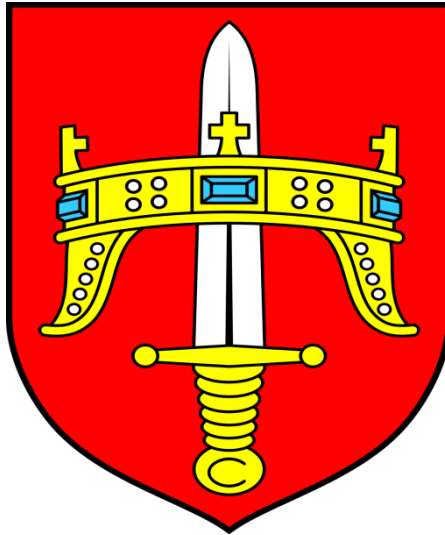


ŠIBENSKO – KNINSKA ŽUPANIJA

Trg Pavla Šubića I. br. 2



STUDIJA

**„Kratki lanci opskrbe hranom kao temelj
održivog razvoja Šibensko-kninske
županije“**



STUDIJA

„Kratki lanci opskrbe hranom kao temelj održivog razvoja Šibensko-kninske županije“

Autori:

doc.dr.sc. Marin Čagalj

mr.sc. Jakša Rošin

Split, rujan 2022. godine

Sadržaj

1. O županiji.....	4
2. Lokalno i kratki lanci opskrbe hranom	9
2.1. Nedostatci kratkih lanaca opskrbe	12
2.2. Prednosti kratkih lanaca opskrbe	14
3. Analiza ključnih/relevantnih dokumenata koji definiraju okvire djelovanja	14
4. Analiza postojećih i mogućih izvora financiranja.....	17
5. Analiza poljoprivrednih resursa i poljoprivredne proizvodnje u šibensko – kninskoj županiji	19
5.1. Zaštićena područja u ŠKŽ	24
5.2. SWOT analiza poljoprivredne proizvodnje na području Šibensko – kninske županije	26
5.3. Analiza anketnih upitnika proizvođača Šibensko – kninske županije.....	27
5.4. Navodnjavanje	29
6. Analiza potencijalnih dionika na razini Europske Unije, nacionalnom i lokalnom nivou	29
7. Primjeri dobre prakse kratkih lanaca opskrbe primjenjivi za potrebe Šibensko – kninske županije	31
8. Primjeri iz prakse iz inozemstva primjenjiv na šibensko – kninsku županiju	36
9. Smjernice za daljnje aktivnosti (akcijski plan)	39
10. Informiranje, umrežavanje i suradnja dionika, prijenos znanja, implementacija digitalizacije, inovacije u poljoprivredi.....	42
10.1. Primjer iz prakse: Potpora i tečaj poslovnog upravljanja – Ecomart, Španjolska .	42
10.2. Primjer iz prakse: Seminar o lancu opskrbe – Pametne škole obrazuju zajednicu, Hiiumaa, Estonija	42
10.3. Primjer iz prakse: Lokalni prehrambeni proizvodi i javna nabava, Italija.....	44
10.4. Primjer iz prakse: Pilot-aktivnost projekta RURURBAL - Zadruga žena, Solun, Grčka	45
10.5. Primjer iz prakse: Stvaranje puta od lokalne hrane do kupca, Finska	45
10.6. Primjer iz prakse: Suradnja proizvođača i kupaca— ‘Le gout d’ici’, Bretanja, Francuska.....	47
10.7. Primjer iz prakse: Lokalna vlast pokreće partnerstvo povezano s lokalnim prehrambenim proizvodima – Languedoc-Roussillon, Francuska	47
11. Klimatska neutralnost i očuvanje bioraznolikosti uspostavom kratkih lanaca opskrbe	48
12. Zaključci.....	49

1. O županiji

Teritorijalnim preustrojem Republike Hrvatske osnovana je 1993. godine Šibenska županija. Obuhvaćala je područje predratnih općina Šibenik i Drniš. U trenutnim granicama ustrojena je 1997. godine kada je područje Knina izdvojeno iz područja Zadarsko-kninske županije kojem je do tada pripadala i pripojeno Šibenskoj županiji koja je preimenovana u Šibensko-kninsku županiju. Sjedište županije nalazi se u Šibeniku. Ukupna površina županije je 5.670 km², od čega 2.994 km² (5,3% kopnenog teritorija RH) otpada na kopneni, a 2.676 km² (8,6% hrvatskog obalnog mora) na morski dio.

Šibensko-kninska županija smještena je u središnjem dijelu Dalmacije. Graniči s dvije hrvatske županije te s dvije susjedne države; na sjeveru/sjeverozapadu sa Zadarskom županijom, na jugu/jugoistoku sa Splitsko-dalmatinskom županijom, na sjeveroistoku s Bosnom i Hercegovinom (kopnena granica) i na jugozapadu s Italijom (morska granica).

Područje županije može se podijeliti u tri dijela – otočni, obalni/neposredno zaobalni te zaobalni (Zagora), svaki sa svojim specifičnostima i karakteristikama.

Osnovna reljefna karakteristika gotovo čitavog područja županije je da se radi o krškom području s brojnim specifičnim geomorfološkim oblicima. Obalni dio Šibensko-kninske županije i šibenski arhipelag se prostiru smjerom sjeverozapad - jugoistok. Obala je poprilično razvedena, s brojnim zaljevima i uvalama te s 285 otoka, otočića i nadmorskih grebena, od kojih je sedam stalno naseljenih otoka. Za razliku od većeg dijela istočne jadranske obale nema u neposrednoj blizini obale viših planinskih lanaca te izrazitog prelaza iz obalnog u zaobalni dio županije. Zaobalni dio čine krška zaravan i zagora. Nadmorska visina postupno raste udaljavanjem od mora, te dostiže svoj vrhunac u Sinjalu (Dinara - 1.831 mnv) najvišem planinskom vrhu Hrvatske, u rubnom dijelu županije prema granici s Bosnom i Hercegovinom.

Planine Šibensko-kninske županije se također, kao dijelovi Dinarida, prostiru smjerom sjeverozapad - jugoistok. Osim Dinare svojom visinom ističu se Promina (Čavnovka – 1.148 mnv), Veliki Kozjak (Bat – 1.207 mnv), Svilaja (Bat – 1.508 mnv) i Moseć (Movran – 843 mnv).

Među planinama pružaju se prostrana i plodna krška polja, od kojih su najveća i najznačajnija Kosovo polje, Petrovo polje i Kninsko polje, a ispresijecana su brojnim rijekama.

Iako se radi većinski o krškom terenu područje županije obiluje različitim hidrološkim oblicima. Rijeka Krka protječe većim dijelom županije, uglavnom u smjeru sjever - jug, dijeleći područje županije na dva dijela. Rijeka Krka izvire podno Topoljskog buka (Krčića), duljine je 72,5 km, a utječe u more u blizini Šibenika. Od ostalih rijeka treba istaknuti Čikolu, koja izvire u Mirlović Polju te nakon 46 km utječe u rijeku Krku iznad Skradinskog buka te Zrmanju koja manjim dijelom svog toka prolazi i kroz Šibensko-kninsku županiju.

U Šibensko-kninskoj županiji nalaze se i dva nacionalna parka NP Krka i NP Kornati, te tri parka prirode PP Dinara, PP Vransko jezero i PP Velebit (manjim dijelom), kao i veći broj zaštićenih područja različite kategorije zaštite prirode - zaštićenih krajobrazu i spomenika prirode (ZK Kanal – Luka, ZK Vodeni tok i kanjon Čikole, ZK Žutsko – sitska otočna skupina, ZK Gvozdеноvo – Kamenar, ZK Rijeka Krka – donji tok, ZK Rijeka Krka – gornji tok, ZK Rijeka Krčić, SP Vrela rijeke Cetine i SP Stara straža).

Najvećim dijelom područje Šibensko-kninske županije se nalazi na području u kojem prema Köppenovoj klasifikaciji klime prevladava umjereno topla kišna klima (C), s podrazredima: sredozemna (mediteranska) klima (Cs) i umjereno topla vlažna klima (Cf). Otoci i priobalje imaju sredozemnu (mediteransku) klimu s vrućim ljetom (Csa). Osnovna karakteristika ovog tipa klime su vruća, izrazito sušna ljeta i blage i kišne zime, s izrazito nepravilnom distribucijom oborina tijekom godine kada velika većina oborina padne u jesensko-zimskom periodu, a tijekom ljeta redovito dolazi do deficita vlage u tlu i do pojave suše. U Zagori, u nižim dijelovima prevladava umjereno topla vlažna klima s vrućim ljetom (Cfa), a u višim dijelovima umjereno topla vlažna klima s toplim ljetom (Cfb). Kod ovih tipova klime rjeđe dolazi do pojave suše, no postoji nešto veća opasnost od pojave niskih temperatura koje mogu izazvati štete u nasadima poljoprivrednih kultura. Najviši dijelovi dinarskih planina mogu imati snježno-šumsku klimu (D), i to pod tip vlažna snježno-šumska (borealna) klima (Df). Godišnje na području županije prosječno padne oko 800 mm na otocima i u priobalju te oko 1.200 mm na području Knina, pretežno u obliku kiše. Snijeg redovito svake godine padne u unutrašnjosti te rijetko u priobalju i na otocima. Od vjetrova naročito treba istaknuti buru, koja najčešće puše tijekom hladnijeg perioda godine i može biti izrazito jaka, te može izazvati ozbiljnije probleme u organizaciji života na tom prostoru, a naročito u poljoprivredi. Tijekom cijele godine zna puhati jugo, češće i jače u jesensko-zimskom periodu, a tijekom ljeta često puše maestral, naročito u primorju.

Reljefna i klimatska raznolikost područja županije uzrokuju i veliku pedološku raznolikost te je pronađen vrlo velik broj različitih tipova tala, među kojima prevladavaju dominantno

automorfna tla, dok su samo četiri tipa dominantno hidromorfnih tala. Po površini najviše su zastupljena smeđa tla na vapnencu i dolomitu (53.634,70 ha). Slijede crvenice (34.391,90 ha), rendzine (27.475,40 ha), rigolana tla (26.637,50 ha), crnice vapnenačko dolomitne (22.898,50 ha) i kamenjari (17.129,70 ha). U manjoj mjeri zastupljeni su još koluviji (6.228,50 ha), sirozemi (4.615,70 ha), močvarno glejna tla (701,90 ha), aluvijalna tla (700,00 ha), aluvijalno livadna tla (555,80 ha), hiromeliorirana tla kanalima (477,80 ha), eutrično smeđa tla (453,10 ha) te rankeri (96,60 ha). S obzirom na poljoprivrednu proizvodnju tla se prema svojim brojnim parametrima mogu podijeliti na pogodna i nepododna. U kategoriji pogodnih razlikujemo pogodna tla (7.588,90 ha), umjereno pogodna tla (9.840,10 ha) i ograničeno pogodna tla (41.727,70 ha) – ukupno 59.156,70 ha pogodnih tala, dok u kategoriji nepododnih tala razlikujemo privremeno nepododna tla (1.889,60 ha) i trajno nepododna tla (135.444,70 ha).

Administrativno je područje županije podijeljeno na 5 gradova (Šibenik, Knin, Vodice, Drniš i Skradin) i 15 općina (Tisno, Kistanje, Primošten, Bilice, Rogoznica, Murter-Kornati, Pirovac, Tribunj, Ružić, Unešić, Biskupija, Promina, Ervenik, Kijevo i Cijljane).

Grad Šibenik prostire se na površini od 404,93 km², a ima 42.589 stanovnika (Popis stanovništva, 2021). Naselja koja pripadaju gradu Šibeniku su: Boraja, Brnjica, Brodarica, Čvrljevo, Danilo, Danilo Biranj, Danilo Kraljice, Donje Polje, Dubrava kod Šibenika, Goriš, Gradina, Grebaštica, Jadrtovac, Kaprije, Konjevrate, Krapanj, Lepenica, Lozovac, Mravnica, Perković, Podine, Radonić, Raslina, Sitno Donje, Slivno, Šibenik, Vrpolje, Vrsno, Zaton, Zlarin, Žaborić i Žirje.

Grad Knin prostire se na površini od 355 km², a ima 11.755 stanovnika. Naselja koja pripadaju gradu Kninu su: Golubić, Knin, Kninsko Polje, Kovačić, Ljubač, Očestovo, Plavno, Polača, Potkonje, Radljevac, Strmica, Vrpolje i Žagrović.

Grad Vodice prostire se na površini od 130,59 km², a ima 8.704 stanovnika. Naselja koja pripadaju gradu Vodicama su: Čista Mala, Čista Velika, Gaćezezi, Grabovci, Prvić Luka, Prvić Šepurine, Srima i Vodice.

Grad Drniš prostire se na površini od 355 km², a ima 6.263 stanovnika. Naselja koja pripadaju gradu Drnišu su: Badanj, Biočić, Bogatić, Brištane, Drinovci, Drniš, Kadina Glavica, Kanjane, Kaočine, Karalić, Ključ, Kričke, Lišnjak, Miočić, Nos Kalik, Pakovo Selo, Parčić, Pokrovnik, Radonić, Sedramić, Siverić, Širitovci, Štikovo, Tepljuh, Trbounje, Velušić i Žitnić.

Grad Skradin prostire se na površini od 186,79 km², a ima 3.349 stanovnika. Naselja koja pripadaju gradu Skradinu su: Bićine, Bratiškovci, Bribir, Cicvare, Dubravice, Gorice, Gračac, Ićevo, Krković, Lađevci, Međare, Piramatovci, Plastovo, Rupe, Skradin, Skradinsko Polje, Sonković, Vaćani, Velika Glava, Žažvić i Ždrapanj.

Općina Tisno prostire se na površini od 67,03 km², a ima 2.917 stanovnika. Naselja koja pripadaju općini Tisno su: Betina, Dazlina, Dubrava kod Tisna, Jezera i Tisno.

Općina Kistanje prostire se na površini od 244,11 km², a ima 2.644 stanovnika. Naselja koja pripadaju općini Kistanje su: Biovičino Selo, Đevrske, Gošić, Ivoševci, Kakanj, Kistanje, Kolašac, Krnjeuve, Modrino Selo, Nunić, Parčić, Smrdelje, Varivode i Zečevo.

Općina Primošten prostire se na površini od 57,18 km², a ima 2.634 stanovnika. Naselja koja pripadaju općini Primošten su: Kruševo, Ložnice, Primošten, Primošten Burnji, Široke, Vadalj i Vezac.

Općina Bilice prostire se na površini od 25,67 km², a ima 2.554 stanovnika. Jedino naselje u općini su Bilice.

Općina Rogoznica prostire se na površini od 70,55 km², a ima 2.142 stanovnika. Naselja koja pripadaju općini Rogoznica su: Dvornica, Jarebinjak, Kanica, Ložnice, Ogļavci, Podglavica, Podorljak, Ražanj, Rogoznica, Sapina Doca, Stivašnica, Zatoglav i Zečevo Rogozničko.

Općina Murter–Kornati prostire se na površini od 81,08 km², a ima 1.943 stanovnika. Naselja koja pripadaju općini Murter-Kornati su: Kornati i Murter.

Općina Pirovac prostire se na površini od 40,97 km², a ima 1.605 stanovnika. Naselja koja pripadaju općini Pirovac su: Kašić, Pirovac i Putičanje.

Općina Tribunj prostire se na površini od 15,15 km², a ima 1.598 stanovnika. Jedino naselje u općini je Tribunj.

Općina Ružić prostire se na površini od 160,28 km², a ima 1.294 stanovnika. Naselja koja pripadaju općini Ružić su: Baljci, Čavoglave, Gradac, Kljake, Mirlović Polje, Moseć, Otavice, Ružić i Umljanović.

Općina Unešić prostire se na površini od 187,45 km², a ima 1.259 stanovnika. Naselja koja pripadaju općini Unešić su: Cera, Čvrljevo, Donje Planjane, Donje Utoře, Donje Vinovo, Gornje Planjane, Gornje Utoře, Gornje Vinovo, Koprno, Ljubostinje, Mirlović Zagora, Nevest, Ostrogašica, Podumci, Unešić i Visoka.

Općina Biskupija prostire se na površini od 133,45 km², a ima 1.174 stanovnika. Naselja koja pripadaju općini Biskupija su: Biskupija, Markovac, Orlić, Ramljane, Riđane, Uzdolje, Vrbnik i Zvjerinac.

