentnosti poljoprivredno-prehrambenog sektora povezan je sa potrebom 6: Jačati povezanost poljoprivredno-prehrambenog sektora s tržištem, uključujući okrupnjavanje ponude. Strateški ciljevi razvijeni su u šest osnovnih aktivnosti gdje je su kratki lanci opskrbe prepoznati kroz aktivnost C: Razvoj diversificiranih i integriranih domaćih tržišta poljoprivredno-prehrambenih proizvoda.

"Poticati će se uspostava boljih veza između proizvođača, domaćih kupaca i financijskih institucija, posebno u jako fragmentiranim podsektorima. Suradnjom između poljoprivredno-prehrambenih proizvođača i kupaca lokalnih proizvoda u strateškim segmentima tržišta, osobito u preradi i marketingu, maloprodaji te ugostiteljstvu, osigurat će se integrirana ulaganja, obrtni kapital, tehnička pomoć i marketinška podrška."

U sklopu te aktivnosti, intervencija C.1. glasi: Poticati produktivna partnerstva između proizvođača i kupaca u kratkim opskrbnim lancima. Poseban naglasak stavljen je na boljoj organiziranosti proizvođača i njihovom povezivanju s kupcima, a posebno s sa sektorom turizma i ugostiteljstva. To je povezano i sa drugim ciljevima kao što su razvoj standarda kvalitete te digitalne tehnologije poput marketinških platformi, razvoj distribucijskih sustava bez zalihe (sustavi *just-in-time*), poboljšanim brendiranjem i pakiranjem te vrednovanjem ostataka i praćenjem tokova otpada.

Prednost koja je prepoznata je upravo suradnja i to na svim razinama unutar opskrbnog lanca. Iako to nigdje nije eksplicitno naglašeno, treba imati na umu da iza svih tih strateških ciljeva stoje ljudi i lokalne zajednice koje također mogu biti generator razvoja. Bolja horizontalna i vertikalna integracija može se postići samo unaprjeđenjem realnih društvenih mreža i odnosa na lokalnoj razini koji mogu biti snažni pokretači promjena.

ZAKLJUČAK

Kratki lanci opskrbe prepoznati su i valorizirani u svim strateškim dokumentima na europskoj i nacionalnoj razini u Republici Hrvatskoj. Razlike međutim postoje u načinima na koje su oni definirani te modelima primjene takvih definicija u praksi. Razvojem Zajedničke poljoprivredne politike Europske unije u prošlom razdoblju kratki lanci opskrbe imali su značajnu ulogu za unaprjeđenje lokalnog gospodarstva, posebno kao podrška malim obiteljskim gospodarstvima. Oni su povezani sa ciljevima razvoja oznaka kvalitete i brendiranjem lokalnih proizvoda te ostvarivanjem horizontalne i vertikalne suradnje, jačanjem organizacija proizvođača, organiziranjem kupaca i razvojem prateće infrastrukture.

Na nacionalnoj razini kratki lanci opskrbe također su vrednovani u Programu ruralnog razvoja 2014-2020. ali kroz mjere ruralnog razvoja relativno su slabo poticani. U definiciji kratkih lanaca opskrbe na nacionalnoj razini izostala je suradnja kao značajan faktor i temeljna ideja koncentrirana je više na uobičajene modele izravne prodaje. Kroz zakonske odredbe također je prepoznata izravna prodaja no nisu prepoznate organizirane grupe proizvođača i potrošača. One time ostanu prepuštene vlastitoj kreativnosti kako bi se uklopile u okvire koji ne prepoznaju specifičnost njihovih potreba i ne daju jednoznačna rješenja.

Pandemija COVID-19 otvorila je niz pitanja i potrebe razvoja veće samodostatnosti pri čemu su mala obiteljska gospodarstva dobila na važnosti. Razvoj malih obiteljskih

gospodarstva i s njima povezanih inovativnih modela kratkih lanaca opskrbe, daje odgovore na većinu izazova s kojima se u novije doba susrećemo. Hrana koja se na taj način proizvodi i distribuira ima značajno manji ekološki otisak. Lokalna solidarna partnerstva između proizvođača i potrošača ujedno mogu biti poticaj razvoju zajednica. Za razvijanje tog sustava potrebna je institucionalna podrška. Jasne definicije, prilagođene lokalnim prilikama unutar zakona i strateških dokumenata imaju ključnu ulogu u postavljanju prioriteta i mogu značajno doprinijeti kvalitetnoj provedbi i odgovoru na stvarne potrebe korisnika.

Strateški dokumenti nove Zajedničke poljoprivredne politike Europske unije kao i strateški dokumenti na nacionalnoj razini usmjereni su ambicioznim ciljevima smanjivanja upotrebe kemijskih sredstava u zaštiti bilja i povećanju površina pod ekološkom proizvodnjom te drugim ciljevima kao odgovor na krizu uslijed klimatskih promjena. Kratki lanci opskrbe prepoznati su na svim razinama kao važni no da bi se uspješno razvijali, potrebno je učiti na iskustvima iz proteklog razdoblja i otkloniti uočene probleme i nedosljednosti.

PREPORUKE ZA KREIRANJE POLITIKA KOJE BI DALE POTICAJ RAZVOJU KRATKIH LANACA OPSKRBE

1. U strateškim dokumentima detaljnije razraditi definiciju kratkih lanaca opskrbe i opisati specifičnosti svakog modela kako bi se bolje odgovorilo na njihove potrebe.
2. Definiciju lokalnog učiniti fleksibilnijom kako bi kupcima unutar kratkih lanaca opskrbe bila dostupna sva raznolikost proizvoda naše zemlje.
3. Predvidjeti i provoditi više natječaja za poticanje razvoja kratkih lanaca opskrbe u skladu sa specifičnim potrebama korisnika te raditi na boljoj promidžbi i vidljivosti natječaja.
4. Razvijati infrastrukturu potrebnu za razvoj kratkih lanaca opskrbe kao što su sabirni centri, rashladni kapaciteti i dr.
5. Vrednovati modele socijalnih inovacija u povezivanju proizvođača i potrošača.
6. Promovirati kratke lance opskrbe na različite načine.
7. Educirati proizvođače, kupce te djelatnike institucija koje mogu imati aktivnu ulogu u kreiranju kvalitetnijih modela kratkih lanaca opskrbe (od pružanja informacija do edukacija i umrežavanja).

LITERATURA:

Brimont, L, Saujot M. (2020): Ecological transition and inequalities, a democratic challenge. Part three: Rebuilding trust on the path to transition: a first set of propositions; IDDRI blog post dostupan na: <https://www.iddri.org/en/publications-and-events/blog-post/ecological-transition-and-inequalities-democratic-challenge-part>

Europska komisija (2019): Europski zeleni plan

Europska komisija (2020a): Strategija „od polja do stola”: za pravedan, zdrav i ekološki prihvatljiv prehrambeni sustav

Europska komisija (2020b): Strategija EU-a za bioraznolikost do 2030. - Vraćanje prirode u naše živote

Europska komisija (2020 c): Commission staff working document: Commission recommendations for Croatia’s CAP strategic plan, European Commission

Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (2014): Rural Development Programme of the Republic of Croatia for the Period 2014-2020, European Agricultural Fund for Rural Development

Organizacija za hranu i poljoprivredu Ujedinjenih naroda (2018): The 10 Elements of Agroecology: Guiding the transition to sustainable food and agricultural systems, Rome, FAO

Legowski M, Brzezina N, Ciaian P, Lima M, Mondelaers K, van de Pol L, Santini F, Stein A (2020): CAP specific objectives...explained –Brief No 3: Farmer position in value chains, European Commission

Nyeleni Europe 2011: Forum for food sovereignty, Krems, Austria, (2011): Synthesis report & action plan

Orlić Olga (2019): Antropologija solidarnosti u Hrvatskoj: poljoprivreda potpomognuta zajednicom

Poux, X., Aubert, P.-M. (2018): An agro-ecological Europe in 2050: multifunctional agri-culture for healthy eating. Findings from the Ten Years For Agroecology (TYFA) modelling exercise, Iddri-AScA, Study N°09/18, Paris, France

Program ruralnog razvoja (2020): Natječaj za provedbu Podmjere 16.4. „Potpora za horizontalnu i vertikalnu suradnju sudionika u opskrbnom lancu za uspostavljanje i razvoj kratkih opskrbnih lanaca i lokalnih tržišta te za promicanje aktivnosti u lokalnom kontekstu u vezi s razvojem kratkih opskrbnih lanaca i lokalnih tržišta” - provedba tipa operacije 16.4.1 „Kratki lanci opskrbe i lokalna tržišta”

Pravilnik o proizvođačkim organizacijama i drugim oblicima udruženja primarnih poljoprivrednih proizvođača (NN 087/2020)

Svjetska banka, Program ruralnog razvoja, Operativni program za pomorstvo i ribarstvo, Ministarstvo poljoprivrede (2020): Više od farme - Vizija i plan provedbe strateške transformacije poljoprivrede i ruralnog prostora, Hrvatska 2020-2030.

Sylvia Kay, Emily Mattheisen, Nora McKeon, Paola De Meo and Ana Moragues Faus (2018): Public Policies for Food Sovereignty: Think piece series Food for Thought No.1

UNIDO (2020): Belletti G, Marescotti A, Russo F, Ackermann N, Muschiali E, Arcuri S: Short food supply chains for promoting local food on local markets

Uredba (EU) br. 1305/2013 Europskog parlamenta i Vijeća o potpori ruralnom razvoju iz Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj (EPFRR)

Urgenci (2019): Local and Solidarity-Based Partnerships for Agroecology (LSPA) Around the Mediterranean

Vlada Republike Hrvatske (2019): Akcijski plan promoviranja i jačanja kratkih lanaca u opskrbi hranom ustanova iz javnog sektora za razdoblje 2019. i 2020. godine

Vlada Republike Hrvatske, Ured za udruge 2020: Izvješće o financiranju projekata i programa organizacija civilnoga društva iz javnih izvora u 2018. godini

Zakon o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu (NN 029/2018)

Kratki lanci opskrbe i projektno financiranje na primjeru Međimurja

dr. sc. Petar Bagarić

UVOD

U ovoj studiji istražiti ćemo pojedine aspekte kratkog lanca opskrbe osnovanog inicijativom odozgo 2017.-2018. godine, a koji ujedno predstavlja i prvi takav kratki lanac opskrbe u Hrvatskoj.

Kratki lanci opskrbe (u daljnjem tekstu KLO) u pravilu nastaju kao rezultat ostvarene sinergije različitih društvenih aktera (kupci, institucije, civilni sektor, proizvođači) pa stupanj razvijenosti kratkih lanaca opskrbe promatramo kao važan pokazatelj na temelju kojega je moguće donijeti zaključke o kapacitetima navedenih aktera kao i o njihovim mogućnostima za povezivanje i suradnju.

Od kratkih se lanaca opskrbe očekuje povoljan utjecaj na sljedeće potrebe navedene u Programu ruralnog razvoja 2014.-2020. (u daljnjem tekstu PRR): povećana konkurentnost poljoprivrednih proizvoda, smanjeni troškovi logistike, organiziranje proizvođača i njihovo jače pozicioniranje na tržištu.

Ova je analiza provedena u svjetlu navedenih potreba PRR-a.

KLO su širok pojam koji označava organizacijske prakse distribucije usmjerene na maksimalno smanjivanje posrednika u prodaji i nabavi roba. U prehrambenom će sektoru uvođenje KLO-a ići za ciljem da se u što većoj mjeri smanji udaljenost između mjesta proizvodnje i mjesta potrošnje hrane. Kratki su lanci opskrbe u poljoprivredi usko vezani uz poticanje ekološke poljoprivrede i tradicionalno su osnivani odozdo (*bottom-up*).

Međutim, postoji i pristup odozgo (*top-down*) čijom primjenom se putem javnih politika nastoji potaknuti osnivanje KLO-ova. Ova će se studija baviti primjerom kratkog lanca opskrbe koji je osnovan upravo pomoću pristupa odozgo kao rezultat projekta većinski financiranog od strane Europske unije. U okviru studije biti će predstavljen kratki lanac opskrbe osnovan u Međimurju kao rezultat projekta Agrishort, punog naziva „Kroz suradnju institucija do uspostave kratkih opskrbnih lanaca i konkurentnijeg poljoprivrednog sektora u prekograničnoj regiji“, provedenog 2017.-2018. godine. Budući da osnivanje i vođenje tog lanca objedinjuje različite organizacijske aspekte i pristupe, na početku ćemo studije predstaviti i objasniti pojmove zadrugarstva i projektizacije.

Cilj je ove studije utvrditi u kojoj je mjeri uspješna primjena modela KLO-a putem projektnog financiranja i administrativne podrške. Naglasak analize biti će na identifikaciji infrastrukturnih problema u funkcioniranju takvog KLO-a nakon završetka projektnog financiranja. Studija je metodološki utemeljena na istraživanju u kojem su korištene kvalitativne i kvantitativne metode prikupljanja podataka. Istraživanje je provedeno metodom polustrukturiranog intervjua s proizvođačima te metodom ankete u užem smislu.

Serijski polustrukturirani intervjui, na kojima se temelji ovo istraživanje, provedena je s proizvođačima uključenima u navedeni KLO-o, a od strane autora ove studije.

Anketno istraživanje koje je smo proveli uključuje dva poduzorka i shodno tome dvije ankete, a provedeno je u suradnji s autoricama druge dvije studije u sklopu ove aktivnosti, pri čemu je u svakoj pojedinoj studiji obrađen i analiziran po dio rezultata iz zajedničkih anketa, shodno ciljevima pojedine studije. Pri tome, iako svaka studija predstavlja cjelinu za sebe, rezultati triju studija, unutar ove aktivnosti, međusobno se nadopunjuju. Jedna od provedenih anketa bila je namijenjena institucijama i organizacijama uključenima u podršku kratkim lancima opskrbe, a druga poljoprivrednim proizvođačima. Upitnici obiju anketa nalaze se u prilogu studije.

Online ankete imaju određene prednosti poput mogućeg velikog broja prikupljenih podataka, velikog dosega ispitanika u vrlo rasprostranjenim prostornim jedinicama i smanjenog vremena potrebnog za prikupljanje podataka (Žmuk 2019), no imaju i specifična ograničenja poput nesigurnog dolaska do ciljane populacije (zanemarivanje i neproslijeđivanje maila s anketom), brzanja ispitanika pri odgovaranju (engl. *speeding*) i sl. (ibid.).

Imajući to na umu, anketni rezultati u ovom istraživanju prikupljeni su s najvećom mogućom pažnjom u izboru sudionika koji su detaljno upućeni u ciljeve i način ispunjavanja ankete. Visok odaziv sudionika (u kontekstu *online* anketnog istraživanja), te njihove valjano ispunjene ankete iz oba poduzorka ukazuju na njihovu visoku motiviranost za sudjelovanje u istraživanju.

Cilj ankete namijenjene poljoprivrednicima, naslova „Poljoprivrednici: Anketno istraživanje 'Informiranost i iskustvo poljoprivrednika s kratkim lancima opskrbe'“ (dalje u tekstu „anketa 1“) bio je utvrditi osobna iskustva poljoprivrednika kad je riječ o sudjelovanju u KLO-u ili pokušajima uspostave KLO-a, njihova iskustva suradnje s institucijama te njihovo mišljenje o mogućim preprekama kad je riječ o osnivanju KLO-a.

Instrumenti, a shodno tome i podaci iz anketa koje smo u ovoj studiji koristili odnose se na teme:

- Prednosti poslovanja u uspostavljenom lancu opskrbe
- Ostvareni pristup tržištu putem sudjelovanja u kratkom lancu opskrbe
- Suradnja s institucijama pri poslovanju

Cilj ankete – „Institucije: „Anketno istraživanje 'Informiranost i iskustvo poljoprivrednika s kratkim lancima opskrbe'“ (dalje u tekstu „anketa2), namijenjene institucijama bio je stjecanje uvida u informiranost administrativnog osoblja od kojeg se očekuje da prema prirodi svog posla surađuje s poljoprivrednicima kroz poslove

informiranja, provedbe politike potpora ili rada na projektima usmjerenim na razvoj sela i poljoprivrednog sektora.

Pitanja u ovoj studiji na koja smo odgovarali podacima iz te ankete odnose se na sljedeće teme:

- Motivacija proizvođača za pridruživanje kratkom lancu opskrbe;
- Ostvareni pristup tržištu putem sudjelovanja u kratkom lancu opskrbe;
- Uočeni organizacijski problemi pri poslovanju putem KLO-a.

U ovoj studiji želimo utvrditi u kojoj mjeri je kratki lanac opskrbe u Međimurju osnovan inicijativom odozgo uspješan, pri čemu ćemo uspješnost mjeriti s nekoliko aspekata:

- Financijsko zadovoljstvo proizvođača ostvareno sudjelovanjem u KLO-u;
- Prednosti poslovanja u uspostavljenom lancu opskrbe;
- Percepcija proizvođača o ostvarenom pozicioniranju na lokalnom tržištu;
- Uočeni organizacijski problemi u funkcioniranju kratkih lanaca opskrbe.

Prema našim spoznajama, riječ je o prvom istraživanju kratkog lanca opskrbe hranom uspješno organiziranom „odozgo“. Kratki lanci opskrbe hranom, zbog svog potencijala da smanje troškove logistike i osiguraju sljedivost proizvoda, mogu u tom smislu pomoći obiteljskim gospodarstvima da se na odgovarajući način uključe u sve konkurentnije tržište prehrambenim proizvodima i da osiguraju krajnjim potrošačima pristup kvalitetnim i zdravim namirnicama.

Naime, kratki lanci opskrbe su u organizacijskim znanostima već prepoznati kao model kojim se olakšava sljedivost proizvoda i procesa. Razvoj globalnog i potrošačkog tržišta postavlja pred proizvođače i distributere sve više kriterije u obliku pojačanih zahtjeva za sigurnošću proizvoda i za društveno odgovornim poslovanjem. Sljedivost proizvoda i proizvodnih i distribucijskih procesa u tom se kontekstu javlja kao ključan korak koji omogućava brzu analizu proizvodnog procesa i, u slučaju potrebe, povlačenje velikih količina štetnih proizvoda s tržišta. U kontekstu

proizvodnje hrane, sljedivost se odnosi na skup praksi razvijenih u svrhu kontrole kvalitete i sigurnosti hrane. Princip sljedivosti je povezan s „identifikacijom proizvoda, praćenjem podrijetla materijala i sirovina te povijesnim praćenjem procesa proizvodnje, prerade, distribucije i prodaje” (Omejec i Pejić Bach 2007:43). Budući da su kratki lanci opskrbe prepoznati kao pogodan okvir kojim se olakšava praksa sljedivosti proizvoda i procesa, važno je osigurati sustavnu podršku uspostavi KLO-a koji, u konačnici, obiteljskim gospodarstvima omogućuju da na zadovoljavajući način odgovore na kriterije sve zahtjevnijeg tržišta prehrambenih proizvoda.

U nastavku ćemo objasniti pojmove projektizacije i zadrugarstva koji su važni za razumijevanje konteksta razvoja europskih ruralnih politika spram udruživanja i poticanja kratkih lanaca opskrbe.

PROJEKTIZACIJA

Budući da je konkretni KLO o kojem je riječ u ovoj studiji nastao kao rezultat projektnih aktivnosti u ovom ćemo dijelu studije predstaviti određene aspekte procesa projektizacije u ruralnom kontekstu. Termin „projektizacija” u ovom tekstu koristimo kao naziv za „stupanj organiziranosti aktivnosti kroz projekte” (Kuura 2011:118). Projektizacija je dio šire pojave – „projektifikacije” koja se odnosi na šire društvene procese koji, između ostalog, zahvaćaju korporativni sektor, javni sektor, obrazovanje i znanost, a koji se u sve većoj mjeri financiraju i razvijaju upravo putem projektno organiziranog rada.

Za ovu je studiju pojam projektizacije važan jer predstavlja proces koji podrazumijeva suradnju više različitih aktera organiziranih oko zajedničkog cilja, što se pokazalo izuzetno značajnim za uspostavu i održavanje KLO-va. Naime, za uspostavu KLO-a važna je sinergija javnih službi, civilnog i privatnog sektora.

Projektizacija u kontekstu uspostave KLO-ova ima posebno značenje budući da omogućava pristup sredstvima osiguranima na razini EU-a za razvoj lokalnih

zajednica. Riječ je o sredstvima koja Europska unija osigurava u sklopu LEADER inicijativa kojima je cilj decentralizacija ruralnih politika i osnaživanje lokalnih zajednica. LEADER (*Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale*) je skup načela, razvijanih u EU od početka 1990-ih, koji služe kao uporište za projekte ruralnog razvoja. LEADER je zamišljen kao model podrške ruralnom stanovništvu kako bi se oduprlo ugrožavajućim aspektima globalizacijskih procesa. Riječ je o načelima koja promoviraju endogeni pristup ruralnom razvoju. Snaga inicijative LEADER često je simbolička, više nego financijska, budući da zauzima razmjerno mali dio mjera Zajedničke poljoprivredne politike (Shucksmith 2010). Načela koja zagovara LEADER sukladna su neoendogenom pristupu ruralnom razvoju. Neoendogeni ruralni razvoj počiva na međusobnoj povezanosti nekoliko pristupa kao što su socijalna ekonomija, ekonomska usklađenost te višerazinsko upravljanje i teritorijalnost (Bokan i Obad 2018).

Iako su prema anketi 2, djelatnici institucija sudjelovali u pokušajima potpore uspostavljanju kratkih lanaca opskrbe na različite načine (nabava štandova, promotivne, aktivnosti, pokušaji povezivanja proizvođača i potrošača), trenutno je, koliko znamo, slučaj koji proučavao u ovoj studiji jedini uspješan primjer projekta koji je iz sebe kao rezultat ostavio funkcionalan, ekonomski i organizacijski samostalan lanac opskrbe. Stoga je sa znanstveno-stručnim spoznajama stečenim na temelju proučavanja ovog primjera, moguće donijeti zaključke i preporuke koji u konačnici mogu poslužiti donošenju mjera i politika prilagođenima uspješnom uspostavljanju kratkih lanaca opskrbe.

ZADRUGARSTVO

Prodavaonica „Međimurski štacun“, preko koje proučavani kratki lanac opskrbe prodaje svoje namirnice, u trenutku provođenja ovog istraživanja, nalazi se u prijelaznom periodu u kojem iz statusa društva s ograničenom odgovornošću prelazi u status poljoprivredne zadruge. Nositelj aktivnosti kratkog lanca je prvenstveno bila

udruga „Najbolje 'z Međimurja“. Prelazak u status zadruga pokrenut je zbog organizacijskih problema u upravljanju KLO-om koji se prvenstveno tiču na nejednakog sudjelovanja njegovih članova u donošenju odluka. Time potaknuti, članovi udruge odlučili su prodavaonicu registrirati kao zadrugu. Uočeni organizacijski problemi i pokušaj njihova rješavanja putem prelaska na zadružno poslovanje, upućuje na to da je zadrugarstvo bitno uzeti u obzir kao organizacijsku formu primjerenu kratkim lancima opskrbe hranom. Naime, očekivanja od zadruga slična su kao ona od KLO-a: “brži razvoj i povećana održivost ekonomije, jačanje zajednice, suradnja poljoprivrednika i malih poduzetnika koji djeluju zajedno, uče jedni od drugih i međusobno si pomažu” (Pešorda i Gregov 2015: 2) te širenje tržišta, za male poduzetnike, širenje proizvodnje, uravnoteženiji regionalni razvoj (Babić i Račić 2012: 308-309).

Zadrugarstvo kao specifična organizacijska forma podrazumijeva naglašenu izravnu participativnost svojih članova. Zadrugom upravljaju članovi i svoje upravljačke ovlasti ne prenose ni na kakvo zasebno tijelo (Tchami 2007), a pojedini autori smatraju zadrugarstvo djelotvornim i ekonomski efikasnim organizacijskim modelom te zagovaraju jači angažman države u njegovu promicanje (Babić i Račić 2011). Na tom tragu su i rezultati istraživanja ruralnog područja Grada Dubrovnika iz 2016. godine, koji upućuju na to da su dubrovački poljoprivrednici zainteresirani za zadrugarstvo, ali ga percipiraju kao potencijalni društveni projekt koji bi trebala provoditi država. Kad je o zadrugama riječ, „nedostaje očekivani kapitalistički, poduzetnički subjekt koji bi inicirao rješenje postojećih problema“ (Bokan i Obad 2018:226).

Budući da kratki lanci opskrbe podrazumijevaju sudjelovanje većeg broja aktera mišljenja smo da zadružni oblik udruživanja predstavlja mogući odgovor na probleme koji nastaju u funkcioniranju organiziranih lanaca opskrbe.

O PREDMETU ISTRAŽIVANJA

Predmet ovog istraživanja je kratki lanac opskrbe iz Međimurja osnovan kao dio rezultata projekta Agrishort – „Kroz suradnju institucija do uspostave kratkih opskrbnih lanaca i konkurentnijeg poljoprivrednog sektora u prekograničnoj regiji“. Projekt je pokrenut u svrhu poticanja suradnje i edukacije predstavnika službi i institucija u poljoprivredno- prehrambenom sektoru s ciljem uspostave KLO-ova u prekograničnom području Mađarske i Hrvatske. Trajao je 16 mjeseci (01.05.2017. – 31.08.2018.) i natpolovično je financiran sredstvima Europske unije u okviru Programa prekogranične suradnje.⁸

U sklopu projektnih aktivnosti ostvaren je kontakt s proizvođačima zainteresiranima za udruživanje u Kratki lanac opskrbe⁹ te je tako 2018. godine osnovna udruga „Kratki Opskrbni Lanac 'Najbolje 'z Međimurja'“ koja je uz financijsku pomoć grada (10.000,00kn)¹⁰ i Županije (20.000,00kn),¹¹ otvorila prodavaonicu Međimurski štacun. Prodavaonica je namijenjena prodaji proizvoda koji zadovoljavaju kriterije konkretnog KLO-a. Prodavaonica nudi svježe voće i povrće, sireve, med, prerađevine od voća i povrća i alkoholna pića.

Iz poziva za iskaz interesa za uključivanjem u KLO Najbolje 'z Međimurja iz 2019. godine¹², mogu se iščitati temeljni principi na kojima počiva rad udruge koja u tom trenutku broji 20 članova. U poslovanju KLO-a izbjegava se pojava međusobne konkurencije među proizvođačima te im je stoga omogućena isključivo prodaja proizvoda koji nisu već zastupljeni u ponudi prodavaonice. Proizvođači su podvrgnuti provjeri koja odgovara principu sljedivosti.

⁸ <http://agrishort.eu/hr/o-projektu>

⁹ <http://agrishort.eu/hr/o-projektu>

¹⁰

https://www.cakovec.hr/dokumenti/drustvene/2019/REZULTATI_JAVNOG_POZIVA_2019_27_3_2019.pdf

¹¹ <https://medjimurska-zupanija.hr/2019/05/13/odluka-o-dodijeli-financijskih-sredstava-za-projekt-udruge-najbolje-z-medimurja/>

¹² <http://www.redea.hr/wp-content/uploads/2019/02/Poziv-za-iskaz-interesa-ukljuc%CC%8Civanjanovih-c%CC%8Clanova-u-KOL.pdf>

Većina proizvođača koji u prodavaonici nude svoje proizvode članovi su udruge „Najbolje 'z Međimurja“, a većina članova udruge prodaje svoje proizvode u Međimurskom štacunu. Sredinom 2020. godine Međimurski štacun prelazi u zadružni oblik rada tj. postaje zadruga.

METODOLOŠKE NAPOMENE

Ova je studija nastala na temelju deskriptivne analize polustrukturiranih intervjua i rezultata dviju anketa provedenih za potrebe aktivnosti IPPO_KLO. Navedene su ankete provedene u studenom i prosincu 2020. godine i obuhvaćaju uzorak od 134 ispitanika. Ankete su provedene u suradnji ostalim autoricama ove aktivnosti. Svatko od autora/ica je sa svog aspekta je obradio i analizirao odabrane rezultate relevantne za analizu pojedinačne teme.

Iako ankete provedene *online* putem imaju svoja ograničenja (poput nemogućnosti postizanja reprezentativnosti, epistemološke poteškoće i sl.), u ovom istraživanju možemo utvrditi s velikom vjerojatnošću da su teškoće s razumijevanjem bile minimalne, a ciljani namjerni uzorak nije nužno trebao biti reprezentativan na razini RH da bi rezultati bili valjani i validni. Podaci su prikupljeni s najvećom mogućom pažnjom u izboru sudionika koji su detaljno upućeni u ciljeve i način ispunjavanja ankete pa tako dobar odaziv sudionika te njihove valjano ispunjene ankete iz oba poduzorka ukazuju na visoku motiviranost zahvaćenih sudionika na temelju čega možemo s velikom sigurnošću podacima u anketi pristupiti kao valjanim podacima.

Anketa 1, namijenjena poljoprivrednicima, provedena je na uzorku od 69 poljoprivrednika (anketa 1). Uzorak od 69 proizvođača dobiven je izravnim kontaktiranjem proizvođača uključenih u dvije grupe detaljnije obrađene u sklopu ove aktivnosti (Agrishort Međimurje i Solidarne ekološke grupe Pula). Anketa je pored toga distribuirana kroz udruge i saveze poljoprivrednika. Većina ispitanika (91,3 posto) posluje putem OPG-a. Na anketu je odgovorilo 55,2 posto muškaraca i 44,8

posto žena. Najzastupljeniji su proizvođači s gospodarstvima ekonomske vrijednosti od 2000,00-10.000,00€ i s površinom gospodarstva do 5 hektara.

Visokog je obrazovanja 57,3 posto ispitanika. Od toga ih 25 posto ima završeno više obrazovanje (2 – 3 godine studija), a 26,5 posto ih ima završen fakultet (4 – 6 godine studija). Nitko od anketiranih nema završenu isključivo osnovnu školu, a 42,7 posto ima završenu srednju školu. Ukupno 34,8 posto ima formalno ekonomsko obrazovanje, a 58 posto ima neki oblik (formalni i neformalni) obrazovanja iz područja poljoprivrede.

Budući da je jedan od ciljeva ove aktivnosti ukazati na povezanost institucionalne podrške i uspješnosti pokretanja i funkcioniranja KLO-a, provedena je anketa koja je obuhvatila uzorak od 65 djelatnika različitih organizacija i institucija (anketa 2) koje sudjeluju u provedbi poljoprivrednih politika i projekata namijenjenih ruralnom razvoju te su potencijalni akteri u podršci uspostavi KLO-ova: osoblje područnih ureda za poljoprivredu, članovi lokalnih akcijskih grupa, razvojnih agencija, osoblje LEADER mreže Hrvatske, kao i pojedinih gospodarskih učilišta. Anketom 2 smo nastojali dobiti uvid u informiranost navedenog administrativnog osoblja kao i u njihova iskustva koja se tiču uspostave i funkcioniranja kratkih lanaca opskrbe.

Anketu 2 se ispunilo 65 ispitanika. Od toga je 55,4 posto muškaraca i 44,6 posto žena. U pravilu su visoko obrazovani (95,4 posto) i srednje životne dobi (41-60 godina). Od 65 ispitanika, njih 23 (35 posto) je navelo instituciju u kojoj su zaposleni, a među njima su LAG-ovi, razvojne agencije, lokalne uprave, turističke zajednice te fakulteti koji obuhvaćaju studije iz područja poljoprivrede iz 20 različitih županija. Većina njih (67,7 posto) u posljednjih 5 godina nije sudjelovalo u nekoj vrsti edukacije o kratkim lancima opskrbe, lokalnoj proizvodnji i/ili izravnoj prodaji.

Neka su pitanja postavljena u obje ankete kako bi se omogućila komparacija odgovora anketiranih skupina. Anketna pitanja su formulirana tematski te su rezultati

anketa u ovoj studiji korišteni kao dodatni pokazatelji uz glavne rezultate, one dobivene intervjuima.

Iz ankete 1 su za potrebe ove studije obrađena pitanja o iskustvima proizvođača s prodajom putem kratkih lanaca opskrbe (pitanje br. 13), o međusobnoj udaljenosti mjesta proizvodnje i mjesta distribucije kao obilježja za oznaku lokalnosti (pitanje br. 12), i o problemima s kojima se susreću proizvođači pri prodaji hrane putem kratkih lanaca opskrbe (pitanje br. 18).

Iz ankete 2 su za potrebe ove studije obrađena pitanja o međusobnoj udaljenosti mjesta proizvodnje i mjesta distribucije kao obilježja za oznaku lokalnosti (pitanje br. 3), o obilježjima nužnima da bi se neki oblik prodaje zvao kratkim lancem opskrbe (pitanje br. 2.) i o glavnim preprekama pri osnivanju i neometanom radu kratkih lanaca opskrbe (pitanje br. 14.).

Uz navedene ankete, za potrebe ove studije provedena je serija od devet polustrukturiranih intervjua. U prosincu su telefonskim putem intervjuirani proizvođači čiji su proizvodi zastupljeni u prodavaonici Međimurski štacun. Od 17 proizvođača 9 je pristalo na intervju. Među intervjuiranima prevladavaju muškarci (sedam od devet sugovornika/ca). Pored toga, intervjuiran je i jedan član administrativnog osoblja Međimurskog štacuna.

Intervjuima su obuhvaćeni/e oni/one sugovornici/e koji/e nisu ispunjavali/e ankete iz ovog istraživanja.

Sugovornicima/cama je zagarantirana anonimnost i u daljnjem tekstu su citirani pod pseudonimima te su, pored toga, prema potrebi izmijenjeni podaci u njihovim iskazima koju mogu upućivati na njihov identitet.

Protokol intervjua koji smo proveli obuhvatio je teme:

- Motivacija za pridruživanje KLO-u.
- Prednosti poslovanja u uspostavljenom lancu opskrbe.

- Jesu li proizvodi proizvođača članova KLO-a nositelji nekih od oznaka izvornosti ili kvalitete.
- Pristup tržištu (je li sudjelovanje u udruzi i prodaja kroz Štacun poljoprivrednicima omogućila pristup novom tržištu i novim klijentima).
- Suradnja s institucijama pri poslovanju.
- Uočeni problemi pri poslovanju putem KLO-a.

U nastavku ćemo predstaviti rezultate obaju dijelova istraživanja redoslijedom gore navedenih tema. Ova je studija primarno utemeljena na podacima prikupljenima putem intervjua. Materijal je organiziran u skladu s navedenim temama, a podaci iz anketa su korišteni kao dodatni pokazatelji i nadopuna rezultatima dobivenima putem intervjua.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Budući da se prema važećem PRR-u od kratkih lanaca opskrbe očekuje širok spektar povoljnih rezultata među kojima su i „povećanje konkurentnosti sektora prerade i trženja poljoprivrednih proizvoda” i „organiziranje proizvođača i njihovo jače pozicioniranje na tržištu” (PRR 2018) kao i povoljan efekt na jačanje lokalnih razvojnih inicijativa, u ovom nam je istraživanju bilo važno steći uvid u iskustva proizvođača uključenih u rad KLO-a.

Glavne pozitivno ocijenjene kategorije koje se javljaju u odgovorima naših sugovornika su: mogućnost udruživanja, članstvo u KLO-u kao oznaka profesionalnosti i kvalitete proizvoda, kontrola nad krajnjom cijenom proizvoda.

Negativno ocijenjene kategorije odnose se na komunikaciju s institucijama i na organizacijske probleme koji proizlaze iz rada KLO-a.