Općina Promina prostire se na površini od 133,45 km², a ima 1.174 stanovnika. Naselja koja pripadaju općini Promina su: Bobodol, Bogatić, Čitluk, Lukar, Ljubotić, Matase, Mratovo, Oklaj, Puljane, Razvođe i Suknovci.

Općina Ervenik prostire se na površini od 212,08 km², a ima 816 stanovnika. Naselja koja pripadaju općini Ervenik su: Ervenik, Mokro Polje, Oton, Pađene i Radučić.

Općina Kijevo prostire se na površini od 74,37 km², a ima 280 stanovnika. Jedino naselje u općini je Kijevo.

Općina Cijlpane prostire se na površini od 83,28 km², a ima 171 stanovnika. Naselja koja pripadaju općini Cijljane su: Cetina i Cijljane.

Prema popisu stanovništva iz 2021. godine na području županije je živjelo 96.626 stanovnika, dok je deset godina ranije živjelo 112.891 stanovnika, a 60-ih godina XX stoljeća oko 165.000 stanovnika. Navedeni brojevi ukazuju na znatan stupanj depopulizacije tog područja u posljednjih pedesetak godina. Osnovni razlog depopulizacije u početku je ponajviše iseljavanje stanovništva u inozemstvo i ekonomski razvijenije krajeve Hrvatske zbog ekonomskih razloga, a nakon 90-ih godina prošlog stoljeća iseljavanje zbog domovinskog rata i posljedica proizašlih iz rata, uz smanjeni prirodni prirast tijekom cijelog tog perioda. Uz iseljavanje s područja današnje županije, došlo je i migracije dijela stanovništva unutar županije, najviše s područja otoka i Zagore u urbane sredine i priobalje. Danas je stoga izrazito nejednaka distribucija stanovništva na prostoru županije. Gotovo 40% stanovnika županije živi u samom Šibeniku (42.589), a velika većina stanovnika osim u Šibeniku živi u priobalnom i neposredno zaobalnom dijelu županije. Područje grada Knina (11.775) s okolicom nešto je naseljenije od područja grada Drniša (6.263) s okolicom. Otoci su također slabo naseljeni ili većinom nenaseljeni, s izuzetkom otoka Murtera koji je mostom povezan s kopnom pa ga demografski zapravo možemo ubrojiti u obalno područje.

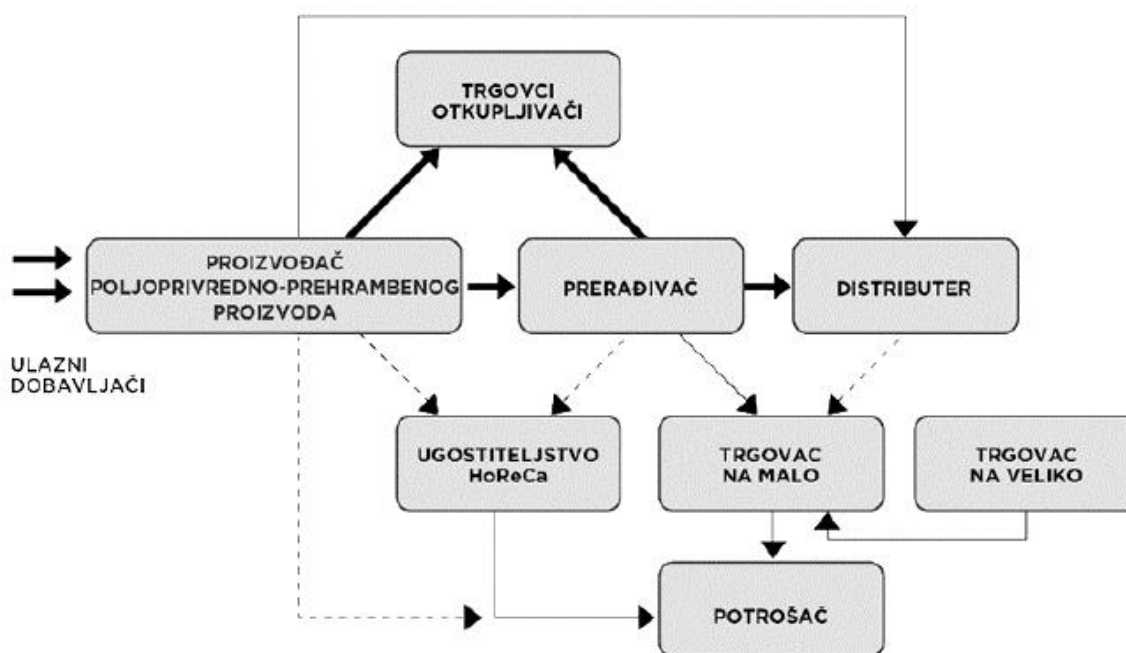
Najviše stanovnika Šibensko-kninske županije radi u tercijarnom sektoru, zatim u primarnom, a najmanje u sekundarnom. Od primarnih djelatnosti najzastupljenija je poljoprivredna proizvodnja. Od sekundarnih djelatnosti najzastupljenije su ekstrakcija kamena, prehrambena industrija, industrija alkoholnih proizvoda, kemijska i metalna industrija, prerada plastike,

građevinska industrija, brodogradnja, recikliranje proizvoda i hidroenergetika. Osim većeg broja već ranije postojećih pravnih gospodarskih subjekata koji manje ili više uspješno posluju u trenutnim gospodarskim okolnostima, u posljednje vrijeme osniva se sve više poduzetničkih zona, koje su zamišljene kao daljnji zamašnjak razvoja gospodarstva županije, koje je trenutno u blagom porastu nakon znatnog pada uzrokovanog ratnim posljedicama i tranzicijskim problemima. Od tercijarnih djelatnosti najveći doprinos daje turizam, koji je najrazvijeniji u priobalnom i otočnom dijelu županije, no posljednjih godina primjećuje se znatan razvoj turističkih aktivnosti i u Zagori.

2. Lokalno i kratki lanci opskrbe hranom

Lokalno se smatra najmanjom jedinicom za opisivanje podrijetla nekog poljoprivredno - prehrambenog proizvoda te obično podrazumijeva izravnu vezu između proizvođača i potrošača ili barem podrazumijeva to da kupac osobno poznaje mjesto gdje se hrana proizvodi. Pojam lokalno najčešće je definiran udaljenošću mjesta proizvodnje od mjesta prodaje, no ta udaljenost može varirati i uvelike ovisi o pojedinom području. Primjerice, u krugu od 30 kilometara od poljoprivrednog gospodarstva u gusto naseljenim prigradskim područjima obično živi dovoljno potencijalnih kupaca za plasman lokalnih proizvoda. S druge strane, u slabo naseljenim područjima u istih se 30 kilometara često nalazi tek nekoliko susjednih gospodarstava. Opisujući podrijetlo hrane, kupci u većini slučajeva razlikuju pojmove lokalno i regionalno. Pojam regionalno se često koristi za promociju prehrambenih proizvoda kupcima iz drugih područja ili posjetiteljima i turistima koji u tom području borave. Pojam lokalno posebice u manjim državama članicama, često se odnosi na bilo koji prehrambeni proizvod proizveden u određenoj državi. Razvoj lokalnih i regionalnih mreža u posljednjem desetljeću potaknuo je redefiniranje pojmova lokalno i regionalno. Stoga oni danas podrazumijevaju i mnoge elemente koji tek nastaju: od izravne prodaje na gospodarstvima, seljačkih tržnica i dućana na poljoprivrednim gospodarstvima do internetske kupovine, zajedničke pripreme i dostave hrane za različita događanja i distribucije proizvoda u supermarketima. U supermarketima mnogi se više ne oslanjaju na izravni kontakt proizvođača i kupaca. U tom smislu, pri definiranju lokalnih prehrambenih mreža i kratkih lanaca opskrbe više se ne vodi računa samo o udaljenosti između mjesta proizvodnje i prodaje proizvoda nego i o broju posrednika u lancu opskrbe, koji se nastoji svesti na najmanji mogući broj – najkraća mogućnost je izravna kupnja od proizvođača. Drugim riječima, kratki lanac opskrbe znači smanjenje broja posrednika potrebnih da bi se krajnjem kupcu isporučio konačni proizvod. Što je lanac opskrbe kraći, lakše je zadržati i istaknuti autentičnost i

izvornost prehrambenih proizvoda u pogledu njihove kulturne prepoznatljivosti, tradicionalnih načina proizvodnje i podrijetla sastojaka. Unatoč takvom širokom razumijevanju lokalnih prehrambenih mreža i kratkih lanaca opskrbe, ne postoji njihovo jedinstveno određenje primjenjivo u svim državama članicama. To je dijelom rezultat raznolikosti europskih regija i kratkih lanaca opskrbe koji su se u njima razvili. Neke su ih države međutim uspjele formalno definirati.



Slika1: Ključni sudionici u lancu opskrbe hranom

Izvor: Gajdić (2019)

U Francuskoj su to primjerice sustavi s jednim ili manjim brojem posrednika. S druge strane, talijanskim zakonima definirana je i uređena izravna prodaja. Iako se kratki lanci opskrbe određuju prema višestrukim kriterijima, osnovna načela koja moraju zadovoljiti su ista:

- 1) što kraća udaljenost između proizvođača i potrošača;
- 2) što manje posrednika;
- 3) što intenzivnija komunikacija između proizvođača i potrošača, jer priča vezana uz pojedini proizvod dodaje vrijednost kupljenoj robi te razvija dugoročnu sklonost kupnji upravo tog proizvoda.

Do sada su razni projekti na području EU provedeni s ciljem klasifikacije lokalnih prehrambenih sustava i kratkih opskrbnih lanaca. Za potrebe izrade dokumenta EK „Mišljenje

o sustavima lokalne proizvodnje hrane“ napravljena je studija koju je izradio Zajednički istraživački centar Instituta za istraživanje tehnologija budućnosti (*Institute for Prospective Technological Studies, IPTS*), u kojoj se uspoređuju i analiziraju društveno-gospodarski učinci kratkih lanaca opskrbe hrane u Europskoj uniji. Rezultati istraživanja dijele lokalne prehrambene sustave na tri vrste:

1. Izravnu prodaju koju obavljaju pojedinci
2. Zajedničku izravnu prodaju
3. Partnerstva

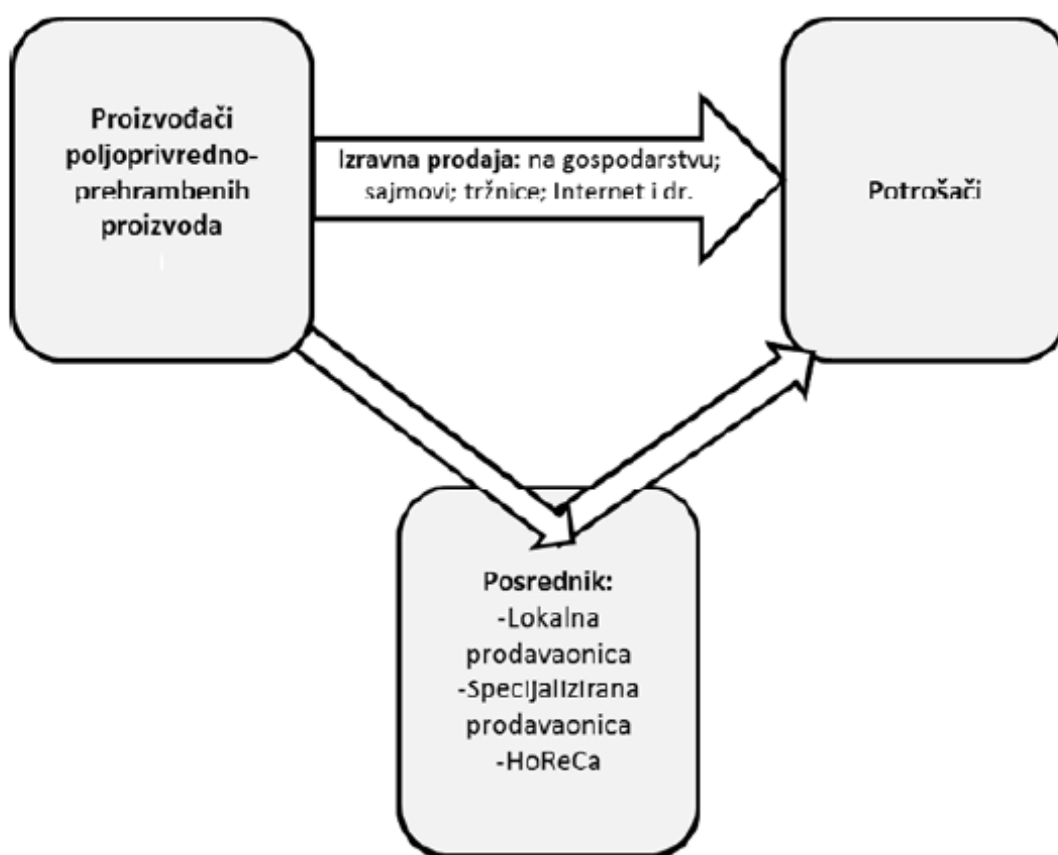
Ova jednostavna klasifikacija omogućuje sustavniju analizu različitih oblika lokalnih prehrambenih sustava i kratkih lanaca opskrbe. Izravna prodaja koju obavljaju pojedinci najjednostavniji je oblik kratkih opskrbnih lanaca koji uključuje izravni odnos između poljoprivrednika i kupca. Brojni su primjeri tog jednostavnog (ali učinkovitog) načina plasmana proizvoda. Poljoprivredni proizvođači mogu na svom gospodarstvu otvoriti trgovinu ili neki drugi oblik prodajnog mjesta i tako privući potrošače. Izravna prodaja moguća je i izvan poljoprivrednog gospodarstva – primjerice na seljačkoj tržnici – a proizvođači mogu, da bi pospješili prodaju svojih proizvoda, u ponudu uključiti i proizvode drugih proizvođača. Učinkovit način izravne prodaje, posebice u prigradskim i gradskim područjima, jest i dostava u kuće (sistem naručenih košarica ili kutija) u sklopu koje seljak dogovorenu količinu odabranih proizvoda dostavlja u domove kupaca.

Sve veća prisutnost pojma kratki lanci opskrbe u hrvatskim javnim politikama i s njima povezanim dokumentima u skladu je s trendovima zemalja članica i okruženja. Kratki lanci opskrbe hranom 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.

Kratki opskrbni lanci hranom pružaju pouzdanu zamjenu za konvencionalne opskrbne lance, jer hrana odražava obilježja „lokalnog“, „prirodnog“, „zdravog“ i „pouzdanog“. Riječi kao što su „kvaliteta“, „održivo“ i „tradicionalno“ karakteriziraju alternativne mreže hrane (*engl. Alternative Food Networks AFN*), označavajući malu i specijaliziranu proizvodnju (Maye & Kirwan, 2010).

Temeljna obilježja kratkih opskrbnih lanaca hranom uključuju sljedeće: proizvodi koji prolaze kroz kratke opskrbne lance obično su definirani lokalitetom, regijom ili od strane određenog

proizvođača; udaljenost između primarnog proizvođača i krajnjeg potrošača je smanjena; potrošaču su lako dostupne informacije o načinu proizvodnje, podrijetlu proizvoda i specifičnoj kvaliteti proizvoda. Jedna od glavnih značajki kratkih opskrbnih lanaca je njihova sposobnost da „preraspodijele“ lokalno proizvedenu hranu, kroz „bliže“ i „autentičnije“ odnose između proizvođača i potrošača, omogućujući potrošaču da donese vlastitu procjenu vrijednosti o relativnoj poželjnosti prehrambenih proizvoda temeljem vlastitog znanja, iskustva ili zapažanja. (Marsden et al., 2000.; Renting et al., 2003.; Hallett, 2012., Chiffolleau, Millet-Amrani & Canard, 2016.; Schmutz, Kneafsey, Sarrouy Kay, Doernberg & Zasada, 2017.).