MOTIVACIJA ZA PRIDRUŽIVANJE KRATKOM LANCU OPSKRBE

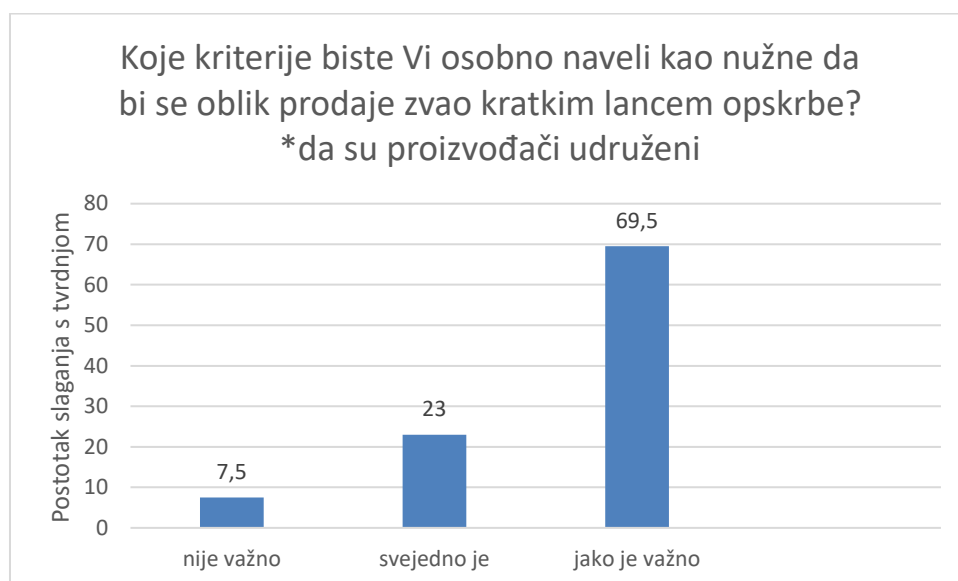
Kao glavna motivacija za pristupanje KLO-u u intervjuima javljaju se dva razloga: postizanje statusa i želja za udruživanjem.

Naime, proizvođačima uključenima u njegov rad, KLO je važan kao svojevrsan statusni simbol. Budući da proizvodi koji će se prodavati u Štacunu moraju zadovoljiti princip sljedivosti dio intervjuiranih proizvođača ističe članstvo u Štacunu kao svojevrsni statusni simbol jer, kako kaže jedan od sugovornika: *„Motivacija je bila da u lancu budu najbolji. Jer čim si u lancu znači da nešto značiš“* (Ivan). Sudjelovanje u Kratkome Lancu Opskrbe tako je dijelu proizvođača omogućio poziciju s koje lakše artikuliraju svoj profesionalni ponos i, u nedostatku boljeg termina, svojevrsni lokalpatriotizam (izražen učestalom upotrebom termina „naše“, „lokalno“, „međimursko“ itd.).

U provedenim je intervjuima često kao zasebna vrijednost kratkih lanaca opskrbe isticano udruživanje lokalnih proizvođača. Udruživanje je često isticano mada nije precizno eksplicirano. Umjesto toga su na pitanje o motivaciji odgovori uglavnom bili neodređeni – *„pa to ... važno je da se proizvođači udruže“* (Marija).

Čini se da proizvođači, kad je o udruživanju riječ, na temeljnoj razini dijele povoljnu percepciju s djelatnicima institucija čiji su odgovori prikupljeni u anketi 2. Naime, u anketi 2, pod pitanjem 2. djelatnici institucija su izražavali mišljenje o tome smatraju li da su ponuđena obilježja važna ili nisu za definiranje kratkih lanaca opskrbe. O ponuđenim obilježjima kratkih lanaca opskrbe odlučivali su na skali s tri modaliteta odgovora: „Nije važno“, „Svejedno je“ i „Jako je važno“. Kao najvažnije obilježje ispitanici su označili „Da poljoprivrednici prodaju isključivo vlastite proizvode“ (92,3 posto), i „Da proizvođači razvijaju odnos povjerenja“ (91 posto). Treće obilježje koji je ocijenjen jako važnim jest obilježje „Da su proizvođači udruženi“ (69,5 posto).

Grafikon 1.



Izvor: istraživanje u sklopu IPPO_KLO 2020.

Povoljna percepcija udruživanja koju iskazuju anketirani djelatnici institucija, intervjuirani poljoprivrednici, a koju promiče i Program ruralnog razvoja (PRR 2018) upućuje na to da je ta vrijednost široko prihvaćena i povoljno vrednovana na različitim razinama: kreatori politika, djelatnici institucija i administrativno osoblje i sami proizvođači.

Ono što tu skladnu sliku dovodi u pitanje preliminarno je istraživanje provedeno za potrebe projekta Agrishort koje je pokazalo da su poljoprivrednici Međimurske i Koprivničko-križevačke županije izrazito neskloni udruživanju (Svržnjak et al. 2018:80). Uzevši u obzir te rezultate, kao i neodređenost odgovora sugovornika u intervjuima, postavlja se pitanje koje je značenja koju su intervjuirani proizvođači upisivali pojmu „udruživanje“, odnosno što ono znači različitim proizvođačima. Pitanje je tim važnije uzme li se u obzir da je za pristupanje kratkom lancu Najbolje 'z Međimurja bilo potrebno uložiti dodatni napor. To je naime podrazumijevalo proceduru koja je

uključivala provjeru proizvodnog procesa dok se od pristupnika očekivala određena doza sudjelovanja u zajedničkim aktivnostima vezanim uz rad opskrbnog lanca.¹³

Temeljna razlika u vrednovanju udruživanja primjetna između proizvođača koji su do ulaska u KLO ovisili o izravnoj distribuciji pri plasmanu svojih proizvoda i onih koji su imali već osiguran plasman putem drugih kanala.

Kod prve kategorije proizvođača izražena je potreba za međusobnim organiziranjem u svrhu međusobnog osnaživanja: "KLO nastaje kao rezultat potrebe i nastojanja malih proizvođača, prije svega poljoprivrednih prehrambenih proizvoda, da budu konkurentni na tržištu velikim prodajnim lancima" (Drljača 2018:70). S tim su u skladu proizvođači koji su u intervjuima izražavali osjećaj ugroze od velikih uvoznika hrane i velikih prodajnih lanaca, a riječ je pretežito o proizvođačima prethodno ovisnima o izravnoj prodaji, isticali vrijednost udruživanja u kratki lanac opskrbe jer su u tome prepoznavali oblik zaštite lokalnih proizvođača.

Proizvođači kojima distribucija nije ovisila isključivo o izravnoj prodaji i koji su imali osiguranu distribuciju putem drugih kanala (dućani, ugostiteljski objekti) kao temeljne vrijednosti kratkog lanca isticali su one socijalne – udruživanje, zajednički napor u borbi za prepoznatljivost namirnica iz Međimurja i slično.

Navedeno se poklapa s rezultatima istraživanja kratkih lanaca opskrbe na Sjeveru Italije gdje je uočeno da mali proizvođači svoje sudjelovanje u KLO-u objašnjavaju ekonomskim razlozima dok veliki proizvođači svoje sudjelovanje uglavnom objašnjavaju uglavnom društvenim vrijednostima upisanim u kratke lance opskrbe (v. Demartini et al. 2017).

Jedan je proizvođač, koji već otprije ima osiguranu distribuciju svojih proizvoda, povukao svoje proizvode iz prodavaonice KLO-a zato da drugom proizvođaču, koji

¹³ Vidjeti „POZIV ZA ISKAZ INTERESA ZA UKLJUČIVANJEM POLJOPRIVREDNIH PROIZVOĐAČA U KRATKI OPSKRBNI LANAC „NAJBOLJE 'Z MEĐIMURJA" (<http://www.redea.hr/wp-content/uploads/2019/02/Poziv-za-iskaz-interesa-ukljuc%CC%8Civanja-novih-c%CC%8Canova-u-KOL.pdf>).

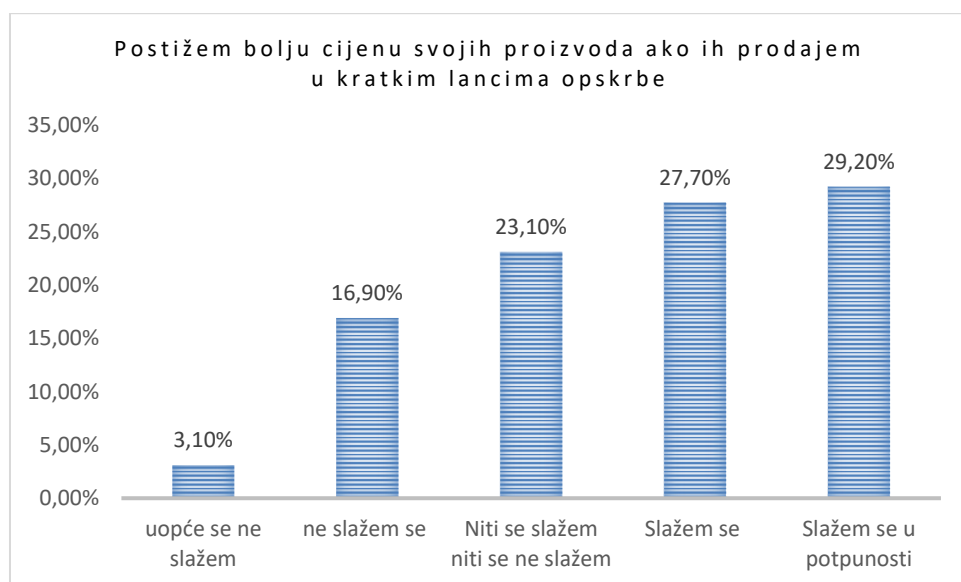
nije imao siguran plasman, omogućiti pristup tržištu. Demonstrirana međusobna solidarnost članova KLO-a upućuje na specifičnu socijalnu dinamiku koju omogućava taj tip organizacije – odnosno, ustanovljena pravila omogućavaju uspostavljanje odnosa međusobne solidarnosti između proizvođača.

PREDNOSTI POSLOVANJA U USPOSTAVLJENOM LANCU OPSKRBE

Jedno od temeljnih pitanja relevantnih za proučavanje uspješnosti KLO-a jest ostvareno financijsko zadovoljstvo proizvođača. Svi intervjuirani sugovornici izrazili su zadovoljstvo mogućnošću kontrole nad krajnjom cijenom svojih proizvoda: „*kod preprodavača nemaš izbora.. cijena gore – cijena dole. Kak on odluči. Ovdje ipak nije tako*“ (Stjepan).

Slične su stavove izrazili i poljoprivrednici uključeni u anketu 1. Prema rezultatima ankete njih gotovo 57 posto postiže bolju cijenu svojih proizvoda kada ih prodaju unutar kratkih lanaca opskrbe.

Grafikon 2.



Izvor: istraživanje u sklopu IPPO_KLO 2020.

U odnosu na njih, neslaganje s tvrdnjom „Postižem bolju cijenu svojih proizvoda ako ih prodajem u kratkim lancima opskrbe” izrazio je manji dio (20 posto ispitanika), dok 23 posto nije izrazilo niti slaganje niti neslaganje

Kao važnu prednost sudjelovanja u KLO-u intervjuirani proizvođači ističu također i aktivnosti zajedničke promocije koje se provode u KLO-u, a koje u konačnici smanjuju individualne troškove i uloženi trud koji se inače zahtijeva kad se takve aktivnosti provode pojedinačno.

Pored toga, dio sudionika smatra da im članstvo u KLO-u kao proizvođačima osiguralo „status, pouzdanost i tržišnu prepoznatljivost” (Slavko). Navedene značajke su usko vezane uz činjenicu da se unutar lanca inzistira na provođenju principa sljedivosti proizvoda: *„sva sirovina ima sljedivosti... da imate svu papirologiju otkud je došla sva ta.... To vam je ključna stvar, i zato se tu dosta proizvođača profiliralo. Neki su šalabajzerski to radili – to se maklo. Znači, oni koji imaju komplet papirologiju posloženu. Kojima se zna sve otkud dolazi sirovina. To je bila jedna misao vodilja koja je bila bitna kod odabira članova i kod osnivanja svega toga”* (Goran). Kod proizvođača je, dakle, prisutna percepcija da je mogućnost poslovanja unutar KLO-a svojevrsna garancija kvalitete i sigurnosti njihovih proizvoda.

KRATKI LANCI OPSKRBE I OZNAKE IZVORNOSTI I KVALITETE

U okviru ove studije sugovornicima je postavljeno pitanje o njihovim proizvodima i o oznakama kvalitete koje eventualno posjeduju. Naime, na globaliziranom tržištu hrane proizvođači prehrambenih proizvoda nastoje podići konkurentnost svojih proizvoda putem oznaka autohtonosti i kvalitete. Oznake autohtonosti i kvalitete su svojevrsan odgovor na potrebu za zaštitom autohtonih proizvoda koji se bez toga teško nose s oštrom konkurencijom na tržištu (Borec et al. 2017:4). Budući da je jedna od pretpostavljenih potreba za udruživanje u KLO upravo potreba za povećanjem

konkurentnosti vlastitih proizvoda, u ovoj studiji smo nastojali steći sliku o statusu koji oznake kvalitete i autohtonosti imaju za proizvođače udružene u KLO.

Na pitanje o tome imaju li njihovi proizvodi neku oznaku kvalitete ili izvornosti, sugovornici su često bili prilično nezainteresirani pa i ako su znali da imaju neku oznaku, često nisu bili sigurni koja to oznaka. Sudjelovanje u lancu, s druge strane, isticali su kao dokaz autentičnosti i kvalitete svojih proizvoda. Naime upravo je pripadnost lancu isticana kao lokalnosti proizvoda. Sâmo članstvo u udruzi ili mogućnosti da se prodaje u Štacunu isticane su kao zasebna garancija kvalitete, a kao potvrdu tome naglašavaju interes kupaca: *„Kupci su prepoznali tu lokalnu priču. Iz mjeseca u mjesec je sve bolje [...] Malo je skuplje nego u običnim dućanima ali proizvodi to opravdavaju i kupci to prepoznaju“* (Blaž). Relativna nezainteresiranost proizvođača za oznake kvalitete koje posjeduju čini se opravdanom uzevši u obzir da, postoje naznake da se i kupci u stvari teško snalaze u mnoštvu različitih oznaka kvalitete i da većinu ne poznaju te da stoga malo koja od tih oznaka ima utjecaja na njihove preferencije pri kupnji (Borec et al. 2017). Kao što je već navedeno, proizvođači očekuju od članstva u KLO-u da kompenzira taj manjak i ističu ga u razgovorima kao zasebnu oznaku kvalitete njihovih proizvoda. Većina je sugovornika upravo na taj način isticala činjenicu da su njihovi proizvodi prihvaćeni distribuciju putem kratkog lanca opskrbe – kao dokaz o kvaliteti proizvoda.

SUDJELOVANJE U UDRUZI I PRISTUP TRŽIŠTU

Uzimajući u obzir da se prema PRR-u od kratkih lanaca opskrbe očekuje jače pozicioniranje lokalnih proizvođača na tržištu (PRR 2018), u ocjenjivanju uspješnosti proučavanog KLO-a u obzir je uzet kriterij pristupa novom tržištu odnosno novim klijentima.

Kako su istaknuli sugovornici u intervjuima, pristup novim kupcima je ograničen jer je većina njihovih sugrađana skromnih materijalnih mogućnosti i, budući da je jedan od načina na koji štede kupovina jeftinije hrane, ne mogu računati na njih kao na kupce.

Problem je, isto tako, kad je o pristupu novom tržištu putem kratkog lanca u Međimurju riječ, i veličina samog grada Čakovca u kojem je smještena prodavaonica pa su neki od proizvođača diskretno sugerirali da bi im nekakav oblik subvencija za trošak cestarine za autocestu do Zagreba možda pomogao da i tamo plasiraju svoje proizvode, a da još uvijek ostanu cjenovno konkurentni.

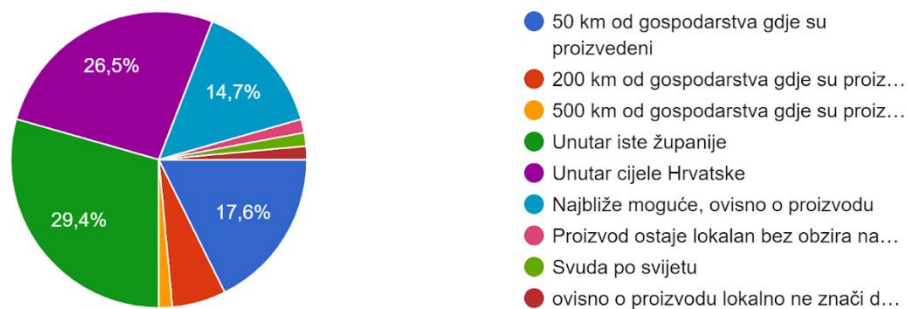
Ako uzmemo u obzir da su KLO-ovi izrazito limitirani u pogledu dostupnosti potencijalnog tržišta (propisana udaljenost na kojoj je moguće prodavati svoj proizvod u okviru KLO-a je 50km), pogotovu uzmemo li u obzir i depopulacijske procese kojima je cijela Hrvatska, a posebice selo, izloženo od pristupanja Hrvatske u Europsku uniju, trebalo bi uzeti u obzir mogućnost da se redefinira oznaka lokalnosti i da se primjenjuje na sve proizvode unutar državnih granica.

Tomu u prilog ide i 26,5% odgovora u anketi 1 (grafikon 3) i 26,2 odgovora u anketi 2 (grafikon 4) koji upućuju na potrebu za redefiniranjem obilježja kojima se određuju kratki lanci opskrbe. Redefiniranje je potrebno posebno uzevši u obzir relativno skroman rezultat koji je u obje ankete postigao trenutno važeći kriterij od 50km udaljenosti mjesta proizvodnje i distribucije (17,6 posto u anketi 1 i 24,6 posto u anketi 2).

Grafikon 3.

12. Prema Vašem mišljenju, da bi se neki proizvod zvao "lokalnim", koliko daleko od mjesta proizvodnje bi se smio prodavati?

68 odgovora

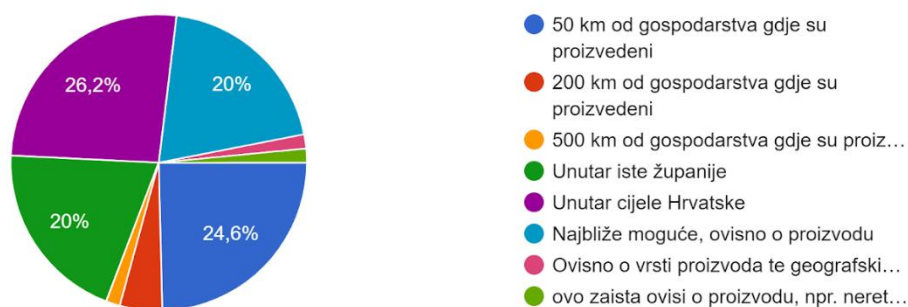


Izvor: istraživanje u sklopu IPPO_KLO 2020.

Grafikon 4.

3. Prema Vašem mišljenju, da bi se neki proizvod zvao "lokalnim", koliko daleko od mjesta proizvodnje bi se smio prodavati?

65 odgovora



Izvor: istraživanje u sklopu IPPO_KLO 2020.

Anketirani poljoprivrednici su se velikom većinom opredijelili za ukidanje prostornog ograničenja kao obilježja KLO-a (29,4 posto je odgovorilo da bi se proizvod morao moći distribuirati svuda po svijetu i pri tome zadržati kriterij lokalnosti). Drugi po redu

najveći broj ispitanika smatra da je distribucija unutar hrvatskih granica prihvatljivo obilježje KLO-a.

Taj su kriterij preferirali i anketirani članovi administrativnog osoblja te je tako distribucija unutar nacionalnih granica među njima najčešće odabrano poželjno obilježje KLO-a.

Prema ovim grafikonima, više od četvrtine poljoprivrednika i osoblja institucija pokrivenih anketama smatraju da bi svi proizvodi proizvedeni i distribuirani unutar Hrvatske morali moći zadovoljiti kriterij lokalnosti.

Izuzev navedenog, svi su sugovornici u intervjuima istaknuli da im je sudjelovanje u KLO-u omogućilo pristup novim kupcima no ta činjenica ne posjeduje jednaku vrijednost za sve proizvođače.

Naime, za proizvođače kojima je djelatnost distribucije do ulaska u kratki lanac opskrbe bila ograničena na izravnu prodaju na tržnicama, kućnom pragu i sajmovima, ulazak u KLO je predstavljao značajan korak u pravcu stjecanja novih kupaca. Dio njih je, pored toga, isticao i organizacijsku prednost tog članstva. Naime, sve su aktivnosti vezane za prodaju i traženje novih kupaca djelatnost koju ti proizvođači moraju osobno obavljati. S ulaskom u KLO koji ima svoj dućan, doživjeli su djelomično rasterećenje kad je riječ o tim poslovnim aktivnostima. Tim se proizvođačima lanac pokazao posebno koristan u kontekstu pandemije COVID-19. Naime, uvođenje epidemioloških mjera dovelo je do otkazivanja svih sajмова koji su manjim OPG-ovima često služili kao prilika da prošire svoje tržište i da ostvare dodatnu zaradu: *„Nas sad vadi taj Štacun. Sve stalo zbog COVID-a – restorani, hoteli, nema sajmovi”* (Davor). Jedan od proizvođača je na pitanje je li mu se zbog COVID-a možda smanjila prodaja njegovog proizvoda odgovorio: *„nama osobno ne, a lancu je mislim da je promet čak i porastao”* (Filip).

Sugovornici su pored toga isticali i to da se većina kupaca iz ekonomskih razloga prvenstveno vodi cijenom, a manje kvalitetom. Njihova zapažanja su u skladu s

nalazima Euro barometra za 2020. godinu prema kojem je kriterij cijene za hrvatske kupce ključan pri kupovini hrane (54 posto) dok je kriterij porijekla značajno slabije zastupljen. U Hrvatskoj je kriterij zemljopisnog porijekla hrane kao ključan pri kupovini hrane odabralo 32 posto anketiranih. Na razini Europske unije kriterij zemljopisnog porijekla ima prosječnu ocjenu od 34 posto, a najviši je u Francuskoj – 40 posto (Special Eurobarometer 505 2020) (grafikon 5.).

Grafikon 5.

EU27	BE	BG	CZ	DK	DE	EE	IE	EL	ES	FR	HR	IT	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	AT	PL	PT	RO	SI	SK	FI	SE
																											
16	10	6	7	30	31	9	16	11	9	8	7	19	4	6	8	22	9	5	17	30	12	5	22	10	10	16	24
42	35	54	41	38	40	42	41	55	42	34	50	58	51	45	34	33	43	41	40	37	35	42	43	39	49	37	36
40	47	59	58	37	32	55	44	48	39	45	54	31	46	60	61	32	52	38	35	31	48	70	36	42	40	39	37
33	32	25	36	33	34	33	42	46	36	23	34	35	34	34	41	31	45	48	46	33	25	30	29	39	41	36	36
45	47	54	58	45	41	52	38	52	33	52	37	35	49	47	54	44	47	54	40	50	55	59	39	57	55	46	41
34	22	22	31	31	43	28	29	29	26	45	32	40	28	27	20	37	27	15	14	39	22	30	20	33	33	42	42
9	9	10	9	11	6	12	10	8	7	5	18	12	6	11	7	5	12	13	11	17	13	9	12	6	15	8	8
16	27	11	8	13	9	16	24	20	28	18	13	10	18	9	6	16	11	32	32	13	25	6	16	11	23	13	13
20	18	37	22	17	11	28	11	16	10	26	35	20	30	34	41	16	22	24	20	18	30	26	38	28	11	11	11
15	17	6	6	1	23	5	14	9	9	19	5	15	12	4	3	15	11	7	22	19	10	6	16	9	8	14	27
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

Izvor: Special Eurobarometer 505.

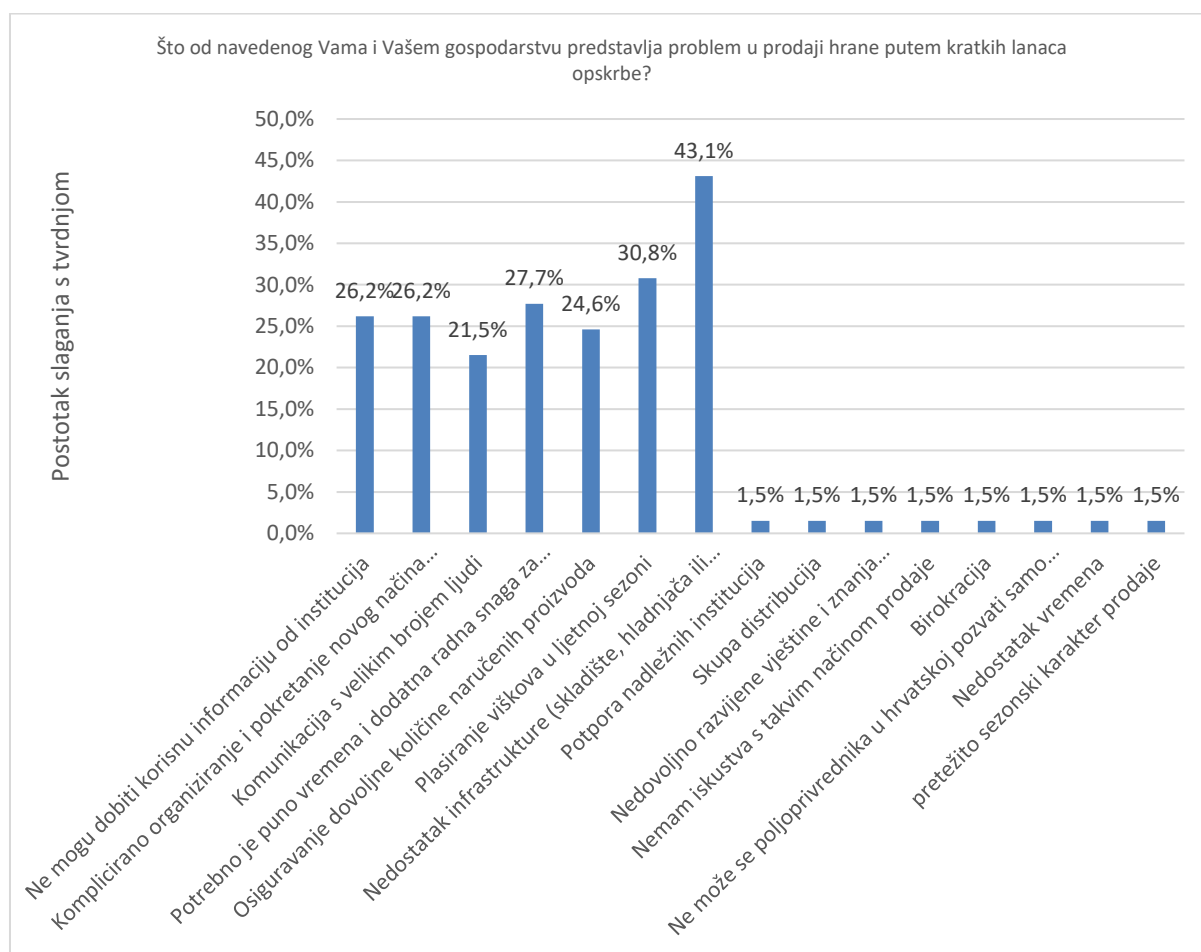
SURADNJA S INSTITUCIJAMA

Jedan od ciljeva aktivnosti, u sklopu koje je izrađena ova studija, upravo je ukazivanje na međupovezanost institucionalne podrške pri uspostavi KLO-a. Stoga je u razgovorima s intervjuiranim proizvođačima posebno tematiziran njihov odnos s institucijama. Proučavani KLO je rezultat projekta koji su podržale i lokalne institucije: „Županija nekaj dala i grad je dao nekaj za Štacun. Ali Štacun ekonomski potpuno samostalan (Blaž)“.

Kao glavni problem, kad je o suradnji s institucijama riječ, intervjuirani proizvođači ističu probleme pri dolasku do potrebnih informacija. Dolazak do informacija zna biti otežan: „*ako se s nekim znate onda do nečega morete doći – do nekih informacija... al ovako u globalu. Da sad neko dijeli šakom i kapom, da dobivate mailove, da dobivate poštu 'bude se to otvaralo, bude se to dijelilo' nemojte se brigati za to – da bi neko dao sam tak... Informacije su slabo dostupne. Ako vi sami ne istražujete, ako se sami ne trudite oko toga da oćete nekaj – onda nema ništa*“ (Blaž).

Ti su odgovori sukladni rezultatima pitanja pod brojem 18. ankete 1:

Grafikon 6.



Izvor: istraživanje u sklopu IPPO_KLO 2020.

Kao najveći su problem anketirani proizvođači ocijenili manjak infrastrukture (43,1 posto). Kao veliki problem istaknut je i otežan plasman proizvoda u ljetnoj sezoni (30,8 posto) te vrijeme i trud potrebni za prodaju putem kratkog lanca (27,7 posto).

Više od četvrtine ispitanika (26,2%) navelo je, uz probleme s organizacijom KLO-ova (26,2 posto), probleme u dolasku do odgovarajućih informacija kao jednu od glavnih prepreka u uspješnijem poslovanju u okviru KLO-a.

Sugovornici u intervjuima su naglasili da čak kad informacije i jesu dostupne, njihova je upotrebljivost upitna zbog velikog broja izvora iz kojih dolaze: „*Puno je različitih izvora informacija i natječaja iz različitih izvora pa je sve malo teže pratiti*” (Stjepan).

Kao drugi problem vezan uz institucije istaknuta je podinformiranost osoblja koji u njima radi kao i njegova podeduciranost za konkretne zadatke što često stvara dodatne probleme pri informiranju budući da djelatnici u institucijama često ne mogu dati odgovore na pitanja koja se tiču promjene zakona, uvođenja novih regula i, s tim povezanih dozvoljenih i nedozvoljenih praksi.

Dio ispitanika naglašava da sudjelovanje u udruzi, u kojoj postoji dobra komunikacija i diseminacija informacija među članstvom, donekle kompenzira nedostatak informacija.

Općenito je značajno, odsustvo artikuliranih i preciznih odgovora koje su proizvođači nudili kad je o suradnji s institucijama riječ. Iako su neki proizvođači izjavili da su dobili neku pomoć institucija pri dobivanju nekog od oblika poticaja za poljoprivredu, certifikata ekološkog proizvoda ili nekih od oznaka kvalitete, primjetna je sklonost većine intervjuiranih da se u svom poslovanju ne oslanjaju na pomoć institucija nego da, umjesto toga, samostalno rješavaju probleme. Očekivanja spram institucija su prilično skromna i uglavnom se svode na potrebu za dostupnim informacijama.

ORGANIZACIJSKI PROBLEMI U POSLOVANJU KRATKOG LANCA OPSKRBE

Kad je riječ o problemima u poslovanju KLO-a većina intervjuiranih ih nije mogla precizno odrediti izuzev, možda, problema s upravljanjem. Naime, poslovanje KLO-a ovisi o sinergiji većeg broja članova. Zbog toga je je Štacun, kako nam je potvrdio proizvođač koji je ujedno bio među pokretačima KLO-a, i prešao na zadružni oblik rada. Štacun je trenutno u procesu likvidacije te više neće funkcionirati kao jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću nego će, umjesto toga, biti registriran kao poljoprivredna zadruga.

Proizvođači koji su se kratkom lancu opskrbe pridružili nakon što je već uspostavljen nisu isticali zamjerke koje se tiču upravljanja. Oni su, umjesto toga, izražavali

zadovoljstvo činjenicom da postoji netko tko će umjesto njih rješavati probleme koji se tiču prodaje.

Proizvođači koji su ujedno bili i među pokretačima kratkog lanca opskrbe, s druge strane, znali su istaknuti probleme vezane uz organizaciju i donošenje odluka: „*uvijek su problemi s poljoprivrednicima*“ (Davor). Prelazak na zadružno poslovanje će, nadaju se, jasnije postaviti pravila poslovanja i zajedničkog rada.

Izgleda da u situaciji poput opisane, glavni problem za KLO uspostavljen putem projekta počinje onog trenutka kada se projekt završi. Naime, projekti pružaju fiksni okvir unutar kojeg je organiziranje određeno pravilima, ciljevima i postignućima specifičnog projekta. U projektu pored toga sudjeluju organizacije čija sudbina nije nužno vezana uz sudbinu uspostavljene organizacije. U konkretnom slučaju to znači da je vodeći partner projekta Agrishort, na temelju kojeg je nastala udruga – KLO, razvojna agencija REDEA¹⁴ koja je vodila projektne aktivnosti i odgovarala za utrošeni novac dobiven od strane Europske unije. Udrugu koja je nastala kao rezultat projekta, osnovali su proizvođači koji ostaju njezinim članovima.

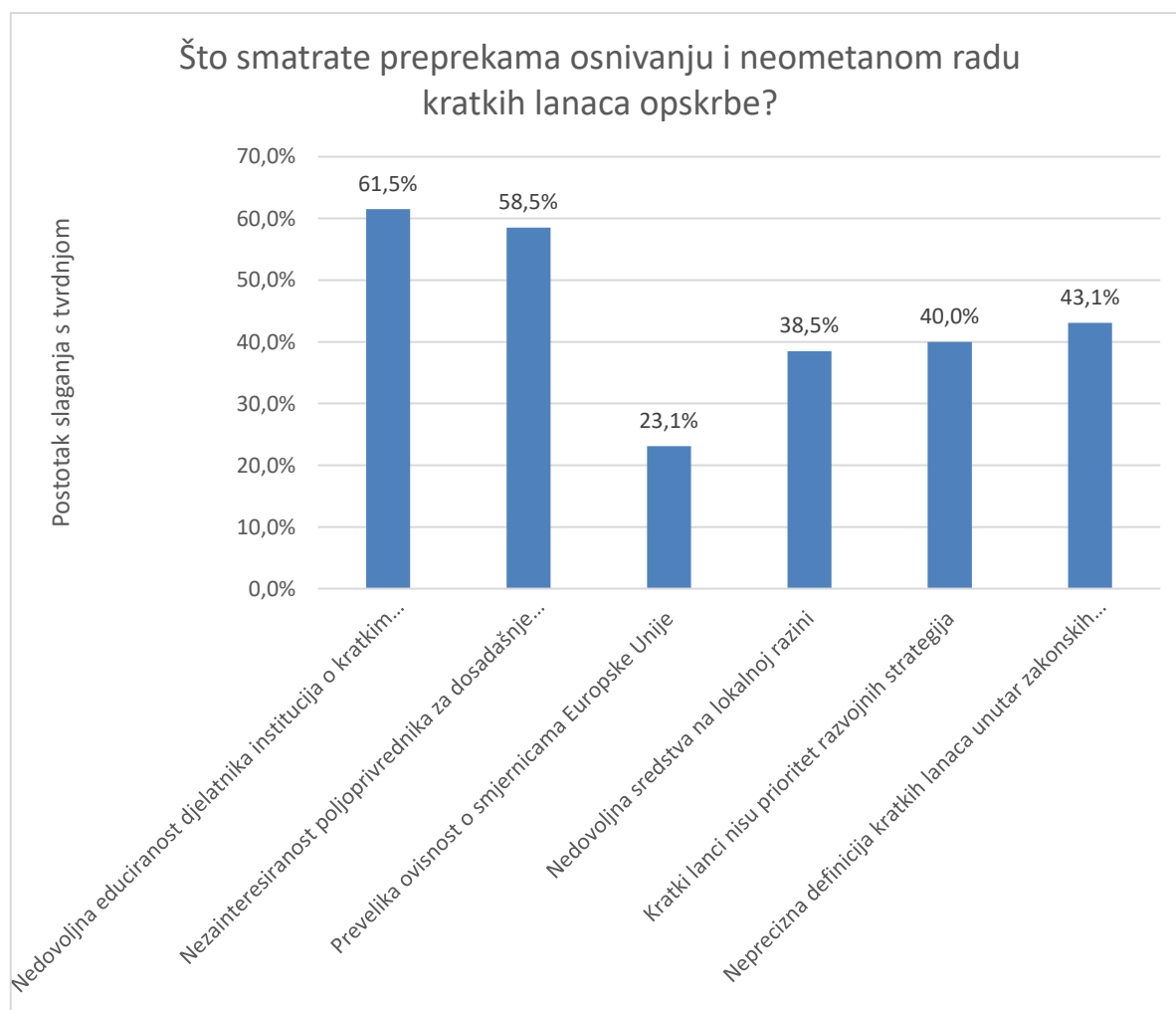
Onog trenutka kada je projekt završen, a organizacijski i menadžerski aspekt uspostavljene organizacije nije adekvatno definiran mogu nastati problemi koji se tiču vođenja organizacije i donošenja odluka. No, pravilnik udruge, teško da može odgovoriti na organizacijske i poslovne izazove s kojima se KLO u jednom trenutku neumitno susreće.¹⁵

¹⁴ REDEA je inicijalno bila društvo s ograničenom odgovornošću da bi 2018. godine, zahvaljujući izmjenama i dopunama Zakona o regionalnom razvoju Republike Hrvatske iz 2017. godine, stekla status javne ustanova za razvoj Međimurske županije.