Slika 2: Kratki lanci opskrbe hranom (s jednim ili bez posrednika)

Izvor: Gajdić, 2019

2.1. Nedostatci kratkih lanaca opskrbe

Općenito, Hrvatska poljoprivreda pati od nedostatka vertikalne integracije poljoprivrednih proizvođača dok poljoprivredna infrastruktura poput skladišnih i rashladnih kapaciteta, kao i distribucijski centri nedostaju i nejednako su raspoređeni na regionalnoj razini. Prema

istraživanju iz 2021. godine (Bokan) među prepreke razvoju kratkih lanaca opskrbe, najveći broj proizvođača u anketnom istraživanju naveo je nedostatak infrastrukture, skladišta, hladnjača i slično. Nadalje, kao prepreku navode i nemogućnost plasiranja viška proizvoda u ljetnoj sezoni kada većina kupaca odlazi na godišnje odmore, a urod je najobilniji. Kratki lanci opskrbe, po mišljenju proizvođača zahtijevaju puno dodatnog vremena i rada potrebnog za pripremu i pakiranje narudžbi, komunikaciju i organizaciju. Samo pokretanje kratkog lanca traži kreativnost i organizacijske vještine te je zahtjevnost pokretanja kratkog lanca prepreka kao i nemogućnost dobivanja jasne informacije od institucija. Proizvođači imaju problem s osiguravanjem dovoljnih količina naručenih proizvoda, posebno u opskrbi većih potrošača kao što su kuhinje javnih ustanova. Da bi se poslovanje unutar kratkih lanaca opskrbe unaprijedilo, po mišljenju ispitanih proizvođača potrebno je prvenstveno educirati kupce i promovirati kratke lance opskrbe hranom. Također, institucionalna podrška može značajno doprinijeti radu i širenju kratkih lanaca opskrbe.

Unaprjeđenje i pokretanje lokalnih distribucijskih centara, posebno distribucijskih centara specijaliziranih za ekološku proizvodnju je od presudne važnosti. 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. Proizvođači smatraju i da je potrebna i dodatna edukacija proizvođača, a jednako toliko važno je i kreiranje jasnijih zakonskih okvira. Proizvođačima su potrebne i subvencionirane cestarine što bi smanjilo cijenu dostave proizvoda krajnjem korisniku, te pokretanje jedinstvene javne digitalne platforme prilagođene opskrbi javnih ustanova i institucija.

Iz navedenog opsežnog istraživanja zaključujemo 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. Od iznimne je važnosti kreirati i jasne zakonodavne okvire koji bi uzeli u obzir lokalne posebnosti Hrvatske te prepoznali raznolike oblike udruživanja i njihovih specifičnih potreba. Proizvođači su za pristupanje kratkim lancima opskrbe motivirani postizanjem povoljnijeg statusa i željom za udruživanjem.

2.2. Prednosti kratkih lanaca opskrbe

Prednosti kratkih lanaca opskrbe u suvremenom pristupu ogledaju se u udruživanju proizvođača s drugim proizvođačima kako bi postali konkurentniji količinama na tržištu. Udruživanjem smanjuju troškove promocije i razvijaju zajedničku promociju. Proizvođač eliminira posrednike poput skladištenja, transporta od proizvodnje do kupca, distributera (veletrgovinu, maloprodaju). Udruživanjem i pristupanjem kratkom lancu opskrbe proizvođači imaju mogućnost organiziranja i trženja on-line prodajom. Proizvođač može smanjiti logističke troškove na stavci skladištenja zaliha gotovih proizvoda, transporta i distribucije na razini otprilike 60% ukupnih logističkih troškova. Jedna od prednosti je i da proizvođač ima neposredni kontakt s kupcem što mu omogućuje dobivanje povratne informacije o stupnju njegova zadovoljstva ili nezadovoljstva kvalitetom proizvoda. Skraćuje se vrijeme od berbe do isporuke potrošaču. Obzirom na blizinu i brzinu isporuke, u trenutku isporuke proizvoda kupcu proizvod je zadržao sve organoleptičke karakteristike i razinu kvalitete. U kratkom lancu opskrbe proizvođač ima zatvoren ciklus od nabave sirovina i proizvodnje do isporuke krajnjem kupcu. Još jedna od važnih prednosti kratkih lanaca opskrbe je i mogućnost samozapošljavanja proizvođača poljoprivredno – prehrambenih proizvoda.

3. Analiza ključnih/relevantnih dokumenata koji definiraju okvire djelovanja

Rezolucijom Europskog Parlamenta koja je usvojena u lipnju 2016. godine požurivalo se Europsku Komisiju na pripremu formalnih prijedloga protiv nepoštenih trgovačkih praksi, a sve u svrhu osiguranja poštenih zarada za poljoprivrednike i boljih izbora za potrošače. Obzirom da prehrambeni lanci povezuju tri sektora: poljoprivredni, prehrambeno-prerađivački i distribucijski, odnosno da je uključen veći broj različitih dionika, te da su neki od njih dio malog i srednjeg, a neki velikog gospodarstva što za rezultat ima značajne neravnoteže u pregovaračkoj moći unutar lanaca, a koje mogu rezultirati nepoštenim trgovačkim praksama.

Općenito, smatra se da kratki lanci opskrbe hranom uključuju minimalan broj posrednika (ili čak niti jednog u slučaju izravne prodaje). U članku 2. EU Regulative 1305/2013 (Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj) definirano se govori da su kratki lanci opskrbe oni koji uključuju ograničen broj ekonomskih dionika potrebnih za suradnju i lokalni ekonomski razvoj te bliske zemljopisne i socijalne veze između proizvođača, prerađivača i potrošača. Na ovu definiciju nadopunjuje se i članak 11.

Delegirane regulative 807/2014 koji govori o „podršci uspostavljanju i razvoju kratkih lanaca opskrbe hranom koji podrazumijevaju ne više od jednog posrednika između proizvođača i potrošača“.

Prema „Akcijskom planu promoviranja i jačanja kratkih lanaca u opskrbi hranom ustanova iz javnog sektora za razdoblje 2019. i 2020. godine“ od Vlade Republike Hrvatske definiranje lokalnih sustava hranom je kompleksnije od definiranja kratkih lanaca opskrbe. Delegirana regulativa 807/2014 upućuje da će zemlje članice EU unutar svojih operativnih programa same definirati lokalna tržišta pogodna za korištenje Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj.

Moguću definiciju lokalnog daje „Zajednički istraživački centar“ u 2013. godini koji navodi da „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.

Uredbom (EU) br. 1305/2013 Europskog parlamenta i Vijeća o potpori ruralnom razvoju iz Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj je zajedničkom poljoprivrednom politikom Europske unije za proteklo razdoblje 2014.-2020. valorizirala kratke lance opskrbe kao jedan od prioriteta ruralnog razvoja. Naglasak je stavljen na udruživanje proizvođača te povezivanje s drugim strukama. Članak 5, stavka 3., ovaj prioritet opisuje kao: "promicanje organizacije lanca opskrbe hranom, uključujući preradu i plasiranje poljoprivrednih proizvoda na tržište, dobrobit životinja te upravljanje rizikom u poljoprivredi“.

Naglasak je na poboljšanju 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). Mogućnost za financiranje razvoja kratkih lanaca opskrbe otvorena je kroz tematske potprograme. Prijedlog novog nacrtu Zajedničke poljoprivredne politike za naredno razdoblje (2020.-2030.) Europske Komisije kratke lance opskrbe vrednuje se u jednom od devet specifičnih ciljeva koje postavlja: položaj poljoprivrednika u vrijednosnim lancima.

Republika Hrvatska je 2017. godine donijela je Zakon o javnoj nabavi (NN 120/16),

prema kojem temeljem članka 284. svi javni naručitelji hrane za svoje kuhinje – u školama i vrtićima, bolnicama, vojarnama, učeničkim, dječjim i staračkim domovima te ostali više ne bi najnižu cijenu dobavljača trebali uzimati kao najvažniji kriterij, već i tzv. KLO. Ovim Zakonom trebaju se vrednovati ponude koje znače i što kraći put hrane, od proizvodnje do stola, u svrhu smanjenja transportnih troškova što vodi i smanjenju zagađenja okoliša, dok bi na stolove stizali svježiji i kvalitetniji poljoprivredno – prehrambeni proizvodi. Na ovaj način indirektno se daje prednost malim, lokalnim proizvođačima, obiteljskim gospodarstvima, osobito onima sa proizvodnjom i skladištenjem u blizini škola, vrtića, bolnica i dr. Na pragu donošenja ovoga Zakona, u listopadu 2018. godine osnovan je i prvi KLO u Hrvatskoj.

Glavni kriteriji koje i Europska komisija promovira kroz poticanje društveno odgovorne javne nabave je veća razina društvene odgovornosti prilikom proizvodnog procesa i manji ukupni troškovi. Ovim Zakonom o javnoj nabavi (NN 120/16) i kriterijima koji su izrađeni temeljem tog zakona, Hrvatska se pridružila klubu od 17 država članica EU-a koje već primjenjuju praksu KLO.

Analiza stanja hrvatskog poljoprivredno – prehrambenog sektora 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 8.138€ više dodane vrijednosti na farmi od poljoprivrednika koji se oslanjaju na duže opskrbne lance. U posljednje vrijeme u Hrvatskoj su pokrenute razne privatne i javne inicijative za potporu uspostavljanju kratkih lanaca opskrbe. Primjeri takvih inicijativa uključuju platformu e-trgovine (trznica.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).

Razvoj kratkih lanaca opskrbe spominje se u Programu ruralnog razvoja za razdoblje 2014.-2020. kao potreba za organiziranjem proizvođača i osnaživanjem njihove pozicije na tržištu (Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj 2014). Mjerama financiranja iz navedenog Programa planirano je bilo poticanje razvoja radnih grupa u svrhu razvijanja kratkih lanaca opskrbe. Istraživanjem ove Mjere iz Programa Bokan (2021) je utvrdila da su planirane radionice trebale prenijeti temeljna znanja za

ustupostavljanje organizacije proizvođača, modela proizvodnje, distribucije i potrošnje u kratkim lancima opskrbe, logistiku, marketing, inovativne prakse i razvoj sustava kvalitete dok je razvoj kratkih lanaca opskrbe prepoznat je kao mjera smanjivanja emisija CO₂ boljim organiziranjem logistike, manjoj potrebi za prevoženjem proizvoda i na kraće udaljenosti. Natječaj za tu mjeru (16.4) raspisan je tek jednom, na samom kraju programskog razdoblja.

Institucionalna podrška ima važnu ulogu u razvijanju potrebne infrastrukture za provođenje edukacijskih i savjetodavnih aktivnosti za razvoj kratkih lanaca opskrbe bilo kroz aktivnosti institucija ili financiranje raznih oblika udruženja proizvođača i kupaca. Važno je kreirati jasne zakonodavne okvire koji bi uzeli u obzir lokalne posebnosti Hrvatske te prepoznali raznolike oblike udruživanja i njihovih specifičnih potreba.

4. Analiza postojećih i mogućih izvora financiranja

Brojni primjeri iz prakse u drugim državama, EU članicama, ukazuju na važnost građenja partnerstva među ključnim dionicima, te važnosti integriranog i cjelovitog pristupa za razvoj poljoprivrednog sektora uz potrebne resurse za provedbu aktivnosti što su osnovni čimbenici neophodni su za razvoj sektora. Strateškim pristupom najbolje se koriste raspoloživi resursi sektora u cilju organizacije i jačanja niza poslovnih aktivnosti koje kad se provedu, zajedno doprinose dugoročnom održivom razvoju ruralnih područja. Prilikom izrade strategije važno je da dionici definiraju potrebe i mogućnosti sektora, dogovaraju akcije koje je potrebno poduzeti zatim raspoređuju dostupna sredstva za predviđene aktivnosti i naposljetku prate njihov napredak. Nije se u svim državama članicama sektor poljoprivrede i KLO odvijao jednakom planiranom brzinom, ali to sudionike sektora nije obeshrabrilo. Primjeri strateškog pristupa u razvoju KLO ukazuju da ondje gdje im se strateški pristupilo, sektor je doživio pozitivan rast. U pozitivnom političkom i zakonodavnom okruženju pokazali su se i uspješni primjeri koji su potaknuli i druge dionike na uključivanje.

Iznimno važan dokument, „Strategija hrvatske poljoprivrede 2020.-2030.: Više od farme“, kreirana je u kolaboraciji Ministarstva poljoprivrede Republike Hrvatske i Svjetske banke. Iscrpne analize sektora poljoprivrede čiji rezultati se nalaze u Strategiji kao vizija razvoja hrvatskog sela u narednom razdoblju oblikuju stratešku viziju hrvatske poljoprivrede kroz četiri najvažnija 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: Jačanjem povezanost poljoprivredno - prehrambenog sektora sa samim tržištem, što uključuje okrupnjavanje ponude proizvoda i usluga. 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.

Kako to vidi Bokan (2021) poticat će se uspostava boljih veza između proizvođača, domaćih kupaca i finansijskih 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 okviru te aktivnosti, intervencija C.1. glasi: „Poticanje produktivnog partnerstva među proizvođačima i kupcima u kratkim opskrbnim lancima“. Naglasak je stavljen na boljoj organiziranosti samih proizvođača i njihovom direktnom povezivanju s kupcima, naglašavajući sa sektorom turizma i ugostiteljstva. Ovaj naglasak je u sprezi i sa drugim ciljevima: razvoj standarda kvalitete te digitalne tehnologije poput marketinških platformi; razvoj distribucijskih sustava bez zalihe (sustavi *just-in-time*); poboljšanim brendiranjem i pakiranjem; te naposljetku vrednovanjem ostataka i praćenjem tokova otpada. Prednost koja je prepoznata je suradnja i na svim razinama unutar samoga opskrbnog lanca. Bez izravnog naglašavanja, iza svih strateških ciljeva nalaze se ljudi i lokalne zajednice koje kao generator razvoja. Navodi se da bolja horizontalna i vertikalna integracija je moguća samo unaprjeđenjem realnih društvenih mreža i odnosa na lokalnoj razini koji mogu biti snažni pokretači promjena.

5. Analiza poljoprivrednih resursa i poljoprivredne proizvodnje u šibensko – kninskoj županiji

Za poljoprivredu, kao gospodarsku djelatnost može se reći da nije razvijena u skladu sa prostornim i ostalim mogućnostima, iako se posljednjih godina poljoprivredno zemljište zauzima oko 60% površine Šibensko-kninske županije, od toga oko $\frac{3}{4}$ (134.875 ha) otpada na livade i pašnjake, a oko $\frac{1}{4}$ (44.011 ha) na obradive površine. S obzirom na klimatske, pedološke i reljefne razlike različitih prostornih dijelova županije (otoci, priobalje s neposrednim zaobaljem i zaobalje (Zagora)) razlikuje se i struktura poljoprivredne proizvodnje unutar županije. Na otocima i u priobalju prevladava uzgoj maslina i vinove loze, a u manjem obimu može se naći i uzgoj ostalih voćnih kultura prilagođenih na uvjete sredozemne klime, kao i povrtnih kultura na manjim površinama i u malim količinama. Također je razvijeno i ribogojstvo, kao i ribarstvo. U krškim poljima koja se mogu pronaći najviše u zagorskom dijelu županije, ali u manjem broju i u neposrednom zaobalju uzgajaju se ponajviše krumpiri, rajčice, kukuruz, pšenica, ječam, zob i brojne druge voćarske, povrtlarske i ratarske kulture. U središnjem i sjevernom dijelu županije, uglavnom u podnožju i na obroncima planina ljudi se, najčešće ne u većem obimu, bave stočarstvom. Oranice, pašnjaci i prirodni travnjaci su više-manje ravnomjerno raspoređeni na cijelom području županije. Najveći dio poljoprivredne proizvodnje odvija se putem OPG-ova.

Šibensko – kninska županija u ukupnoj bruto dodanoj vrijednosti na nacionalnoj razini sudjeluje sa 2%. Djelatnost poljoprivrede, šumarstva i ribarstva u ukupnoj bruto dodanoj vrijednosti (BDV) u čitavoj Republici Hrvatskoj sudjelovala je 2021. godini (DZS, 2022) s udjelom od 3,6%, dok je na području Šibensko – kninske županije bila niža od nacionalne i sudjelovala sa 1,5% u BDV. Ovaj podatak ukazuje da je poljoprivreda na području Županije slabije razvijena u odnosu na prosjek Republike Hrvatske. Ovakav izuzetno nizak udjel poljoprivrede, šumarstva i ribarstva u županijskom BDV-u pretpostavlja da se ove djelatnosti očigledno susreću s nemalim problemima kako u samoj proizvodnji tako i prilikom plasmana poljoprivredno – prehrambenih proizvoda na tržište. Najviši udio u BDV Šibensko – kninske županije sa 25,3% odnosi se na trgovinu, prijevoz i usluživanje hrane, za što je najzaslužnija orijentacija gospodarstva na turizam, što je bila jedna od smjernica prošle Strategije razvoja ŠKŽ 2016-2020.

Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo reprezentativne su djelatnosti primarnog sektora te se smatraju jednim od temelja gospodarstva sve do danas.

Kako je u prijašnjim poglavljima navedeno, s obzirom na klimatske (mikroklimatske) i pedološke (reljefne) predispozicije, područje Šibensko-kninske županije pogodno je za diversifikaciju poljoprivredne proizvodnje, kao što su vinogradarstvo, voćarstvo, povrtlarstvo i tradicionalno stočarstvo.

U Šibensko-kninskoj županiji prema službenim podacima Agencije za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju u 2021. godini bilo je registrirano ukupno 4.820 poljoprivrednih gospodarstava, što je smanjenje od 12,1% (5.490) u odnosu na 2020. godinu, te smanjenje od 13% (5.538) u odnosu na 2016. godinu. U 2021. godini registrirano poljoprivredna gospodarstva u Šibensko – kninskoj županiji sudjelovala su sa 3,05% u ukupnom broju (158.027) poljoprivrednih gospodarstava u čitavoj Republici Hrvatskoj. Od ukupno registriranih poljoprivrednih gospodarstava najzastupljenija su obiteljska gospodarstva.

U Šibensko-kninskoj županiji u 2021. godini (APPRRR, 2022) najveći udio površina poljoprivrednog zemljišta zauzimali su krški pašnjaci sa 61,6% (15.610 ha) što je povećanje od 17,9% u odnosu na 2020. godinu (43,7%). Nakon krških pašnjaka najviši udio 20,6% (5.229 ha) u površinama poljoprivrednog zemljišta u Šibensko-kninskoj županiji odnosio se na oranice i livade, gdje primjećujemo smanjenje od 10,3% u odnosu na 2020. godinu. Na trećem mjestu nalaze se maslinici 9,8% (2.470 ha), zatim vinogradi 3,5% (877 ha). Na voćne nasade obradivog poljoprivrednog zemljišta Šibensko – kninske županije u 2021. godini otpadalo je 1,65% zemljišta (419 ha), dok su mješoviti višegodišnji nasadi sudjelovali sa 1,75% (445 ha). Iznimno mala površina od svega 3,6 ha (0,01 %) je pod staklenicima u županiji. Prema službenim podacima, u 2021. godini nema niti jedne površine prijavljene kao rasadnik ili matični nasad loznih cijepova i plemki. Navedene površine poljoprivrednog zemljišta zabilježene su na 43.803 ARKOD parcele, što ukazuje kako je prosječna veličina površina ARKOD parcela u Županiji iznosila 0,57 ha u 2021. godini. Ova prosječna veličina površina parcela je niža od nacionalnog prosjeka od 0,84 ha po parceli. Ovaj podatak o usitnjenosti poljoprivrednih parcela na razini Šibensko – kninske županije ukazuje na veličinu proizvodnje i njenu rascjepkanost.

Prema dostupnim podacima o prostornoj distribuciji različitih vrsta poljoprivrednih površina na području županije vidljivo je kako su prilično ravnomjerno rasprostranjene oranice, pašnjaci i prirodni travnjaci (u zaobalnom dijelu), dok s druge strane u priobalnom pojasu (najviše sjevernom dijelu) su koncentrirani vinogradi i maslinici. Obzirom na navedeno, priobalno područje županije je i najznačajnije s aspekta proizvodnje vina i maslinovih ulja, dok je u zaobalnom dijelu zastupljenija stočarska proizvodnja.

Tablica 1. Podaci o ARKOD parcelama prikazani prema vrsti uporabe poljoprivrednog zemljišta na području ŠKŽ za 2021. godinu

KLASIFIKACIJA ZEMLJIŠTA	Površina ARKOD parcela (ha)	Br. ARKOD Parcela
Oranice	1.874,17	5.519
Staklenici na oranici	3,58	76
Livade	3.355,01	8.203
Pašnjaci	0	0
Krški pašnjaci	15.609,82	9.784
Vinogradi	876,82	2.812
Iskrčeni vinogradi	2,27	10
Maslinici	2.470,1	13.296
Voćnjak	418,72	1.315
Rasadnici	0	0
Matični nasadi loznih cijepova i plemki	0	0
Mješoviti i višegodišnji nasadi	445,25	2.249
Ostale vrste uporabe zemljišta	18,77	12
Privremeno neodržavana parcela	249,41	527
UKUPNO	25.323,92	43.803

Izvor: prilagođeni prikaz autora; Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju 2022.

Iz podataka Agencije za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju u 2020. godini prema strukturi domaćih životinja na području Županije najveći udio odnosio se na uzgoj ovaca, koza i goveda (78,9%). Ovaj podatak je u skladu i s rasprostranjenosti oranica, pašnjaka i prirodnih travnjaka u zaobalnom dijelu županije i biološkom osnovom koja omogućuje intenzivniji uzgoj ovih vrsta u odnosu na neke druge. Prema „Nacrtu plana razvoj Šibensko – kninske županije za razdoblje 2021-2027“ mljekarstvo na lokalnoj razini već dugi niz godina susreće sa smanjenjem broja proizvođača i količine proizvedenog mlijeka.

Tablica 2. Podaci o ARKOD parcelama s obzirom na ukupnu površinu ARKOD parcela (ha) poljoprivrednika

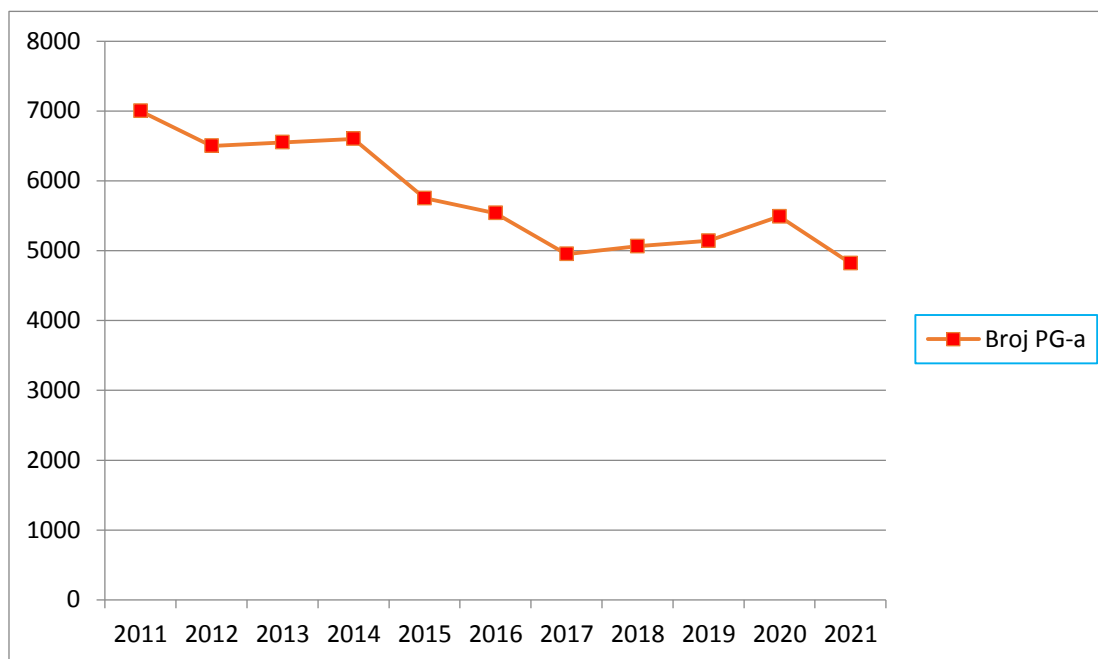
Veličina površina (ha)	Broj PG-a	Broj ARKOD parcela	Površina (ha)
< 3	3.872	22.807	4.097,43
≥3 i <20	728	11.201	4.803,2
≥20 i <100	180	5136	7.852,4
≥100 i <1.500	40	2.257	8.705,69
≥1.500	0	0	0
UKUPNO	4.820	41.401	25.458,72

Izvor: prilagođeni prikaz autora; Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju 2022.

Od 2015. godine naziv „Driški pršut“ zaštićen je oznakom zemljopisnog podrijetla u Republici Hrvatskoj, a zatim je upisan i u registar zaštićenih oznaka izvornosti i zaštićenih oznaka zemljopisnog podrijetla na europskoj razini prema „Provedbenoj uredbi komisije (EU) 2015/2268“ od 24. studenoga 2015. godine. Ovaj suhomesnati proizvod ekstra kvalitete postao je prepoznatljiv zbog tradicije proizvodnje, zatim i specifične mikroklimе u dijelu Šibensko – kninske županije. Ovaj pršut je jedan od najcjenjenijih i prepoznatljivijih mesnih proizvoda ovog kraja, ne samo na lokalnoj i nacionalnoj razini, već i međunarodnoj. Nažalost prema terenskim podacima i razgovoru s proizvođačima pršuta ovoga kraja, osim više cijene zbog oznake i zaštićenog naziva, ogledaju se i problemi u proizvodnji obzirom na sve manje postojanje sirovine (svinja) koja se u najvećoj mjeri uvozi.

Ekološka poljoprivredna proizvodnja na području Šibensko-kninske županije u posljednjih 5 godina bilježi trend povećanja. U promatranom razdoblju u 2021. godini zabilježene su najviše površine (5.704 ha) u ekološkoj poljoprivrednoj proizvodnji, dok su najniže bile 2018. godine (2.045 ha). Također 2020. godine zabilježen je i izniman porast ekoloških proizvođača od 55,7% u odnosu na 2016. godinu. Razlog za ovoliko povećanje je veći iznos subvencija iz Mjera Programa ruralnog razvoja 2016-2020 za RH u odnosu na konvencionalnu proizvodnju, te poticaja iz Županijskih programa potpora poljoprivredi. Ekološka poljoprivreda i ekološki poljoprivredno – prehrambeni proizvodi su za sada neiskorišteni potencijal poljoprivrede Županije, obzirom na rasprostranjenost i

„netaknutost“ oranica, pašnjaka i prirodnih travnjaka posebice u zaobalnom dijelu Županije.



Slika 3: Broj poljoprivrednih gospodarstava u Šibensko – kninskoj županiji od 2011. – 2021. godine

Izvor: kalkulacije autora prema DZS; APPRRR; MP

Veoma važan čimbenik koji utječe na poljoprivredu kao djelatnost je i dobna struktura poljoprivrednika. Kako u zemljama u okruženju, tako i u Republici Hrvatskoj starije stanovništvo u većini slučajeva se slabije snalazi u uvjetima uvođenja novih tehnoloških i informacijskih rješenja za postojeći način obrade zemljišta, proizvodnje dobara, korištenje resursa, dok se ujedno mali broj mlađih ljudi odlučuje na bavljenje poljoprivredom. Dobna struktura poljoprivrednika imati će veliki će utjecaj na budućnost razvoja poljoprivrede.

Na razini Republike Hrvatske prema podacima iz 2016. godine proglašeno je alarmantno stanje zbog dobne strukture nositelja poljoprivrednih gospodarstava koje je pokazalo da više od trećine njih (35,3%) bilo starije od 65 godina (Verović, 2018). Istovremeno je mlađih od 40 godina bilo svega 10,5 % (APPRRR, 2017). Na razini Šibensko-kninske županije podaci su te 2016. godine bili još porazniji obzirom daje najveći udio nositelja poljoprivrednih gospodarstava bio starijih od 65 godina (48,8%) dok je istovremeno na području Županije bio prisutan drugi najniži udio nositelja poljoprivrednih gospodarstava mlađih od 40 godina (svega 5,8%) (APPRRR, 2017).

Tablica 3. Površine ekološkog korištenoga poljoprivrednog zemljišta (ha) po kategorijama u Šibensko – kninskoj županiji 2016. – 2021.

Vrsta zemljišta	Godine					
	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Oranice i vrtovi (ha)	83	110	82	160	189	587
Trajni travnjaci (ha)	3.391	1923	1.691	2.281	2.314	4.581
Trajni nasadi (ha)	220	217	272	374	579	536
Ukupno (ha)	3.694	2.250	2.045	2.815	3.082	5.704

Izvor: kalkulacije autora prema DZS, 2022.

Gledajući dobnu strukturu nositelja poljoprivrednih gospodarstava u Šibensko-kninskoj županiji (APPRRR, 2021) u 2020. godini, stariji od 65 godina sudjelovali su sa više od polovice svih nositelja poljoprivrednih gospodarstava (54,5%) što je nastavak negativnog i poražavajućeg trenda još od 2016. godine. Prati ga i negativan trend sa niskim udjelom nositelja poljoprivrednih gospodarstava koji su mlađi od 41 godinu (8,1%). Obrazovna struktura nositelja poljoprivrednih gospodarstava u Šibensko-kninskoj županiji prema službenim podacima je da ih je 35,5% sa završenom srednjom školom, zatim 12,5% ima osnovno školsko obrazovanje, 7,7% nema završenu osnovnu naobrazbu dok je visoko obrazovanih 7,3% u županiji.

5.1. Zaštićena područja u ŠKŽ

Prema Zakonu o zaštiti prirode zaštićeno područje je definirano kao geografski jasno određen prostor koji je namijenjen zaštiti prirode i kojim se upravlja radi dugoročnog očuvanja prirode i pratećih usluga ekološkog sustava. Na području Šibensko-kninske županije nalazi se ukupno 13 zaštićenih područja koji su razvrstani u 4 kategorije zaštićenosti. Zaštićena područja zauzimaju 28,6% ukupne površine županije (od toga kopneni dio 20,13%), što je znatno više nego na razini države, koja ima udio od 15,6%

zaštićenih područja (od toga 14,5% kopnenog dijela).

Kategorija zaštićenog područja prirode	Naziv	Godina proglašenja	Ukupna površina (km ²)	Površina u ŠKŽ (km ²)	Udio u površini ŠKŽ
Nacionalni park	Krka	1985.	110,64	110,64	3,708%
	Kornati	1980.	215,71	215,71	7,230%
Park prirode	Vransko jezero	1999.	57,49	9,19	0,308%
	Velebit	1981.	2035,51	83,41	2,796%
	Dinara	2021.	630,52	231,80	7,769%
Spomenik prirode	Stara Straža	1961.	0,00	0,00	0,000%
	Vrela Cetine	1972.	0,02	0,02	0,001%
Značajni krajobraz	Krka - donji tok	1968.	33,59	33,59	1,126%
	Krka - gornji tok	1948.	38,82	38,82	1,301%
	Žutsko-sitska otočna skupina	1967.	100,09	100,09	3,355%
	Kanal-Luka	1974.	11,97	11,97	0,401%
	Gvozdеноvo-Kamenar	1974.	5,48	5,48	0,184%
	Kanjon Čikole	1968.	11,40	11,40	0,382%

Slika 4. Zaštićena područja prirode u Šibensko – kninskoj županiji

Izvor: Stipaničev, 2022

Prema službenim podacima Uprave za ribarstvo Ministarstva poljoprivrede za 2021. godinu, na području Šibensko-kninske županije bilo je registrirano 274 ribolovnih plovila (prevladavaju višenamjenska plovila). Najzastupljenija vrsta u ulovu je mala plava riba 78,0%, te bijela riba s 11,3 %. U 2020. godini bilo je registrirano na ukupno 67 lokacija uzgajališta, na kojima su se na njih 82% (55) uzgajale školjke, na njih 16% (11) bijela riba dok se samo na jednom uzgajala plava riba (tuna) (Nacrta plana razvoj Šibensko – kninske županije za razdoblje 2021-2027). Suprotno od razvijenog marikulturnog uzgoja na području Županije, u slatkovodnoj akvakulturi zabilježen je samo jedan slatkovodni uzgajivač (Knin) koji se bavi mriještenjem kalifornijske, potočne i mekousne pastrve, lipljena, mladice, šarana, bijelog amura i soma. Evidentan je nedostatak isključivo ribarskih luka, zastarjelost flote, opći nedostatak prerađivača ribe i morskih organizama uz nedostatak skladišnih kapaciteta i neorganiziranost tržišta.