¹⁵ Udruga „*Najbolje 'z Međimurja*“ koja je u stvari nositelj kratkog lanca definirala je statutom prava i obaveze svojih članova. Prava članova su: birati i biti birani u sva tijela Udruge (redovni podupirući članovi) imati uvid u materijalno-financijsko poslovanje Udruge, koristiti se imenom Udruge u svim vlastitim projektima koji su u skladu s djelatnošću Udruge, uz znanje i odobrenje Upravnog odbora Udruge. Obveze članova su: aktivno sudjelovanje u upravljanju poslovima Udruge, čuvanje i promicanje ugleda Udruge, plaćanje članarine (samo redovni članovi), davati prijedloge i mišljenja na rad tijela Udruge, nadzirati rad Udruge, čuvanje materijalnih dobara i izvršenje preuzetih obveza, (Registar udruga Republike Hrvatske 2020).

Stoga je udruga „Najbolje 'z Međimurja“, iako su preliminarne analize rađene za potrebe pokretanja ovog KLO-a upućivale na to da su proizvođači izrazito neskloni udruživanju čak pa ni u zadruge (Svržnjak et al. 2018:80), prešao na zadružno poslovanje. Postupak je pokrenut, kako nam je potvrdio jedan od administratora KLO-a, zato da bi se postigla disperzija odgovornosti i veća uključenost članova u donošenje odluka. Prema njegovim riječima: „proizvođači su često pasivni“. Taj se odgovor podudara s rezultatom anketnog pitanja 14 u anketi 2 u kojima su djelatnici institucija ocjenjivali glavne prepreke pri osnivanju i neometanom radu kratkih lanaca opskrbe.

Grafikon 7.



Izvor: istraživanje u sklopu IPPO_KLO 2020.

U grafikonu 7. su prikazani odgovori na pitanje "Što smatrate preprekama osnivanju i neometanom radu kratkih lanaca opskrbe?".

Pored prikazanih, ispitanici su imali mogućnost ponuditi i svoje odgovore. Budući da svaki od ukupno sedam takvih odgovora ima vrijednost od tek 1,5% nisu uključeni u ovaj prikaz.

Najveći je broj anketiranih (61,5 posto) kao glavnu prepreku naveo nedovoljnu educiranost predstavnika institucija. Značajan broj (58,5 posto) je, pored toga kao glavnu prepreku naveo nezainteresiranost poljoprivrednika za dosadašnje aktivnosti kojima se promoviraju kratki lanci opskrbe.

Uzevši u obzir tako visok rezultat kojim je označena nezainteresiranost poljoprivrednika kao i odgovore sugovornika u intervjuima, a imajući na umu rezultate nekih istraživanja u kojima je tematizirana pasivnost poljoprivrednika kad je o udruživanju riječ kao i njihovo očekivanje od države da „planski pristupi zadrugarstvu kao društvenom projektu“ (Bokan i Obad 2018:226), pretpostavku o pasivnosti poljoprivrednika možemo smatrati realnom preprekom za uspješno funkcioniranje kratkih lanaca opskrbe. Međutim, smatramo da ovaj nalaz treba uzeti kao prostor motivacije za osmišljavanje vrste promocije ili oblika informacija koji bi poljoprivrednicima bili bliski, lako dostupni i zanimljivi.

Proučavani KLO je trenutno u procesu prelaska u zadružni oblik poslovanja zato što što u trenutnom zakonskom okviru zadružni oblik poslovanja ima određene prednosti koje su iskoristive za organizirane KLO-ove. Zadrugarstvo je naime o naglašeno participativan model organizacije koji osigurava veću disperziju odgovornosti među članovima čime bi se mogla potaknuti asertivnost kod dijela proizvođača koji iskazuju određenu dozu pasivnosti. Zadruge, pored toga, kao način poslovanja često pokazuju veću otpornost od klasičnih poduzeća u trenucima ekonomske krize (Đurkin Badurina i Kljajić Šebrek. 2018).

ZAKLJUČAK

Ovom studijom smo nastojali istražiti potencijale kratkih lanaca opskrbe uspostavljenih odozgo. Studija je provedena na primjeru kratkog lanca opskrbe Najbolje 'z Međimurja koji je nastao kao rezultat projekta Agrishort. Uspješnost lanca analizirana je na temelju financijskog zadovoljstva uključenih proizvođača, ostvarenih prednosti pri poslovanju unutar takve organizacije, njihove percepcije vlastitog pozicioniranja na lokalnom tržištu, i na temelju uočenih organizacijskih i infrastrukturnih problema.

Uzimajući u obzir proučavani KLO kao primjer dobre prakse možemo zaključiti da projektni pristup uspostavi KLO-a ima potencijal budući da olakšava financiranje početnih aktivnosti uz pomoć sredstava osiguranih na natječajima u okviru programa Europske unije. U okviru takvih projekata moguće je provesti niz preliminarnih radnji važnih za uspostavljanje KLO-a.

Trenutni pokazatelji upućuju na to da je, barem kad je o međimurski KLO-u u pitanju, riječ o uspješnom modelu. U ostvarivanju tog modela važnu ulogu imaju lokalne akcijske grupe i razvojne agencije. Zahvaljujući takvom tipu organizacije bilo je lakše inzistirati na nekim formalnim kriterijima unutar KLO-a – u ovom je slučaju riječ je o kriterij sljedivost proizvoda koji u konačnici smanjuju mogućnost zlorabe koja se može dogoditi unutar ovakvih organizacija (usp. Demartini et al. 2017). Temeljni problemi s kojima se susreću projektno uspostavljeni KLO-ovi organizacijske su naravi. Naime, s prestankom projekta koji nudi čvrsta organizacijska pravila u smislu odgovornosti i postignutih ciljeva, javlja se problem nejednake participacije članova u upravljanju KLO-om čemu je moguće doskočiti združnim organiziranjem kratkog lanca.

Ostali problemi pri poslovanju u okviru kratkog lanca tiču se podeduciranosti kupaca koji nisu dovoljno informirani o prednostima lokalno proizvedene hrane i veličine dostupnog tržišta. Naime Čakovec je mali grad s ograničenim brojem kupaca i predaleko je od Zagreba (100 km) da bi distribucija u glavnom gradu mogla

zadovoljiti kriterije kratkih lanaca opskrbe (distribucija do 50 km od mjesta proizvodnje).

Zasebna skupina problema odnosi se na komunikaciju s institucijama. Proizvođači se žale na teško dostupne, ili neusklađene informacije.

Studija je pokazala da se temeljna iskustva proizvođača, kad je o proučavanom kratkom lancu riječ, tiču pogodnosti pri promociji vlastitih proizvoda, kontrole nad krajnjom cijenom proizvoda i želje za udruživanjem i pozicioniranjem na tržištu hrane.

Nadalje, utvrdili smo da je za proizvođače koji su do uključivanja u proizvodni lanac bili ovisni o izravnoj prodaji, širenje tržišta imalo veću vrijednost nego za proizvođače koji su već osigurali stabilan plasman svojih proizvoda kroz ostale kanale prodaje. Taj je aspekt posebno važan u kontekstu ekonomske krize izazvane pandemijom COVID-19 na koju kratki lanac opskrbe pokazuje zadovoljavajuću rezistentnost i posluje bez gubitaka. Za proizvođače s već osiguranim plasmanom proizvoda, kratki lanac opskrbe ima izraženiju socijalnu vrijednost i omogućava uspostavljanja odnosa međusobne solidarnosti između uključenih proizvođača.

Važan element u vrednovanju kratkog lanca od strane proizvođača ustanovljeni je princip sljedivosti proizvoda na temelju kojeg proizvođači svoje članstvo u KLO-u ističu kao zasebnu oznaku kvalitete i izvornosti.

Na temelju podataka dobivenih putem ankete i intervjua na primjeru KLO-a u Međimurju uspostavljenog na temelju projekta Agrishort može se zaključiti da kratki lanac opskrbe posjeduje potencijal za ispunjavanje sljedećih pretpostavljenih im funkcija navedenih u PRR-u:

- povećanje konkurentnosti sektora prerade i trženja poljoprivrednih proizvoda
- organiziranje proizvođača i njihovo jače pozicioniranje na tržištu
- olakšano utvrđivanje izvornosti i autentičnosti hrane i podrijetla proizvoda

PREPORUKE ZA DALJNI RAZVOJ

Budući da uspješno uspostavljanje i djelovanje KLO-a ovisi o sinergiji više aktera (civilno društvo, proizvođači, institucije itd.) potrebno je ulagati napore u alate koji će omogućiti njihovo međusobno povezivanje.

Većina proizvođača od institucija očekuju prvenstveno pravovremeno i jasno informiranje. U tu bi svrhu bilo uputno poboljšati diseminaciju i informiranje koje provodi Savjetodavna služba i poboljšati njeno umrežavanje s pojedinačnim proizvođačima, ali i s odgovarajućim organizacija poput LAG-ova, razvojnih agencija, područnih ureda za poljoprivredu.

Budući da je neinformiranost stručnog osoblja zaposlenog u institucijama, prema odgovorima intervjuiranih proizvođača, ali i prema rezultatima obje ankete, jedna od temeljnih prepreka u uspostavljanju organiziranih lanaca opskrbe, potrebno je provesti odgovarajuće edukacije.

Djelatnike institucija je potrebno educirati i za poslove prijave na projekte europske unije kao i za djelatnosti vođenja projekata budući da, kao što ova studija pokazuje, projektni pristup osnivanju KLO-a ima izražen potencijal.

Procedure vezane uz sljedivost proizvoda daju legitimitet kratkim lancima opskrbe koji im u konačnici osigurava potencijal za dodatnu tržišnu prepoznatljivost te je stoga uputno promicati modele sljedivosti proizvoda u lokalnoj proizvodnji hrane.

Zadruga još uvijek često percipirane kao naslijeđe socijalističkog sustava (Đurkin Badurina i Kljaić Šebrek 2018:44) i kao koncept ne uživaju povjerenje u ruralnim krajevima (ibid.) te je stoga bitno pokrenuti sveobuhvatnu kampanju informiranja o zadrugarstvu i mogućnostima koje ono pruža te nastaviti unaprjeđivati zakone o zadrugarstvu ali i aktivno promicati primjere dobre prakse kao što je ovaj obrađen u studiji.

Preporuke:

Izrada preliminarne studije temeljene na anketama, intervjuima i statističkim pokazateljima koji bi ispitivali mogućnosti lokalno organizirane institucionalne podrške osnivanju KLO-a te kapacitete za njihovo uspostavljanje putem europski financiranih projekata.

Edukacije i umrežavanje djelatnika institucija, LAG-ova, razvojnih agencija.

Edukacije i umrežavanja proizvođača hrane.

Edukacije potrošača i informiranje o prednostima lokalno proizveden hrane.

Poticanje praksi sljedivosti proizvoda u proizvodnji i distribuciji hrane.

Edukacija proizvođača hrane o prednostima zadružnog organiziranja.

Definirati mjere potpora za kratke lance opskrbe organizirane u poljoprivredne zadruge.

Redefinirati prostornu udaljenost od 50km između mjesta proizvodnje. Proširiti definiciju na svu proizvodnju i distribuciju koja se odvija u okviru državnih granica.

LITERATURA:

- Babić, Zdenko i Domagoj Račić. 2012. "Zadrugarstvo u Hrvatskoj. Trendovi, pokazatelji i perspektiva u europskom kontekstu". *Sociologija i prostor* 49/3: 287–311.
- Bokan, Nataša i Orlanda Obad. 2018. „Nevidljivi Dubrovnik”. *Etnološka tribina* 41/48: 213-237.
- Borec, Andreja, Ivica Zdrilić, Ana Marija Prpić, Kristina Ivanov, Lucija Surać. 2017. „Prepoznatljivost i korištenje oznaka kvalitete u svakodnevnoj uporabi”. *Oeconomica Jadertina* 7/1.
- Demartini, Eugenio, Anna Gaviglio i Alberto Pirani. 2017. „Farmers’ motivation and perceived effects of participating in short food supply chains: evidence from a North Italian survey”. *Agricultural Economics – Czech* 63/5: 204-2016.
- Drljača, Miroslav. 2018. „Kratki lanac opskrbe u funkciji kvalitete i konkurentnosti”. *Zbornik radova XX. naučno stručnog skupa – Sistem kvaliteta uslov za uspešno poslovanje i konkurentnost*. Kopaonik: Aosocijacija za kvalitet i standardizaciju Srbije, 63-70.
- Đurkin Badurina, Jelena i Jelena Kljaić Šebrek. 2018. „Zadruge kao organizacijski oblici za održivi razvoj turizma u ruralnim područjima1”. *Notitia - časopis za održivi razvoj* 4: 39-48.
- Kuura, Arvi. 2011. „Policies for Projectification. Support, avoid or let it be?” (http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1884204).
- Omejec, Dubravka i Mirjana Pejić Bach. 2007. „Sljedivost prehrambenih proizvoda hrvatskih poduzeća”. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu* 5/1: 43-65.
- Pejnović, Dane, Petra Radeljak Kaufman i Aleksandar Lukić. 2017. "Utjecaj zadrugarstva na regionalni i ruralni razvoj Hrvatske". *Hrvatski geografski glasnik* 79/2: 51–85. <https://doi.org/10.21861/HGG.2017.79.02.03>.

- Pešorda, Lucija i Zrinka Gregov. 2016. "Options to Boost the Development and the Sustainability of the Croatian Economy by Joining in Agricultural Cooperatives". U *Challenges of Europe. Growth, Competitiveness and Inequality. Eleventh International Conference Challenges of Europe. Proceedings*. Split: Faculty of Economics, University of Split, 153–169.
- Shucksmith, Mark. 2010. "Disintegrated Rural Development? Neo-endogenous Rural Development, Planning and Place-Shaping in Diffused Power Contexts". *Sociologia Ruralis* 50/1: 1-14.
- Special Eurobarometer 505. 2020. European Union.
- Svržnjak, Kristina, Sandra Kantar, Dušanka Gajdić, Silvije Jerčinović. 2018. *Analiza stanja u poljoprivredno-prehrambenom sektoru Koprivničko-križevačke i Međimurske županije u cilju osnivanja kratkih lanaca opskrbe*. Križevci: Visoko gospodarsko učilište u Križevcima.
http://agrishort.eu/sites/default/files/file/study_current_situation_cro.pdf
 (pristupljeno: 26.12.2020).
- Tchami, Guy. 2007. *Handbook on cooperatives for use by workers organizations* Geneva: International Labour Office. http://www.ilo.int/wcmisp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---coop/documents/publication/wcms_160205.pdf
 (pristupljeno 1.2.2021).
- Žmuk, Berislav. 2019. „Najčešći problemi i izazovi u provođenju poslovnih web anketa". *Oeconomica Jadertina* 9/2: 52-60.

Kratki lanci opskrbe i njihovo osnivanje odozdo na primjeru istarskih Solidarnih ekoloških grupa

dr. sc. Olga Orlić, Institut za antropologiju

UVOD

Cilj je ove studije provesti analizu mogućnosti institucionalne podrške inicijativi za pokretanje kratkih lanaca opskrbe pokrenutih odozdo, od strane samih građana. Ta će se analiza provesti na primjeru istarskih Solidarnih ekoloških grupe (u daljnjem tekstu SEG), posebice stavova poljoprivrednika, članova te grupe. Analiza uspješnosti tog modela ima za cilj kreiranje preporuka koje mogu poslužiti boljem i jednostavnijem kreiranju javnih politika usmjerenih na poticanje kratkih lanaca opskrbe (u daljnjem tekstu KLO) u cijeloj Hrvatskoj. Ovaj je model odabran stoga što ne predviđa prilagodbu postojećih dobrih praksi nastalih na inicijativu građana te njihovo prilagođavanje korporativnoj logici koja prvenstveno teži akumulaciji, a ne distribuciji kapitala. U modelu KLO pokrenutom odozdo dolazi do stalne interakcije između svih dionika, interne kontrole i nužne adaptacije na novonastale okolnosti, a da se pri tom ne odustane od inicijalnih želja i potreba građana. Takav model poljoprivrede potpomognute zajednicom može stoga poslužiti kao vodič za uspostavljanje učinkovitih KLO uz zadržavanje onih vrijednosti i etičkih principa građana koji kroz aktivan politički konzumerizam žele transformirati postojeći prehrambeni sustav i na taj način afirmiranje građanstva koje vodi računa o hrani¹⁶ učiniti standardom.

¹⁶ Termin *food citizenship* ili u prijevodu 'građani koji vode računa o hrani' preuzet je iz hrvatske verzije Mišljenja Europskog gospodarskog i socijalnog odbora „Doprinos civilnog društva razvoju sveobuhvatne prehrambene politike u EU-u (samoinicijativno mišljenje)”. Termin je osmislio Lyson 2000. godine s ciljem da istakne pretvorbu građana iz pasivnih konzumenata u aktivne aktere u prehrambenom sustavu, prema uzoru na koncept ekološkog građanstva, te je i on kozmopolitski po svojoj prirodi (Gómez-Benito i Lonzano 2014: 141). Takav vid građanstva predstavlja svojevrsno

Ovom se studijom nastojalo provjeriti kakvi su stavovi i iskustva poljoprivrednika članova istarskih SEG-ova o KLO, što za njih uopće znači KLO i kako misle da bi on trebao biti definiran, koje su dobrobiti i/ili loše strane uključivanja u KLO, koje su administrativne prepreke osnivanju i uspješnom funkcioniranju, te koja vrsta institucionalne pomoći bi dobro došla ne samo za prilikom osnivanja KLO već i za njihov neometan i uspješan rad. Nastojalo se saznati i da li su se poljoprivrednici članovi SEG-a javljali na natječaj za promicanje KLO-a i zelenu javnu nabavu. Također, željelo se saznati da li su tražili i imali pomoć institucija (i, ukoliko da, koje institucije su to bile) i o kakvoj vrsti pomoći se radilo. Istarski su SEG-ovi specifični unutar Hrvatske po tome što su svi uključeni poljoprivrednici ekološki proizvođači s certifikatom. Razlog tomu bila je odluka građana koji su se mobilizirali da sami organiziraju dobavu namirnica upravo iz ekološke proizvodnje, te se nastojalo provjeriti jesu li imali pomoć institucija prilikom dobivanja certifikata i o kakvoj se pomoći radilo.

Nakon uvodnog dijela u kojem smo objasnili glavne ciljeve studije, slijedi opis metodologije upotrijebljene za prikupljanje i analizu podataka, a zatim poglavlje u kojem su navedene osnovne terminološke odrednice te prikazan razvoj kratkih lanaca opskrbe odozdo. Nakon toga slijedi poglavlje u kojem su prikazane glavne karakteristike SEG iz Istre, a nakon toga poglavlje s predstavljanjem i diskusijom rezultata dobivenih putem anketnog istraživanja. Navedena analiza omogućila je iznošenje zaključka, nakon kojeg slijede preporuke za donosioce javnih politika.

proširenje Marshalovog koncepta socijalnog građanstva (Marshall, prema Gómez-Benito, Lozano 2014) i temelji se na ideji političkog konzumerizma, odnosno prava na odabir proizvoda i proizvođača na temelju političkih ili ekoloških pretpostavki, kako bi se modificirale institucionalne ili tržišne prakse (Micelletti et al. 2003; prema Gómez-Benito i Lonzano, 2014:143). Bitno je istaknuti da takvi građani ne samo da imaju prava oko odabira vrste hrane koju žele konzumirati, već i obaveze prema drugim živim bićima u vremenu i prostoru, prema drugim konzumentima i proizvođačima, okolišu, dobrobiti životinja (ibid.:150). Preduvjet za postizanje takvog statusa je uklanjanje brojnih prepreka koje sprječavaju građanina u postizanju te autonomije i u provođenju svojih prehrambenih odabira. Te prepreke ne odnose se samo na nedostatak transparentnosti u sustavu proizvodnje hrane, već i na udaljavanje između proizvođača i potrošača. Građanstvo koje brine o hrani je ono koje „ima pristup dovoljnoj količini zdrave i kvalitetne hrane i ono koje se mobilizira da bi to pravo i ostvarilo„ (Gómez-Benito i Lonzano, 2014:150).

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Istraživanje je provedeno na uzorku od 134 anonimna ispitanika/ce, pri čemu se uzorak sastojao od dva poduzorka (dvije ankete). Prikupljanje podataka provedeno je u suradnji s drugim autorima/cama u sklopu ove aktivnosti, pri čemu je svatko obradio i analizirao određene rezultate sa aspekta svoje teme, a rezultati se međusobno nadopunjuju. Jedna od provedenih anketa bila je namijenjena institucijama uključenima u podršku kratkim lancima opskrbe, a druga poljoprivrednim proizvođačima (Prilozi 1 i 2).

Poduzorkom poljoprivrednika obuhvaćeno je 69 poljoprivrednika, pri čemu samo jedan manji dio njih (11) čine članovi SEG Pula. Drugim poduzorkom obuhvaćeno je 65 djelatnika institucija koji su odgovarali na set pitanja koji se odnosio na njihovo opće znanje o KLO i korištenju njihovih usluga, te, ukoliko je primjenjivo, o tome da li su i na koji način sami ili institucija u kojoj su zaposleni potpomagali KLO i poljoprivrednike uključene u KLO.

S obzirom na mali broj poljoprivrednika uključenih u KLO bilo koje vrste, anketu smo osmislili na način da je mogu ispunjavati i oni poljoprivrednici koji nisu članovi KLO, sve s ciljem kako bi ispitali i njihove stavove i saznali njihovu percepciju KLO-a (PRILOG 1).

Anketa za djelatnike institucija (PRILOG 2) pružila nam je dodatne, za analizu važne elemente o tome što i kako institucije tj. njezini djelatnici vide kao svoju ulogu i kakav je njihov stav o KLO.

Uzorak od 69 proizvođača dobiven je dijeljenjem anketnih upitnika kroz udruge, saveze i inicijative gdje su okupljeni poljoprivrednici te direktnim kontaktiranjem proizvođača koji sudjeluju u dvije grupe koje su detaljnije istražene u dvije od ukupno tri studije: sudionici projekta AGISHORT Međimurje i sudionici Solidarne ekološke grupe Pula. Potencijalne institucije za koje je procijenjeno da bi mogle aktivno

sudjelovati u podršci kratkim lancima opskrbe kontaktirane su izravno i odazvalo se 65 djelatnika.

Pitanja u oba upitnika vezana su za različite aspekte iskustva poljoprivrednika ili djelatnika institucija s kratkim lancima opskrbe te su neka pitanja bila zajednička ili slično postavljena u oba upitnika kako bi se rezultati mogli usporediti kao što su: koji kriteriji su važni za definiranje KLO, kako bi definirali pojam "lokalno", što bi bile prednosti, a što nedostaci KLO, iskustva sa zelenom javnom nabavom, jesu li KLO perspektivni modeli i sl. U upitniku za proizvođače su istraživana i osobna iskustva u radu kroz KLO, udaljenost gospodarstva od tržišta, modeli udruživanja koje proizvođači preferiraju kao i iskustva s institucionalnom podrškom kod dobivanja ekocertifikata i osnivanja KLO. Predstavnici institucija opisivali su svoja iskustva institucionalne podrške kao i osobne podrške KLO te su procjenjivali važnosti institucionalne podrške u različitim fazama od edukacije, pokretanja i djelovanja KLO. Pitanja u anketnim upitnicima bila su postavljena kroz kombinaciju odabira tvrdnji, vrijednosnih skala i kratkih odgovora. Predstavnicima institucija postavljena je nekolicina otvorenih pitanja.

KRATKI LANCI OPSKRBE

Kratki lanci opskrbe nisu jednoznačno definirani u hrvatskom zakonodavnom okviru, što je problematizirano u studiji Sunčane Pešak. Nedostatak jasne definicije koja nedvojbeno određuje opseg i karakteristike KLO otvara put ne samo terminološkoj zbrci, već i neujednačenom, a moguće i nepravednom pristupu pružanja podrške/potpore poljoprivrednicima koji bi taj sustav potpora voljeli koristiti udružujući se u KLO.

Kratki lanac opskrbe (hranom) (engl. *short supply chain* ili *short food supply chain* nazivi su koji označavaju opskrbe lance (ili pak one koji su specijalizirani za namirnice), a koji uključuju ograničeni broj gospodarskih subjekata. Takvi se lanci

fokusiraju na suradnju, lokalni gospodarski razvoj i izgradnju bliskih zemljopisnih i društvenih odnosa između proizvođača, prerađivača i potrošača. Kratki opskrbeni lanci fokusirani na prehrambene namirnice podrazumijeva prodaju lokalno proizvedenih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda na lokalnom tržištu gdje proizvođač direktno prodaje proizvod potrošaču s maksimalno jednim posrednikom. U većini slučajeva poljoprivredni proizvodi putuju na kratkim udaljenostima od proizvodnje do krajnjeg kupca te na taj način proizvođač i potrošač mogu izravno komunicirati. Jedan od prvih takvih kratkih lanaca opskrbe hranom nastao je na inicijativu građana, dakle odozdo. Ta se inicijativa pojavila u Japanu i Švicarskoj, nezavisno. U Japanu je povratak organskoj proizvodnji povezan s uočavanjem povezanosti zdravstvenih problema i upotrebe pesticida te su se na inicijativu građana pojedini poljoprivrednici vratili organskom načinu proizvodnje hrane. Godine 1971. osnovana je prva takva grupa pod nazivom *teikei* (u značenju suradnja, čime je istaknuto obilježje međusobnog odnosa aktera u prehrambenom lancu (Kondoh 2014). U Švicarskoj se 1978. godine oformila prva takva inicijativa na tlu Europe, pod nazivom *Les Jardins de Cocagne* u okolici Ženeve (Sahakian 2015). Pokret se proširio u SAD, ali i drugdje u svijetu, koristeći različite nazive i imajući određene lokalne specifičnosti. Naziv *Community-supported agriculture*, koji je pokret dobio u SAD, postao je svojevrsan krovni termin za sve slične pokrete, s obzirom na to da je u svom nazivu sadržavao osnovnu bit pokreta. Termin poljoprivreda potpomognuta zajednicom pojam je kojim se i u hrvatskoj stručnoj literaturi naziva skup inicijativa pokrenutih od strane građana kojima se formiraju takvi kratki lanci opskrbe domaćim i/ili ekološkim namirnicama (Puđak i Bokan 2011). U Hrvatskoj se poljoprivreda potpomognuta zajednicom pokrenula 2012. godina pod imenom Grupe solidarne razmjene (GSR), te je upravo to ime još uvijek najpoznatije i često ga se koristi i kao generički termin za poljoprivredu potpomognutu zajednicom.

Pokret se proširio diljem svijeta te danas u nizu europskih i svjetskih zemalja djeluju raznolike grupe, svaka sa svojim lokalnim specifičnostima i različitim nazivima. Radi se o praksi koju mnogi nazivaju AFN odnosno Alternativni prehrambeni lanci. Taj termin

označava različite „kontra-hegemonijske lance prehrane“ (Renting et al. 2014:291), koji su se počeli kao fenomen javljati od 1990-tih kao, ali koji, smatraju isti autori, nije više adekvatan za suvremene tendencije (ibid). URGENCI - međunarodna mreža za poljoprivredu potpomognutu zajednicom (The International Community Supported Agriculture Network, URGENCI.NET) okuplja građane, male poljoprivrednike, potrošače, aktiviste i zainteresirane političare na globalnoj razini zagovaranjem lokalnog solidarnog partnerstva između proizvođača i potrošača. Rezultat njihovog rada je i sustavan pregled takvih grupa u zemljama EU, zajedno s njihovim nazivljem i osnovnim karakteristikama (Volk et al. 2016). URGENCI je jedna od udruga koja je zajedno s drugim akterima iz civilnog sektora udružila su snage u okviru EU koalicije za hranu (<https://foodpolicycoalition.eu/>) s ciljem rada na integraciji politika i usklađivanju svih relevantnih dionika na EU razini kako bi se olakšala tranzicija na održive prehrambene sustave (<https://foodpolicycoalition.eu/our-work/>).

S obzirom na to da hrana uistinu povezuje najrazličitije aspekte društva jasno je da su prehrambeni sustavi koji povezuju različite dionike društva, i to na dnevnoj bazi, izuzetno važni i utječu na svakoga od nas. Prehrambeni sustavi postali su važno područje izgradnje i jačanja lokalne autonomije (Starr i Adams 2003: 24) pogotovo u smislu jačanja lokalne ekonomije, ali i podizanje otpornosti siromašnog stanovništva na problematiku nestašicu hrane, odnosno na manjak novca za njezinu kupnju (ibid.: 25)). To postizanje lokalne autonomije u kontekstu prehrambenog sustava dio je šireg konceptualnog okvira prehrambenog suvereniteta (engl. food sovereignty), koji jedna od najvećih svjetskih udruga poljoprivrednika Via Campesina zagovara već nekoliko desetljeća. Upravo je Via Campesina kroz deklaraciju o prehrambenom suverenitetu iz 1996. godine tim nazivom objedinila stav da svaki pojedinac, zajednica, narod i država imaju pravo utvrditi vlastiti sustav prehrane i očuvati resurse za preživljavanje čovječanstva. (Prehrambeni suverenitet: budućnost bez gladi, 1996.), čime se naglašava stav da su hrana i voda osnovna ljudska prava, ali i da stanovništvo ima pravo na dovoljno zdrave hrane za sve. Ono što pojedini autori (Windfuhr i Jonsén, 2005) smatraju svojevrsnim konkretnim programom koji prehrambeni suverenitet

zagovara je stavljanje naglaska na lokalni pristup, odnosno na izgradnju i/ili jačanje lokalne autonomije – hrana se proizvodi i konzumira lokalno. Time se u različitim aspektima osnažuju mali poljoprivrednici, ali ne bilo koji, već oni koji hranu proizvode ekološki, etički i bez štete za okoliš. Poljoprivreda potpomognuta zajednicom predstavlja materijalizaciju takvih ideja, iako je ona u stvari prethodila samoj konceptualizaciji prehrambenog suvereniteta.

Podizanje opće svijesti potrošača, ali i sve izravnija participacija građana u sukreiranju javnih politika pridonijeli su tome da izravna prodaja hrane i općenito kratki sustav opskrbnog lanca u Europi sve više dobiva na važnosti na svim razinama. Svjesnost o štetnim posljedicama klimatskih promjena pridonio je tome da je jedan od ciljeva EU-a postao smanjenje utjecaja prehrambenog sustava na okoliš i klimu i jačanje njegove otpornosti, osiguranje sigurnosti opskrbe hranom u kontekstu klimatskih promjena i gubitka bioraznolikosti i bivanje predvodnikom u globalnom prelasku na konkurentnu održivost „od polja do stola”. Drugim riječima, EU želi:

- postići da prehrambeni lanac, koji obuhvaća proizvodnju, prijevoz, distribuciju, stavljanje na tržište i potrošnju hrane, ima neutralan ili pozitivan utjecaj na okoliš te osigurati očuvanje i obnavljanje kopnenih, slatkovodnih i morskih resursa o kojima ovisi prehrambeni sustav, pomoći pri ublažavanju klimatskih promjena i prilagoditi se njihovim učincima, zaštititi tlo, vode, zrak, zdravlje bilja te zdravlje i dobrobit životinja, preokrenuti trend gubitka bioraznolikosti,
- zajamčiti sigurnost opskrbe hranom, hranjivu vrijednost i zaštitu javnog zdravlja te osigurati da svatko ima pristup dostatnoj i održivoj hrani bogatoj hranjivim tvarima koja je u skladu s visokim standardima sigurnosti i kvalitete, zdravlja bilja te zdravlja i dobrobiti životinja i istodobno zadovoljava prehrambene potrebe i preferencije, te
- očuvati cjenovnu pristupačnost hrane uz ostvarivanje pravednijeg ekonomskog povrata u opskrbnom lancu tako da u konačnici najodrživija hrana bude i cjenovno najpristupačnija, poticati konkurentnost sektora opskrbe, promicati

poštenu trgovinu i stvarati nove poslovne prilike uz istodobno osiguravanje cjelovitosti jedinstvenog tržišta te zdravlja i sigurnosti na radu (Strategija „od polja do stola“ za pravedan, zdrav i ekološki prihvatljiv prehrambeni sustav, 2020).

Ovi su ciljevi, svaki pojedinačno, itekako važni, međutim u ovom trenutku ključno je da se omogući pravedniji ekonomski povrat u opskrbnom lancu, koji bi doveo do toga da u konačnici najodrživija hrana bude i cjenovno najpristupačnija. Jedino bi na taj način, uz kontinuirano vođenje brige da dođe što je manje moguće do odstupanja od osnovne ideje, došlo do uistinu kvalitetnije proizvodnje, ali i konzumacije hrane. Upravo bi aktivan rad na ovom segmentu potaknuo Europljane da promijene postojeće prehrambene navike koje dovode do rasipanja hrane, zagađenja okoliša i trošenja resursa, ali i do pretilosti.

Ova studija dat će uvid u ne samo uočavanje konkretnih i specifičnih mjesta na koje kratkim lancima opskrbe institucije mogu pružiti različitu podršku, već će se skrenuti pozornost i na činjenicu da pri donošenju javnih politika i podupiranju kratkih lanaca opskrbe, ukoliko želimo da takve politike odgovaraju željama i potrebama građana, onda o tim istim željama i potrebama treba unaprijed voditi računa.

Također, u kratkim lancima opskrbe prepoznaje se mogućnost povoljnog temelja za razvoj obiteljskih gospodarstava i za stvaranje ekološki i ekonomski održive poljoprivredne proizvodnje (Gajdić 2019). Sve veća prisutnost pojma 'kratki lanci opskrbe' u hrvatskim javnim politikama i s njima povezanim dokumentima (Akcijski plan promoviranja i jačanja kratkih lanaca u opskrbi hranom ustanova iz javnog sektora za razdoblje 2019. i 2020. godine, u daljnjem tekstu Akcijski plan) u skladu je s navedenim kretanjima.

Kratki lanci opskrbe širok su pojam te se u europskom kontekstu on može odnositi na različite razine – lokalnu, regionalnu ili nacionalnu. Bitna je karakteristika KLO da se

pomoću njih nastoji što više smanjiti broj posrednika kao i udaljenost od mjesta proizvodnje do mjesta potrošnje hrane.

Kako se navodi u Akcijskom planu „Korištenjem kratkih lanaca opskrbe lakše je utvrditi izvornost i autentičnost hrane, posebno u pogledu identiteta određenog područja, tradicionalnih proizvodnih procesa tog područja, kao i podrijetla proizvoda. Lokalnim proizvođačima ostaje veći udio dodane vrijednosti proizvoda te se osnažuje lokalna ekonomija čime se omogućuje održivost bavljenja poljoprivredom i opstojnost malih poduzeća i poljoprivrednih gospodarstava“ (Akcijski plan, 2020:1).

Međutim, ono što i dalje ostaje nejasno je tko su ti proizvođači (konvencionalni ili organski, što točno na primjeru Hrvatske ili Europske unije znači lokalno? Uostalom, proizvodnja je najčešće lokalna (na što je upozorio i jedan od anketiranih poljoprivrednika, ono što je potrebno odrediti jest opseg distribucije da bi se ona mogla smatrati lokalnom, a kako bi lanac opskrbe bio kratak. Definiranje pojma KLO tako bi moglo neke poljoprivrednike uključiti, a druge isključiti iz aktivnosti pa i sustava potpora te je stoga ovo pitanje vrlo bitno, kao što je i bitna politička odluka kojim KLO će se pružiti potpora i na koji način.

Što se tiče inicijatora, KLO se organiziraju na dva načina. Prvi, koji je detaljno elaboriran u stranoj i domaćoj literaturi, i to od strane različitih znanstvenih disciplina (ekonomija, geografija, antropologija, sociologija, pravo) je onaj odozdo, potaknut od strane samih potrošača, krajnjih korisnika hrane. Pri tome izuzetno je važno naglasiti da je jedan od glavnih ciljeva takvih KLO-ova, u većini slučajeva poticanje ekološke poljoprivrede, odnosno podržavanje ekoloških poljoprivrednika.

Drugi je princip organizacije onaj odozgo, pri kojem se kroz različite mjere javnih politika nastoji organizirati kratke lance opskrbe. KLO su načelno prepoznati kao institucija s brojnim povoljnim efektima u sferama društva, ekonomije i okoliša.

Na temelju dosadašnjih istraživanja, moglo bi se kao početnu hipotezu postaviti tvrdnju da je jedna od temeljnih razlika između KLO-a organiziranih odozdo i KLO-a

organiziranih odozgo ta da se KLO-i organizirani od strane samih potrošača fokusiraju primarno na ekološke, nutritivne i zdravstvene dobrobiti, dok prevladavajuća terminologija kojom se zagovara organiziranje KLO-a odozgo počiva na pojmovima konkurentnosti i smanjenja troškova logistike.

Također, stupanjem na snagu Zakona o javnoj nabavi, činilo se da je učinjen prvi korak ka osnivanju KLO odozgo, jer se stvorila mogućnost zajedničkog konkurentnog ili barem konkurentnijeg nastupa poljoprivrednika prilikom zelene javne nabave. Naime, stavkom 7. članka 284. omogućeno je onima koji raspisuju natječaj za javnu nabavu namirnica/hrane da se ne povode isključivo ekonomskim motivima (principom najjeftinija ponuda) prilikom odabira ponuđača. Upravo suprotno, potiče ih se da vode računa o lokalnosti i nutritivnoj vrijednosti proizvoda (Zakon o javnoj nabavi, NN 120/2016), odnosno da se povode principom najbolje ponude. Praksa je međutim pokazala da to nije provedeno, o čemu svjedoči i Akcijski plan Vlade kojim se to tek nastoji uvesti.

Obje su strane, i poljoprivrednici i potrošači, već pokazali kakav sustav prehrane žele i dokazali da su dorasli logističkim zahtjevima koje pred njih postavljaju kratki lanci opskrbe. Naime, kako su već istakli pojedini autori, „uključivanje u kratke lance opskrbe zahtjeva aktivan angažman jednog ili više članova gospodarstva/kućanstva, financijska sredstva, znanja i vještine o poduzetništvu i o prodaji (Mesić, 2014).

Između ostalog, popularnost tih kratkih lanaca opskrbe, a u konačnici i njihova uspješnost (unatoč brojnim preprekama i internim problemima, koji ne zaobilaze ni hrvatske primjere) dovela je do toga da se taj model nastoji inkorporirati u javne politike. U Hrvatskoj danas djeluje i prvi KLO potaknut odozgo (Agrishort u Međimurju, analiza tog slučaja predstavljena je u zasebnoj studiji dr. sc. Petra Bagarića provedenoj u sklopu ove aktivnosti). Pojedini autori (Mesić, 2014) ističu da je AGRISHORT prvi KLO u Hrvatskoj, međutim ta tvrdnja je samo djelomično točna. Naime, Agrishort je prvi kratki lanac opskrbe u Hrvatskoj osnovan odozgo, uz pomoć institucija. Već spomenuta poljoprivreda potpomognuta zajednicom u svoje dvije

varijante - grupe solidarne razmjene i solidarne ekološke grupe predstavlja prvi oblik takvog KLO. Bitna je razlika ta da je nastao samoorganizirano, odozdo, od strane samih građana (više o tome vidi u Orlić 2014, 2019).

SOLIDARNE EKOLOŠKE GRUPE U ISTRI

Poljoprivreda potpomognuta zajednicom se od 2012. godine, kada je pod nazivom grupe solidarne razmjene započela svoje širenje, u Hrvatskoj razvila u dva pravca koji, uza sve sličnosti, imaju i određene razlike. Glavna je razlika ta da grupe koje podržavaju ekološke poljoprivrednike u Istri inzistiraju na procesu certificiranja, odnosno podržavaju samo ekološke proizvođače koji posjeduju certifikat, dok su u drugim grupama kupci ne zahtijevaju nužno taj certifikat. U istarskim grupama koje potpomažu poljoprivredu uveden je standard da proizvođači budu, ne samo članovi grupa, već i članovi Udruge Istarski Eko Proizvod (u daljem tekstu UIEP), a samim time moraju posjedovati ekološki certifikat. Proizvođači su stoga u istarskim SEG-ovim punopravni članovi grupe, a ne isključivo dobavljači, što njima kao stručnjacima omogućuje da prepoznaju potencijalnu prevaru te da na taj način štite i kupce, ali i sebe. S obzirom na to da u ostalim hrvatskim grupama koje podupiru ekološku poljoprivredu certifikat nije bio ključan uvjet, istarske su se grupe početkom 2015. godine odučile preimenovati u Solidarne Ekološke Grupe kako bi se i terminološki odvojili od Grupa solidarne razmjene. Uz dozvolu grada Pule SEG Pula je uspjela na korištenje dobiti prostor za održavanje kratkotrajne (u trajanju od dva sata) Solidarne ekološke tržnice (kratica SET) jednom tjedno. Na toj su tržnici SEG poljoprivrednici prodavali svoje proizvode i ne-članovima grupe, ali po nešto višim cijenama. Na taj način su i neuključeni građani mogli pribaviti ekološku hranu izravno od poljoprivrednika, što je svakako proširenje opsega dobrobiti koje takav KLO omogućuje.

Prema dosadašnjem kvalitativnom istraživanju (Orlić, 2019) članovi istarskih grupa zadovoljni su načinom njihova funkcioniranja te smatraju da je ovakva situacija

povoljnija i za proizvođače i za poljoprivrednike te da omogućuje bolju transparentnost. Bazu kupaca pulske grupe čini oko 200 obitelji i većina je organizatora svjesna da je tu brojku bitno održavati kako bi postojala stabilno kontinuirano tržište. Iako članstvo u grupi podrazumijeva određen angažman kupaca oko preuzimanja narudžbi ili pomoći oko distribucije proizvoda, pojedini članovi grupe negoduju jer ne preuzimaju svi isti teret i vrlo se često dogodi da sav organizacijski teret podnese svega nekoliko pojedinaca (Orlić 2019:77-78). Ipak, sami organizatori su svjesni da ne moraju svi članovi grupe na jednak način dijeliti entuzijazam oko aktivističkog pristupa ovakvom tipu kratkog lanca opskrbe i da je zadržavanje tržišta izuzetno bitno za kontinuitet postojanja. Jedan od ciljeva istarskih SEG-ova od samih početaka bilo je i motiviranje mladih poljoprivrednika da pređu na certificiranu ekološku poljoprivredu. Za dobivanje certifikata potrebno je trogodišnje razdoblje nadzora, a za to vrijeme proizvođač ne smije prodavati svoje proizvode na tržnici, jer je tamo dozvoljeno prodavati samo onima koji posjeduju certifikat. Međutim, članovi istarskih SEG-ova podupiru takvog proizvođača i tijekom te tri prijelazne godine i to kupujući njegove proizvode, iako npr. on još ne posjeduje certifikat (ibid.: 90).

Podrška koju su institucije (grad Pula i Istarska županija) sufinanciranjem troškova certificiranja, ali i dodjeljivanje prostora za spomenutu solidarnu ekološku tržnicu (SET) značajno je doprinijela ne samo uspostavljanju već i održavanju kontinuiteta ovako samoorganiziranih grupa koje potpomažu poljoprivredu (Orlić 2019:91).

Istarski SEG-ovi pokrenuli su uspješnu suradnju i s poljoprivrednicima iz drugih dijelova Hrvatske, te tako, primjerice, organiziraju dostavu mandarina i jabuka, odnosno onih namirnica koje nedostaju. Pokazatelj otpornosti istarskih SEG-a pokazao se i u trenutku kad je inicijator SEG-a napustio Hrvatsku. Iako je to mogao biti kritičan trenutak, SEG-ovi su opstali jer je opskrbu tim proizvodima preuzela mlađa poljoprivrednica u postupku prelaska na ekološku proizvodnju.

Zbog svega toga gore navedenog SEG je odličan primjer koji bi donositelji politika trebali upoznati, i preuzeti od njih sva već osmišljena kvalitetna rješenja, upravo zato što se pokazalo da su ona zadovoljavajuća za inicijatore takvih KLO-ova (građane i proizvođače). Time bi se znatno olakšala tranzicija kojom bi se sve aktere u prehrambenom lancu počelo tretirati kao građane koji vode računa o hrani.

REZULTATI ANKETNOG ISTRAŽIVANJA

Anketno istraživanje provedeno je u prosincu 2020. godine i obuhvatilo je uzorak od 134 anketirana poljoprivrednika i djelatnika institucija (dva poduzorka) iz različitih hrvatskih županija.

U ovoj je studiji cilj bio analizirati način uspostavljanja i uspjeha istarskih solidarnih ekoloških grupa kao modela osnivanja kratkih lanaca opskrbe pristupom odozdo. Fokus je bio stavljen na iskustvo sudjelovanja u KLO, percipiranje problema i prednosti, ideje za unaprjeđenje, a posebice u segmentima javljanja na natječaje za operacije KLO i lokalna tržišta i na zelenu javnu nabavu. U tu je svrhu unutar uzorka svih anketiranih poljoprivrednika napravljena dodatna specifična analiza odgovora koje su dali ti poljoprivrednici koji sudjeluju u istarskim SEG-ovima (u daljnjem tekstu na njih će se odnositi termin SEG poljoprivrednici). Pažnja će biti posvećena i aspektu institucionalne podrške (ili njezino nepostojanje) prilikom funkcioniranja takvih grupa, a posebice one koju poljoprivrednici u Istri imaju ili nemaju. Zaseban aspekt analize obuhvatio je iskaze o institucionalnoj podršci koju je lokalna i/ili regionalna administracija pružila i/ili pruža istarskim poljoprivrednicima koji su odlučili prijeći s konvencionalne na ekološku proizvodnju. Naime, certificirana ekološka proizvodnja preduvjet je poljoprivrednicima (i to ne isključivo onima iz Istre) za sudjelovanje u istarskim solidarnim ekološkim grupama, što istarske grupe čini odličnim primjerom poljoprivrede potpomognute zajednicom koja uspješno aktivira principe građanstva koje brine o hrani. Ukazat će se i na dinamiku promjena unutar SEG grupe, a kako bi

se bolje uočile specifičnosti istarskih SEG-ova, usporedit će se način njihovog djelovanja sa sličnim inicijativama u Hrvatskoj, Europi i svijetu.

REZULTATI ANKETE PROVEDENE MEĐU POLJOPRIVREDNICIMA

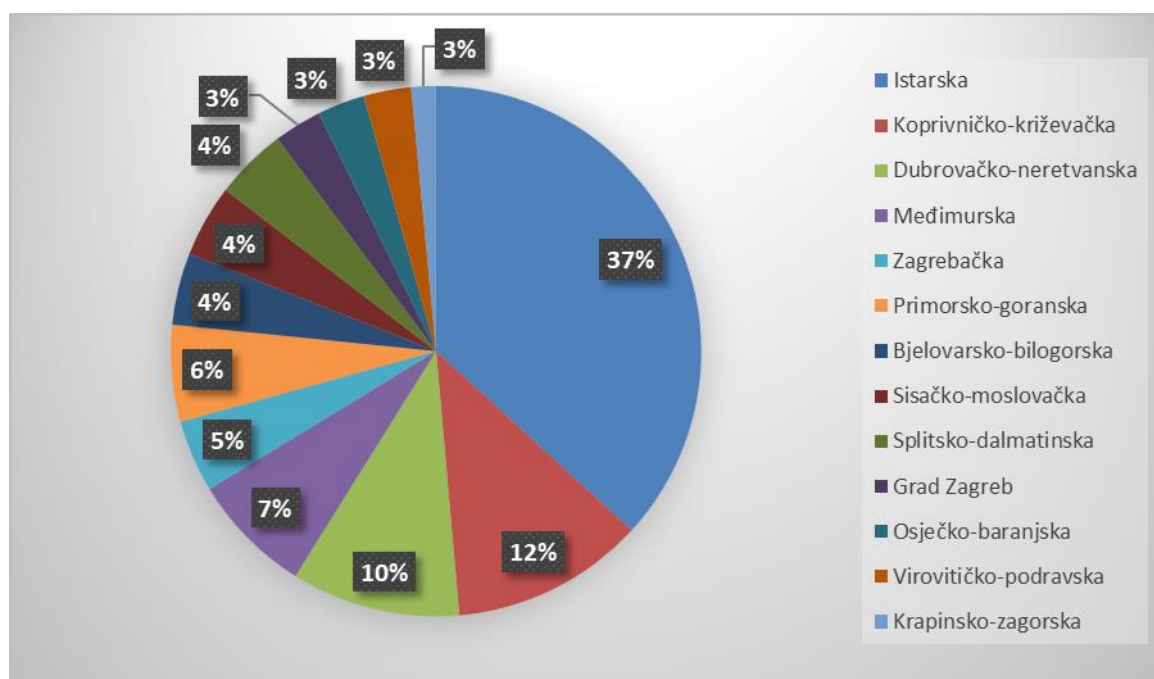
Anketu namijenjenu poljoprivrednicima ispunilo je 69 poljoprivrednika iz različitih županija. Ovo kvantitativno istraživanje provodilo se tako da se upitnik proslijedio poljoprivrednicima preko Hrvatskog saveza ekoloških poljoprivrednika, preko kontakata istraživača u SEG Pula i AGRISHORT Međimurje te korištenjem pojedinih online platformi za povezivanje poljoprivrednika i kupaca. Jedna takva platforma, internet aplikacija "Domaća web tržnica" (<https://www.trznica-trg.eu/>) rezultat je realizacije projekta "Organizacija sustava izravne prodaje poljoprivrednih proizvoda korištenjem internet tehnologije" (akronim: OSIPPPIT) koji je ugovoren u okviru Operativnog programa IPA Slovenija-Hrvatska 2007.-2013, i kasnije financiran od Europskog fonda za regionalni razvoj u okviru programa Europska teritorijalna suradnja (u aplikaciju su, naravno, uključeni i slovenski proizvođači, koji za ovo istraživanje nisu kontaktirani, iz administrativnih razloga, iako, naravno, ovakvo prekogranično povezivanje itekako ima smisla u kreiranju lokalnih tržišta). Upit je poslan i ekološkoj košarici Primorsko-goranske županije, te pojedinim institucijama koje posjeduju popise poljoprivrednika (Razvojna agencija grada Dubrovnika). S obzirom na odaziv poljoprivrednika nakon slanja te molbe, za pretpostaviti je da su barem neke od njih proslijeđene pojedinačnim poljoprivrednicima. Kao mjesto odakle su se prikupljali podaci za kontaktiranje poljoprivrednika poslužila je i platforma VeeMee s tražilicom za naručivanje poljoprivrednih proizvoda s OPG-ova diljem Hrvatske.

Uzorak od 69 poljoprivrednika, od čega je njih 68 odgovorilo na pitanje u kojoj je županiji registrirano njihovo gospodarstvo. Upravo je iz istarske županije najveći odaziv poljoprivrednika ovoj anketi, čak 36,8 %, odnosno 25 poljoprivrednika, što je omogućilo zasebnu analizu njihovih odgovora kako bi se njihova iskustva i stavovi

mogli usporediti s stavovima svih anketiranih poljoprivrednika. Stoga ćemo u nastavku za svaki prikazani grafikon navesti na koji se uzorak ili poduzorak podaci u njemu odnose.

Što se sociodemografske strukture SEG poljoprivrednika tiče, u uzorku je bilo šest muškaraca, pet žena, prosječna dob poljoprivrednika uključenih u SEG je 50,6 godina, a obrazovna struktura SEG poljoprivrednika je sljedeća: 1 žena ima završenu trogodišnju srednju školu, 4 muškarca imaju završenu četverogodišnju srednju školu, 3 žene imaju višu školu (2-3 godine studija), 2 muškarca i 1 žena imaju završen fakultet u trajanju od 4-6 godina.

Grafikon 1. Prikaz odaziva poljoprivrednika po županijama: „U kojoj od navedenih županija je registrirano Vaše gospodarstvo?“



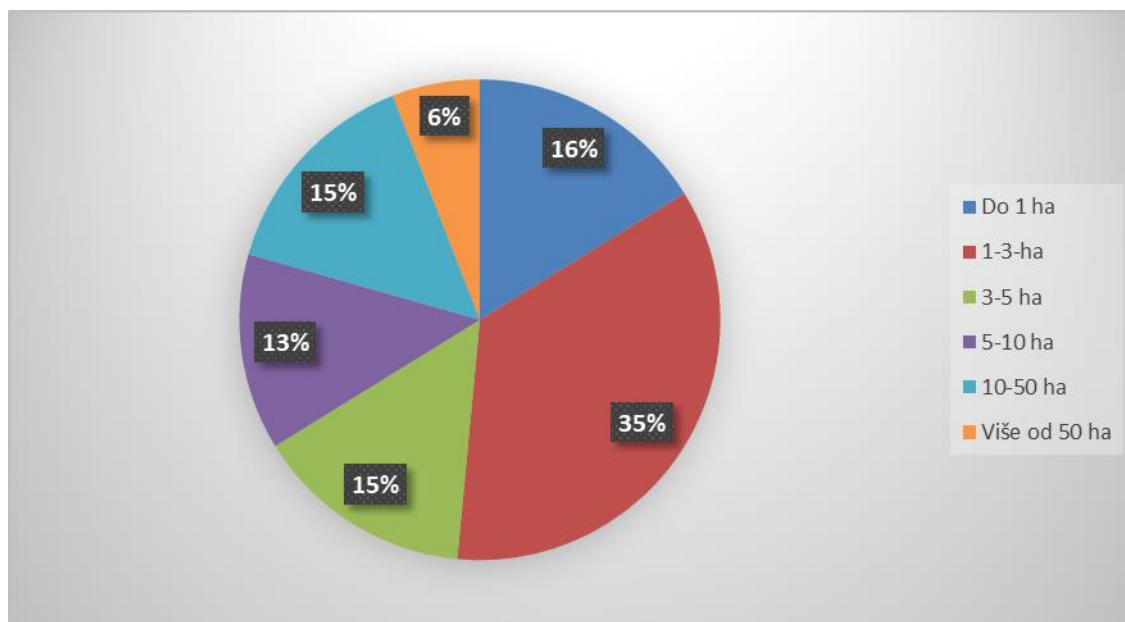
Izvor: IPPO_KLO_2020.

Svega 11 poljoprivrednika izjasnilo se da djeluje u okviru Solidarne ekološke grupe Pula, od čega je njih preko trećine (4) iz drugih županija. Ovaj podatak je bitan za analizu stoga što ukazuje na to da KLO organizirani odozdo, od strane samih krajnjih korisnika neminovno mora za određenim proizvodima posegnuti izvan

administrativnih granica županije (za određene proizvode, kao što je logično i za očekivati) i da u tom smislu definicija lokalnog proizvoda mora biti prilagođena realnim potrebama i mogućnostima građana i poljoprivrednika.

Najviše poljoprivrednika iz istraživanja obrađuje 1-3 ha (35,30%) (vidi Grafikon 2).

Grafikon 2. Odgovori na pitanje „Koliku površinu obrađujete?“ (Svi ispitanici)

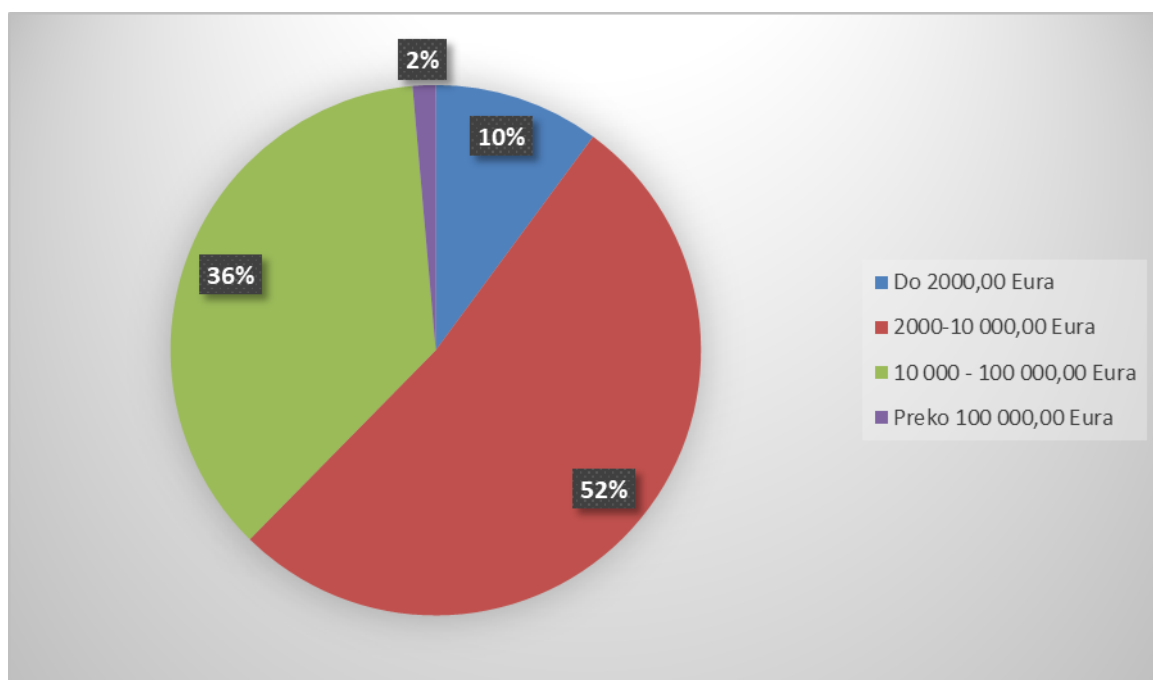


Izvor: IPPO_KLO_2020.

S obzirom na površinu koju obrađuju SEG poljoprivrednici, iz ankete proizlazi da oni obrađuju raspon površina od 1-3- do 10-50 ha te da ih je većina registrirana kao Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (OPG), odnosno samo je jedno poljoprivredno imanje registrirano kao Samodostatno obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (SOPG).

Što se tiče ekonomske veličine gospodarstva, rezultati ankete ukazuju na to da više od polovine anketiranih poljoprivrednika procjenjuje ekonomsku veličinu svojeg gospodarstva od 2000-10000 Eura (52, 2%). Slijedi 10.000-100.000,00 Eura (36,2%), a 10,1% njih procjenjuje ekonomsku vrijednost svog gospodarstva na do 2000,00 Eura. Samo je jedan ispitanik prijavio vrijednost gospodarstva veću od 100.000,00 Eura (Grafikon 3).

Grafikon 3. Odgovori na pitanje: „Kolika je ekonomska vrijednost Vašeg gospodarstva?“

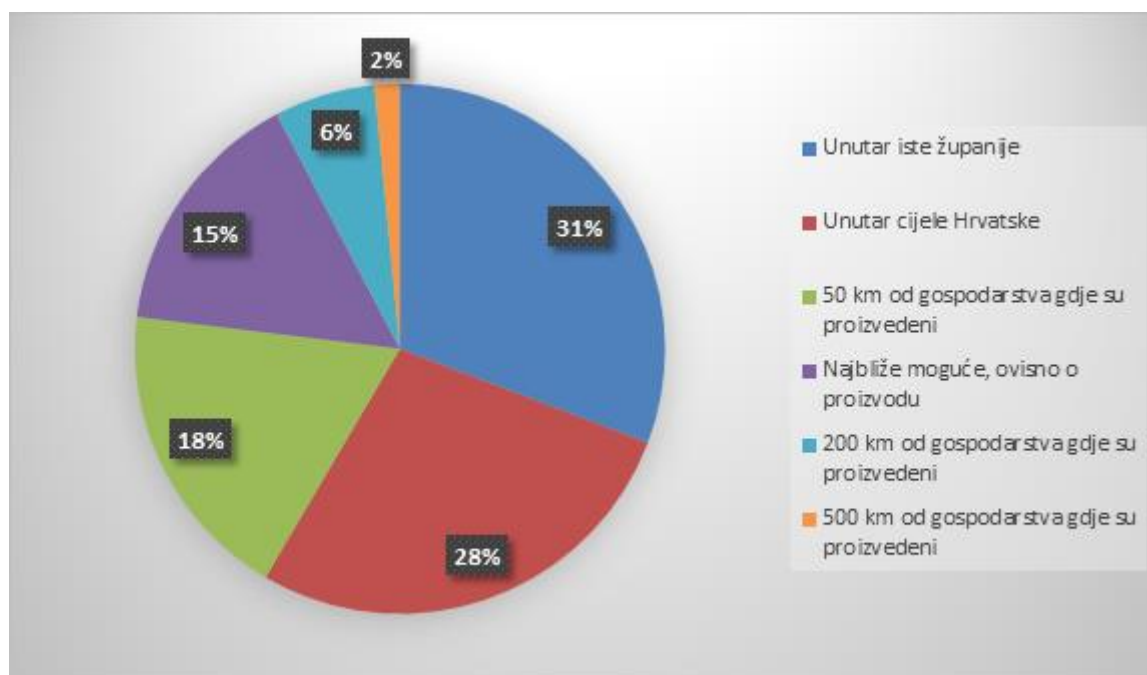


Izvor: IPPO_KLO_2020

Vrijednost imanja SEG poljoprivrednika iznosi u većini slučajeva od 2000-10000 Eura (7) ili 10 000 -100 000 Eura (4).

Imajući u vidu poteškoće prilikom definiranja lokalnog, bilo je potrebno ispitati što sami poljoprivrednici smatraju, kako bi bilo potrebno definirati "lokalni" proizvod, tj. koliko daleko od mjesta proizvodnje bi se takav proizvod smio prodavati. Većina anketiranih ispitanika (31%) smatra da bi se proizvod, kako bi se mogao smatrati lokalnim, trebao prodavati unutar iste županije, ali samo neznatno manji postotak anketiranih poljoprivrednika (28%) smatra da bi to trebalo biti unutar cijele Hrvatske (vidi Grafikon 4).

Grafikon 4. Odgovori na pitanje „Prema Vašem mišljenju, da bi se neki proizvod zvao "lokalnim", koliko daleko od mjesta proizvodnje bi se smio prodavati?“



Izvor: IPPO_KLO_2020-

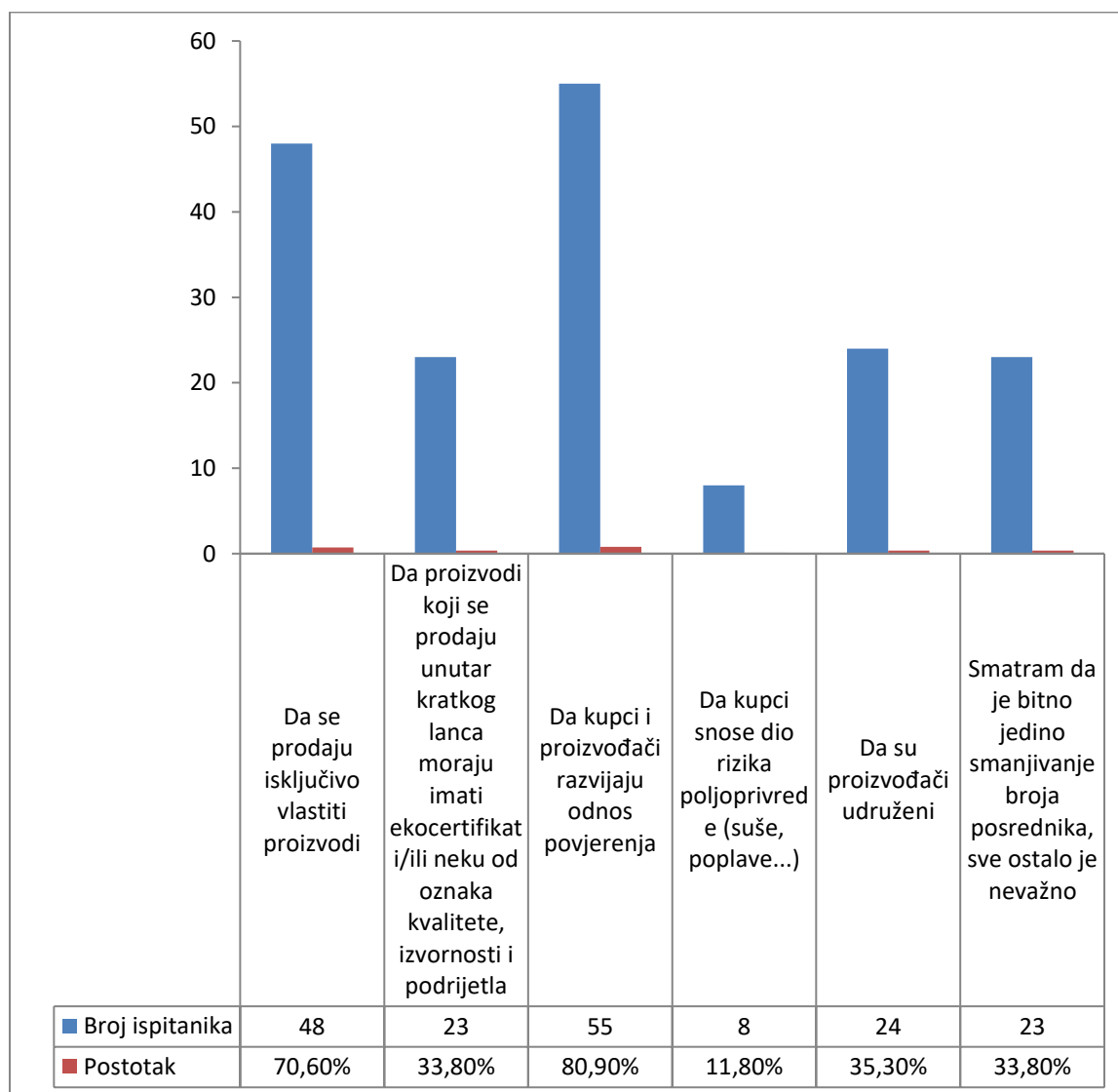
Zabilježeni otvoreni odgovori ukazuju na individualne drugačije pristupe definiranju lokalnosti: „Proizvod ostaje lokalni bez obzira na njegovu prodaju jer je proizveden na određenom LOKALITETU, te bi se stoga trebao moći prodavati kao LOKALAN bilo gdje...(…):...“; „Ovisno o proizvodu, lokalno ne znači da se ne može prodavati daleko nego lokalno znači da je proizveden sa sirovinama koje su lokalne“, ali i „Svugdje po svijetu“.

Većina ispitanih SEG poljoprivrednika dijeli većinsko mišljenje o tome kako bi se proizvod, da bi bio smatran lokalnim, trebao prodavati unutar iste županije, ili što je bliže moguće (ovisno o proizvodu). Ipak dvoje SEG poljoprivrednika iz drugih županija smatra da je lokalni proizvod onaj koji se prodaje unutar cijele Hrvatske. Navedeni primjer pokazuje fleksibilniju definiciju lokalnog proizvoda, koja je usklađena s kontekstom Istre i Hrvatske. Istarskim SEG-ovima je važniji ekološki način proizvodnje, te iako teže kupovati unutar iste županije, svjesni su da su kupcima potrebni i „ne-lokalni“ proizvodi.

Ovi rezultati ukazuju na gotovo izjednačene stavove SEG poljoprivrednika i svih poljoprivrednika o tome smije li se lokalnim proizvodom smatrati samo onaj koji se prodaje unutar iste županije ili pak po cijeloj Hrvatskoj. S obzirom na to da su rezultati ukupne ankete gotovo ujednačeni oko toga treba li se lokalnost odnositi na proizvode koji se prodaju unutar iste županije ili pak na teritoriju cijele Hrvatske, a da praksa SEG grupa ukazuje na nužnost angažiranja poljoprivrednika iz drugih dijelova Hrvatske, bilo bi optimalno KLO definirati tako da omogućuju uključivanje proizvođača iz cijele Hrvatske. U prilog tome govori i činjenica da je hrvatsko tržište malo, da je malih poljoprivrednika sve manje, a da ekološku proizvodnju treba nastaviti razvijati, jer tržište za njima raste.

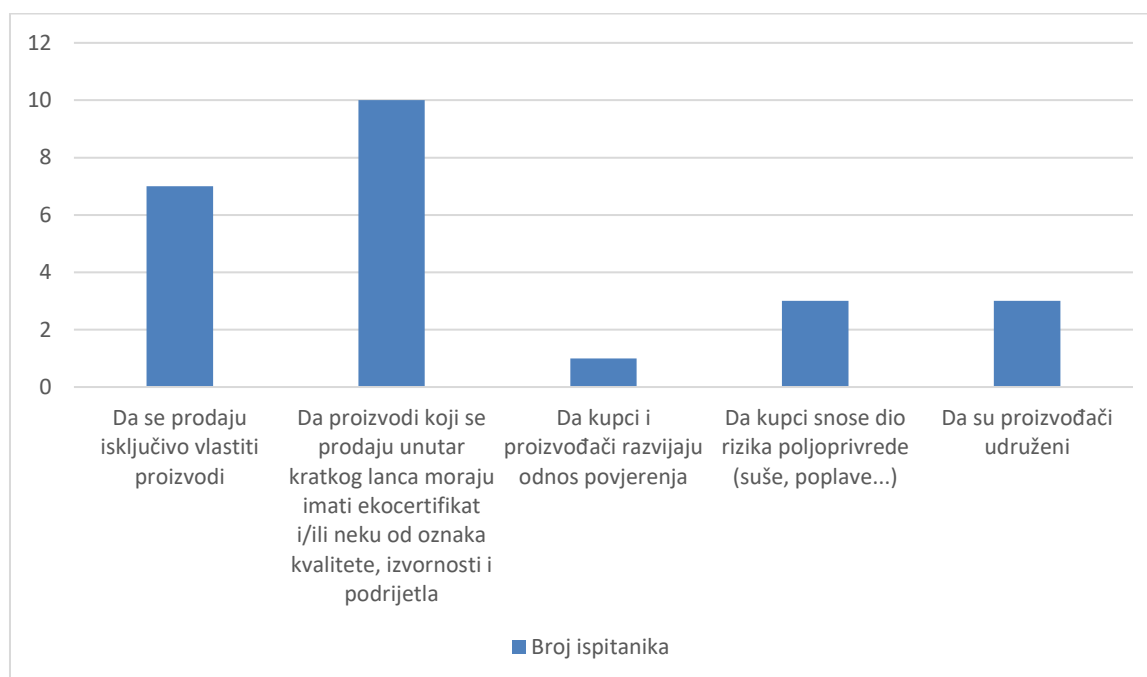
S obzirom na navedenu terminološku neujednačenost i nedefiniran opseg pojma KLO, ispitanike smo upitali o tome koje kriterije bi oni osobno naveli kao važne da bi se oblik prodaje zvao KLO (Grafikon 5).