Na prostoru Šibensko-kninske županije površina pod šumama i šumskim zemljištem je bilo 30,6% ukupne površine Županije, od čega se preko 89% nalazi u državnom vlasništvu dok se ostatak nalazi u privatnom vlasništvu (Uprava za šumarstvo, lovstvo i drvenu industriju, 2022). Na području Županije uspostavljeno je 35 aktivnih lovišta, dok šume nemaju

izraženog značaja u proizvodnji drvnih sortimenata.

Sukladno zaključcima iz Nacrta plana razvoj Šibensko – kninske županije za razdoblje 2021-2027 o postojanju tradicije uzgoja i prepoznatljivosti proizvoda mediteranskih kultura u bilinogojstvu, stočarstvu, ribarstvu i marikulturi kao i prepoznatljivost pojedinih poljoprivrednih proizvoda (pršut, sir, vino, maslinovo ulje, dagnje/pidoče, janjetina i dr.) poljoprivredna djelatnost slabo je razvijena u odnosu na njene mogućnosti i prirodne potencijale.

5.2. SWOT analiza poljoprivredne proizvodnje na području Šibensko – kninske županije

U svrhu ove Studije iz dostupnih primarnih i sekundarnih podataka, terenskih istraživanja i anketiranih poljoprivrednika i stručnjaka za poljoprivredu izrađena je SWOT analiza stanja poljoprivrede Šibensko – kninske županije.

SNAGE (STRENGTHS) - postojeća tradicija poljoprivredne proizvodnje - razvijene gospodarske grane koje mogu apsorbirati primarnu poljoprivrednu proizvodnju (lokalno tržište i turizam – tihi izvoz) - razvijen ruralni turizam - dostatni agroekološki resursi (zemljište, klima) za razvoj vinogradarske proizvodnje, povrtlarske i voćarske proizvodnje - povećanje broja ekoloških proizvođača - stabilan broj pojedine stoke - jačanje vinogradarstva i vinarstva - jačanje maslinarstva	SLABOSTI (WEAKNESSES) - pad ukupnog broja poljoprivrednih gospodarstava u Županiji - depopulacija ruralnog prostora - neuređeni imovinsko pravni odnosi - izražena parcelizacija poljoprivrednih površina - neodgovarajuća razina tehnoloških i marketinških znanja u agrobiznisu Županije - pad broja isporučitelja mlijeka - nedostatni prerađivački kapaciteti - nedostatna poslovna suradnja, horizontalno i vertikalno poslovno povezivanje
PRILIKE (OPPORTUNITIES) - otvoreno tržište - povećan priljev turista u Županiji - sredstva iz EU fondova - institucionalna podrška razvoju poljoprivrede - blizina turističkog tržišta (mogućnost izravnog plasmana proizvoda uz smanjene troškove distribucije)	PRIJETNJE (TREATS) - negativni demografski trendovi na ruralnom području - konkurencija poljoprivrednih proizvoda iz okruženja i članica EU 28 - visoki troškovi poljoprivredne proizvodnje uz upitnu profitabilnost - starija populacija koja se bavi poljoprivredom

- porast potražnje za lokalnim proizvodima - višeznačna uloga poljoprivrede u ruralnom prostoru - ekološka poljoprivredna proizvodnja - proizvodnja tradicijskih proizvoda - poslovno povezivanje u poljoprivredi	- urbanizacija
---	----------------

Izvor: prilagođeni prikaz autora (Verović, 2019)

Analiziranim podacima utvrđeno je da kao glavni nedostaci poljoprivrede u Šibensko-kninskoj županiji su loša poljoprivredna infrastruktura (navodnjavanje, usitnjeno zemljište, imovinsko-pravni odnosi i dr.), neiskorištenost poljoprivrednog zemljišta, loša agrarna politika i česte promjene zakonodavstva, ekstenzivna poljoprivreda, starost poljoprivrednih proizvođača, nedostatak prerađivačkih i otkupnih kapaciteta za voće i povrće, nedostatak inovacijskog centra za poljoprivredu, nedovoljna organiziranost proizvođača, slab interes za udruživanjem te edukacija proizvođača. Otežavajući čimbenici u maslinarskoj proizvodnji su nedostatak skladišnih potencijala za ulje, nepostojanje brenda ulja, zaštita istog te sivo tržište ulja. S obzirom na poteškoće s kojima se susreću poljoprivrednici na nacionalnoj razini i slabiju konkurentnost u odnosu na jeftinije uvozne proizvode kao i prosječnu visoku starost nositelja, može se zaključiti kako će se ovakav negativan trend nastaviti i u budućnosti ukoliko se ne provedu intenzivnije stimulativne mjere za razvoj poljoprivrede.

Potencijal i snage poljoprivrede Šibensko – kninske županije ogledaju su u postojećoj tradiciji poljoprivredne proizvodnje, zatim razvijenim gospodarskim granama koje mogu apsorbirati svu primarnu poljoprivrednu proizvodnju (lokalno tržište i turizam – tihi izvoz). Sve više se razvija ruralni turizam. Županija posjeduje dostatne agroekološke resurse (zemljište, klima) za razvoj vinogradarske proizvodnje, povrtlarske i voćarske proizvodnje, a bilježi se i pozitivan trend povećanja broja ekoloških proizvođača. Prilika za poljoprivredno – prehrambenu proizvodnju u županiji je otvoreno tržište s povećanim priljevom turista obzirom i na blizina turističkog tržišta (mogućnost izravnog plasmana proizvoda uz smanjene troškove distribucije). Proizvođači imaju na raspolaganju sredstva iz EU fondova.

5.3. Analiza anketnih upitnika proizvođača Šibensko – kninske županije

U svrhu što realnije analize postojeće poljoprivredne proizvodnje u Šibensko – kninskoj županiji, autori su izradili anketni upitnik za proizvođače s područja Županije.

U anketnom upitniku sudjelovali su proizvođači od 27 do 59 godina starosti. Analizom

podataka utvrđeno je da uzgajaju na površinama od 1,5 ha pa sve do 270 ha. Ovaj podatak od 270 ha odnosi se na stočarsku proizvodnju u zaobalnom dijelu Šibensko – kninske županije koje proizvođač mlijeka koristi za ispašu stoke, te površine za ispašu nisu u njegovom vlasništvu, već u koncesiji. Da se radi o ozbiljnim proizvođačima govori podatak da je velikoj većini ispitanika poljoprivreda primarna djelatnost te da zapošljavaju na svome gospodarstvu. Proizvodnja je diverzificirana, tako da se proizvođači bave uzgojem voća i povrća, stočarstvom, vinogradarstvom i vinarstvom, te maslinarstvom i uljarstvom. Nije zabilježen nijedan proizvođač cvijeća, presadnica ni ljekovitog i aromatičnog bilja. Maslinari i vinogradari koriste usluge prerade svojih proizvoda, kako na vlastitom gospodarstvu tako i u udruzi/zadruzi. Proizvođači trže svoje proizvode na lokalnoj tržnici, u lokalnoj trgovini, supermarketima, direktno na vlastitom gospodarstvu, putem društvenih mreža, sajmovima i manifestacijama. Kao probleme u proizvodnji, anketirani proizvođači navode klimatske prilike/ne prilike u tekućoj sezoni uzgoja, probleme s navodnjavanjem i velike troškove u proizvodnji uzrokovane inflacijom cijena inputa. Apsolutno svi proizvođači su odgovorili da su voljni sudjelovati u projektu unaprjeđenja trženja poljoprivredno-prehrambenih proizvoda u organizaciji Šibensko-kninske županije. Na pitanje o problemima s trženjem svojih proizvoda navode da je malo sajмова, posebno ljeti i nezainteresiranost jedinica lokalne samouprave da se isti organiziraju; zatim nepostojanje specijaliziranih prodavaonica gdje bi se mogli tržiti kvalitetni lokalni poljoprivrednih proizvodi; smatraju da LAG-ovi ignoriraju njihove ideje; vide problem općenito u trgovačkim lobijima koji prodaju proizvode niže cijene i upitnih kvaliteta dok ignoriraju lokalne proizvode. Određeni proizvođači imaju i problem što im trenutna količina proizvodnje ne zadovoljava potražnju, odnosno potražnja je veća nego li su oni u mogućnosti proizvesti.

Anketirani proizvođači preporučuju za unaprjeđenje trženja poljoprivredno – prehrambenih proizvoda na području Šibensko–kninske županije u vidu raznovrsnijih mogućnosti trženja i predstavljanja visoko kvalitetnih lokalnih poljoprivrednih proizvoda u županiji i van nje; smatraju da im je potreban zajednički nastupi sa poljoprivrednim proizvodima županije van granica županije; preporučuju otvaranje specijaliziranih prodavaonica poljoprivrednih lokalnih proizvoda u gradovima županije i omogućavanje potrošačima besplatnog parkiranja na mjestu takvih prodavaonica; zatim organiziranje centara za otkup poljoprivredno – prehrambenih proizvoda; te omogućavanje transporta.

5.4. Navodnjavanje

Jedan od osnovnih preduvjeta za osiguravanje kvalitetne, visokorodne i rentabilne poljoprivredne proizvodnje je pružanje optimalnih uzgojnih uvjeta tijekom cijelog godišnjeg i životnog ciklusa biljci/životinji. S obzirom na pedološke i klimatske uvjete područja, a naročito gledajući jasno uočljive klimatske promjene posljednjih desetljeća kao glavni ograničavajući čimbenik nameće se sve izraženiji problem pojave deficita vlage u tlu, ne samo tijekom ljetnog razdoblja, već sve češće i u proljeće, a ponekad i u jesen i zimu što rezultira većim štetama u nasadima ukoliko se putem navodnjavanja ne eliminira taj deficit. Prepoznavajući taj problem još je 2006. godine izrađen pod vodstvom Agronomskog fakulteta u Zagrebu „Plan navodnjavanja za područje Šibensko-kninske županije“ kojim su definirana područja na kojima je moguća i ekonomski opravdana izrada sustava za navodnjavanje te potrebne količine i izvori vode za te površine. Prema tom projektu za navodnjavanje je planirano 13.877,86 ha zemljišta, a ukupna količina potrebna za navodnjavanje tih površina iznosi 25.395.270m³. Tijekom 2019. godine pokrenut je pilot projekt „Izgradnja sustava javnog navodnjavanja Donje Polje – Jadrtovac“ kojim je predviđena izgradnja sustava navodnjavanja za 274 ha poljoprivrednih površina zahvatom vode na izvoru Ribnik i izgradnjom dviju akumulacija vode.

6. Analiza potencijalnih dionika na razini Europske Unije, nacionalnom i lokalnom nivou

Za uspješan razvoj i uspostavu KLO važno pitanje je tko su ključni dionici? Imajući u vidu da za razvoj lokalnih sustava proizvodnje hrane i kratkih lanaca opskrbe su potrebni dugoročan pristup i partnerstva među brojnim organizacijama privatnog, javnog i civilnog sektora, iznimno je važno poticanje takvih partnerstava. Za izgradnju dugoročnih odnosa između lokalnih dionika, koji su nepobitan temelj uspješnog sektora, potreban je cjeloviti pristup koji vodi računa o svim potrebama lokalnog prehrambenog sektora određenog zemljopisnog područja. Organizacije, sudionici i mreže koje je potrebno uključiti u takva partnerstva razlikuju se u ovisnosti o području koje pokriva strategija. Dionici koji najviše mogu utjecati na razvoj sektora prikazani su na slici 5.



Slika 5: Dijelovi lokalnih sustava proizvodnje hrane i kratkih lanaca opskrbe u Europi

Izvor: Revija ruralnog razvoja Europske unije br.12

Ovisno o specifičnoj situaciji neka područja možda neće imati potrebu, ili trebati, uključiti sve navedene dionike. U početnoj fazi mogu se usmjeriti na manje grupe organizacija koje će s vremenom privući i druge grupe, kada i ukoliko za to dođe vrijeme. U procesu planiranja važno je uključiti ključne dionike koji su važni barem onoliko koliko i strateški dokumenti. Važno je voditi računa da se u sami proces planiranja uključi široko i djelotvorno partnerstvo svih ključnih dionika. Svaki pojedini dionik će imati različitu ulogu i ovisit će o njegovoj prirodi posla, razvijenim poslovnim mrežama kojih su dio, te naposljetku na mogućem utjecaju na izazove koje se partnerstvom želi prevladati. Praksa je pokazala da je u mnogim slučajevima ključni dionik bio javni sektor. Nacionalna, regionalna i lokalna vlast je pokretač razvoja ruralnih, seoskih i gradskih zajednica, njezina važnost se ne smije podcijeniti u pružanju potpore i u konačnici provedbi politika. Lokalna vlast generalno pridonosi stvaranju poticajne poduzetničke klime za rast sektora ili može pak imati aktivniju ulogu, kao primjerice u razvoju konkretnih inicijativa ili upravljanja istima. Javni sektor najčešće služi kao glavni izvor informacija malim proizvođačima koji se žele uključiti u razvoj lokalnih sustava poljoprivredno - prehrambene proizvodnje ili kratkih lanaca opskrbe. Osiguravanjem pravovremene i ključne informacije da prođe kroz odgovarajuće mehanizme u pristupačnom obliku od presudne je važnosti za upoznavanje s raspoloživim mogućnostima i poticanjem pozitivne poduzetničke klime, posebice u ruralnim područjima, gdje su proizvođači izolirani, što je jedan od razloga rjeđe

uključenosti u neformalne mreže za razmjenu informacija. Prilagodбом malih poljoprivredno – prehrambenih proizvođača u zakonodavne okvire (npr. pravila o higijeni hrane i HASSAP standard) doprinose nacionalne i lokalne institucije koje im značajno doprinose pri razvoju manjih poduzetničkih inicijativa. Primjeri dobre prakse veze lokalnih zajednica i malih poljoprivredno – prehrambenih proizvođača u uspostavi KLO postoje u državama članicama, i oni pokazuju da kako i na lokalnoj a ne samo na nacionalnoj razini se mogu uspješno provesti prilagodbe zakonodavstva. Postoje brojni primjeri inicijativa lokalnih vlasti koje su iskoristile svoju poziciju da bi zainteresiranim poljoprivredno – prehrambenim proizvođačima osigurale resurse kao što je državno zemljište, potaknule razvoj umrežavanja i stvorile preduvjete za plasiranjem lokalnih proizvoda u nabavi hrane za javni sektor.

7. Primjeri dobre prakse kratkih lanaca opskrbe primjenjivi za potrebe Šibensko – kninske županije

Unutar Europskog inovacijskog partnerstva u području poljoprivrede 2015. godine rađena su istraživanja u svrhu razvoja lokalnih prehrambenih sustava dok je Europski Parlament s nekoliko usvojenih rezolucija podržao kratke lance opskrbe hranom i lokalne prehrambene sustave prepoznajući ih kao dobar način osiguranja poštene cijene za proizvođače i povezivanja hrane s originalnim lokalitetom. Na pragu ovih rezolucija razvojna EU politika za ruralna područja od 2014.-2020. za razliku od one iz prethodnog razdoblja, snažnije je naglašavala podršku kratkim lancima opskrbe. Proizvođači koji su se željeli uključiti u lokalne sustave opskrbe hranom imali su mogućnosti koristiti mjere sufinanciranih iz EAFRD-a (Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj).

U EU postoji veliki broj različitih shema kratkih lanaca opskrbe i lokalnih prehrambenih sustava čije prednosti su poštenije cijene za proizvođače, pristup svježoj i sezonskoj hrani za potrošače, smanjeni negativni utjecaji na okoliš i socijalna kohezija na lokalnoj razini. Koristi od ovakvih shema opskrbe hranom imaju lokalne ekonomije u vidu potencijala stvaranja novih radnih mjesta, zadržavanju ruralnog stanovništva u ruralnim područjima, te povećanju prihoda ruralnih kućanstava. Povezivanjem lokalnih proizvođača omogućava se da veći dio novostvorene dodatne vrijednosti proizvoda ostane samome proizvođaču, umjesto da se kroz opskrbeni lanac s velikim brojem sudionika u procesu distribucije ta vrijednost prelije izvan lokalnog gospodarstva. Posljednjih godina kratki lanci opskrbe hranom i lokalna tržišta, na kojima poljoprivredni proizvođači prodaju direktno svoje

proizvode potrošačima uz minimalan broj posrednika, bilježe značajan rast u zemljama EU, a ono što je dodatno zanimljivo je da je taj rast zabilježen ne samo u ruralnim, već i urbanim područjima. Ovdje je riječ o alternativni postojećim dugim konvencionalnim lancima hrane gdje mali proizvođači participiraju s malim pregovaračkim moćima, a krajnji korisnici (potrošači) ne povezuju hranu s poznatim proizvođačem ili lokalitetom. Istraživanja su pokazala da prosječno 15% EU poljoprivrednih gospodarstava trže više od polovine svojih proizvoda direktno potrošačima.