Grafikon 5. Odgovori na pitanje „Koje kriterije bi Vi osobno naveli kao važne da bi se oblik prodaje zvao kratkim lancem prodaje?” (svi ispitanici)



Izvor: IPPO_KLO_2020.

Grafikon 6. Odgovori na pitanje „Koje kriterije bi Vi osobno naveli kao važne da bi se oblik prodaje zvao kratkim lancem prodaje?“ (SEG poljoprivrednici)



Izvor: IPPO_KLO_2020.

Na ukupnom uzorku, na pitanje za one proizvođače koji posjeduju eko-certifikat, o tome jesu li primili određenu pomoć institucija, odgovorilo je 42 ispitanika. Čak 71,4% (30) odgovorilo je da u tom procesu nije dobilo pomoć institucija, a samo 28,6% (12) da je u tom procesu dobilo pomoć. Od toga čak 50% čine SEG poljoprivrednici.

SEG Poljoprivrednici iz Istre koji su dobili pomoć oko dobivanja ekocertifikata naveli su da su tu pomoć dobili od grada i županije, Udruge Istarski Eko Proizvod (2), udruge (nije navedeno koje) i županije, te u slučaju jednog proizvođača pomoć su

pružile sljedeće instance: Agroturist Vodnjan, Certifikacijska kuća AgriBioCert¹⁷ i Savjetodavna služba.

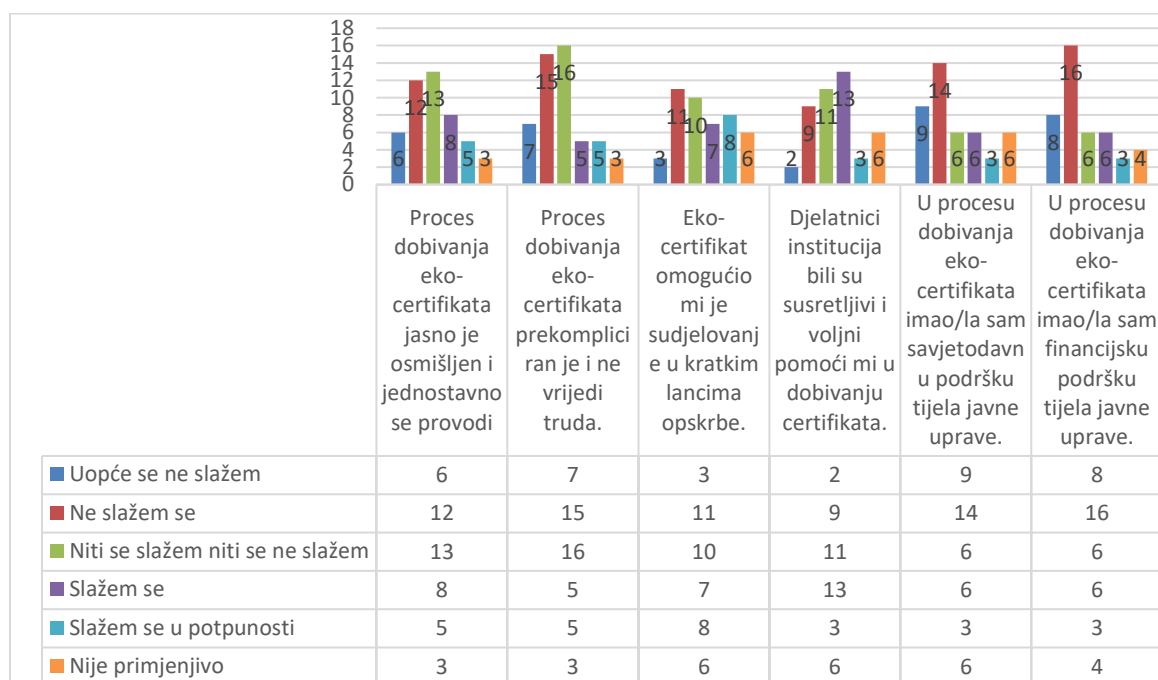
Što se tiče institucija koje su pružile neku vrstu pomoći svim anketiranim poljoprivrednicima koji posjeduju ekocertifikat ili neku drugu oznaku izvornosti ili podrijetla, navedene su sljedeće institucije UNDP, Ministarstvo poljoprivrede i savjetodavna služba te Županija (sufinanciranje).

S obzirom na to da je u istarskim SEG-ovima ekološki certifikat nužan za priključivanje grupi, zanimalo nas je kakav je stav poljoprivrednika o procesu stjecanja tog ekološkog certifikata, odnosno, smatraju li da je to kompliciran proces i da li smatraju da je vrijedan uloženog truda.

Odgovori SEG poljoprivrednika (Grafikon 8) u trendovima pratili su odgovore svih ispitanika.

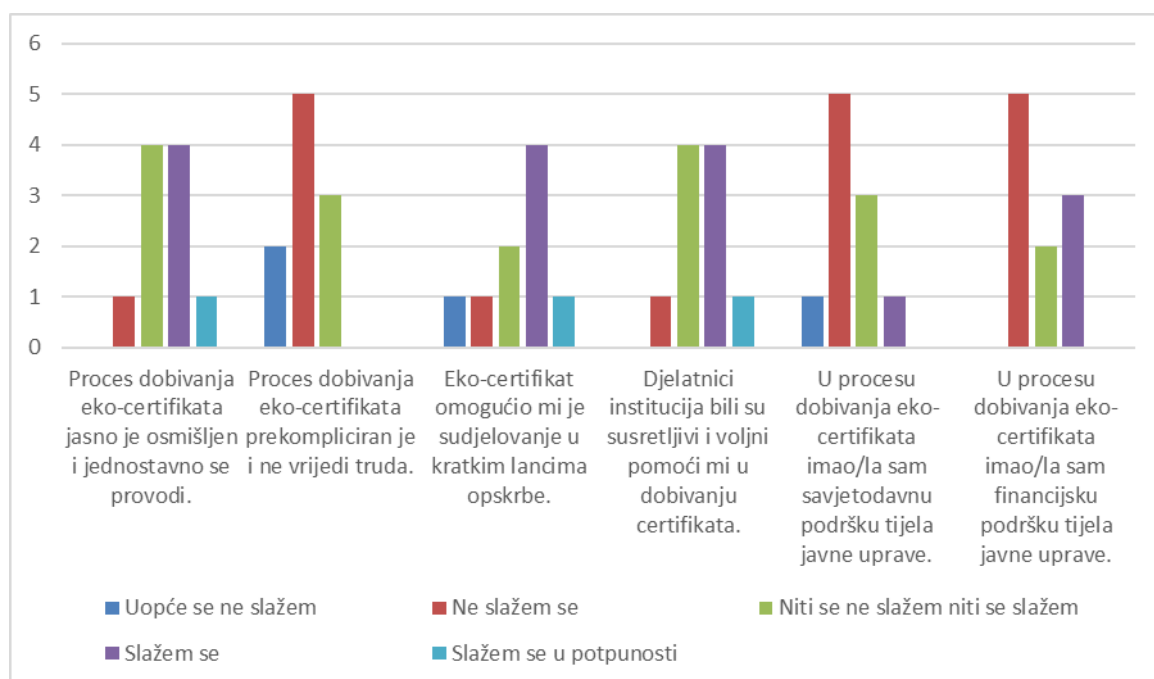
¹⁷ Radi se o zadruzi AgriBioCert - AgriBioCert je zadruga čiji su osnivači i zadrugari pravne i fizičke osobe iz Hrvatske, Italije i Grčke. Jedna od njih je udruga EKO LIBURNIA na čijim web stranicama možete naći korisne informacije za vašu proizvodnju. Rješenjem nadležnog tijela Republike Hrvatske za ekološku poljoprivredu AgriBioCert je ovlašteno kontrolno tijelo za provođenje stručne kontrole i certifikacije u području ekološke proizvodnje s dodijeljenim kodnim brojem HR-EKO-03. Slijedom navedenog ovlaštenja AgriBioCert se nalazi na Listi kontrolnih tijela Europske unije zaduženih za kontrole u području ekološke proizvodnje sukladno odredbama članka 35(b) Uredbe vijeća (EZ) br. 834/2007. Usluge stručne kontrole i certifikacije ekološke proizvodnje obavljaju se na cijelom području Republike Hrvatske. Ovlašteni kontrolori AgriBioCerta djeluju iz Križevaca, Splita, Šibenika, Rijeke i Osijeka. Svo osoblje AgriBioCerta odgovorno za stručnu kontrolu u ekološkoj proizvodnji ima završen odgovarajući preddiplomski ili diplomski sveučilišni ili stručni studij iz područja biotehničkih ili biomedicinskih znanosti. (<https://www.agribiocert.com/o-nama.html>)

Grafikon 7. Stavovi o postupku eko-certificiranja (svi ispitanici).



Izvor: IPPO_KLO_2020.

Grafikon 8. Stavovi o postupku eko-certificiranja (SEG poljoprivrednici)

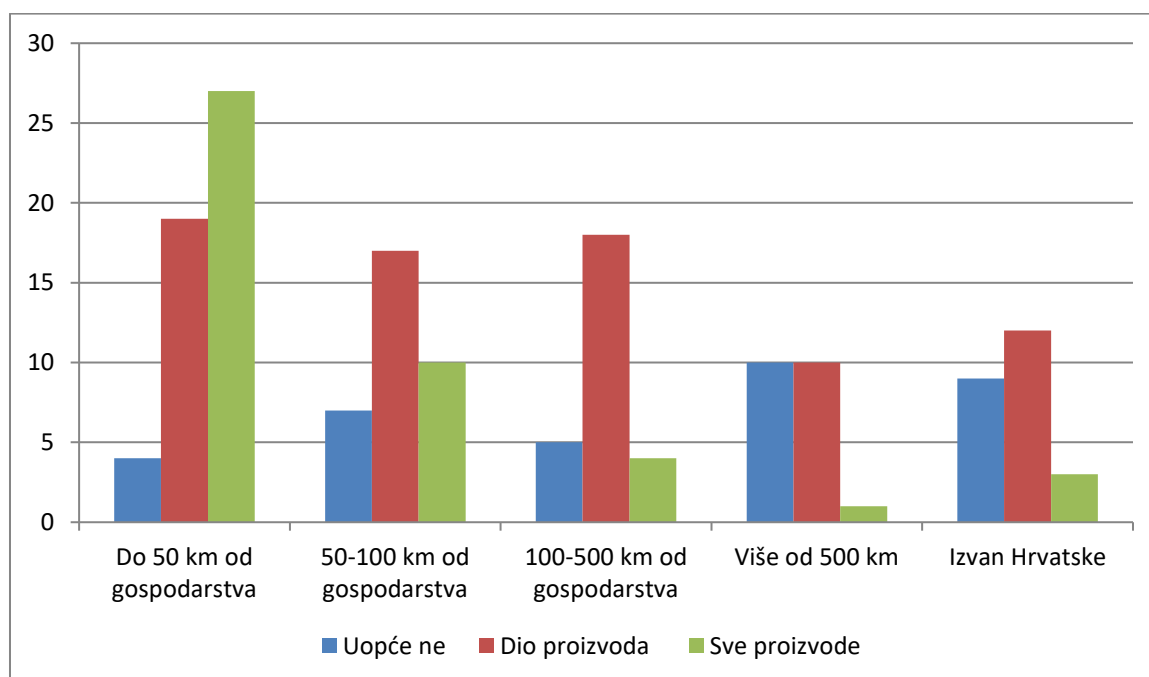


Izvor: IPPO_KLO_2020.

Iz odgovora je vidljivo da većina SEG poljoprivrednika smatra da proces stjecanja ekocertifikata nije previše kompliciran, da vrijedi truda, ali da je u određenoj mjeri izostala savjetodavna i financijska podrška institucija. Rezultati su slični, i to ukazuje na slična iskustva i stavove. Važna razlika ticala se činjenice da SEG poljoprivrednici nisu zaokruživali opciju Nije primjenjivo iz razloga što u njihovom slučaju nije postojala mogućnost da nemaju ekološki certifikat.

S obzirom na stavove o tome što bi KLO trebao podrazumijevati, kako definirati lokalne proizvode bilo je potrebno uočiti kakve su konkretne prakse samih poljoprivrednika (Grafikon 9).

Grafikon 9. Odgovori na pitanje „Udaljenost mjesta prodaje od mjesta proizvodnje“ (svi ispitanici).

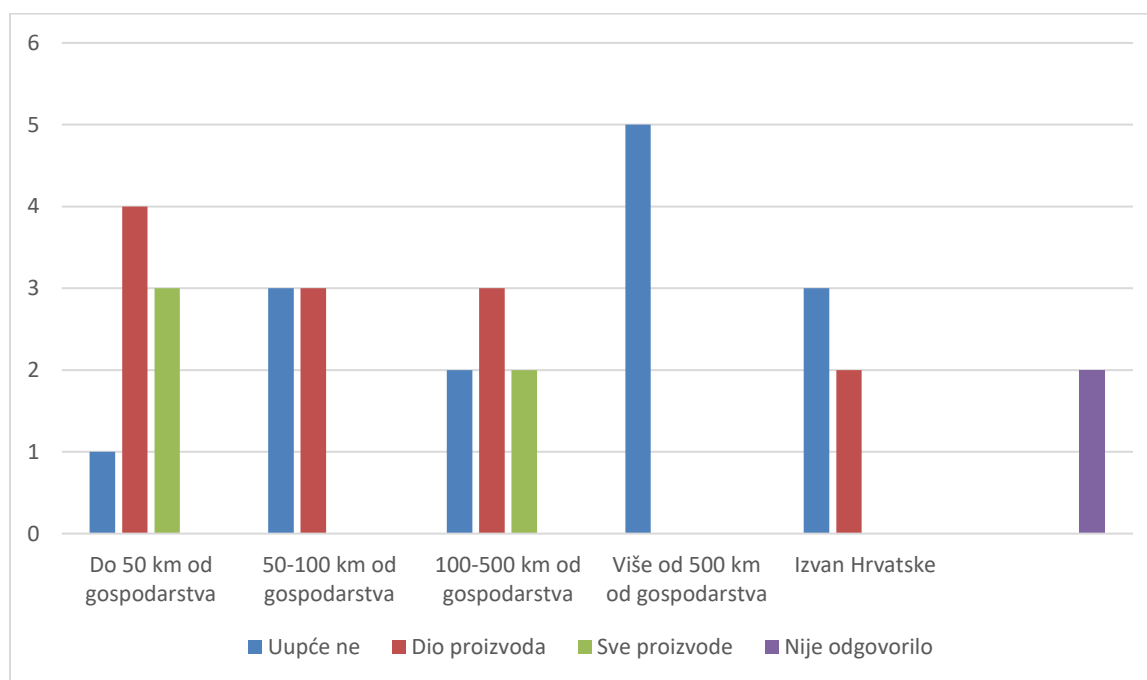


Izvor: IPPO_KLO_2020

U usporedbi s time, SEG poljoprivrednici su odgovorili u određenoj mjeri slično, ali uz neke razlike. Naime, SEG poljoprivrednici su u većini slučajeva dio svojih proizvoda prodavali na udaljenosti od 50 km, dok rezultati ukupne ankete ukazuju na to da prevladavaju poljoprivrednici koji sve svoje proizvode prodaju na toj udaljenosti.

Značajno je da niti jedan SEG poljoprivrednik nije odgovorio da sve svoje proizvode prodaje izvan Hrvatske dok u rezultatima ukupne ankete ima čak tri takva. Rezultati ukupne ankete pokazuju da nakon stavke do 50 km, većina poljoprivrednika dio svojih proizvoda prodaje na razdaljini od 50-100, ili od 100-500 km, a sličan trend prate i SEG poljoprivrednici. (Grafikon 10).

Grafikon 10. Udaljenost mjesta prodaje od mjesta proizvodnje (SEG poljoprivrednici).

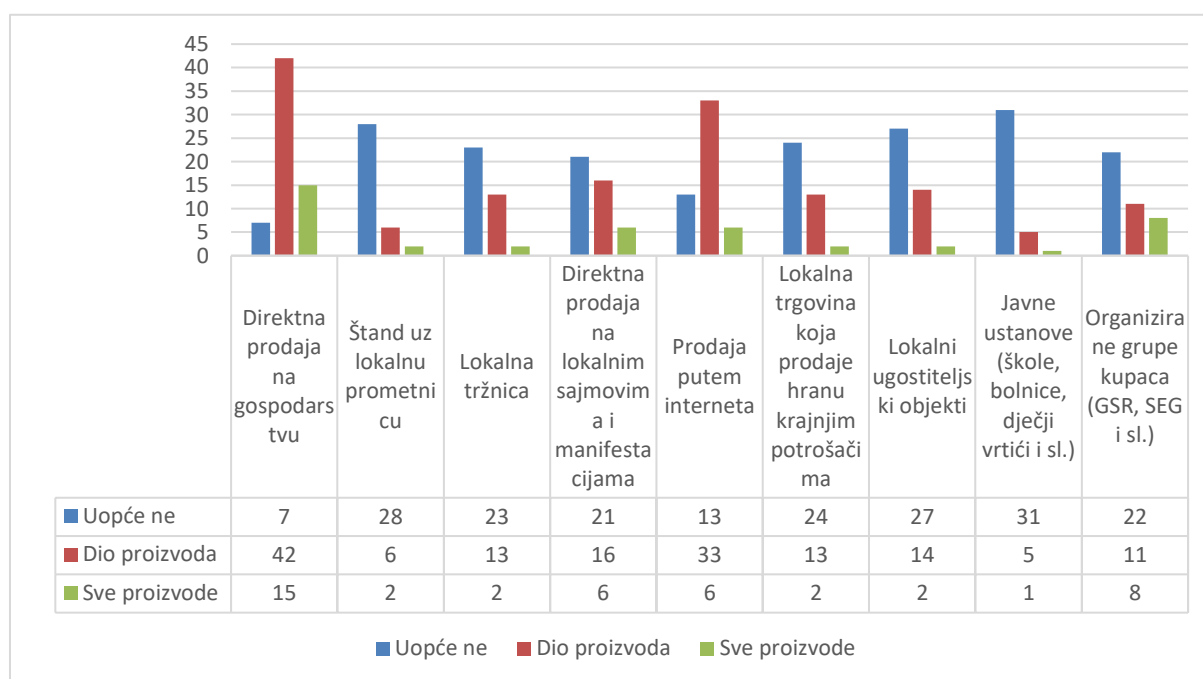


Izvor: IPPO_KLO_2020

S obzirom na to da smo željeli saznati stavove anketiranih poljoprivrednika o tome što sve može biti percipirano kao kanal izravne prodaje (a zbog terminološke zbrke oko pojmova i shvaćeno kao KLO) ispitanike smo ispitali o mjestima na kojima prodaju vlastite proizvode. (Grafikon 11). Rezultati ukupne ankete ukazali su da većina anketiranih poljoprivrednika (60, 8%) dio svojih proizvoda prodaje direktnim prodajom na gospodarstvu a 47,8% putem interneta. 23, 1% anketiranih prodaje dio svojih proizvoda direktno na lokalnim sajmovima i manifestacijama, 20,2% dio svojih proizvoda prodaje lokalnim ugostiteljskim objektima, a 18,8% u trgovinama koje prodaju lokalne namirnice. Isto toliko (18,8%) ispitanika prodaje dio svojih proizvoda na lokalnoj tržnici. Tek 8,6% njih di svojih proizvoda prodaje na štandu uz lokalnu

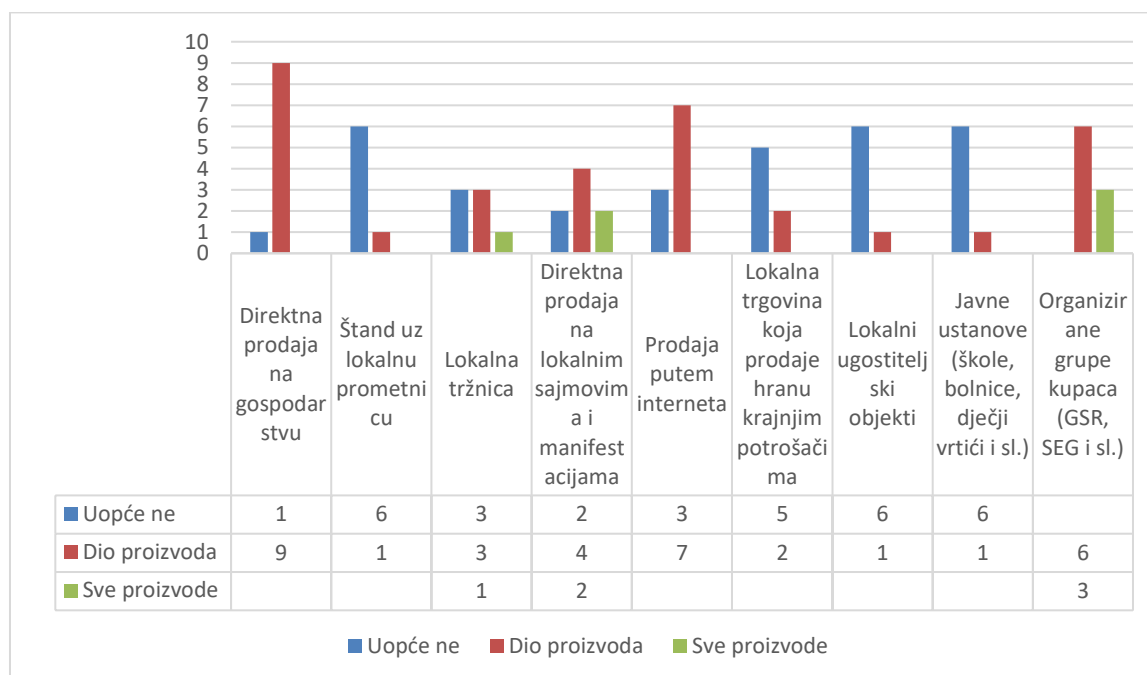
prometnicu. 7,2% ispitanika dio svojih proizvoda prodaje javnim ustanovama poput bolnica i vrtića. 15,9% ispitanika dio svojih proizvoda prodaje organiziranim grupama (GSR, SEG) koje možemo smatrati jednim oblikom KLO. U odgovorima su slični i SEG poljoprivrednici, s time da je zanimljivo da je samo 9 njih odgovorilo da prodaje u okviru SEG-a ili GSR-a, što mogu objasniti jedino nerazumijevanjem pitanja.

Grafikon 11. Odgovori na pitanje „Prodajete li svoje proizvode kroz navedene kanale izravne prodaje?“



Izvor: IPPO_KLO_2020.

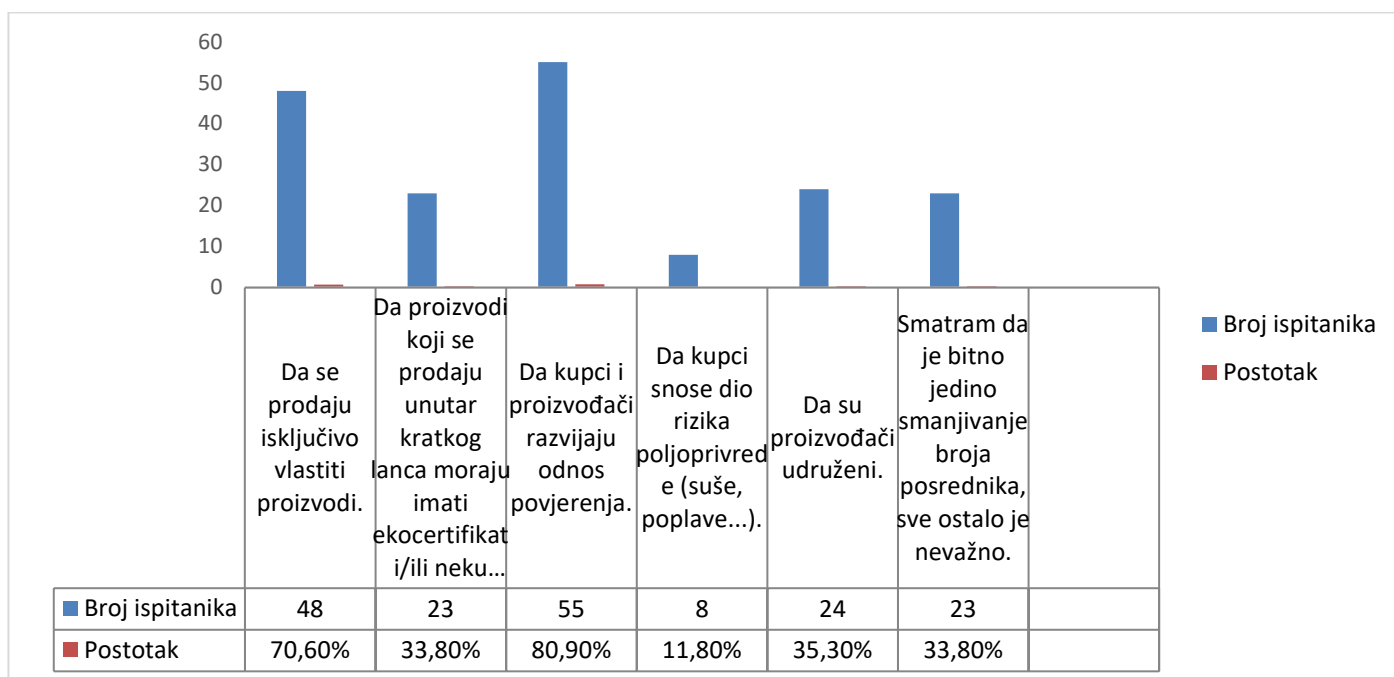
Grafikon 12. Odgovori na pitanje „Prodajete li svoje proizvode kroz navedene kanale izravne prodaje?” (SEG poljoprivrednici)



Izvor: IPPO_KLO_2020.

U službenim dokumentima nema jednoznačne definicije kratkih lanaca opskrbe, ali uglavnom se definiraju kao prodaja uz najviše jednog posrednika na lokalnoj razini. S obzirom na navedeno željeli smo saznati koje bi kriterije za oblik prodaje naši ispitanici naveli kao važne da bi se on zvao KLO. Većina ispitanika (njih 80,9%) smatra da je razvijanje odnosa povjerenja između kupca i proizvođača bitan kriterij. Iza toga slijedi kriterij o prodaji isključivo vlastitih proizvoda (70,6%), a zatim da su proizvođači udruženi. 33,8 %ispitanika smatra da je jedino bitno smanjivanje broja posrednika, te da je sve ostalo nevažno, a isti toliki postotak smatra da proizvodi koji se prodaju unutar takvog KLO moraju imati ekoloških certifikat ili neku drugu oznaku izvornosti. Samo 11,8% ispitanika smatra da je potrebno da u takvim lancima i kupci snose dio rizika poljoprivrednika. (Grafikon 13)

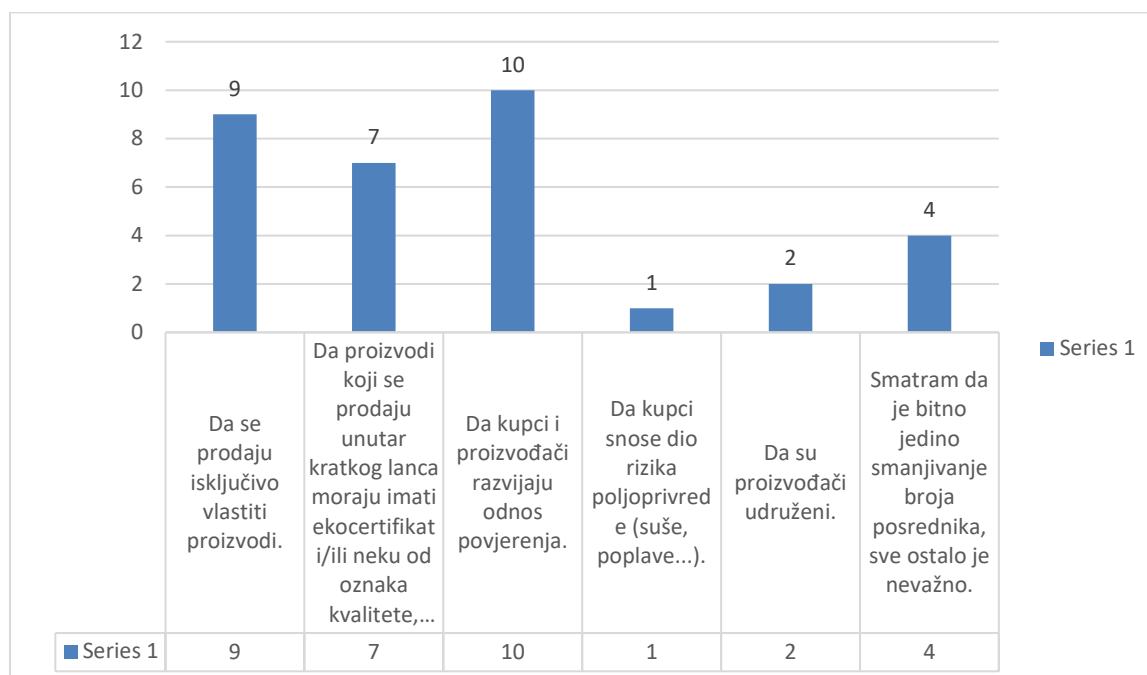
Grafikon 13. Odgovori na pitanje „Koje kriterije bi Vi osobno naveli kao važne da bi se oblik prodaje zvao kratkim lancem opskrbe?“ (svi ispitanici):



Izvor: IPPO_KLO_2020

Pojedini su poljoprivrednici kroz otvorena pitanja istakli i druge stavove. Tako bi za pojedince kriteriji za KLO trebali odnositi samo na prodaju na kućnom pragu, ili pak na konkretnu preporuku da se svi koji se udružuju u KLO moraju položiti zadužnicu, zbog snošenja odgovornosti ILI PAK da treba napraviti reda te odvojiti proizvođače od prekupaca, odnosno da se pod krinkom OPG-ova ne prodaje uvozna roba na tržnici kao da je domaća. Ovaj posljednji stav ukazuje na iskustva anketiranih poljoprivrednika s prevarantima te ogorčenje što su na taj način sami stavljeni u nepovoljniji položaj. SEG poljoprivrednici su o tom pitanju imali slične stavove (Grafikon 14).

Grafikon 14. Odgovori na pitanje „Koje kriterije bi Vi osobno naveli kao važne da bi se oblik prodaje zvao kratkim lancem opskrbe?“ (SEG ispitanici):



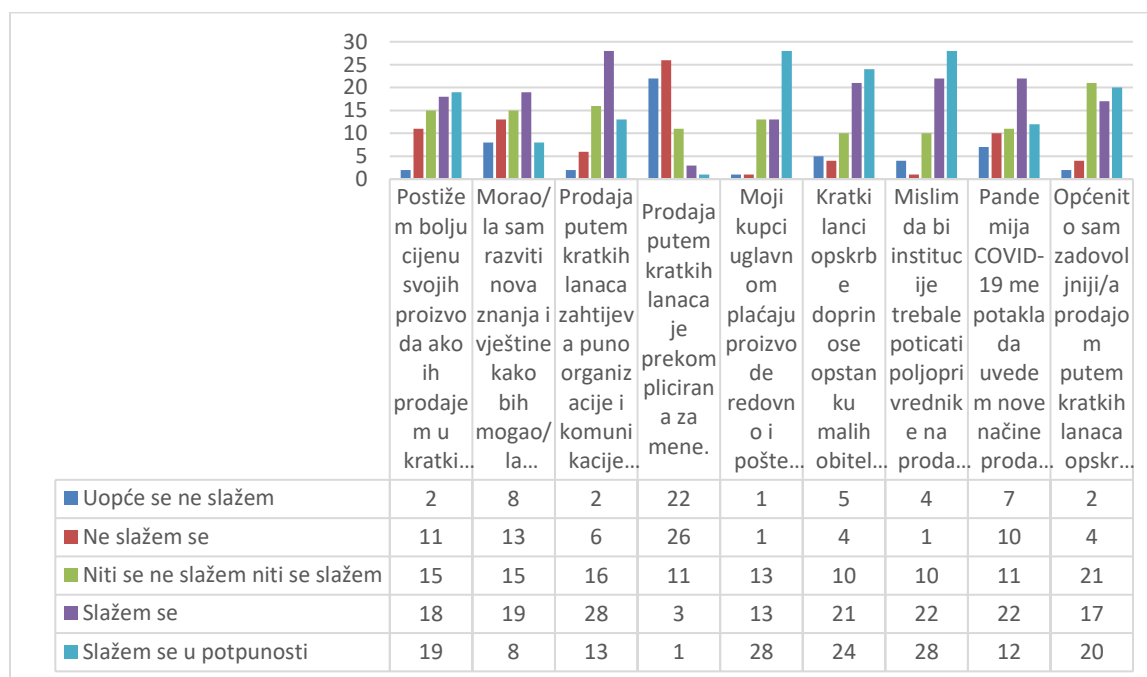
Izvor: IPPO_KLO_2020

Ovo ukazuje na to da je u kratkim lancima opskrbe, iako se kao glavna karakteristika uvijek ističe smanjivanje broja posrednika samim poljoprivrednicima taj kriterij nije najvažniji. Stvaranje odnosa povjerenja je na prvom mjestu što govori u prilog tome da se ekonomske transakcije sagledavaju u širem kontekstu, u kontekstu međuljudskih odnosa. Zanimljivo je da je čak i kriterij nužnosti prodavanja vlastitih proizvoda po važnosti tek iza odnosa povjerenja, a da je smanjivanje broja posrednika u oba poduzorka (poljoprivrednici i SEG poljoprivrednici) zauzelo niske postotke važnosti. Ovo ukazuje na nužnost drugačijeg sagledavanja ekonomije.

Što se tiče dosadašnjih iskustava poljoprivrednika u vezi KLO, rezultati opće ankete ukazuju na to da se većina poljoprivrednika slaže s tvrdnjom da postižu bolje cijene preko KLO, da prodaja putem KLO-a zahtjeva razvijanje novih vještina, ali da ipak nije prekomplikirana, da kupci u KLO redovito i pošteno plaćaju njihove proizvode, da KLO pridonose opstanku malih OPG-ova, da bi institucije trebale pomagati takav oblik prodaje i da su općenito zadovoljni sudjelovanjem u KLO. Aktualno pitanje oko

pandemije COVID-19 koje je postavljeno s ciljem da se vidi da li je neke poljoprivrednike ona potakla na to da promijene model poslovanja ukazalo je da preteže udio onih poljoprivrednika koji se složio s tvrdnjom da ih je ta pandemija primorala da promijene način svog poslovanja. To pak ukazuje na to da je pandemija izravno utjecala na način distribucije i marketinga poljoprivrednih proizvoda (Grafikon 15).

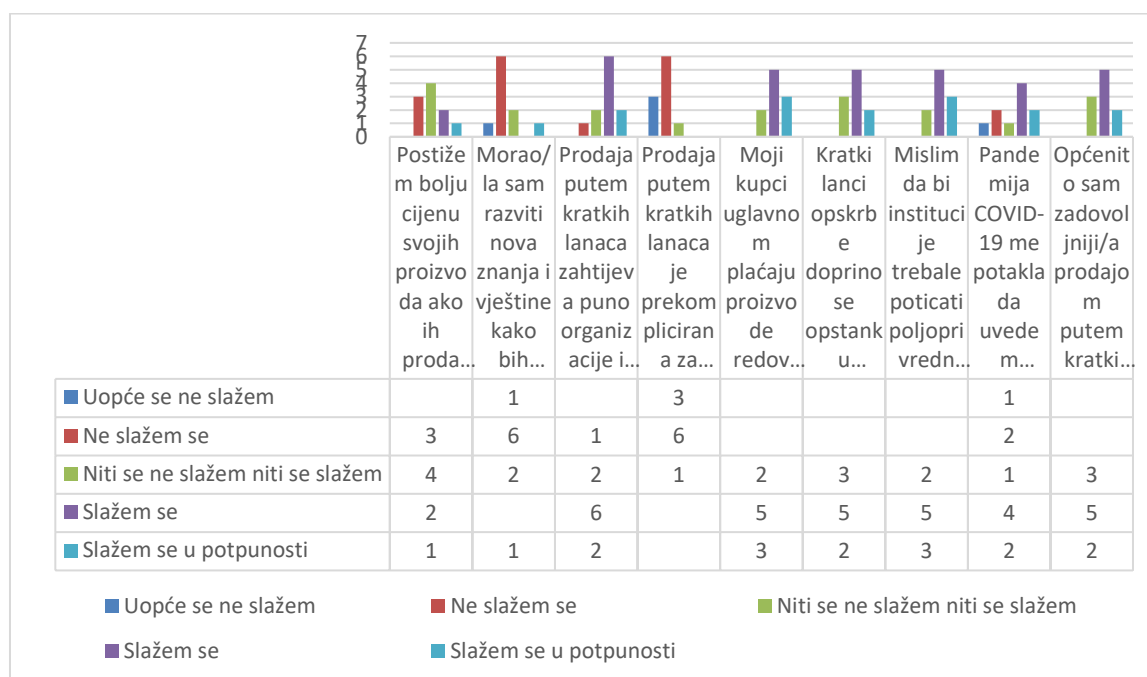
Grafikon 15. Stavovi o iskustvu u KLO (svi ispitanici).



Izvor: IPPO_KLO_2020.

U tom smislu iskustva SEG poljoprivrednika većinom se u trendovima preklapaju sa stavovima ostalih poljoprivrednika, s razlikom kod pitanja o postizanju bolje cijene (samo troje ih se slaže oko te tvrdnje) i kod pitanja o stjecanju novih vještina (SEG poljoprivrednici, odnosno većina njih tvrdi da za to nije morala razviti nove vještine).

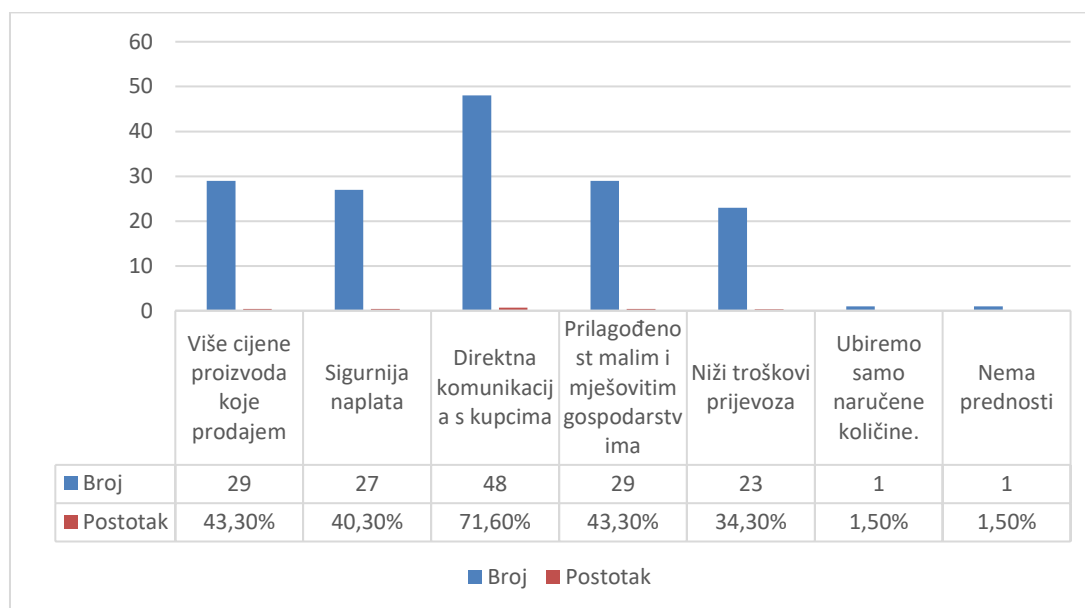
Grafikon 16. Stavovi o iskustvu u KLO (SEG poljoprivrednici)



Izvor: IPPO_KLO_2020

Na pitanje o prednostima KLO-a, rezultati ukupne ankete pokazali su da najviše poljoprivrednika smatra prednošću KLO-a direktnu komunikaciju s kupcima (71,6%). Kao sljedeća prednost istaknuta je viša cijena proizvoda (43,3%) i prilagođenost malim i mješovitim gospodarstvima (43,3%), a zatim sigurnija naplata (40,3%) i niži troškovi prijevoza (34,3%). Jedan je poljoprivrednik sam nadodao kao prednost to što na gospodarstvu ubire samo naručene količine, dok je drugi izrijekom naveo kako prednosti nema. (Grafikon 17.)

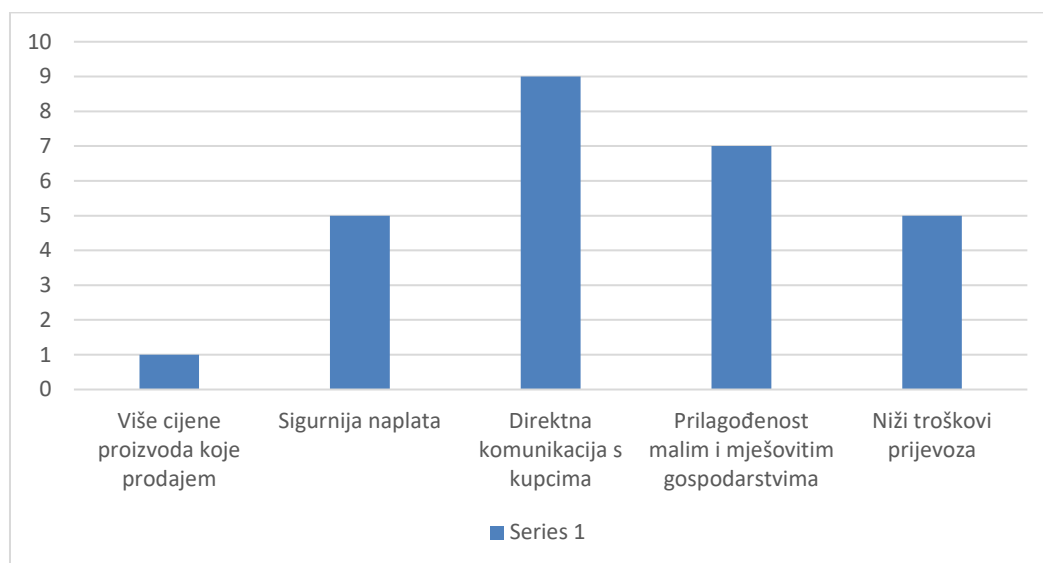
Grafikon 17: Odgovori na pitanje „Što od navedenog smatrate prednostima kratkih lanaca opskrbe za Vas kao poljoprivrednika?“ (svi ispitanici)



IZVOR: IPPO_KLO_2020

SEG Poljoprivrednici najviše su kao prednost KLO-a navodili direktnu komunikaciju s kupcima (9), zatim prilagođenost malim i mješovitim gospodarstvima (7), sigurniju naplatu (7) i niže troškove prijevoza (7) te samo jedan (1) višu cijenu proizvoda koju postiže. (Grafikon 18).

Grafikon 18. Odgovori na pitanje „Što od navedenog smatrate prednostima kratkih lanaca opskrbe za Vas kao poljoprivrednika?“ (SEG poljoprivrednici)



Izvor: IPPO_KLO_2020.

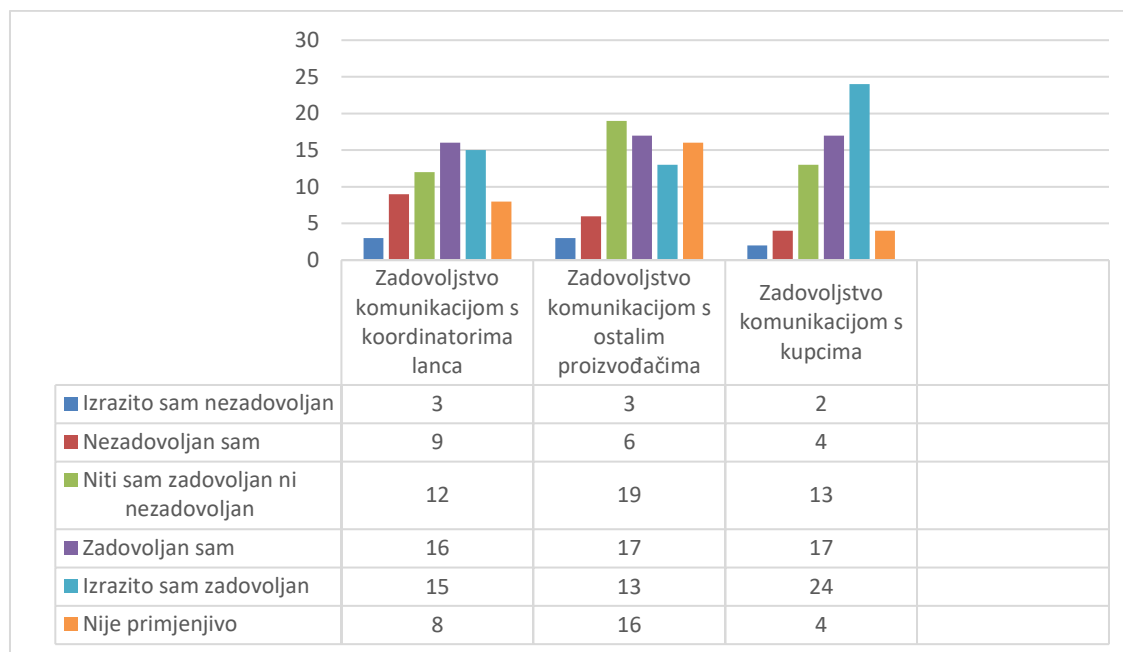
Na pitanje o financijskom zadovoljstvu ostvarenom u poslovanju u okviru KLO-a, rezultati ukupne ankete su sljedeći: 47% ih je zadovoljno, a 12,1% ih je izrazito zadovoljno, dok ih je samo 7,6% nezadovoljno, odnosno 3% ih je izrazito nezadovoljno. Zanimljivo je da je poprilično visok broj onih koji se nisu izjasnili niti kao zadovoljni niti kao nezadovoljni - njih čak 30,3%. Slične trendove prate i SEG poljoprivrednici, od kojih je natpolovična većina zadovoljna ili izrazito zadovoljna.

Što se tiče administrativnih zahtjeva vezanih uz KLO, rezultati ukupne ankete pokazali su da prevladava neopredjeljivanje poljoprivrednika oko pitanja o zahtjevnosti/nezahtjevnosti procesa (niti nezahtjevan niti zahtjevan proces). Za tu se opciju odlučilo čak 27 anketiranih poljoprivrednika. Ipak veći broj anketiranih smatra da se radi o nezahtjevnom procesu (14) od onih koji smatraju da se radi o zahtjevnom procesu (10). Stavovi SEG poljoprivrednika prate trendove iskazane u anketi, odnosno ne razlikuju se značajno od rezultata opće ankete.

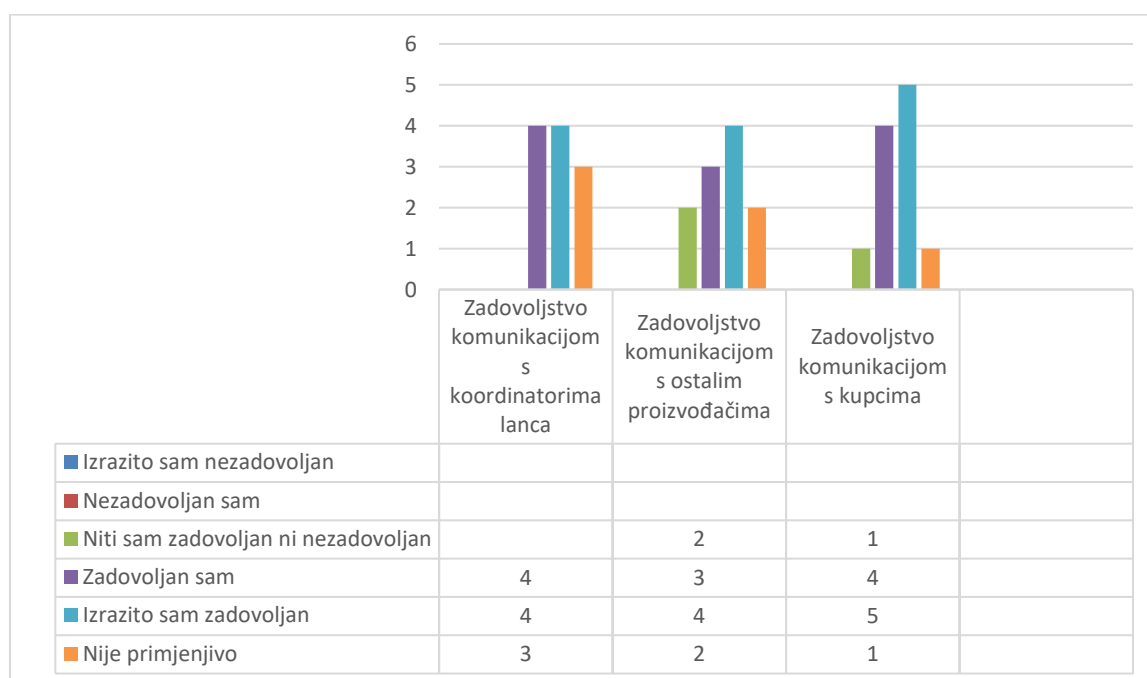
Na upit o procjeni zadovoljstva komunikacijom unutar KLO u tri odrednice (komunikacija s koordinatorima lanca, komunikacija s ostalim proizvođačima i

komunikacija s kupcima), anketirani poljoprivrednici su u većoj mjeri izrazili da su zadovoljni ili izrazito zadovoljni u segmentu komunikacije, a posebno je vidljivo zadovoljstvo u komunikaciji s kupcima. (Grafikon 19.).

Grafikon 19. Zadovoljstvo komunikacijom unutar KLO (svi ispitanici).



Grafikon 20. Zadovoljstvo komunikacijom unutar KLO (SEG Poljoprivrednici)

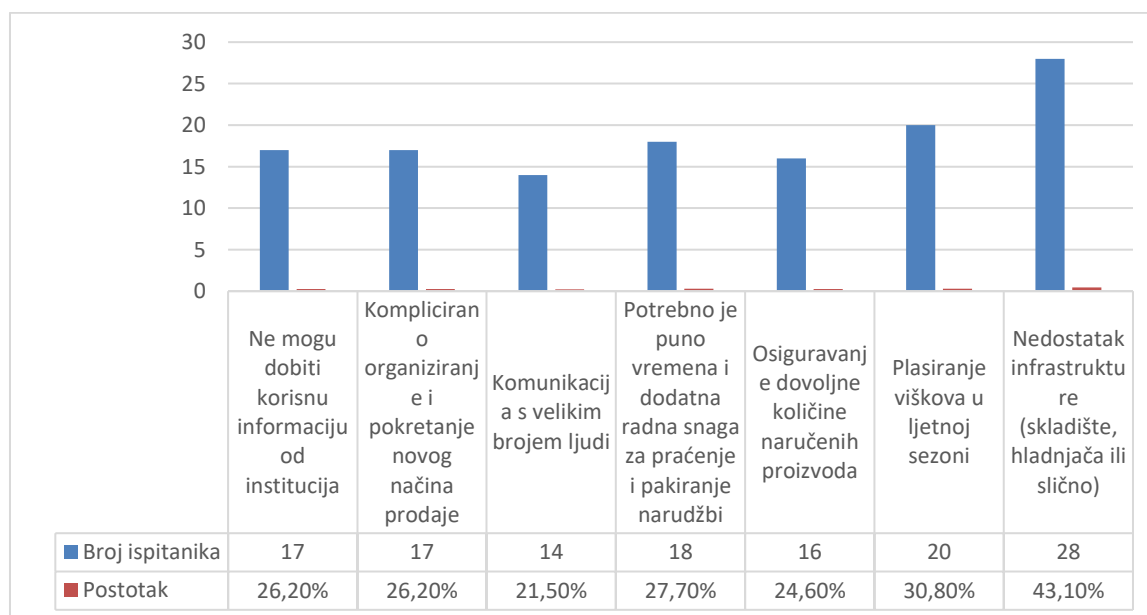


Izvor: IPPO_KLO_2020

Istraživanjem smo željeli dobiti i odgovore na pitanja što poljoprivrednicima predstavlja problem u KLO prodaji, kako bi se donositeljima javnih politika mogle sugerirati konkretne preporuke. Osim opcije da se poljoprivrednici odluče za neku od ponuđenih opcija, ostavili smo i mogućnost da sami navedu nešto po vlastitom izboru. Na pitanje „Što od navedenog Vama i Vašem gospodarstvu predstavlja problem u prodaji hrane putem kratkih lanaca opskrbe?“ dobiveni su sljedeći odgovori:

- Nedostatak infrastrukture (skladište, hladnjača ili slično) (43,1%)
- Plasiranje viškova u ljetnoj sezoni (30,8%)
- Mnogo vremena i dodatna radna snaga za praćenje i pakiranje narudžbi (27,7%)
- Komplikirano organiziranje i pokretanje novog načina prodaje (26,2)
- Ne mogu dobiti korisnu informaciju od institucija (26,2)
- Osiguravanje dovoljne količine naručenih proizvoda (24,6)
- Komunikacija s velikim brojem ljudi (21,5%) (Grafikon 21).

Grafikon 21. Odgovori na pitanje „Što od navedenog Vama i Vašem gospodarstvu predstavlja problem u prodaji hrane putem kratkih lanaca opskrbe?“ (svi ispitanici).

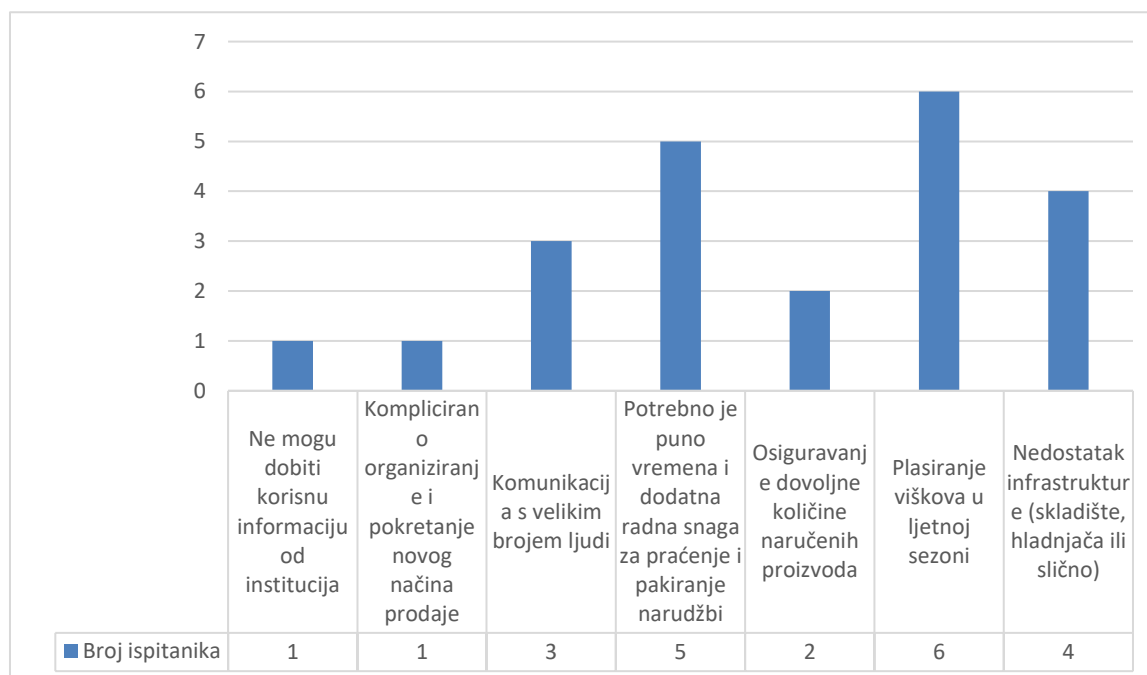


Izvor: IPPO_KLO_2020

Anketiranim poljoprivrednicima bilo ponuđeno da i sami nadodaju potencijalne druge stavke, a ovo su njihovi stavovi (svaki stav odražava mišljenje jednog poljoprivrednika): potpora nadležnih institucija, skupa distribucija, nedovoljno razvijene vještine i znanja, birokracija, nedostatak vremena i pretežito sezonski karakter prodaje. SEG Poljoprivrednici nešto su drugačijim redoslijedom izrazili svoje stavove (Grafikon 22.)

- Plasiranje viškova u ljetnoj sezoni (6)
- Mnogo vremena i dodatna radna snaga za praćenje i pakiranje narudžbi (5)
- Nedostatak infrastrukture (skladište, hladnjača ili slično) (4)
- Komunikacija s velikim brojem ljudi (3)
- Osiguravanje dovoljne količine naručenih proizvoda (2)
- Komplikirano organiziranje i pokretanje novog načina prodaje (1)
- Ne mogu dobiti korisnu informaciju od institucija (1)

Grafikon 22. Odgovori na pitanje „Što od navedenog Vama i Vašem gospodarstvu predstavlja problem u prodaji hrane putem kratkih lanaca opskrbe?“ (SEG poljoprivrednici).

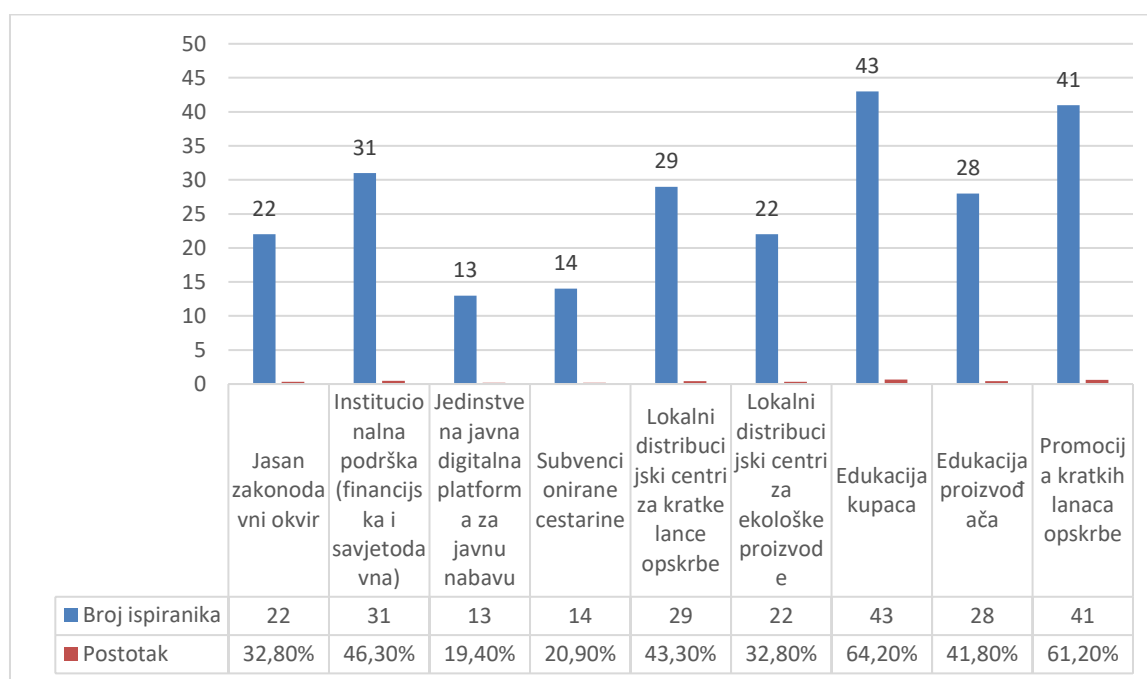


Izvor: IPPO_KLO_2020

Iz njihovih je odgovora vidljivo da im najveći problem predstavlja plasiranje proizvoda u ljetnoj sezoni, dok se čini da imaju pozitivna iskustva s institucijama i dobivanjem korisnih informacija od njih. To znači da bi bilo potrebno osmisliti kvalitetan način apsorpcije tih proizvoda tijekom ljetnih mjeseci. Kao logična nameće se ideja o plasmanu u ugostiteljske objekte koji ljetnih mjeseci na obali rade povećanim kapacitetom, uz određene olakšice koje bi ih na to motivirale.

Također, istraživanjem smo željeli dobiti i odgovore na pitanja što poljoprivrednicima predstavlja nedostatak u poslovanju, opet s ciljem kreiranja preporuka za donositelje javnih politika. I ovaj put smo ostavili mogućnost anketiranim poljoprivrednicima da sami navedu nešto po vlastitom izboru (Grafikon 23).

Grafikon 23. Odgovori na pitanje „Što Vama osobno nedostaje da bi vaše poslovanje u kratkom lancu bilo uspješnije?“ (svi ispitanici)



Izvor: IPPO_KLO_2020

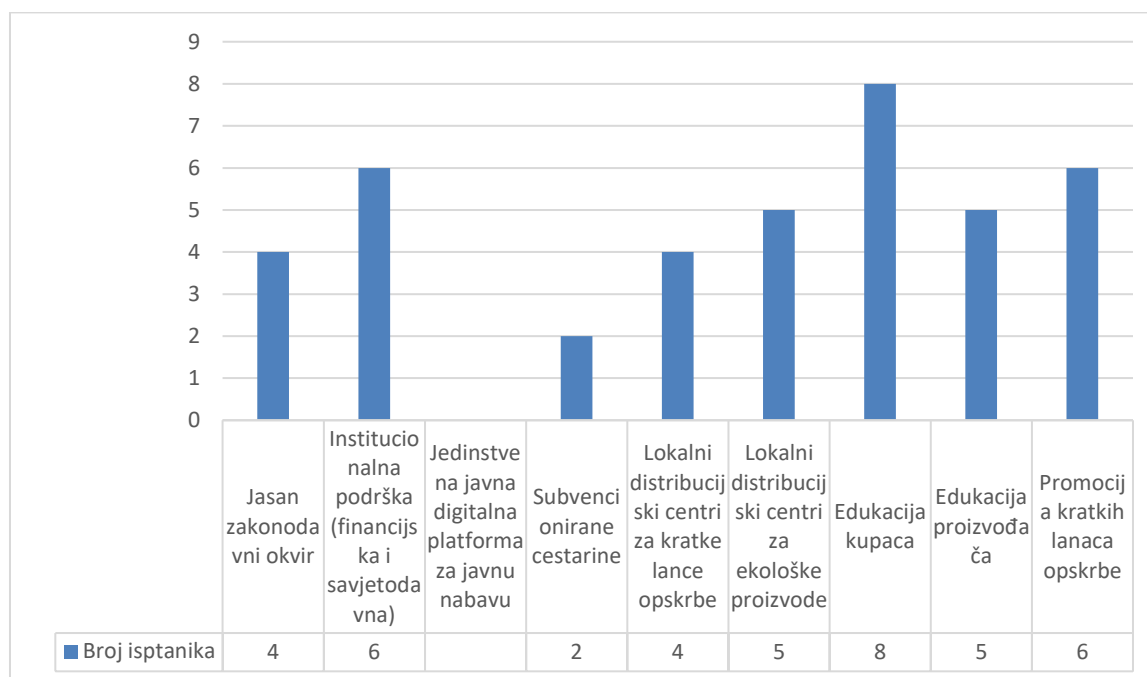
Iz grafikona 23 je vidljiv koji je percipirani redoslijed važnosti stavki koje nedostaju a da bi poslovanje poljoprivrednicima u KLO bilo uspješnije:

- Edukacija kupaca (64,2%),
- Promocija KLO (61,2%),
- Institucionalna podrška (46,3%),
- Lokalni distribucijski centri za KLO (43,3%),
- Edukacija proizvođača (41,8%),
- Lokalni distribucijski centri za ekološke proizvode (32,8%),
- Jasan zakonodavan okvir (32,8%),
- Subvencionirane cestarina (20,9%),
- Jedinstvena javna digitalna platforma za javnu nabavu (19,4%).

Ostali odgovori koje su samoinicijativno poljoprivrednici ponudili kao vlastite ideje su sljedeći Jednostavniji način udruživanja u smislu lakšeg poslovanja, Sufinanciranje deklaracija za prerađene proizvode, Nemam iskustva s takvim načinom prodaje, Baš sve:), Dok se jeftino ali slabije kvalitete dovozi iz EU i šire, naši poljoprivrednici se zanemaruju, propadaju i razočarani su jer njihova zarada je 5 puta manja od trgovačkih marži. Trgovci zarađuju, a poljoprivrednicima se diktiraju cijene, vrijeme.

Na upit o tome što bi im bilo potrebno da njihovo poslovanje u KLO-u bude uspješnije SEG poljoprivrednici (Grafikon 24) su sljedeće stavke, po redoslijedu važnosti, koji uglavnom prati redoslijed važnosti iskazan ukupnom anketom - edukacija kupaca, promocija KLO-a institucionalna podrška, lokalni distribucijski centri za ekološke proizvode, edukacija proizvođača, jasan zakonodavan okvir te subvencionirana cestarina.

Grafikon 24. Odgovori na pitanje „Što Vama osobno nedostaje za bolje poslovanje u okviru KLO?“ (SEG poljoprivrednici)



Izvor: IPPO_KLO_2020

Na pitanje o tome da li su samostalno ili u suradnji pokušali pokrenuti KLO, rezultati ukupne ankete pokazuju da je 43 poljoprivrednika to napravilo (62, 3%); a 26 ne (37,7%). Što se SEG poljoprivrednika tiče, preko 50% tog uzorka je također pokrenulo neki oblik SEG-a.

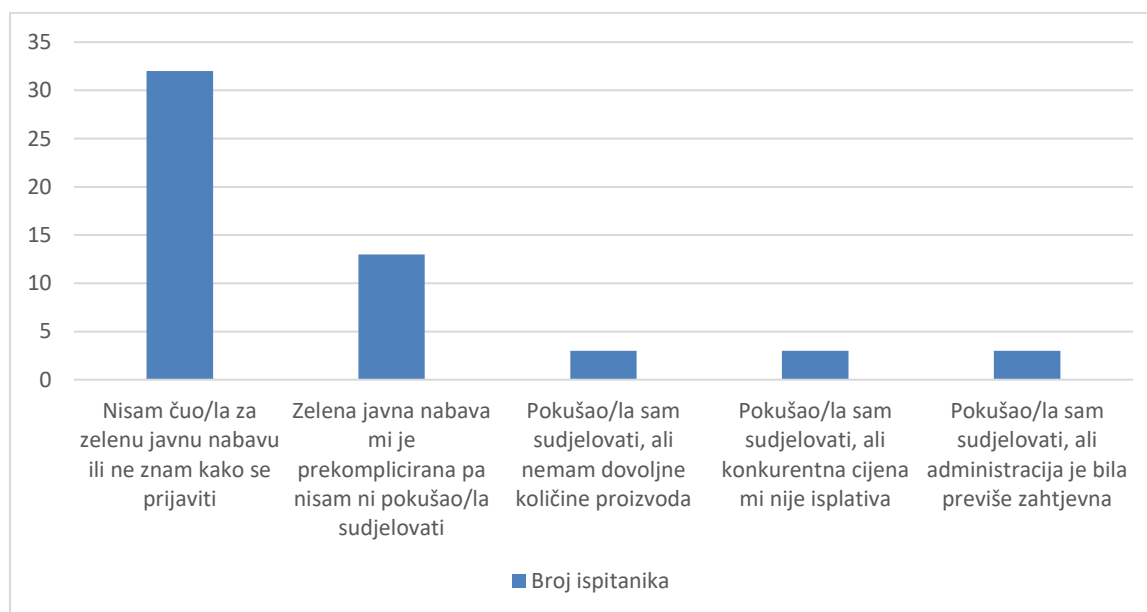
Iz rezultata ankete vidljivo je da se većina anketiranih poljoprivrednika (76,5%) slaže s tvrdnjom da KLO treba razvijati i da imaju perspektivu. To vrijedi i za SEG poljoprivrednike gdje ih preko dvije trećine smatra da KLO treba razvijati, dok ih se manje od jedne trećine nije izjašnjavalo.

Što se tiče članstva u udrugama, svi su SEG proizvođači članovi organizirane skupine kupaca, a ujedno i udruge IEP (iako u odgovorima neki od njih jedno od to dvoje nisu naveli, ali možemo pretpostaviti da je to zato što su smatrali da se to podrazumijeva), a troje od njih su uz to i članovi LAG-a.

SEG poljoprivrednici se, prema rezultatima istraživanja, uopće nisu do trenutka istraživanja javljali na javnu nabavu,. To je u skladu s rezultatima ukupne ankete koja pokazuje da je postotak onih koji su sudjelovali u procesu javne nabave zanemariv. Naime, od svih anketiranih samo se jedna anketirana osoba javila na zelenu javnu nabavu.

Na pitanje o tome koji su bili razlozi za nesudjelovanje ili za ne-odabir njihove ponude, većina anketiranih poljoprivrednika na njega je odgovorila (čak 52) iako ih većina nije sudjelovala u zelenoj javnoj nabavi. S obzirom na tu činjenicu, odgovori se mogu iščitavati više kao pokazatelj prepreka za javljanje na javnu nabavu nego kao rezultat stavova nakon konkretnog iskustva javljanja na nabavu. Kao dominantni razlog nejavljanja na zelenu javnu nabavu ističe se činjenica da većina ispitanika za nju nije čula ili pak ne zna kako se na nju prijaviti. (61,5%). Slijedi 25% onih koji smatraju da im je zelena javna nabava prekomplikirana pa se nisu niti pokušali prijaviti. Manji dio je svjestan da nema dovoljne količine (5,8%). Isti postotak smatra da je administracija previše zahtjevn, a 3,8% njih smatra da cijene koje bi morali ponuditi nisu isplative (Grafikon 25).