Pregledom strateških dokumenata na EU razini, nacionalnoj i lokalnoj, zatim znanstvene literature i recentnih znanstvenih i stručnih istraživanja autori su došli do sljedećih zaključaka koji bi mogli biti primjenjivi obzirom na proizvodnju i specifičnosti poljoprivrede na Šibensko – kninsku županiju:

Poljoprivredno – prehrambeni proizvođači trže vlastite poljoprivredne proizvode proizvedene na gospodarstvu na sljedeće načine:

- direktnom/izravnom prodajom subjektima u maloprodaji koji izravno opskrbljuju krajnje potrošače; ovo uključuje i ugostiteljske objekte
- prodajom na veliko fizičkim i pravnim osobama koje neposredno otkupljuju poljoprivredno - prehrambene proizvode u svrhu prerade ili za daljnju prodaju (neposredno na OPG-u ili na mjestima organiziranog otkupa) te prodajom na tržnicama na veliko
- izravnom prodajom kroz kratke lance opskrbe krajnjih potrošača kao što je prodaja na malo izvan prodavaonica: prodaja 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 gospodarstva; prodaje na prostoru i objektima gospodarstva; prodaje na kiosku gospodarstva i prigodne prodaje na sajmovima, izložbama, priredbama, izletištim; prodaja na štandovima unutar trgovačkih centara, ustanova i slično (NN 029/2018)

U navedenim NN (029/2018) opisani su najčešći načini trženja poljoprivredno - prehrambenih proizvoda uz minimalnu suradnju unutar lanca opskrbe. Proizvođači trebaju biti svestrani i snalažljivi, što se ne odnosi samo na proizvodnju već i trženje i promociju (marketing) vlastitih proizvoda, što zahtjeva sve više i tehničke, informatičke, komunikacijske i administrativne vještine od poljoprivrednika.

Jedna od prednosti izravne prodaje poljoprivredno – prehrambenih proizvoda je neposredna komunikacija s kupcima gdje proizvođači mogu izravno predstaviti potrošačima svoje

proizvode i rad, a na taj način dokazano je da se stvara puno veća razina povjerenja. Ukoliko gledamo na način trženja ekoloških proizvoda i proizvoda s zaštićenim oznakama kvalitete i zemljopisnog podrijetla, to zahtijeva drugačiji oblik trženja kao što su specifične ekološke tržnice i seljačke tržnice. Ovakve specifične tržnice su sustavi koji daju više mogućnosti proizvođačima da se na jednom mjestu okupe svi proizvođači i privuku kupce koji traže upravo takve proizvode. Ekološke tržnice imaju tzv. stalnost i u praksi se odvijaju na tjednoj bazi, što kupcima daje određenu garanciju i redovitost trženja. Prema zaključcima istraživanja na nacionalnoj razini (Orlić, 2019) utvrđeno je da ekološke tržnice nisu česte u Hrvatskoj, odnosno uspostavljene su tek u nekoliko gradova kao što su Pula, Rovinj, Osijek i Split gdje su se pokazale kao vrlo uspješne. Ovakve specifične tržnice zahtijevaju određenu organizaciju i pravnu i financijsku podršku kako na nacionalnoj, tako i na lokalnoj razini. Obzirom na nepostojanje ovakve tržnice na području Županije, ovo je svakako prilika koju trebaju prepoznati lokalne institucije i poljoprivredno – prehrambeni proizvođači te pokrenuti inicijativu za njeno uspostavljanje.

Drugi način specifičnog trženja takvih proizvoda su i eko sajmovi. Oni kod nas nisu nepoznanica, organiziraju se periodički i to najčešće u razdoblju jesenskih mjeseci ili prigodno vežući ih uz određene manifestacije i događanja na lokalnoj razini. Za gore navedene specifične modele trženja, osim organizacijskih vještina proizvođača, neizostavna je podrška lokalne samouprave u vidu osiguravanja prostora za navedene modele trženja, od sajмова do seljačkih i eko tržnica. Bez navedene institucionalne podrške lokalne zajednice ili uvjeta koji nisu prihvatljivi organizatorima (npr. nedostatak sredstava za plaćanje najma), organizatori moraju biti dovitljivi u traženju površina u privatnom vlasništvu.

Jedan od načina trženja poljoprivredno – prehrambenih proizvoda je prodaja na kućnom pragu. Ovakav način trženja proizvoda stvara najmanje troškova proizvođačima. Proizvode nije potrebno pakirati, transportirati, a potrošači ih sami preuzimaju na gospodarstvu. Imamo pozitivne primjere gdje su potrošači uključeni u berbu proizvoda (grožđa) što predstavlja oblik animacije u ruralnom turizmu (vinarija Grabovac, Imotski).

Kada već govorimo o ruralnom turizmu, on može na gospodarstvo dovesti tržište pa se vlastiti proizvodi na imanju mogu pripremati i posluživati potrošačima (vinarija Grabovac, Imotski). Pozitivan primjer koji je primjenjiv i na Šibensko – kninsku županiju je iz susjedne Splitsko – dalmatinske županije gdje na području Imotskoga, potrošači (turisti) nakon završene berbe grožđa (koju plate) imaju osiguran obrok (ručak) na području vinarije, gdje imaju i organizirano kušanje, što u konačnici rezultira i kupnjom proizvoda

vinarije Grabovac. Obzirom na važnost, tradiciju i prepoznatljivost vinarstva na području Županije, ovo je prilika za uspostavom ovakvog načina trženja lokalnih proizvoda.

U recentnom razdoblju zabilježeno je kako sve više proizvođača se služi internet prodajom. Ovaj vid trženja su proizvođači prepoznali kao rastući potencijal, posebice za vrijeme krize izazvane pandemijom COVID-19. Proizvođači poljoprivredno – prehrambenih proizvoda su otvorili *web shop-ove* sa svrhom lakšeg prikupljanja narudžbi u vrijeme nemogućnosti direktnog kontakta s potrošačima uslijed navedene pandemije. Osim izrade web kataloga svojih proizvoda, proizvođači su morali organizirati i isporuku svojih proizvoda na adrese potrošača. Imamo primjera i razvoja aplikacija internetskih servisa u vidu „virtualnih tržnica“ u svrhu povezivanja proizvođača i potrošača. Ovaj model trženja osim prednosti ima i nedostataka u vidu dodatnih troškova proizvođaču, te je nužna određenu informatička pismenost samih proizvođača. Znajući rezultate analize starosne dobi većine proizvođača na razini Županije, ovo je poprilično izazovno za njih. Ovim načinom trženja izostaje direktna komunikacija i kontakt proizvođača s potrošačima. Potrošači nemaju osjet mirisa, dodira i uživo gledanja proizvoda koji kupuju ili u nekim slučajevima i kušanja proizvod prije kupnje. Navedeni nedostatak potrošači mogu „osjetiti“ na tržnicama i sajmovima.

Potrošači koji se udružuju u svrhu zajedničkog trženja određenih proizvoda nazivaju se potrošačke grupe. Svrha ovoga udruživanja je ekonomija razmjera, odnosno veća narudžba u velikoj većini slučajeva rezultira nižom cijenom (popustom). Udruženi potrošači nakon trženja proizvode dijele među sobom sami. Potrošačke grupe u velikoj većini slučajeva naručuju on-line proizvode preko raznih Internet portala, servisa ili aplikacija. Ponekad su ovakve grupe potrošača registrirane i kao potrošačke zadruge.

Imamo primjere i lokalnih solidarnih partnerstva između proizvođača i potrošača. Ovakva partnerstva slična su modelu potrošačkih grupa, za razliku od kojih razvijaju još dublje veze između proizvođača i potrošača. Prema Bokan (2021) globalno su razvijeni razni oblici i svojevrсни socijalni eksperimenti raznoliki po stupnju solidarnosti, vlasničkim odnosima, dijeljenju rizika, podjeli rada i uključivanju potrošača u sezonske radove na gospodarstvu (Urgenci 2019). U okruženju je čest i oblik udruživanja u grupe gdje potrošači imaju mogućnost izbora za mjesečnu ili godišnju pretplatu na košarice sezonskih proizvoda pod nazivom poljoprivreda uz potporu zajednice (eng. *community supported agriculture*) ili raznim drugim nazivima, različitim u svakoj zemlji (Bokan, 2021). Ovakvo organizirane grupe određene su jasnim pravilima koje svi članovi trebaju poštovati, a sami proizvođači su članovi grupe i međusobno s potrošačima kreiraju odluke. Ovakvim udruženjima nije nepoznato da i sami proizvođači ponekad budu inicijatori takvih modela

udruživanja gdje oni sami okupljaju svoju grupu potrošača, kako postojećih tako i novih. Gospodarstva koja u blizini većih mjesta organiziraju dostave jednom ili više puta tjedno na gospodarstvu gdje potrošači mogu preuzeti proizvode. Iz prakse su poznati i primjeri gdje su se potrošači preplaćivanjem paušalnim iznosom na proizvode u konačnici mogli sami brati u količini koja im je potrebna. Ukoliko je u grupi više od jednog proizvođača poljoprivredno – prehrambenog proizvoda, dostave se mogu organizirati na jednom mjestu gdje potrošači preuzimaju unaprijed naručene proizvode. Osim dostave, grupa organizira i sastanke i manifestacije (npr. sajmovi rabljenih stvari, kulturna događanja i druženja). Iz primjera nekih grupa u okruženju, potrošači imaju i određenu obavezu, u vidu sudjelovanja u poljoprivrednim radovima na gospodarstvu. Na ovaj način potrošači uče o načelima poljoprivredne proizvodnje, najčešće ekološke proizvodnje, vremenu i sezonama dozrijevanja pojedinih poljoprivrednih proizvoda, te naposljetku uče cijeniti proizvođačev rad.

Solidarnost i međusobna podrška između proizvođača i potrošača na još višoj razini je ona gdje se potrošači preplaćuju na urod (prinos) poljoprivredne proizvodnje gospodarstva bez obzira na količinu. Na ovaj način preplaćivanjem, potrošači zajedno s proizvođačem preuzimaju rizik sezone (agroekoloških biotičkih i abiotičkih čimbenika) i garantiraju proizvođaču siguran otkup i stabilan prihod bez obzira na uvjete proizvodnje. Imamo primjere gdje su grupe u nekim slučajevima čak i vlasnici zemlje na kojoj zapošljavaju poljoprivrednike da je obrađuju i na njoj proizvode. Ovaj način je zahvalan ponajviše za mlade poljoprivrednike da dođu do početnog kapitala i početnog resursa koji je veliki trošak (zemlja) i na lakši način prevaziđu rizik pokretanja vlastite poljoprivredne proizvodnje. U ovakvim grupama briga o smjeni generacija ostvaruje se suradnjom dobro starijih proizvođača koji više ne mogu održavati velike parcele i proizvodnje, a u vlasništvu posjeduju zemlju i resurse, s mladim fizički snažnijima koji tek započinju poljoprivrednu proizvodnju a nemaju početni kapital i iskustvo. Primjeri gdje gospodarstva uključuju teško zapošljive skupine uz podršku kupaca i raznih socijalnih fondova čime doprinose njihovim uključivanju u rad i ostvarivanju samostalnosti (Urgenci 2019) su sve češći, a primjenjivi su na području Županije obzirom na određen broj teško zapošljivih osoba posebice u zaobalnom dijelu Županije.

Kod nas u Republici Hrvatskoj imamo niz primjera organiziranih inicijativa tzv. odozdo pod nazivom grupe solidarne razmjene i solidarne eko-grupe. Grupe solidarne razmjene (GSR) osnovane su najčešće od strane potrošača, udruga a u nekim slučajevima i od civilne inicijative. Proizvedeni proizvodi se unaprijed naručuju preko internetskih alata, plaćanje je

izravno, dok se kupljeni proizvodi isporučuju na zajedničko mjesto dostave. U ovakvim udruženjima/grupama je više proizvođača koji se izmjenjuju zavisno o trenutnoj sezoni pojedinih poljoprivredno – prehrambenih proizvoda koji dopijevaju. U praksi se ne stvara konkurencija između proizvođača unutar grupe tako da grupa bira proizvođače prema potrebama članova, što u praksi bude da svi proizvođači proizvode različit tip proizvoda.

Udruženja koja funkcioniraju po sličnom sistemu i inzistiraju na posjedovanju eko certifikatima za sve proizvode koji se trže i povezane su sa solidarnim eko tržnicama nazivaju se solidarne eko-grupe (SEG). Solidarne eko-grupe isporučuju i trže naručene proizvode na eko-tržnicama. Cijena proizvoda na eko-tržnicama je viša nego cijena koju plaćaju članovi grupe.

Objekti navedene grupe, i GSR i SEG pravno su povezane kao neformalna inicijativa. Prema dostupnim podacima, u RH 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). 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.

Prema istraživanju Bokan (2021), u kratke lance opskrbe spadaju i inicijative odozgo usmjerene povezivanju prehrane u javnim institucijama sa samim lokalnim proizvođačima koji sudjeluju u razvoju kratkih lanaca opskrbe kroz zelenu javnu nabavu i projekte kao što su *shema školskog voća i mlijeka*.

Javne institucije kao potencijalni pokretači razvoja kratkih lanaca opskrbe nalaze se i u Strategiji Europske unije za bioraznolikost do 2030. (EK 2020b; str. 18) citirajući: "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."

8. Primjeri iz prakse iz inozemstva primjenjiv na šibensko – kninsku županiju

Prema Reviji ruralnog razvoja EU (2013), *Aitojamakuja.fi* - projekt „Stvarni okusi“ – nacionalna je finska internetska stranica na kojoj se može pronaći popis malih i srednjih proizvođača hrane prema područjima u kojima posluju, čime se olakšava kupnja hrane od

lokalnih poljoprivrednika. Na stranici je predstavljeno oko 1.500 proizvođača – može ih se pretražiti prema proizvodima ili uslugama koje nude te prema regijama iz kojih dolaze – a njihov se broj stalno povećava. U Finskoj većina gospodarstva za proizvodnju hrane nalaze se u ruralnim područjima.

Cilj ove nacionalne usluge jest povezati ljude koji proizvode domaću hranu i potrošače koji takvu hranu žele kupiti. Na internetskoj stranici zainteresirani mogu pronaći informacije o trgovinama, prodajnim mjestima i internetskim trgovinama te poveznice na internetske stranice udruženja i ostalih organizacija s popisima mjesta koja trže lokalnu hranu. *Aitojamakuja.fi* izvrstan je i marketinški kanal za podizanje svijesti o domaćim lokalnim proizvodima među potrošačima jer korištenjem općih internetskih pretraživača u potrazi za domaćom hranom, zainteresirani kupci teže dolaze do podataka s obzirom da se moraju probijati kroz more pojedinačnih internetskih stranica različitih proizvođača. Ovako uređena nacionalna stranica izvrsno je rješenje koje je pomoglo i običnim i kupcima na veliko, ali i medijima. „Stvarni okusi“ imaju svoju stranicu i na društvenoj mreži Facebook, na kojoj se mogu podijeliti iskustva i ljubav prema domaćoj i svježoj hrani, a ona olakšava i pronalaženje mrežne stranice *aitojamakuja.fi*. Obzirom da u Finskoj društvenu mrežu Facebook koristi gotovo dva milijuna ljudi, stoga je prisutnost na toj društvenoj mreži vrlo važna za proizvođače. Neki su proizvođači prvi put predstavili svoje proizvode na internetu upravo preko stranice *aitojamakuja.fi*. Također i proizvođači koji imaju vlastitu internetsku stranicu svjedoče o povećanju broja posjetitelja njihovih stranica otkad su se priključili ovom nacionalnom projektu. Svojim kupcima mogu ponuditi više informacija o poljoprivrednom gospodarstvu, proizvodima, sastojcima i samoj proizvodnji sirovina. Potrošači su zainteresirani i za povijest gospodarstva/tvrtke, vrijednosti koje promiče i proizvode koje nudi. Interes kupaca privlače i fotografije proizvođača te priča koja stoji iza pojedinog proizvoda. Pomoću zajedničke internetske stranice lakše je doprijeti do većeg broja kupaca uz manje truda jer su informacije dostupne u cijeloj Finskoj i u različitim kontekstima. Primjerice, dok pretražuju stranicu kupci se ne ograničavaju nužno na proizvode koji su dostupni samo u njihovoj regiji – ponekad recimo žele znati i što mogu kupiti u mjestima u kojima su odlučili provesti odmor.

Projekt provodi 17 regionalnih nositelja razvoja koji su i razvili ovaj projekt u svojim regijama i pokazali se ključnima za njegov uspjeh.

Brojke ukazuju da otprilike 4% flandrijskih proizvođača radi u kratkim lancima opskrbe, a oko 1% svih poljoprivredno - prehrambenih proizvoda u Finskoj plasira se kroz kratke lance opskrbe. Prema podacima iz 2015. godine više od 16% francuskih poljoprivrednih

proizvođača izravno je tržilo svoje proizvode, a u Danskoj 3% proizvođača. Trećina ukupnog broja austrijskih gospodarstava, bavi se izravnom prodajom., dok njih 11.000 od izravne prodaje uprihodi više od polovice svoga godišnjeg prihoda. Kratkim lancima opskrbe u Austriji najčešće se služe proizvođači voća, vina, svinjskog mesa i jaja. Manje se koriste za plasman i distribuciju mlijeka i mesnih proizvoda s mliječnih i stočnih gospodarstava. U Španjolskoj 5% ukupno utrošenog novca za trženje hrane otpada na kratke lance opskrbe. U susjednoj Italiji iz godine u godinu se bilježi pozitivan trend rasta broj kratkih lanaca opskrbe i broja proizvođača uključenih u takve lance. Brojčano, u Italiji u kratkim lancima opskrbe zastupljen je 40% sektor proizvodnje vina, a 20% su proizvođači voća i povrća

U Belgiji na području zapadne Flandrije su se udružile lokalne grupe i proizvođači i trgovci na malo u mrežu *NEBUS* te su razvili regionalnu distribucijsku mrežu i osmislili promidžbenu kampanju čije benefite sada uživa čitava regija. Ovaj projekt je počeo pokretanjem internetske on-line trgovine, gdje su zaprimane tjedne narudžbe koje su potom prosljeđivane umreženim proizvođačima. Prodaja i prihodi lokalnih proizvođača, trgovaca i ostalih uključenih poduzeća su se povećali, popravila se gospodarska slika regije, osnažio lokalni identitet i razvili odnosi među domaćim stanovništvom. Osim povezivanja proizvođača i trgovaca, započelo se i s korištenjem turističkog potencijala visoravni Tielta. Povećanjem turizma lokalnom stanovništvu pomoglo se zadržati prihode i radna mjesta, poboljšavajući kvalitetu njihovih života, ali i života posjetitelja područja Tielte. Svaka ruralna zajednica posjeduje sebi svojstvene kvalitete i prednosti, a njihovo inovativno spajanje pridonosi razvoju ruralnih područja u budućnosti. Prepoznavanje lokalnih proizvoda i usluga za koje postoji tržišna niša znatno je pomoglo uspjehu *NEBUS* mreže, te potpomognuto željom ljudi da domaće proizvode kupuju u trgovinama mješovitom robom, pridonijelo održivosti mnogih lokalnih proizvođača.

Iz Estonije imamo primjer poticanja poljoprivrednika da rade na razvoju dodane vrijednosti svojih proizvoda unutar Zaklade Polvamaa Development Centre gdje je organiziran čitav niz radionica za razmjenu dobre prakse koja je proizvođačima pružila mogućnost stjecanja praktičnog iskustva. Prvi niz radionica, koje je financirala lokalna akcijska grupa Povlamaae, obuhvaćao je tečajeve pod nazivima i s temama „Stvaranje i razvoj prirodnih proizvoda“, „Aktivno selo“, „Poduzetno selo“ te „Osmišljavanje i razvoj ruralnog turizma“. Nakon radionica uslijedila je aktivnija faza gdje je u sklopu prekograničnog projekta suradnje organizirano studijsko putovanje u Latviju s ciljem povezivanja proizvođača i razmjene najboljih praksi. Održana je osmodnevna radionica pod nazivom „Diverzifikacija

i ruralno poduzetništvo“ o planiranju strategija, ekološkim proizvodima, marketingu, određivanju cijena i higijeni hrane. Aktivnosti su se nastavile i seminarima o „Zajedničkoj promidžbi i prodaji poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda“, te radionicom o „Prilagodbi HACCP-a vašem poslovanju“. Zaklada Põlvama Development Centre organizirala je i različita studijska putovanja u Austriju te na otoke zapadne Estonije na kojima su se poduzetnici družili i razmjenjivali iskustva o aktivnostima i mrežama malih poduzetnika koje postoje u njihovim područjima. Radionice su podigle ekonomičnost mikro i malih poduzeća te potaknule komunikaciju među njima. Rezultati ove inicijative pokazali su da mikro i mali poduzetnici nemaju vremena ni sredstava za individualno obrazovanje. Zbog toga bi takve programe obrazovanja trebale osmišljavati i provoditi regionalne razvojne agencije.

9. Smjernice za daljnje aktivnosti (akcijski plan)

Republika Hrvatska kao srednjeeuropska i mediteranska zemlja koju karakterizira raznovrsna gastronomska ponuda, a time i mnoštvo autohtonih jela i pića za koje je (s ciljem stvaranja i očuvanja nacionalnog i gastronomskog identiteta) važno iskoristiti mogućnosti EU zaštite autohtonih proizvoda (npr. Drniški pršut).

Sve većom liberalizacijom tržišta domaći proizvođači susreću se sa velikom konkurencijom proizvođača sa stranih tržišta, što je važna činjenica zbog koje se treba trajno orijentirati na prilagodbe, za pozicioniranje svojeg mjesta na tržištu, na prilagodbe tržištu kroz snižavanje troškova proizvodnje, proširenja asortimana i veću marketinšku aktivnost jer su to preduvjeti da proizvođač u konačnici može biti tržišno konkurentan.

Prilikom stvaranja gastronomskog identiteta važni elementi su specifičnosti podneblja, kulturno nasljeđe i tradicija, te ono što u sebi objedinjuje autohtoni prehrambeni proizvodi, koji obzirom na specifična organoleptička svojstva i dugu tradiciju proizvodnje predstavlja ponudu Šibensko – kninske županije.

Poljoprivredno – prehrambeni proizvođači u županiji, kroz vlastite preradbene kapacitete kojih je jako malo, proizvode finalne proizvode iznimne kvalitete i dodane vrijednosti (brojni su primjeri sireva, maslinovih ulja, vina, mesnih proizvoda i si.) koji daju veliki značaj prvenstveno za kraj iz kojega potječu.

Razumljivo je da poljoprivredno – prehrambeni proizvođači poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda kako na nacionalnoj, tako i na županijskoj razini, ne mogu na stranim tržištima biti konkurentni s velikim količinama proizvoda proizvođača iz

okruženja, ali iz toga razloga trebaju se orijentirati proizvodnji prepoznatljivih poljoprivredno - prehrambenih proizvoda iznimne kvalitete i dodane vrijednosti s kojima je moguće postići bolju cijenu na tržištu.

Na nacionalnoj i lokalnoj razini s organiziranjem različitih manifestacija (npr. „doručak s hrvatskih farmi“; lokalni i regionalni eko-etno, enološki i gastro sajmovi) na kojima sudjeluje poveći broj lokalnih proizvođača, važan je za povezivanje proizvođača i edukaciju i upoznavanje potrošača, čime se doprinosi skraćivanju puta „od polja do stola“ i omogućava domaćim poljoprivrednicima da svoje proizvode ponude kako unutar turističke sezone, tako i tijekom godine lokalnom stanovništvu. Sudjelovanjem na ovakvim manifestacijama je pozitivan i poticajni primjer prezentacije proizvoda i proizvođača lokalnih autohtonih poljoprivredno - prehrambenih proizvoda iz jedne regije u drugim regijama, krajevima i inozemstvu, odnosno promocije čitave Hrvatske.

U današnje vrijeme utjecaj globalnog tržišta uz opću liberalizaciju trgovanja, utječe na usvajanje pojedinih navika potrošača, dok s druge strane proizvođačima poljoprivredno - prehrambenih proizvoda svakodnevno postavlja sve veće izazove, što kroz zakonske norme u higijeni, kakvoći i trajnosti proizvoda, te i na način prezentacije i načina trženja. Obzirom na navedeno otvaraju se mogućnosti da se kao dio kratkih lanaca opskrbe uspostavljaju stalna prodajna mjesta (u vrijeme turističke sezone ili tijekom čitave godine) na određenim lokalnim ili regionalno prepoznatljivim lokalitetima, čime bi se ostvarila stalna ponuda pojedinih domaćih poljoprivredno – prehrambenih proizvoda na tržnicama na malo, pri čemu se stalno promovira ponuda lokalnih proizvođača. Osim načina izravne prodaje, sve su češći trendovi internetskog oglašavanja (društvenim mrežama i specijaliziranim oglasnicima) i prodaje „na daljinu“ uz dostavu kupcu.

Navedeno otvara šire mogućnosti i lokalnoj zajednici za uspostavu mrežne internetske stranice na kojoj bi svim proizvođačima bilo omogućeno besplatno oglašavati svoje proizvode. Unatoč bitnim izmjenama tehnoloških i gospodarskih prilika, poljoprivreda i proizvodnja hrane kao sektor i dalje zadržava svoju iznimnu gospodarsku važnost, a kao radno intenzivna djelatnost pruža perspektivu za povećanje zaposlenosti na lokalnoj razini, posebice u ruralnim područjima. Mogućnosti investiranja otvaraju se kroz osuvremenjivanje i promjenu načina uzgoja, načina prerade, a put novim investicijama pruža se i kroz povećanje kvalitete proizvoda dodane vrijednosti i kroz izravnu prodaju. Ukoliko su proizvođači organizirani povećavaju svoju konkurentnost kako domaćem tako i na inozemnom tržištu gdje mogu ponuditi iznimnu tradicijsku kvalitetu svojih proizvoda. Poljoprivreda Europske Unije zasniva se na okupljanju i udruživanju proizvođača koje je

temelj funkcioniranja i pruža mnoge druge mogućnosti kroz niže proizvodne troškove, zajednički marketing i nastup na tržištu, brendiranje proizvoda, proizvodnju većih količina ujednačene kvalitete kao i zajedničko korištenje proizvodnih kapaciteta što značajno utječe na jačanje promocije kroz povećanu informiranost potrošača te u konačnici na povećanje konkurentnosti odnosno povoljne financijske rezultate i povećanje prihoda proizvođača i prerađivača.

Potencijal kratkih lanaca opskrbe na razini čitave županije u doprinosu opskrbe lokalnom hranom ustanova iz javnog sektora (škole, vrtići, bolnice i sl.) je velik. Cilj akcijskog plana na lokalnoj razini je stvaranje poticajne investicijske klime, jednostavniji uvjeti poslovanja i osiguravanje konkurentnog pristupa tržištu poljoprivredno - prehrambenih proizvoda lokalnoj i nacionalnoj razini. Identificiran je jedan od glavnih razloga niske konkurentnosti lokalnih poljoprivredno - prehrambenih proizvoda na području Šibensko – kninske županije, odnosno proizvoda lokalnih poljoprivrednih gospodarstava zbog u najvećem dijelu neorganizirane, raznovrsne i usitnjene poljoprivredne proizvodnje koja je sezonskog karaktera te koja proizvedenim količinama uz poteškoće nalazi put na tržište. Razlika su ljetni mjeseci kada zbog turizma trženje proizvoda je nešto lakše.

Nacionalni zakonodavni okvir, razni propisi i primjena sustava javne nabave koji obvezuju javne naručitelje poljoprivredno – prehrambenih proizvoda značajno opterećuju javni sektor u stvaranju dugoročne perspektive lokalnih proizvođača i otežavaju malim proizvođačima ponudu. Cilj Akcijskog plana bi trebao biti omogućiti administrativno rasterećenje za lokalne poljoprivredne proizvođače i uklanjanje prepreka u ponudi hrane javnim ustanovama kroz kratke lance opskrbe. Za početak potrebna je edukacija u području pripreme podloga za provedbu javne nabave hrane, osnivanje i razvoj proizvođačkih organizacija radi objedinjavanja ponude hrane u kratkim lancima opskrbe, osnivanje subjekata u poslovanju s hranom radi pred pripreme hrane za javne ustanove i smanjenja otpada od hrane. Ovim akcijskim planom pretpostavlja se rast učešća lokalnih proizvoda iz kratkih lanaca opskrbe odnosno povećane vrijednosti učešća plasiranih domaćih proizvoda javnom sektoru kao ušteda u javnom sektoru.

10. Informiranje, umrežavanje i suradnja dionika, prijenos znanja, implementacija digitalizacije, inovacije u poljoprivredi

10.1. Primjer iz prakse: Potpora i tečaj poslovnog upravljanja – Ecomart, Španjolska

Andaluzija i Castilla-La Mancha regije su južne i središnje Španjolske koje zajedno tvore golemo, rijetko naseljeno ruralno područje. Prepoznajući potencijal područja, osnovan je CAAE- Andaluzijski odbor za ekološku poljoprivredu čiji je glavni cilj razvoj i promicanje certificirane ekološke proizvodnje te poticanje konkurentnosti tog sektora na ovom ruralnom području. Ostali ciljevi fokusirani su na zaštitu okoliša i ruralni razvoj. Osnovani Odbor osigurava kvalitetu i promidžbu proizvoda, a ima i službu za certificiranje, odnosno podružnicu koja vrši certifikaciju ekoloških proizvoda. Uvidjevši slabosti sektora ekološke hrane u smislu poduzetništva te razvoja poslovanja i niske razine potrošnje, a s obzirom na to da se većina ekoloških proizvoda izvozila, Odbor je, uz pomoć sredstava španjolskog Ministarstva zaštite okoliša, pomorstva i ruralnog razvoja, odlučio pokrenuti projekt koji je trebao malim poduzetnicima pomoći nadvladati spomenute poteškoće. Projektom EcoMart provodio se niz aktivnosti koje su okupljale različite dionike od stručnjaka do proizvođača i poduzetnika. Osnovana je skupina za istraživanje kupovnih navika i razloga zbog kojih se ljudi (ne)odlučuju za kupnju ekoloških proizvoda. Nakon toga provedena je procjena poslovanja sektora i izvještaj o uspješnim primjerima te je organiziran seminar sa stručnjacima u poljoprivrednoj proizvodnji i promidžbi, trgovcima na malo, udrugama potrošača i javnim agencijama. Cilj seminara bio je potaknuti raspravu i prepoznati prepreke boljem plasmanu ekoloških proizvoda u Španjolskoj te opisati dobru praksu koju bi političari i zakonodavci trebali imati na umu prigodom osmišljavanja programa koji promiču poduzetništvo i inovacije u sektoru. Još jedna važna aktivnost projekta bila je osmišljavanje raznih oblika pomoći proizvođačima. Prikupljena su iskustva i spoznaje iz prošlih aktivnosti i napravljen vodič te internetski sustav za samo procjenu uz pomoć kojeg proizvođači mogu vrednovati svoje vještine, poslovne strategije i operativne planove.