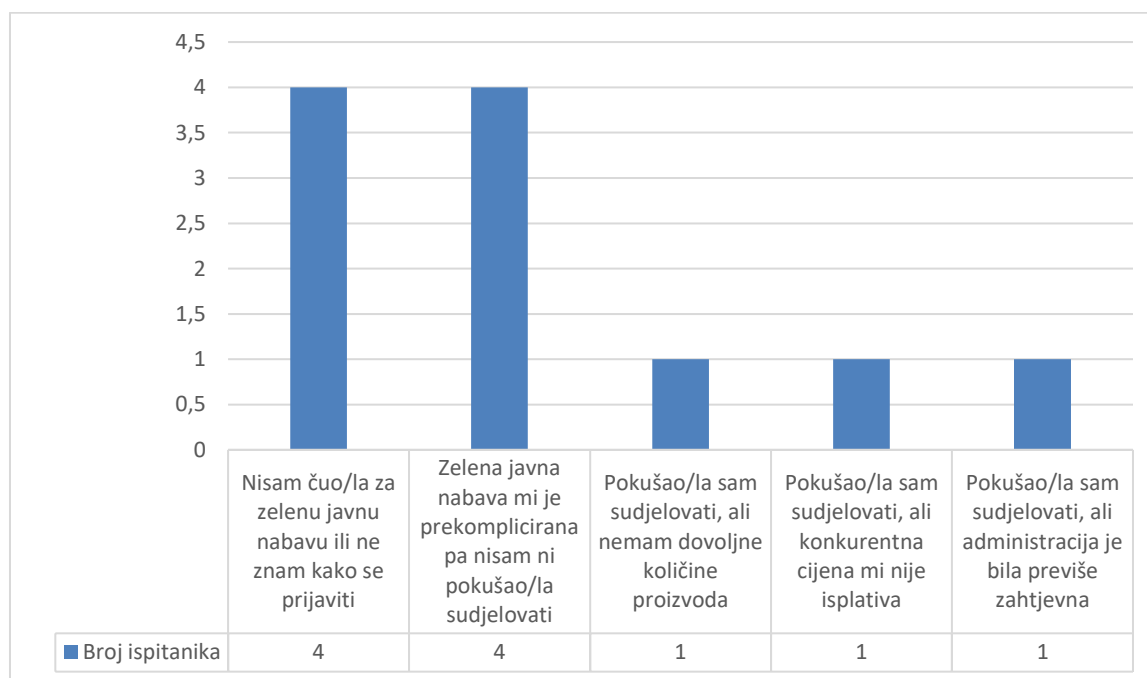
Grafikon 25. Razlozi za nejavljanje na zelenu javnu nabavu (svi ispitanici).



Izvor: IPPO_KLO:2020

Osim toga nekoliko poljoprivrednika je navelo sljedeće razloge: nedostatak vremena, cijene su niske a administracije brdo, Nema potrebe, utržim sve proizvedene proizvode. U SEG Pula situacija je slična, a odgovore treba iščitavati u kontekstu faktora koji su ih odbili da se pokušaju prijaviti (Grafikon 26).

Grafikon 26. Razlozi za nejavljivanje na zelenu javnu nabavu (SEG poljoprivrednici)



Izvor: IPPO_KLO_2020

Samim tim što nisu sudjelovali u javnoj nabavi, bilo bi logično očekivati da su odgovori takvi da im u tome nije niti pomogla neka od navedenih institucija. 54,5% SEG poljoprivrednika upravo je to navelo, dok su preostali izjavili da su imali određenu pomoć pri tome.

Od institucija koje se navode kao one koje su pružile pomoć tim poljoprivrednicima izdvajaju se :savjet Savjetodavne službe Ministarstva poljoprivrede (u daljnjem tekstu SSMP), grada i općina, financijska pomoć Agencije za plaćanje u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju (u daljnjem tekstu APPRRR), županije i grada, te savjet i edukacije SSMP. SSMP je pružio pomoć i u edukaciji, a APPRRR, LAG, županija i grad financijsku pomoć pojedinim SEG poljoprivrednicima. Najdetaljniji pri elaboraciji

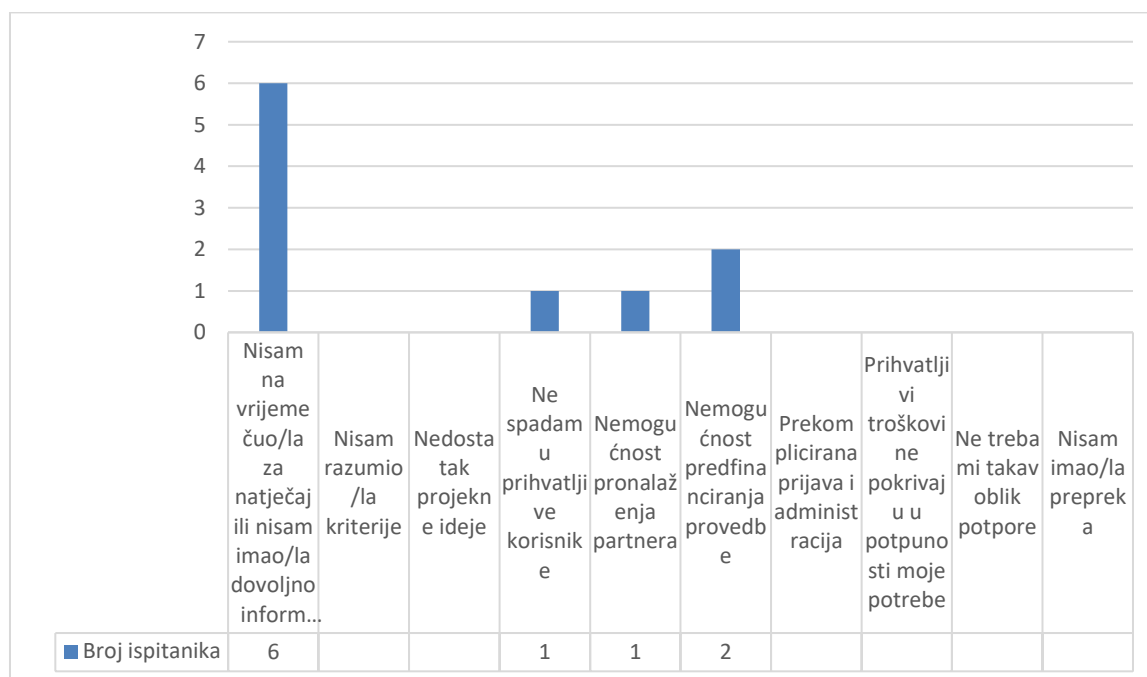
odgovora bio je jedan ispitanik koji je izjavio da je primio pomoć SSMP za savjet, edukaciju i informaciju, pomoć Ministarstva poljoprivrede za informaciju i edukaciju, pomoć APPRRR za financije, savjet i informacije te pomoć LAG-a, županije i grada podjednako za financijsku pomoć, savjet, edukaciju i informaciju. Iz ovog proizlazi ne samo da različite institucije na različite načine pomažu poljoprivrednike. To samo po sebi nije nimalo loše, ali ukazuje i na činjenicu da poljoprivrednik ne može sve dobiti na jednome mjestu. Također, rezultati ukazuju na to da su SEG poljoprivrednici u visokom postotku (skoro 50%) svjesni potrebe da pomoć traže na različitim instancama, odnosno da su prilagođeni situaciji. Ono što ostaje nejasno iz odgovora je da li da li su im te institucije pružile pomoć prije nego li su odlučili donijeti odluku da ne idu u natječaj zelene javne nabave ili nekom drugom prilikom.

91, 2% anketiranih poljoprivrednika (njih 62) nije se javilo na Natječaj za tip operacije 16.4.1. a samo 8,8% njih se javilo. SEG ovi poljoprivrednici koji su ispunili anketu NISU se javljali na taj natječaj, a razlozi zbog kojih nisu tiču se činjenice (u preko 50% slučajeva) da nisu na vrijeme čili za natječaj ili nisu imali dovoljno informacija. Ostali su svjesni vlastite nemogućnosti prethodnog financiranja, nemogućnosti pronalaženja partnera ili pak činjenice da ne spadaju u prihvatljive korisnike (Grafikon 26).

K tome, jedan je poljoprivrednik, dodao kao opasku „Prerijetko objavljivanje natječaja za osnivanje operativne skupine“. Zadovoljstvo postojećim natječajem većina sugovornika nije bila u stanju procijeniti te su se ili suzdržali od toga ili zaokružili sredinu (niti sam zadovoljan/niti sam nezadovoljan), a samo je dvoje je izjavilo da su izrazito nezadovoljni.

10 od 11 SEG poljoprivrednika izjavilo je da bi se u budućnosti voljelo prijaviti na taj natječaj, što ukazuje na činjenicu da taj natječaj treba pojednostaviti i poljoprivrednicima pružiti odgovarajuću pomoć.

Grafikon 27. Razlozi nejavljanja na Natječaj za tip operacije 16.4.1. KLO i lokalna tržišta. (SEG poljoprivrednici).



Izvor: IPPO:_KLO_2020

S obzirom na relativno slab odaziv poljoprivrednika preko *mailing* lista pristupilo se i osobnom kontaktiranju jednog po jednog poljoprivrednika, što je rezultiralo vidljivo većim odazivima. Jedna poljoprivrednica uputila je i povratni mail u kojem je istakla probleme koji muče poljoprivrednike, posebno se osvrnuvši na ekološki certifikat.

„Ekocertifikat? U konačnici naši su proizvodi više ekološki od ovih koji pribave certifikat jer sam imala prilike sve to proučiti i zaključila: nama je pčela bitna i jako pazimo što, kada i sa čime špricamo. Ali zato nikada ne uspijemo proizvesti velike, zdrave breskve. Naše breskve ne traju dugo, nisu sve velike i jednake, nađe se i crvić, a ptica napravi svoje. Takvu breskvu u sezoni, vam prekupac uzme po 4kn/kg, a on prodaje po 25kn/kg. Zato mali poljoprivrednik u Hrvatskoj je opljačkan, deprimiran i bolje je da ne radi ništa da se vodi kao nezaposlena osoba, prati serije, ali ima gelirane nokte, super frizuru itd. A seljak je seljak, stalno nešto radi, ustaje u 5:00h, na spavanje ide kasno u noć. Gleda što je više moguće iskoristiti i preraditi te svoje mučno uzgojene proizvode praveći marmelade, sirupe, sokove. Ali znate kome ih uspije prodati? Hansu i Franzu,

njemačkim, austrijskim i talijanskim turistima koji znaju što je dobro. Hrvati neki imaju, neki nemaju novaca, ali što je najbitnije NISU INFORMIRANI, LIJENI SU, LAKŠE IM JE PREKO INTERNETA IZ TKO ZNA OD KUD POLJOPRIVREDNE PROIZVODE NARUČITI JER NJIHOVEGA SUSJEDA UPITA DA LI ŠPRICAŠ TO VOĆE. A ovaj 500 km dalje od nas inače ne šprica?

Također, ista je poljoprivrednica navela primjer talijanskih informativnih emisija kojima se javnost informira javnost o dobrobitima domaćih proizvoda.

Nema informativnih emisija poput talijanske Linea verde gdje se javnost informira da je seljakov proizvod, cijenjen, pravi, nutritivan. Hrvati ne znaju kada je sezona kojeg voća."

Iz citata je vidljivo da se zamjera nedostatak edukacije kupaca te se čak po talijanskom modelu predlaže uvođenje televizijskih emisija s tim ciljem. Činjenica je da na HRT-u postoji jedna od najdugovječnijih emisija Plodovi zemlje, koja obrađuje raznoliku tematiku i često je provokativnija od mnogih političkih magazina, ali je isto tako činjenica da se ona emitira u terminu prilagođenom starijoj populaciji. Također, pojedine specijalizirane emisije poput Vrtlarice dale su doprinos i pokazale da se može ići usporedo s trendovima. Brojne kulinarske emisije natjecateljskog tipa sigurno su dovele do podizanja svijesti o važnost zdrave prehrane, a samim time i svježih, lokalnih (ne nužno i ekološki proizvedenih) namirnica, odnosno došlo je do edukacije određenog broja građana. Međutim, bilo bi korisnije da takve emisije prati i reklamiranje mogućnosti nabave takvih lokalnih ili ekoloških proizvoda izravno od poljoprivrednika. Možda bi proizvodnja kraćih sadržaja, koji bi se umetali poput reklama u atraktivnije i gledane termine, kao i proizvodnja online sadržaja, bila dobar način da se poruka prenese i na šire gledateljstvo, te da se tako proširi interes kupaca za sukreiranje nešto drugačijeg lanca opskrbe.

Nerazumijevanje postupka „špricanja“ od strane samih kupaca, iskazano kroz ovaj mail također je zanimljiva tema, jer propituje stavove o ekološkoj proizvodnji kroz prizmu običnog konvencionalnog poljoprivrednika. Također, pokazalo se da mnogi

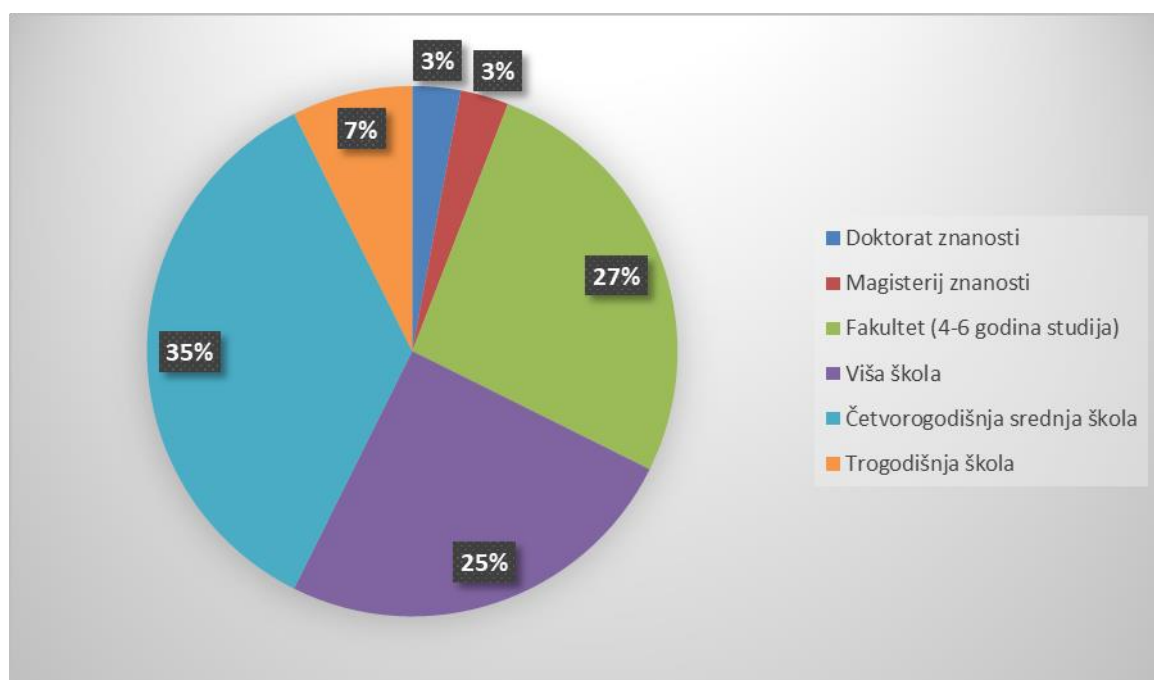
konvencionalni poljoprivrednici ne znaju pravilno koristiti te preparate, čime stvaraju još veću štetu. Također, potrebno je bolje upoznavanje kupaca o tome što je dozvoljeno a što ne u organskoj proizvodnji u zakonodavstvu, istaknuti u kojoj mjeri hrvatsko zakonodavstvo prati svjetske i europske trendove. To je bitno s obzirom na različita razumijevanja (od purističkih do vrlo fleksibilnih) navedene problematike od strane različitih aktera (proizvođači, kupci, zakonodavstvo).

Važno je napomenuti da već postojeći Akcijski plan hrvatske Vlade predviđa pilot projekt za zelenu javnu nabavu (konvencionalna poljoprivreda) najvećom hrvatskom bolnicom – Kliničkim bolničkim centrom Rebro. Nije nam poznato u kojoj su fazi. Smatramo da je za ekološke KLO potrebno napraviti pilot projekt znatno manjeg obima (npr. određeni vrtić ili škola na području npr. Istarske županije). Provedba županijskih pilot projekta kod institucija s manjim potrebama nego li je npr. KBC Rebro (manja županijska ili gradska bolnica, nekoliko ili jedan vrtić, menza javne uprave ili slično) koje bi ukazale opseg do kojeg se može takav projekt provesti, a posebice s obzirom na konstantni priliv potrebnih količina koji, posebice u slučaju ekološke proizvodnje, može predstavljati značajnu prepreku, na što su ukazali i sami poljoprivrednici.

REZULTATI ANKETE PROVEDENE MEĐU DJELATNICIMA INSTITUCIJA

Što se tiče sociodemografske strukture djelatnika institucija 55, 4% anketiranih djelatnika su žene, a 44,6% muškarci, iz 20 hrvatskih županija. Obrazovna struktura djelatnika je sljedeća:

Grafikon 28. Obrazovna struktura djelatnika institucija



Izvor: IPPO_KLO_2020.

Velika većina (82.8%) djelatnika koji su se odazvali anketi se u dosadašnjem radu susrela s pojmom KLO, samo njih 35,9% (od 64 odgovora na navedeno pitanje) je potvrdno odgovorilo na pitanje „Jeste li osobno, unutar Vaše institucije radili na uspostavljanju kratkih lanaca opskrbe?“. Nešto je viši postotak (43, 8%) onih koji su potvrdno odgovorili na pitanje „Da li je institucija u kojoj radite sudjelovala u nekoj fazi uspostavljanja kratkih lanaca opskrbe?“

Na pitanje da objasne na koji je to način sudjelovala institucija, odgovorilo je 29 ispitanika i njihovi odgovori odaju uistinu raznolik oblik pomoći. Jedan je od njih usko vezan uz COVID-19 krizu i odnosi se na Grad Samobor i na oglašavanje domaćih proizvođača.

Drugi odgovori ukazuju na nešto dugotrajnije bavljenje problematikom kratkih lanaca opskrbe.

- „Mi smo kroz ESF pokušali povezati proizvođače s našeg područja (Pokuplje i zapadni Žumberak) s prodavaonicama u Zagrebu, ali je uspjeh bio jako loš. Tek

nekoliko njih uspješno prodaje preko web portala Finoteka. Zatim smo pokušali s tvrtkom Lush (pogoni u Sv. Nedjelji) osigurati opskrbu njihove GSR (grupe solidarne razmjene), ali je odaziv njihovih radnika isto bio relativno slab. Onda smo kroz podmjernu 19.3. pokušali otvoriti prodajna mjesta uz autocestu prema Plitvicama, ali smo odustali zbog prevelikih administrativnih prepreka"

- „LAG Sjeverna Istra zajedno sa ostala druga 4 LAG-a Istarske županije provodi projekt "domaće od malih nogu" kojem je glavni cilj stvoriti preduvjete za uvođenje lokalnih proizvoda u odgojno - obrazovne ustanove na području cijele Istarske županije. Do sada je projekt baziran na edukacijama i osvještavanju odgojno - obrazovne ustanove a kasnije je u planu i komunicirati s OPG-ovima. Osim toga, projekt ima i studiju na tu temu.“
- „organizacija prodaje mandarina na javnim površinama gradova i općina u RH, organizacija B&B susreta proizvođača vina i hotelijera i ugostitelja uoči turističkih sezona u cilju direktnih kontakata i razvijanja poslovne suradnje, isto i sa proizvođačima maslinovog ulja....“
- „Srednja gospodarska škola prodaje vlastito mlijeko i mliječne proizvode zaposlenicima svoje škole, VGUK i Gimnazije, ali i građanima Križevaca, Uz to građani se nogu opskrbiti i s povrćem koje učenici proizvode na praksi u školskom vrtu.“
- „Mi smo udruga koja okuplja poljoprivredne proizvođače i uvijek se uključujemo podrškom, promoviranjem ili animiranjem u razne projekte uspostavljanja kratkih lanaca, a i pridruženi član smo jednog takvog udruženja koji upravlja KOL-om“
- „Jedan sam od inicijatora pokretanja i predsjednik Udruge koja je pokrenula projekt i platformu za prodaju i povezivanje lokalnih proizvođača sa kupcima (kratki lanci opskrbe) s isključivo lokalnim proizvođačima i njihovim proizvodima.“

- „Kroz projekt financiran iz EU sredstava nabavljen je određen broj mobilnih drvenih štandova kako bi proizvođači na svojem području mogli svojem lokalnom stanovništvu prezentirati i plasirati svoje proizvode.“
- „Ja osobno nisam sudjelovala, ali su kolege s nekog od Zavoda sigurno sudjelovali ili ono što netko proizvodi te donese na prodaju na instituciju direktno kupimo od proizvođača.“
- „Radila sam na projektima Udruge za organsku i biološku proizvodnju hrane i Centra za poduzetništvo Osijek te koordinirala aktivnosti uspostave kratkih tržišnih lanaca“
- „Obrazovna institucija s uslugama edukacija poljoprivrednicima u obliku programa cjeloživotnog obrazovanja i savjetovanja“
- „Administrator online aplikacije za prodaju poljoprivrednih proizvoda i FB grupe s istom svrhom“
- „Povezivanje proizvođača sa ugostiteljima, promocija proizvođača u županiji i u RH“
- „Osobno sam sudjelovala u projektu Agrishort - uspostavljanje KOL-ova u KKŽ i MŽ“
- „Izravno povezivanje proizvođača (mali PG-i) i kupaca na području LAG-ova RH“
- „Koordinator ponude i potražnje, promotor umrežavanja, izgradnja ekosustava“
- „Trenutno radimo na projektu cirkularne ekonomije i lanaca opskrbe hranom“
- „Edukacije proizvođača, izrada marketinške studije i dr.“
- „Nabava povrća i voća od OPG za dućan gotovih jela“
- „Osnivanje lokalne tržnice OPG proizvođača“
- „Inicijator KOL-a za područje županije“
- „Organiziranje prodajnih sajmovi“
- „Razvojna agencija SMZ“

Iz odgovora je vidljiv širok spektar institucionalne podrške, iz čega se može zaključiti da KLO postaju sve važnija tema lokalnih i nacionalnih javnih politika. Međutim, na upit o tome jesu li u posljednjih 5 godina prošli ikakvu edukaciju vezanu uz KLO, 67,7% ispitanika odgovorilo je negativno, što ukazuje na potrebu ulaganja, a vrlo vjerojatno i boljeg povezivanja institucija na različitim razinama (na što ukazuje raznolik spektar odgovora na pitanje kako institucije pomažu KLO-ovima).

Čak 95,4% djelatnika institucija slaže se s tvrdnjom da KLO imaju perspektivu i da ih treba razvijati, što je izrazito visok postotak koji ukazuje na spremnost djelatnika institucija da takvim inicijativama pruže adekvatnu potporu. Također, 83,1% ispitanika smatra da institucije trebaju pomagati uspostavljanje KLO, a 79,7% njih smatra da je za uspješan rad kratkih lanaca opskrbe potrebna podrška državnih institucija. Takav visok postotak takvih pozitivnih stavova može se dovesti u vezu s vrlo visokim postotkom (70,8%) djelatnika institucija koji i sami nabavljaju hranu putem nekog od modela KLO, što ukazuje na to da su osobno skloni takvim modelima i da vide njegove dobrobiti.

Razloge za takav pozitivan stav neki od ispitanika obrazložili su u svojim odgovorima:

- „Kratki lanci opskrbe razvijaju lokalnu ekonomiju, jačaju veze između proizvođača i potrošača, stvaraju otporne lokalne zajednice, pozitivno utječu na informiranost potrošača, stvaraju mogućnosti potpore potrošača prema proizvođačima. Ukratko su neophodni za dugoročni razvoj otpornih i održivih zajednica, pogotovo na ruralnom području!
- Treba ih razvijati zato što se time potiče lokalna poljoprivredna proizvodnja, dolazi do rasta i zapošljavanja ljudi na ruralnom prostoru, a s druge strane se kupcima omogućuje svjež i kvalitetan proizvod koji nekad zna biti i financijski jeftiniji od onoga iz trgovačkih lanaca direktno od kupca po modelu od polja do stola.

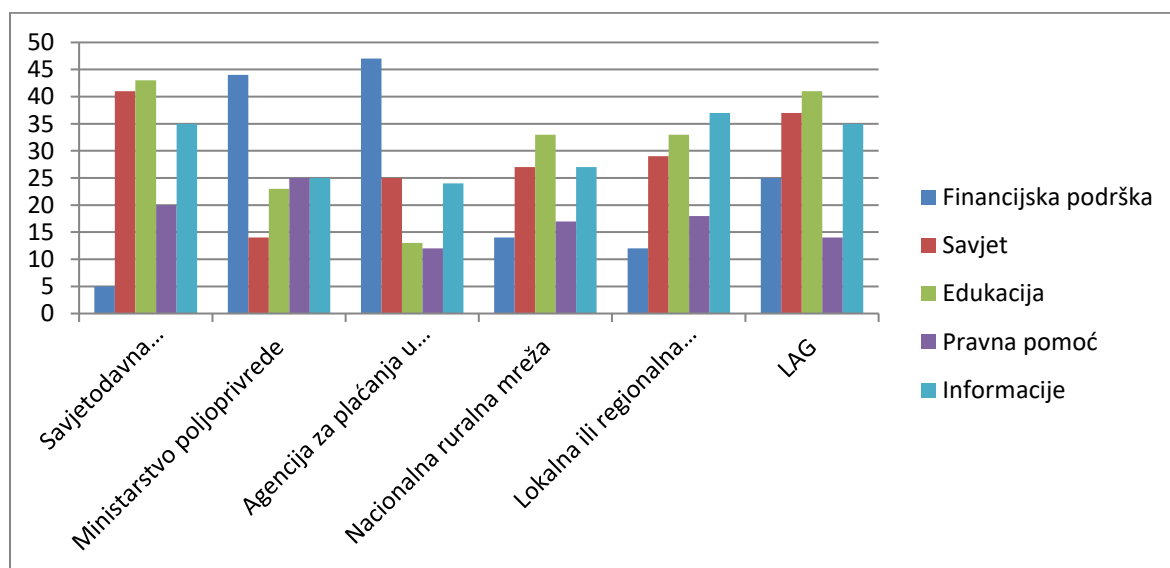
- Kratki lanci opskrbe osiguravaju nižu konačnu cijenu proizvoda i veću prodaju. Time se potiče veća proizvodnja, kupci su zadovoljniji zbog kvalitete lokalnih proizvoda...
- Korištenje lokalnih namirnica je trend u gastronomiji jer nema tradicijskih jela, koje turisti traže jer su dio autentičnosti destinacije, bez lokalnih namirnica i to iz ekološke proizvodnje. A gastronomija je neizostavni dio ukupne turističke ponude.
- Nova tehnologija i internet pružaju bezbroj mogućnosti za razvoj kratkog lanca opskrbe. Međutim, smatram da je najveća prepreka nedovoljna obrazovanost malih proizvođača, informatička nepismenost i nepovjerenje prema inovativnim rješenjima.
- Smatram da se tako ostvaruju najveći benefiti i za proizvođače i za potrošače te također za lokalnu zajednicu.
- Izuzev poznatog porijekla proizvoda važno je smanjiti utjecaj na klimatske promjene (ugljični otisak).
- Kratki lanci opskrbe su jako važni jer potiču udruživanje proizvođača na lokalnoj razini, smatram da nije nužno da su to samo certificirani proizvođači i da prodaju samo lokalno; KLO su velika prednost za ekološke proizvođače jer je to siguran put do kupaca ekoloških proizvoda, međutim mogu biti dobar model povezivanja i konvencionalnih proizvođača jer KLO općenito daje veću vidljivost posebno u online prodaji. Organizacija zajedničke prodaje je jako bitna kao i uloga osobe koordinatora. Poželjno je da se tako organizirane prodaje putem KLO-a promoviraju i u drugim dijelovima HR zbog sezonskih oscilacija u prodaji (ljetni mjeseci kad ima najviše svježih proizvoda).

Iz ovih je odgovora vidljivo da se odgovori tiču pretežno sagledavanja već i oko isticanja dobrobiti takvog modela za sve uključene dionike, pri čemu i lokalna zajednica, ali i okoliš za neke od anketiranih djelatnika institucija predstavljaju jednako važne dionike u KLO.

Na upit o provođenju zelene javne nabave unutar institucije u kojoj djelatnici rade odgovorilo je 27 ispitanika. Njihovi odgovori ukazuju na to da takav postupak nije proveden ili zato što je nemoguć (institucije koje ne posjeduju kantinu ili imaju potrebu za nabavom hrane ili nemaju podataka). Samo je jedan ispitanik odgovorio pozitivno i naglasio da je zadovoljan time.

Što se tiče pomoći poljoprivrednicima oko dobivanja ekološkog certifikata, 26,6% djelatnika institucija je navelo da je pružilo takvu pomoć koja se odnosila na edukaciju i informiranje te subvencioniranje troška certifikacije. Edukacija se odnosit na edukaciju o ekološkom uzgoju i popratno savjetovanje ali i na pomoć (i jednom slučaju čak i sufinanciranje) pri popunjavanju dokumentacije. Drugi specifični odgovori odnose se na svojevrsnu pozitivnu diskriminaciju u natječajima LAG-a („Kroz natječaje našeg LAG-a veći broj bodova dajemo ekološkim proizvođačima, time oni mogu lakše doći do sredstava.”), ali i na „stvaranje novih proizvoda, tehnoloških rješenja „provođenje ekološkog nadzora” i „analiza tla”.

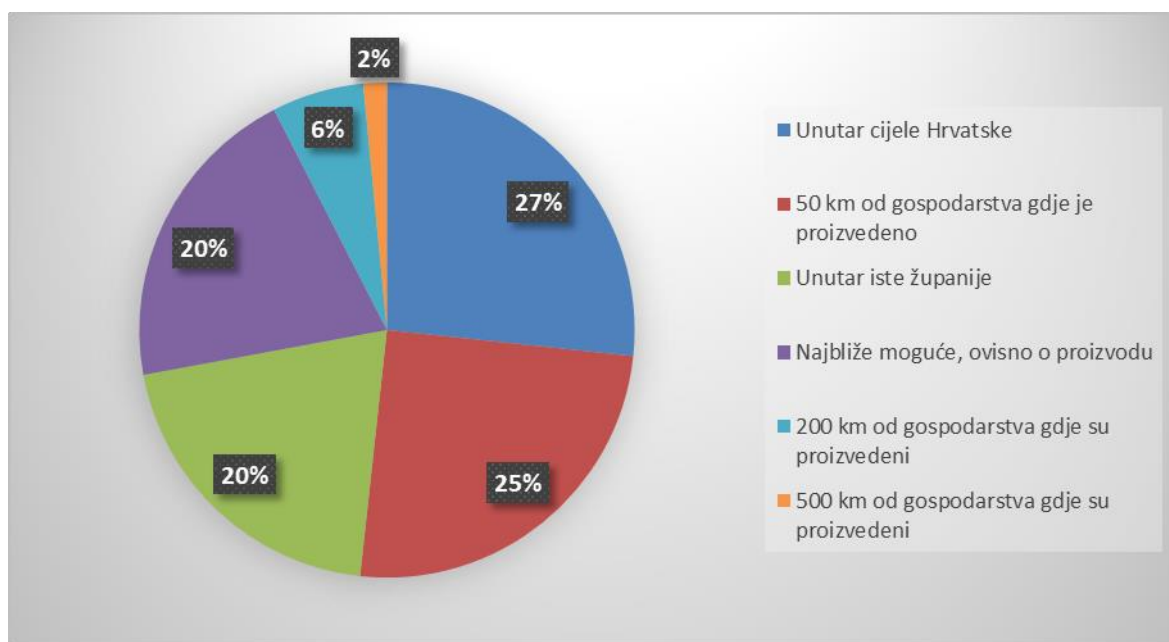
Grafikon 29. „Ukoliko smatrate da je kratkim lancima opskrbe za osnivanje i/ili kontinuiran rad potrebna podrška državnih institucija, molimo Vas, navedite koje bi to institucije trebale biti i kakvu vrstu podrške bi trebale pružati.”



Izvor: IPPO_KLO_2020.

Zanimljivi su stavovi djelatnika institucija (raznolikiji su od stavova poljoprivrednika o tome) o tome kakav je stav o tome koliko daleko bi se od mjesta proizvodnje smjeli prodavati poljoprivredni proizvodi da bi se takav proizvod mogao smatrati lokalnim:

Grafikon 30. „Prema Vašem mišljenju, da bi se neki proizvod zvao "lokalnim", koliko daleko od mjesta proizvodnje bi se smio prodavati?“



Izvor: IPPO_KLO_2020

Djelatnici institucija smatraju u vrlo visokom postotku (60,2%) da je potrebno pružiti financijsku pomoć djelatnike koji pokreću model, za prve 3 godine, da je potrebna jaka marketinška kampanja na nacionalnoj razini (70,8%) ali i edukacija kupaca (73,8%). Sa strane djelatnika institucija indikativno je da je najviši postotak onih koji smatraju da je potrebna edukacija proizvođača (81,5%). Ostali ponuđeni odgovori su:

- Osnivanje savjetodavnog tijela za kratke lance opskrbe 40%
- Porezne olakšice za institucije koje se odluče primijeniti zelenu javnu nabavu, 50,8%
- Subvencionirane cestarine proizvođačima 18,5%
- Subvencioniranje infrastrukturne opreme za proizvođače (hladnjače i slično) 67,7%

- Subvencioniranje zajedničkih skladišta za male proizvođače, 67,7%
- Subvencioniranje najma prostora na javnim površinama 52,3%
- Subvencioniranje opreme za trgovački dio posla (vage, rashladne vitrine, fiskalne blagajne i slično) 47,7%

Indikativno je da postoje i djelatnici, istina u vrlo malom postotku (3,1%), koji smatraju da „nikakva podrška osnivanju kratkih lanaca opskrbe nije potrebna“.

Djelatnici institucija izjasnili su se i oko stavova što smatraju „preprekama osnivanju i neometanom radu kratkih lanaca opskrbe. U najvećem je postotku detektirana nedovoljna educiranost djelatnika institucija o kratkim lancima opskrbe (61,5%), ali odmah je slijedi nezainteresiranost poljoprivrednika za dosadašnje aktivnosti (radionice, edukacije, natječaji) kojima se nastoje promovirati kratki lanci opskrbe (58,8%). Pojedini djelatnici istakli su kako je neprecizna definicija kratkih lanaca opskrbe unutar zakonskih okvira (43,1%), ili kako kratki lanci opskrbe nisu prioritet razvojnih strategija (40%), ali i prevelika ovisnost o smjernicama Europske unije (23,1%).

ZAKLJUČAK

Cilj ove studije bio je analizirati model istarskih Solidarnih ekoloških grupa kao model kratkog lanca osnovanog odozdo, posebice s osvrtom na institucionalnu podršku. U tu smo svrhu proveli anketno istraživanje na uzorku od 134 ispitanika, s dva poduzorka (poljoprivrednici i djelatnici institucija). Jedan dio uzorka poljoprivrednika činili su i tzv. SEG poljoprivrednici (poljoprivrednici uključeni u pulsni SEG). Rezultati su omogućili donošenje konkretnih zaključaka o iskustvima i stavovima svih uključenih aktera te donošenje odgovarajućih preporuka, koji slijede u nastavku.

Ističemo nužnost ostvarivanja jednog važnog cilja koji je povezan s dobnom strukturom. Naime, dobna struktura istarskih poljoprivrednika uključenih u SEG sugerira da se radi o starijim generacijama te da će uskoro biti nužno da dođe do

smjene generacija poljoprivrednika te da je stoga nužno zanimanje poljoprivrednika učiniti atraktivnijim mlađim generacijama. Stoga je potrebna što bolja primjena Programa ruralnog razvoja i ostvarivanje ciljeva Strategija „od polja do stola“ kako bi se poboljšao društveni status poljoprivrednicima i uklonila svojevrsna stigma koja prati male poljoprivrednike (percipirana nemogućnost pristojne zarade od poljoprivrede, neobrazovanost, nedostatak znanja i vještina). Ovaj je cilj izuzetno bitan i zahtjeva hitan angažman, posebice imajući na umu demografska kretanja i sve snažnije izražene procese iseljavanja.

SEG poljoprivrednici iz Istre i drugih županija i njihovi odgovori mogu značajno doprinijeti razumijevanju važnosti i uspješnosti istarskog modela osnivanja KLO odozdo.

Istarski SEG-ovi su od samog početka postavili visoke, ali željama potrošača prilagođene, uvjete za ulazak poljoprivrednika u KLO, koji su time postali ne samo dobavljači, već i punopravni članovi SEG-a. Ti su se kriteriji odnosili (i još uvijek se odnose) na obaveznu ekološku proizvodnju potkrijepljenu certifikatom o ekološkoj proizvodnji. Na taj su način izravno potpomogli postojeće malobrojne ekološke poljoprivrednike te utjecali na prelazak pojedinih poljoprivrednika s konvencionalne na ekološku poljoprivredu.

Dobrobiti takvog sustava iskazali su se kroz nekoliko činjenica. Na taj je način od samog početka kreiran prehrambeni lanac prema željama svih uključenih aktera (ekološka proizvodnja). Nadalje, stvoreni su preduvjeti za mogućnost svojevršne interne kontrole i zaštite od potencijalnih nepoštenih trgovačkih ili poljoprivrednih praksi (npr. usporedbom prijavljene veličine obradive površine pod ekološkom proizvodnjom s količinama ponuđenim za prodaju).

Ta specijalizirana znanja kupci u pravilu ne posjeduju te se stoga oslanjaju na iskrenost poljoprivrednika. Ovakav način, dodatna kontrola od strane samih poljoprivrednika članova grupe, odlično je sredstvo osiguranja kvalitete proizvoda.

Inzistiranje na ekološkoj proizvodnji odgovara željama i zahtjevima kupaca i dovelo je do uspješnog dodatnog motiviranja poljoprivrednika da se dodatno potrudu i prijeđu na ekološku proizvodnju zbog potreba postojećeg kontinuiranog tržišta (SEG). U tom smislu motivirani su i poljoprivrednici iz drugih hrvatskih županija. S obzirom na trendove među kupcima (kontinuirano povećanje tržišnog udjela organskih proizvoda (Petljak, 2010) smatramo da ova vrsta poljoprivrede ima veći kapacitet motivirati mlađe ljude da se počnu baviti poljoprivredom.

Rezultati provedenog istraživanja pokazuju da su SEG poljoprivrednici zadovoljni KLO te da smatraju kako se radi o pozitivnom trendu koji treba poticati i razvijati, i da je taj tip organiziranja posebice dobar za male i mješovite OPG-ove.

Rezultati ankete pokazali su da, prema dosadašnjim iskustvima, SEG poljoprivrednici postižu bolju cijenu svoju proizvoda putem kratkih lanaca opskrbe i da su općenito zadovoljniji prodajom putem kratkih lanaca opskrbe nego drugim oblicima prodaje svojih proizvoda. Većina ih smatra da se prodaja putem KLO, iako zahtijeva puno organizacije i komunikacije, isplati. Većina tvrdi da kupci u KLO plaćaju pošteno i redovno te da KLO doprinosi opstanku malih obiteljskih gospodarstava i da bi institucije trebale poticati poljoprivrednike na prodaju putem kratkih lanaca opskrbe. Za neke od njih pandemija COVID-19 me poslužila je kao poticaj da uvedu nove načine prodaje svojih proizvoda.

Na upit o financijskom zadovoljstvu SEG poljoprivrednici su u većoj mjeri iskazali zadovoljstvo u ovom bitnom segmentu poslovanja.

Što se tiče administrativnih zahtjeva vezanih uz KLO, rezultati ankete pokazali su da stavovi SEG poljoprivrednika prate trendove u anketi te da prevladava neopredjeljivanje poljoprivrednika oko tog pitanja (niti nezahtjevan niti zahtjevan proces), a više poljoprivrednika smatra da se radi o nezahtjevnom procesu od onih koji smatraju da se radi o zahtjevnom procesu.

Kao glavne prepreke djelovanja u KLO SEG poljoprivrednici u najvećoj mjeri vide sljedeće stavke, prema redoslijedu važnosti: plasiranje viškova u ljetnoj sezoni, puno vremena i dodatna radna snaga za praćenje i pakiranje narudžbi, nedostatak infrastrukture (skladište, hladnjača ili slično), komunikacija s velikim brojem ljudi, osiguravanje dovoljne količine naručenih proizvoda, komplicirano organiziranje i pokretanje novog načina prodaje, nemogućnost dobivanja korisne informacije od institucija.

Glavnim prednostima KLO SEG poljoprivrednici smatraju, i to po redoslijedu važnosti: direktna komunikaciju s kupcima, prilagođenost malim i mješovitim gospodarstvima, sigurnija naplata, niži troškovi prijevoza te postizanje više cijene proizvoda

Iz navedenog se može uočiti koliko je važna stavka osobne komunikacije s kupcima te činjenica da je takav oblik prodaje prilagođen malim i mješovitim gospodarstvima. Sigurnija naplata važnija je od viših cijena proizvoda koji se na ovaj način eventualno mogu postići ili se postižu. Niži troškovi prijevoza su također bitni, što znači da se i u ovom segmentu za poljoprivrednike mogu predložiti mjere poput subvencioniranja cestarina kako bi im se olakšao rad.

Na upit o tome što bi im bilo potrebno da njihovo poslovanje u KLO-u bude uspješnije naveli su sljedeće stavke, po redoslijedu važnosti: edukacija kupaca, promocija KLO-a, institucionalna podrška, lokalni distribucijski centri za ekološke proizvode, edukacija proizvođača, jasniji zakonodavan okvir, ali i potezi poput subvencioniranja cestarina. Većina SEG poljoprivrednika voljela bi sudjelovati na javnoj nabavi, ali smatraju da ih određene prepreke u tome ograničavaju. Te se prepreke odnose na nepoznavanje procedure, prekompliciran postupak ili administracija, nedostatak dovoljnih količina namirnica kojima bi konkurirali na takvoj zelenoj javnoj nabavi, ali i neisplativa cijena koju smatraju da bi trebali ponuditi.

Simptomatično je i da, na upit o javljanju na Natječaj za operaciju 6.14 za KLO i lokalna tržišta, SEG poljoprivrednici u najčešćoj mjeri nisu čuli za natječaj. S druge

strane, onima koji su upućeni prepreku predstavlja i uvjet o pretfinanciranju koju takav natječaj postavlja, kao i činjenica da ne mogu naći partnera ili pak nisu prihvatljiv prijavitelj.

Važno je napomenuti da je iz prethodnih istraživanja već poznato da lokalna i županijska administracija financijski potpomažu istarske poljoprivrednike prilikom dobivanja ekološkog certifikata, što znači da sufinanciraju ne samo te poljoprivrednike već i potrebe građana za ekološkom hranom. To je uspješan model ulaganja javnog novca, jer je u skladu s principima prehrambenog suvereniteta koji ističe da svi građani imaju pravo na sustav prehrane kakav odgovara njihovim potrebama. Činjenica da se javni novac troši na pomoć u postupku certifikacije vrlo je bitna, ne samo zato što ukazuje na to da je takva pomoć moguća, već i stoga što čak i manji iznosi mogu značajno doprinijeti aktivnoj promjeni.

Ovaj primjer pokazuje da inicijative odozdo itekako mogu utjecati na transformaciju dominantnih poljoprivrednih praksi, posebice imajući na umu ciljeve navedene u Strategiji „od polja do stola“, kojom se, pored jačanja lokalne ekonomske održivosti poljoprivrednika, nastoji utjecaj poljoprivrede na okoliš svesti na minimum.

Stoga, kako bi se domaće poljoprivrednike potaknulo na udruživanje i zajedničko sudjelovanje u zelenoj javnoj nabavi treba postaviti realne ciljeve (manji opseg pilot projekta, adekvatna pomoć). Ono što se iščitava iz odgovora SEG poljoprivrednika je činjenica da smatraju da je potrebno educirati i kupce i proizvođače, te stoga treba osmisliti lako dostupne, atraktivne i kontinuirane informativno-edukativne jedinice (promotivne kampanje) koji bi bile učinkovite.

Sveukupno, istarski SEG-ovi i iskustva njihovih poljoprivrednika i kupaca pokazali su se kao uspješan primjer o tome kako je moguće i samoinicijativno organizirati KLO koji u potpunosti zadovoljava želje i potrebe građana, te kako se u taj prehrambeni sustav mogu odlično uklopiti i lokalne institucije sa svojim potporama.

PREPORUKE

Aktivno uključivanje građana kao iznimno važnog dionika prilikom uspostavljanja i poticanja KLO. Takav participativan pristup u skladu je, ne samo s Programom ruralnog razvoja, već i s osnovnim postulatima prehrambenog suvereniteta kojim se zagovara nužnost što je većeg stupnja samodostatnosti poljoprivrede na određenom području i pravo građana da sami odlučuju o tome kakav sustav prehrane žele. Samo povećanjem broja ekoloških namirnica (ali ne i snižavanjem standarada za ekološku proizvodnju) moguće je sniziti cijenu takvih proizvoda na način da oni budu dostupnija većini građana i njihovoj kupovnoj moći, čime se podiže ekonomska održivost takve poljoprivrede, kao što je i zaključeno u Strategiji „od polja do stola”. Osim podizanja ekonomske održivosti ekološke poljoprivrede, na taj bi se način kupce i poljoprivrednike oblikovalo u građane koji aktivno sukreiraju prehrambeni sustav zajedno s donositeljima odluka.

Stoga bi, prije uspostavljanja budućih KLO, a pogotovo ukoliko se radi o inicijativi odozgo, bilo poželjno napraviti ispitivanje potencijalnog tržišta o mišljenjima i stavovima kupaca koji bi se bili voljni uključili u takav model KLO. Naime, za potencijalne donositelje odluka bilo bi korisno i važno znati kakvu vrstu namirnica građani na tom području preferiraju i kakav KLO žele podržavati (lokalne i ekološke namirnice, lokalne i konvencionalne namirnice ili kombinaciju).

1. Edukacija kupaca.

Širenje dostupnosti informacija o dobrobitima takve vrste prehrambenog sustava, reklamiranje KLO, za svaki konkretan slučaj (lokalne TV postaje, lokalne radio postaje, mrežne stranice institucija na tom području, edukacija građana kroz zajedničke organizacijske sastanke).

2. Poticanje i promoviranje KLO i ekoloških KLO na nacionalnoj razini, ali i na lokalnim/regionalnim razinama.

3. Jačanje institucionalne podrške svim vrstama KLO na svim razinama, posebice u segmentu sufinanciranja tranzicije na ekološku proizvodnju, pružanja pomoći oko

javljanja na natječaje i na zelenu javnu nabavu, sufinanciranje određenih aktivnosti poslovanja u KLO-ovima.

4. Otvaranje lokalnih distribucijskih centara za ekološke proizvode.
 - a. Formiranje prehrambenih *hubova* (i za ekološke i za konvencionalne proizvođače na odabranim lokacijama (upotreba, posebice nekorištenih, županijskih, gradskih ili općinskih prostorija za dostavu proizvoda ili dodjeljivanje prostora za skladištenje ili dostavu hrane bez naknade ili uz simboličnu naknadu).
 - b. Zajednička spremišta ili hladnjače za poljoprivrednike uključene u KLO.
5. Edukacija proizvođača
 - a. Edukacija i aktivna pomoć poljoprivrednicima, čime se javne službe izravno pretvaraju u servis građana. Pomoć poljoprivrednicima koji ne posjeduju informatičku pismenost ili je posjeduju u manjoj mjeri prilikom javljanja na natječaje.
6. Dorada zakonodavnog okvira koji bi definirao KLO na odgovarajući način, uz što manje ograničenja po pitanju udaljenosti dostave i uzimajući u obzir specifičnost teritorija Hrvatske i rasprostranjenosti poljoprivrednih kultura.
7. Subvencioniranje cestarina poljoprivrednicima uključenima u KLO.
8. Osmišljavanje strategije apsorpcije viškova namirnica koji se javljaju tijekom ljeta u ugostiteljski sektor (subvencije ili porezne olakšice za ugostitelje koji to naprave).
9. Osiguravanje dodatne radne snage za praćenje i pakiranje narudžbi (npr. javni radovi ili rad za opće dobro).
10. Redovitije objavljivanje i reklamiranje natječaja za operative skupine i pojednostavljivanje postupka prijave na takve natječaje.
11. Prilagodba kriterija natječaja stvarnoj situaciji na terenu.
12. Organizacija susreta poljoprivrednika koji bi se mogli udružiti (*Match-making event*).
13. Uklanjanje stavke pretfinanciranja iz uvjeta natječaja za operative skupine.

14. Bolja promocija natječaja za operativne skupine, kao i prednosti koje takvo udruživanje donosi.
15. Promoviranje zelene javne nabave kao nacionalnog prioriteta, a posebice ekološke – u skladu sa Strategijom „od polja do stola“.
16. Povećanje broja ekoloških proizvođača putem edukacije i sufinanciranja prelaska na ekološku proizvodnju.

Povećanje broja ekoloških poljoprivrednika bi zasigurno smanjilo cijenu ekoloških proizvoda, a KLO su optimalni upravo za ekološke proizvode zato što se na taj način smanjuje odnosno eliminira posrednik i njegova marža, čime kvalitetniji, ali skuplji proizvod postaje ekonomski dostupniji krajnjem korisniku odnosno kupcu.

17. Osnivanje digitalne platforme za javnu nabavu.

Većina anketiranih poljoprivrednika nije u anketi snažnije iskazala prepoznavanje ove stavke kao bitne. Mogući razlozi su i nerazumijevanje toga što bi to konkretno značilo. S obzirom na to da bi takva platforma ojačala transparentnost u tom je smjeru potrebno razraditi ne samo platformu već i educirati sve uključene dionike.

LITERATURA:

- BALABAN, Daniel. 2016. "Croatia". U *Overview of Community Supported Agriculture in Europe*. Peter Volz, Philipp Weckenbrock, Nicolas Cressot i Jocelyn Parot, ur. URGENCI: The International Network for Community Supported Agriculture, 24–25. <https://urgenci.net/wp-content/uploads/2016/05/Overview-of-Community-Supported-Agriculture-in-Europe.pdf>
- BERKFIELD, Richard i Angela BERKFIELD. 2009. "From Food Security to Food Sovereignty. Why Vermonters Need Food Sovereignty". U *Solidarity Economy, 1. Building Alternatives for People and Planets*. Emily Kawano, Thomas Neal Masterson i Johnatan Teller-Elsberg, ur. Amherst: Center for Popular Economics, 249–257.
- GAJDIĆ, Dušanka. 2019. „Definiranje i obilježja kratkih opskrbnih lanaca poljoprivredno-prehrambenih proizvoda", *Ekonomika misao i praksa*. God xxviii, 1, 381–408.
- GÓMEZ-BENITO, Cristóbal., LOZANO Carmen. 2014. Constructing Food Citizenship: Theoretical Premises and Social Practices. *Italian Sociological Review*, 4 (2), 135–156. Retrieved from http://www.italiansociologicalreview.org/attachments/article/174/2%20Constructing%20Food%20Citizenship_Gomez-Benito_Lozano.pdf
- MESIĆ, Željka. 2014. *Uspješnost opskrbnih lanaca tradicijskih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda – percepcija članova lanca: doktorski rad*, Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, mentorica: prof. dr. sc. Marija Cerjak.
- ORLIĆ, Olga. 2014. "Grupe solidarne razmjene. Počeci solidarne ekonomije u Hrvatskoj". *Etnološka tribina* 37/44: 72–88.
- ORLIĆ, Orlić. 2019. *Antropologija solidarnosti u Hrvatskoj: poljoprivreda potpomognuta zajednicom*. Zagreb: Hrvatsko etnološko društvo.

- PETLJAK, Kristina. 2010. "Istraživanje kategorije ekoloških prehrambenih proizvoda među vodećim trgovcima hranom u Republici Hrvatskoj". *Tržište* 22/1: 93–112.
- PUDAK, Jelena i Nataša BOKAN. 2011. "Ekološka poljoprivreda. Indikator društvenih vrednota". *Sociologija i prostor* 49/190(2): 137–163.
- RENTING, Henk, Markus SCHERMER, Adanella ROSSI. 2012. Building Food Democracy: Exploring Civic Food Networks and Newly Emerging Forms of Food Citizenship, *Int. Jnl. of Soc. of Agr. & Food*, Vol. 19, No. 3, pp. 289–307.
- SAHAKIAN, Marlyne. 2015. "Getting Emotional. Historic and Current Changes in Food Consumption Practices Viewed Through the Lens of Cultural Theories". U *Putting Sustainability into Practice. Applications and Advances in Research on Sustainable Consumption*. Emily H. Kennedy, Maurie J. Cohen i Naomi Krogman, ur. London: Edward Elgar Publishing, 134–156.
- STARR, Amory i Jason ADAMS. 2003. "Anti-globalization. The Global Fight for Local Autonomy". *New Political Science* 25/1: 19–42.
- SVRŽNJAK, K., KANTAR, S., JERČINOVIĆ, S. & GAJDIĆ, D. 2018. *Analiza stanja u poljoprivredno-prehrambenom sektoru Koprivničko-križevačke i Međimurske županije u cilju osnivanja kratkih lanaca opskrbe: studija*, Visoko gospodarsko učilište u Križevcima.
- WINDFUHR, Michael i Jennie JONSÉN. 2005. *Food Sovereignty. Towards Democracy in Localized Food Systems*. FIAN. ITDG Publishing.

MREŽNE STRANICE

Komunikacija komisije europskom parlamentu, vijeću, europskom gospodarskom i socijalnom odboru i odboru regija. 2020(381). Strategija „od polja do stola” za pravedan, zdrav i ekološki prihvatljiv prehrambeni sustav <https://eur->

lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0381&from=EN

(pristup 12.12.2020)

Akcijski plan promoviranja i jačanja kratkih lanaca u opskrbi hranom ustanova iz javnog sektora za razdoblje 2019. i 2020. godine.

Zakon o javnoj nabavi, NN 120/2016

Schmidt, Peter. 2017. Mišljenje. Europski gospodarski i socijalni odbor, Doprinos civilnog društva razvoju sveobuhvatne prehrambene politike u EU-u (samoinicijativno mišljenje), NAT/711-EESC-2017-02234-00-00-AC-TRA (EN) 1/13

Food Ethics Council – Food Citizenship

(<https://www.foodethicscouncil.org/programme/food-citizenship/>)

PRILOG 1

Anketni upitnik 1 „Informiranost i iskustvo poljoprivrednika s kratkim lancima opskrbe“

1) Koje proizvode proizvodite?

- Povrće
- Voće
- Žitarice
- Mlijeko i mliječne proizvode
- Jaja
- Meso
- Prerađevine (ulja, pekmezi, zimnica od povrća, pića...)
- Ostalo

2) Vaše gospodarstvo je registrirano kao (molimo odaberite):

- Samoopskrbno obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo
- Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo
- Obrt
- Trgovačko društvo
- Ostalo

3) Koliku površinu obrađujete?

- Do 1 ha
- 1-3 ha
- 3-5 ha
- 5-10 ha
- 10-50 ha
- Više od 50 ha

4) 4. Koja je ekonomska veličina Vašeg gospodarstva?

- Do 2.000 €
- 2.000-10.000 €
- 10.000-100.000 €
- Više od 100.000 €

5) Imaju li neki od Vaših proizvoda koju od oznaka izvornosti i/ili kvalitete?

- Ekocertifikat
- Hrvatski otočni proizvod
- Zaštićena oznaka izvornosti
- Zaštićena oznaka podrijetla
- Ostalo

6) Ukoliko imate eko-certifikat, jeste li pri njegovom dobivanju imali podršku neke od institucija?

- da
- ne

7) Ako da, koje?

8) Slijedi nekoliko tvrdnji o vašem iskustvu s eko-certifikatima. Molimo da na skali 1 – 5 ocijenite u kojoj mjeri se slažete s navedenim tvrdnjama (1 - Uopće se ne slažem, 2 – Ne slažem se, 3 – Niti se slažem, niti se ne slažem, 4 – Slažem se, 5 – Slažem se u potpunosti):

- Proces dobivanja eko-certifikata jasno je osmišljen i jednostavno se provodi.
- Proces dobivanja eko-certifikata prekomplikiran je i ne vrijedi truda.
- Eko-certifikat omogućio mi je sudjelovanje u kratkim lancima opskrbe.
- Djelatnici institucija bili su susretljivi i voljni pomoći mi u dobivanju certifikata.

- U procesu dobivanja eko-certifikata imao/la sam savjetodavnu podršku tijela javne uprave.
- U procesu dobivanja eko-certifikata imao/la sam financijsku podršku tijela javne uprave.

9) Na kojoj udaljenosti od mjesta proizvodnje prodajete svoje proizvode?

- Do 50 km od gospodarstva
- 50-100 km od gospodarstva
- 100-500 km od gospodarstva
- Više od 500 km od gospodarstva
- Izvan Hrvatske

10) Prodajete li svoje proizvode kroz navedene kanale izravne prodaje? Moguće je označiti više odgovora.

- Direktna prodaja na gospodarstvu
- Štand uz lokalnu prometnicu
- Lokalna tržnica
- Direktna prodaja na lokalnim sajmovima i manifestacijama
- Prodaja putem interneta
- Lokalna trgovina koja prodaje hranu krajnjim potrošačima
- Lokalni ugostiteljski objekti
- Javne ustanove (škole, bolnice, dječji vrtići i sl.)
- Organizirane grupe kupaca (GSR, SEG i sl.)

11) U službenim dokumentima nema jednoznačne definicije kratkih lanaca opskrbe, ali uglavnom se definiraju kao prodaja uz najviše jednog posrednika na lokalnoj razini. Koje kriterije bi Vi osobno naveli kao važne da bi se oblik prodaje zvao kratkim lancem opskrbe?

- Da se prodaju isključivo vlastiti proizvodi

- Da proizvodi koji se prodaju unutar kratkog lanca moraju imati ekocertifikat i/ili neku od oznaka kvalitete, izvornosti i podrijetla
- Da kupci i proizvođači razvijaju odnos povjerenja
- Da kupci snose dio rizika poljoprivrede (suše, poplave...)
- Da su proizvođači udruženi
- Smatram da je bitno jedino smanjivanje broja posrednika, sve ostalo je nevažno
- Ostalo

12) Prema Vašem mišljenju, da bi se neki proizvod zvao "lokalnim", koliko daleko od mjesta proizvodnje bi se smio prodavati?

- 50 km od gospodarstva gdje su proizvedeni
- 200 km od gospodarstva gdje su proizvedeni
- 500 km od gospodarstva gdje su proizvedeni
- Unutar iste županije
- Unutar cijele Hrvatske
- Najbliže moguće, ovisno o proizvodu

13) Slijedi nekoliko tvrdnji o Vašem iskustvu s prodajom proizvoda putem kratkih lanaca opskrbe. Molimo procijenite u kojoj mjeri se slažete s navedenim tvrdnjama (1 - Uopće se ne slažem, 2 – Ne slažem se, 3 – Niti se slažem, niti se ne slažem, 4 – Slažem se, 5 – Slažem se u potpunosti):

- Postižem bolju cijenu svojih proizvoda ako ih prodajem u kratkim lancima opskrbe
- Morao/la sam razviti nova znanja i vještine kako bih mogao/la prodavati hranu u kratkim lancima opskrbe
- Prodaja putem kratkih lanaca opskrbe zahtijeva puno organizacije i komunikacije, ali isplati se.
- Prodaja putem kratkih lanaca opskrbe je prekomplikirana za mene.

- Moji kupci uglavnom plaćaju proizvode redovno i pošteno.
- Kratki lanci opskrbe doprinose opstanku malih obiteljskih gospodarstava
- Mislim da bi institucije trebale poticati poljoprivrednike na prodaju putem kratkih lanaca opskrbe.
- Pandemija COVID-19 me potakla da uvedem nove načine prodaje svojih proizvoda.
- Općenito sam zadovoljniji/a prodajom putem kratkih lanaca opskrbe nego drugim oblicima prodaje svojih proizvoda.

14) Što od navedenog smatrate prednostima kratkih lanaca opskrbe za Vas kao poljoprivrednika?

- Više cijene proizvoda koje prodajem
- Sigurnija naplata
- Direktna komunikacija s kupcima
- Prilagođenost malim i mješovitim gospodarstvima
- Niži troškovi prijevoza
- Ostalo

15) Kako ocjenjujete svoje financijsko zadovoljstvo ostvareno poslovanjem u okviru kratkog lanca opskrbe? (1 - izrazito nezadovoljan, 5 - izrazito zadovoljan)

16) Kako ocjenjujete administrativne zahtjeve potrebne za uključanje u kratke lance opskrbe? (1 - izrazito nezahtrajevan proces, 5 - izrazito zahtrajevan proces)

17) Kako ocjenjujete zadovoljstvo komunikacijom unutar kratkog lanca opskrbe? (1 - izrazito sam nezadovoljan/a, 5 - izrazito sam zadovoljan/a)

- Zadovoljstvo komunikacijom s koordinatorima lanca
- Zadovoljstvo komunikacijom s ostalim proizvođačima
- Zadovoljstvo komunikacijom s kupcima

18) Što od navedenog Vama i Vašem gospodarstvu predstavlja problem u prodaji hrane putem kratkih lanaca opskrbe?

- Ne mogu dobiti korisnu informaciju od institucija
- Komplikirano organiziranje i pokretanje novog načina prodaje
- Komunikacija s velikim brojem ljudi
- Potrebno je puno vremena i dodatna radna snaga za praćenje i pakiranje narudžbi
- Osiguravanje dovoljne količine naručenih proizvoda
- Plasiranje viškova u ljetnoj sezoni
- Nedostatak infrastrukture (skladište, hladnjača ili slično)
- Ostalo

19) Što Vama osobno nedostaje da bi vaše poslovanje u kratkom lancu bilo uspješnije?

- Jasan zakonodavni okvir
- Institucionalna podrška (financijska i savjetodavna)
- Jedinствена javna digitalna platforma za javnu nabavu
- Subvencionirane cestarine
- Lokalni distribucijski centri za kratke lance opskrbe
- Lokalni distribucijski centri za ekološke proizvode
- Edukacija kupaca
- Edukacija proizvođača
- Promocija kratkih lanaca opskrbe
- Ostalo

20) Da li ste (samostalno ili u suradnji) pokušali pokrenuti kratki lanac opskrbe?

- da
- ne

21) Ako jeste, koji model i koje godine?

22) U kojoj se mjeri slažete sa sljedećom tvrdnjom: "Kratki lanci opskrbe imaju perspektivu i potrebno ih je razvijati"? (1 - Uopće se ne slažem, 2 – Ne slažem se, 3 – Niti se slažem, niti se ne slažem, 4 – Slažem se, 5 – Slažem se u potpunosti)

23) Jeste li član u nekoj vrsti udruženja proizvođača?

- Nisam član/ica
- Zadruga
- Proizvođačka organizacija
- Udruga
- Organizirane grupe kupaca (GSR, SEG)
- LAG
- Ostalo

24) Jeste li sa svojim proizvodima sudjelovali u procesu zelene javne nabave?

- da
- ne

25) Ako jeste i Vaša ponuda je odabrana, koja institucija (ili više njih) je odabrala vašu ponudu?

26) Ukoliko niste sudjelovali ili Vaša ponuda nije bila odabrana, što su bili razlozi?

- Nisam čuo/la za zelenu javnu nabavu ili ne znam kako se prijaviti
- Zelena javna nabava mi je prekomplikirana pa nisam ni pokušao/la sudjelovati
- Pokušao/la sam sudjelovati, ali nemam dovoljne količine proizvoda
- Pokušao/la sam sudjelovati, ali konkurentna cijena mi nije isplativa
- Pokušao/la sam sudjelovati, ali administracija je bila previše zahtjevna
- ostalo

27) Je li Vam u tome pomogla koja od navedenih institucija? (Financijska podrška, Savjet, Edukacija, Pravna pomoć, Informacije)

- Savjetodavna služba Ministarstva poljoprivrede
- Ministarstvo poljoprivrede
- Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju
- Nacionalna ruralna mreža
- Lokalna ili regionalna razvojna agencija
- LAG
- Županija
- Grad
- Općina
- Ostalo

28) Jeste li se javljali na Natječaj za tip operacije 16.4.1 Kratki lanci opskrbe i lokalna tržišta?

- da
- ne

29) Što su vam bile prepreke kod prijave?

- Nisam na vrijeme čuo/la za natječaj ili nisam imao/la dovoljno informacija
- Nedostatak projektne ideje
- Ne spadam u prihvatljive korisnike
- Nemogućnost pronalaženja partnera
- Nemogućnost pretfinanciranja provedbe
- Prekomplicirana prijava i administracija
- Prihvatljivi troškovi ne pokrivaju u potpunosti moje potrebe
- Ne treba mi takav oblik potpore
- Nisam imao/la prepreka
- ostalo

30) Molim Vas, ocijenite zadovoljstvo provedbom navedenog natječaja (1 - izrazito sam nezadovoljan/a, 5 - izrazito sam zadovoljan/a)

31) Da li ste zainteresirani za prijavu na neki drugi natječaj potpore kratkim lancima opskrbe u budućnosti?

32) Spol

33) Dob

34) Koji je najviši stupanj Vašeg obrazovanja?

- 1-8 razreda osnovne škole
- Trogodišnja srednja škola
- Četverogodišnja srednja škola
- Viša škola (2-3 godine studija)
- Fakultet (4-6 godina studija)
- Magisterij znanosti
- Doktorat znanosti

35) Imate li neku vrstu poljoprivrednog obrazovanja? Ako da, koju?

36) Prodajete li svoje proizvode u jednom od navedenih modela kratkog lanca?

- Solidarna eko grupa Pula
- Projekt AGRISHORT u Međimurju

37) U kojoj od navedenih županija je registrirano vaše gospodarstvo?

PRILOG 2

Anketni upitnik 2 „Informiranost i iskustvo institucija s kratkim lancima opskrbe“

1) Jeste li se u svom dosadašnjem radu susreli s pojmom kratkih lanaca opskrbe?

- da
- ne

2) U službenim dokumentima nema jednoznačne definicije kratkih lanaca opskrbe, ali uglavnom se definiraju kao prodaja uz najviše jednog posrednika na lokalnoj razini. Koje kriterije biste Vi osobno naveli kao nužne da bi se oblik prodaje zvao kratkim lancem opskrbe?

- Da poljoprivrednici prodaju isključivo vlastite proizvode.
- Da proizvodi koji se prodaju unutar kratkog lanca moraju imati ekocertifikat i/ili neku od oznaka kvalitete, izvornosti i podrijetla.
- Da kupci i proizvođači razvijaju odnos povjerenja.
- Da kupci snose dio rizika poljoprivrede (suše, poplave...).
- Da su proizvođači udruženi.
- Da proizvodi ne "prelaze" dulji put od 50 km.
- Smatram da je jedino važno smanjivanje broja posrednika, sve ostalo je nevažno.

3) Prema Vašem mišljenju, da bi se neki proizvod zvao "lokalnim", koliko daleko od mjesta proizvodnje bi se smio prodavati?

- 50 km od gospodarstva gdje su proizvedeni
- 200 km od gospodarstva gdje su proizvedeni
- 500 km od gospodarstva gdje su proizvedeni
- Unutar iste županije
- Unutar cijele Hrvatske
- Najbliže moguće, ovisno o proizvodu

- Ostalo
- 4) Jeste li osobno, unutar Vaše institucije radili na uspostavljanju kratkih lanaca opskrbe?
- da
 - ne
- 5) Da li je institucija u kojoj radite sudjelovala u nekoj fazi uspostavljanja kratkih lanaca opskrbe?
- da
 - ne
- 6) Ukoliko ste na 4. ili 5. pitanje odgovorili potvrdno, molimo Vas, da ukratko opišete svoju i/ili ulogu institucije u kojoj radite u tome.
- 7) Jeste li u posljednjih 5 godina sudjelovali u nekoj vrsti edukacije o kratkim lancima opskrbe, lokalnoj proizvodnji ili izravnoj prodaji?
- da
 - ne
- 8) U kojoj mjeri se slažete sa sljedećom tvrdnjom: "Kratki lanci opskrbe imaju perspektivu i treba ih razvijati."? (1 - uopće se ne slažem, 2 - ne slažem se, 3 - niti se slažem, niti se ne slažem, 4 - slažem se, 5 - u potpunosti se slažem):
- 9) Možete li ukratko obrazložiti svoj odgovor na prethodno pitanje?

10) Smatrate li da je za uspostavljanje kratkih lanaca opskrbe potrebna podrška državnih institucija?

- da
- ne

11) Smatrate li da je za uspješan rad kratkih lanaca opskrbe potrebna podrška državnih institucija?

- da
- ne

12) Ukoliko smatrate da je kratkim lancima opskrbe za osnivanje i/ili kontinuiran rad potrebna podrška državnih institucija, molimo Vas, navedite koje bi to institucije trebale biti i kakvu vrstu podrške bi trebale pružati. (Financijska podrška, Savjet, Edukacija, Pravna pomoć, Informacije)

- Savjetodavna služba Ministarstva poljoprivrede
- Ministarstvo poljoprivrede
- Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju
- Nacionalna ruralna mreža
- Lokalna ili regionalna razvojna agencija
- LAG
- Županija
- Grad
- Općina
- Niti jedna institucija

13) Što smatrate potrebnim da bi se proširilo osnivanje i kontinuirani rad kratkih lanaca opskrbe?

- Financijska potpora za djelatnike koji pokreću model, za prve 3 godine
- Osnivanje savjetodavnog tijela za kratke lance opskrbe

- Jaka marketinška kampanja na nacionalnoj razini
- Porezne olakšice za institucije koje se odluče primijeniti zelenu javnu nabavu
- Edukacija kupaca
- Edukacija proizvođača
- Subvencionirane cestarine proizvođačima
- Subvencioniranje infrastrukturne opreme za proizvođače (hladnjače i slično)
- Subvencioniranje zajedničkih skladišta za male proizvođače
- Subvencioniranje najma prostora na javnim površinama
- Subvencioniranje opreme za trgovački dio posla (vage, rashladne vitrine, fiskalne blagajne i slično)
- Smatram da nikakva podrška osnivanju kratkih lanaca opskrbe nije potrebna

14) Što smatrate preprekama osnivanju i neometanom radu kratkih lanaca opskrbe?

- Nedovoljna educiranost djelatnika institucija o kratkim lancima opskrbe
- Nezainteresiranost poljoprivrednika za dosadašnje aktivnosti (radionice, edukacije, natječaji) kojima se nastoje promovirati kratki lanci opskrbe
- Prevelika ovisnost o smjernicama Europske Unije
- Nedovoljna sredstva na lokalnoj razini
- Kratki lanci opskrbe nisu prioritet razvojnih strategija
- Neprecizna definicija kratkih lanaca opskrbe unutar zakonskih okvira

15) Pruža li Vaša institucija podršku poljoprivrednicima prilikom dobivanja eko-certifikata?

- da
- ne

16) Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje potvrđan, molimo Vas da opišete kakva je to vrsta podrške.

17) Nabavljate li Vi osobno poljoprivredne proizvode putem nekog modela kratkog lanca opskrbe?

- da
- ne

18) Ukoliko ne, biste li željeli nabavljati poljoprivredne proizvode putem nekog modela kratkog lanca opskrbe?

- da
- ne

19) Jeste li u vrijeme *lockdowna* (ili od početka pandemije) koristili usluge dostave poljoprivrednih proizvoda s malih mješovitih OPG-ova na kućna vrata?

- da
- ne

20) Je li Vaša institucija provodila postupak zelene javne nabave za svoje potrebe?
Ukoliko da, koliko ste bili zadovoljni rezultatom?

21) Spol

22) Dob

23) Obrazovanje

- 1-8 razreda osnovne škole
- Trogodišnja srednja škola
- Četverogodišnja srednja škola

- Viša škola (2-3 godine studija)
- Fakultet (4-6 godina studija)
- Magisterij znanosti
- Doktorat znanosti

24) Koje ste struke po obrazovanju?

25) U kojoj se županiji nalazi institucija u kojoj radite?

26) Ukoliko želite, molimo Vas, navedite u kojoj ste instituciji zaposleni?