10.2. Primjer iz prakse: Seminar o lancu opskrbe – Pametne škole obrazuju zajednicu, Hiiumaa, Estonija

„Domaća hrana je skupa“ i „Jednostavnije je kupovati hranu u trgovini“, bile su najčešće

reakcije školskih kuhara na početku seminara kojem je cilj bio utvrditi razloge zbog kojih se vrlo malo domaćih proizvoda koristi u školama. Odmah se kristalizirala jedna važna činjenica – lokalni proizvođači nisu mogli ići ukorak s politikom cijena koju provode korporacije. Trebalo je stoga pronaći pametniji pristup. Ideja je bila da se kroz rad s kuharima potakne škole da poduče i usmjere učenike, koji bi zatim educirali svoje roditelje. Prema istraživanju provedenom 2011. godine na otoku Hiiumaaji, 30 posto obrazovnih ustanova imalo je ugovore s veleprodajnim trgovinama; 12 posto školske hrane pripremalo su i isporučivale kuhinje izvan škola; 22 posto škola kupovalo je proizvode na tržnicama; samo 12 posto njih hranu je nabavljalo izravno s gospodarstava, a tek 3 posto iz privatnog sektora. Tijekom posljednjih nekoliko godina sve se više promovira domaća, zdrava i ekološki uzgojena hrana te hrana koja ne sadrži pesticide. Međutim, bez odgovarajuće dodatne izobrazbe, teško je promijeniti stavove ljudi. Godine 2011. tri su lokalne akcijske grupe iz zapadne Estonije - The Hiiumaa Cooperation Network, The West-Estonian Islands Partnership i Kodukant Laanemaa – pokrenule projekt prekogranične suradnje s Finskom pod nazivom „Lokalna hrana na stolu lokalne zajednice“. Jedan od ciljeva projekta bilo je naći načine kako promijeniti stav zajednice i potaknuti je na korištenje domaće hrane. Započelo se s izobrazbom kuhara u školama i vrtićima o tome što doista znači „zdrava“ i „domaća“ hrana te kako takve proizvode uvrstiti u jelovnike odgojnih ustanova. Seminare su vodili stručnjaci iz različitih područja, a kuhari i ravnatelji škola dobili su priliku s njima razgovarati o prednostima domaće hrane. Teme razgovora sa stručnjacima iz sektora uglavnom su bile higijena hrane, zdravlje djece i različiti načini korištenja lokalnih proizvoda. Dva najčešće postavljana pitanja bila su: i) kako pronaći lokalne proizvođače hrane; ii) kako skladištiti voće i povrće. Odgovor je bio – suradnjom i stvaranjem mreža plasmana lokalnih proizvoda. Postojeće mreže usmjerene su na opskrbu većih gradova, stoga je bilo neophodno pokrenuti nove. Budući da većina škola nema odgovarajućih prostorija za skladištenje hrane, voditelji školskih kuhinja dogovorili su se da će unajmiti posebne prostore za tu namjenu, a trošak podijeliti. Razvojem takve mreže školskih kuhinja poboljšala se prehrana djece, a lokalni proizvođači dodali su vrijednost svojim proizvodima i sada svoje povrće prodaju lokalnim školama i vrtićima, čime su skratili lanac opskrbe. Kuhari koji već dugo rade u obrazovnim ustanovama bili su spremni iskoristiti školske praznike za dodatno obrazovanje. U projekt suradnje tako su uspješno uključeni i kuhari, i to na način koji nije smetao obavljanju njihova posla.

10.3. Primjer iz prakse: Lokalni prehrambeni proizvodi i javna nabava, Italija

Javni sektor je važno tržište za proizvođače lokalnih prehrambenih proizvoda u EU-27. Odbor regija navodi da „na javnu nabavu otpada do 16% bruto domaćeg proizvoda Europske unije“, a „velike potrebe javnog sektora mogu poslužiti kao poluga za razvoj lokalnih sustava proizvodnje hrane“. Lokalne su vlasti u nekim područjima Italije pokušale uvođenjem detaljnih specifikacija „zelenih“ proizvoda i kriterija za nabavu proizvoda i usluga u školama, bolnicama, staračkim domovima i drugim javnim ustanovama iskoristiti sustav javne nabave za promicanje okolišno održivih proizvodnih praksi. Primjerice rimska gradska vlast odredila je da između berbe voća ili povrća i njihove konzumacije u školama ne smije proći više od tri dana. Uvjet je to koji dnevno zadovoljava 144 000 školskih obroka. Lokalne vlasti u Argelatu zahtijevaju da proizvodi budu 100 posto ekološki, a dodana im je vrijednost ukoliko su „izvorno lokalnog podrijetla“, pri čemu je „lokalno“ određeno administrativnim granicama. CELVA (Konzorcij lokalnih vlasti regije Valle D'Aoste) odredio je kriterije za javnu nabavu prema kojima 70% poljoprivrednih proizvoda mora biti lokalnog podrijetla. Pri definiranju lokalnog proizvoda uzimani su u obzir mjesto podrijetla, tradicionalne uzgojne prakse i vrste te sljedivost. To je dovelo do uvođenja tradicionalnih recepata u pripremu hrane u školama. Smjernice za javnu nabavu koje je izdala Uprava za zdravstvo Mantove naglašavaju koristi od kratkih lanaca opskrbe – svježinu hrane i kraći transport – naravno, pod uvjetom da se provodila dobra praksa pri branju, skladištenju i transportu te tako očuvale nutritivne vrijednosti hrane. Svi navedeni primjeri pokazali su se ekonomski povoljnijima u odnosu na uobičajene sustave nabave i pripreme hrane u javnim institucijama. I dok je „zelene“ dobrobiti od kratkih opskrbnih lanaca nabave hrane za javni sektor u teoriji lako definirati, nešto je teže odrediti objektivne i mjerljive kriterije „lokalnoga“ i „kratkoga“ koji bi se mogli primijeniti na različite poljoprivredne i teritorijalne okolnosti u različitim regijama Europske unije. Stoga je 2011. godine Odbor regija od Europske komisije zatražio definiranje pojmova „lokalnog poljoprivrednog proizvoda“ i „lokalnog sustava proizvodnje hrane“ te izmjene i dopune članka 26. Smjernica 2004/18/EC o usklađivanju postupaka za ugovaranje javne nabave s ciljem uvrštavanja odrednice „lokalni proizvod“ kao selekcijskog kriterija u natječajima za nabavu hrane za škole, staračke domove i druge javne ustanove. 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.

10.4. Primjer iz prakse: Pilot-aktivnost projekta RURURBAL - Zadruga žena, Solun, Grčka

Na solunskom području postoje dvije ženske zadruge. Iako Zadruga žena u poljoprivredi iz Aigos Antoniosa ima čajanu, kafić i pekarnicu te obavlja uslugu dostave hrane za mnoga događanja, njena je osnovna djelatnost proizvodnja tradicionalne tjestenine. Zadruga nastoji što više namirnica kupovati izravno od lokalnih proizvođača, a ono što ne uspije, kupuje na tržnicama. Ti proizvodi ne sadrže aditive ni konzervanse, a žene su i same osmislile razne vlastite ekološke proizvode. Poljoprivredna zadruga žena iz Kalamota nudi istu vrstu lokalnih proizvoda. Obje su zadruge doprinijele projektu RURURBAL tako što su poradile na dvije stvari. Kao prvo, bile su u poziciji dodati vrijednost lokalnim proizvodima oživljavanjem „tradicionalnih“ proizvoda bez aditiva i konzervansa te „tradicionalnih“ recepata. Odrednica „tradicionalno“ vrlo je važna u Grčkoj i za domaće kupce predstavlja jamstvo kvalitete. Drugo, budući da su članice zadruge obično dio obitelji poljoprivrednika, stvorile su vezu između potrošača i kupaca. Položaj ženskih zadruga omogućuje im osnaživanje gospodarske i društvene važnosti žena zaposlenih na poljoprivrednim domaćinstvima.

10.5. Primjer iz prakse: Stvaranje puta od lokalne hrane do kupca, Finska

Kao i u mnogim državama članicama finski sektor maloprodaje prehrambenih proizvoda vrlo je koncentriran, tako da dva najveća trgovca pokrivaju 80% tržišta. Potrošače, s druge strane, sve više zanimaju kratki lanci opskrbe i lokalni proizvodi prepoznatljivog podrijetla, stoga glavni maloprodajni trgovci moraju pronaći način da odgovore na takve potrebe tržišta. Istodobno, lokalni proizvođači hrane pokušavaju doprijeti do većeg broja potrošača. Godine 2009. *Loimaa Sub Region Development Centre* (Centar za razvoj regije Loimaa Sub, op.ur.) je, u suradnji sa 2.000 primarnih proizvođača i 60 prerađivača hrane, počeo razmišljati o konkretnim mjerama koje bi na lokalnoj razini mogle doprinijeti korištenju

lokalnih proizvoda u javnim institucijama te o njihovoj ponudi u trgovinama. Za početak su organizirani posjeti proizvođačima da bi se razgovaralo o projektu, pregledani su njihovi poslovni prostori, razgovaralo se o distribuciji proizvoda te mjestima na kojima su potrošači do tada mogli kupiti njihovu robu. Na taj su način prikupljene informacije o dovoljnom broju proizvoda koji su se mogli ponuditi maloprodajnom tržištu. Potom su organizirani sastanci na kojima se raspravljalo o suradnji, daljnjim aktivnostima i tekućim pitanjima vezanima uz projekt. Prema iskustvima stečenim na drugim projektima povezanim s lokalnom prehrambenim proizvodima bilo je jasno da će biti teško steći odgovarajuću financijsku korist budu li trgovine nabavljale proizvode lokalnih proizvođača na uobičajeni način i budu li ih same distribuirale. Zaključeno je da bi najbolji način formalne suradnje s trgovinama bio da jedan od proizvođača iz mreže preuzme ulogu „središnjeg dobavljača“ preko kojega će ostali zajednički nuditi svoje proizvode. Trgovine sklapaju ugovor sa „središnjim dobavljačem“ koji onda sklapa ugovore s ostalim proizvođačima iz mreže. Prema tom modelu, proizvođači bi dostavljali proizvode u zajedničko skladište, a središnji dobavljač njima opskrbljivao trgovine, vodio računa o zalihama, dopunjavao ih ili uklanjao proizvode kojima je istekao rok trajanja. Trgovine zatim plaćaju središnjem dobavljaču, a on prihod dalje dijeli ostalim proizvođačima. Danas taj sustav glatko funkcionira. Sada bi se trebalo usmjeriti na njegov razvoj – proizvodi moraju biti dopremljeni u trgovine prema dogovorenom rasporedu, u projekt bi trebalo uključiti više trgovina, proširiti ponudu i unaprijediti komunikaciju između proizvođača i središnjeg dobavljača. To će iziskivati više rada i povećati troškove proizvođača koji je preuzeo ulogu središnjeg dobavljača. Te činjenice treba uzeti u obzir pri određivanju cijena. S druge strane, veća ponuda proizvoda smanjit će pojedinačne troškove proizvođača. Veći broj trgovina znači veću potražnju za proizvodima, što komplicira upravljanje skladištem i zalihama jer se proizvode treba skladištiti u skladu s potražnjom, slijedeći načelo „točno na vrijeme“. Trenutačno središnji dobavljač i ostali proizvođači o stanju na skladištu i drugim temama komuniciraju putem društvene mreže Facebook, no ima još mjesta za napredak u praćenju prodaje i komunikaciji. Jedna od ideja jest razviti i uvesti sustav narudžbi putem kojega bi trgovine mogle izravno naručivati potrebne proizvode.

10.6. Primjer iz prakse: Suradnja proizvođača i kupaca— ‘Le gout d’ici’, Bretanja, Francuska

Pays de Maure prilično je izolirano ruralno područje na sjeverozapadu Francuske čije se stanovništvo uglavnom bavi poljoprivredom. No sve donedavno stanovnici nisu mogli doći do proizvoda lokalnih poljoprivrednika jer nisu postojali kratki lanci opskrbe. Uz to, znatno se smanjio broj trgovina na tom području unatoč njihovoj važnosti kako u gospodarskom, tako i u društvenom smislu. Prije četiri godine skupina lokalnih proizvođača, vlasnika malih trgovina i kupaca odlučila je zajednički organizirati proizvodnju i plasman proizvoda na lokalnoj razini te su 2009. pokrenuli udrugu „Le gout d’ici“ radi jačanja veza između lokalnih proizvođača, lokalnih kupaca i lokalnih trgovina. Sazvan je javni sastanak s ciljem predstavljanja projekta i organiziranja okupljanja grupe proizvođača. Udruga je zatim radila na izradi povelje koja uključuje ciljeve projekta i kriterije koje proizvodi u ponudi moraju zadovoljavati. Uz pomoć jednog studenta, dovršen je popis svih proizvoda regije.

Prvi korak udruge bilo je organiziranje sustava prodaje prema modelu „naručenih košarica“ – kupci bi internetom ili telefonom naručili željene proizvode i po njih došli izravno na farmu. Kada je počela prodaja po tom sistemu, proizvođači su na dan zapimali 10 do 12 narudžbi, a njihov se broj svakim danom povećavao. Sustav „naručenih košarica“ potaknuo je stvaranje izravnih veza između proizvođača i kupaca. Međutim, pojavili su se i određeni problemi, i to zbog: a) velike količine potrebnih informacija o proizvodima koje zahtijeva trgovina putem interneta da bi se privuklo kupce i tako povećala prodaja; te b) učestalosti narudžbi, jer kupci naručuju svoje košarice za samo tjedan dana unaprijed, pa proizvođači ne mogu sa sigurnošću utvrditi konačne potrebne količine. Zaključeno je da se moraju naći novi načini plasmana ponuđenih proizvoda, tako da mreža sada radi na stvaranju novih mreža kako bi se iste lokalne proizvode u budućnosti moglo kupiti i u lokalnim trgovinama.

10.7. Primjer iz prakse: Lokalna vlast pokreće partnerstvo povezano s lokalnim prehrambenim proizvodima – Languedoc-Roussillon, Francuska

Pokrajina Pays de Lunel smještena je na pola puta između dvaju najvećih gradova južne Francuske. Na njenom području ima 13 gradova, a posljednjih nekoliko godina doživjela je snažan demografski rast. No, da bi se zadovoljile potrebe povećanog broja stanovnika od urbanizirano je 344 hektara poljoprivrednog zemljišta. Stoga su lokalne vlasti odlučile da je

došlo vrijeme za: a) promociju lokalne poljoprivrede koja zauzima 55% iskoristivog zemljišta u toj pokrajini; i b) bolje korištenje kratkih opskrbnih lanaca radi potpore održivosti lokalnih poljoprivrednih praksi. Uz pomoć Centra za promociju poljoprivrede u ruralnim područjima (CIVAM) lokalne vlasti počele su provoditi niz akcija sa specifičnim ciljem očuvanja postojećih i stvaranja novih poljoprivrednih aktivnosti na svom području te promicati kvalitetu proizvoda. Da bi povezale lokalne proizvođače i kupce, lokalne su vlasti provele istraživanje među svim registriranim proizvođačima i otkrile da njih 30% ima problema s plasmanom svojih proizvoda, a 62% misli da kratki opskrbni lanci imaju snažan razvojni potencijal. Istodobno, anketa je odaslana i svim stanovnicima tog područja, a rezultati su pokazali da su lokalni kupci zainteresirani za lokalne proizvođače i njihove proizvode te da bi voljeli da su im takvi proizvodi dostupniji. Objavljen je letak o politici promicanja lokalnih prehrambenih proizvoda da bi se lokalne vlasti upozorilo na razvojni potencijal domaće hrane, a potom je izdan proglas kojim se pozivalo nove proizvođače u regiji. Pozivu se odazvalo 30 poljoprivrednika. Da bi se poljoprivrednicima osiguralo neophodno zemljište, pokrenut je sustav „praćenja zemljišta“. Međutim, raspoložive površine nisu odgovarale njihovim potrebama. Izabranim predstavnicima u lokalnoj vlasti bilo je stoga teško odlučiti kako to zemljište raspodijeliti odnosno dodijeliti ga malim proizvođačima bez iskustva ili pak onim većima i iskusnijima. Lokalne su se vlasti na kraju odlučile pribaviti onoliko obradivih površina koliko je bilo potrebno za uspješan nastavak projekta. Kroz projekt je organizirana zadružna skupina koju čine proizvođači, kupci, izabrani predstavnici te lokalni službenici koji su zajedno pokrenuli više novih kratkih lanaca opskrbe, između ostalog nekoliko sustava naručenih košarica te tržnica s lokalnim proizvodima. Osim toga, osmišljeno je i nekoliko novih projekata, poput društvene trgovine mješovitom robom. Sada se namjerava prijeći i na upotrebu lokalno proizvedenih proizvoda za zajedničku opskrbu javnog sektora.

11. Klimatska neutralnost i očuvanje bioraznolikosti uspostavom kratkih lanaca opskrbe

Sve izravnije sudjelovanje građana pri kreiranju javnih politika te podizanje opće svijesti potrošača pridonijeli su tome da izravna prodaja hrane i općenito kratki lanci opskrbe hranom u Europi sve više dobivaju na važnosti. Svjesnost struke i potrošača o štetnim posljedicama klimatskih promjena razlog je 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”. Cilj EU je postići da prehrambeni lanac u koji je uključena proizvodnja, transport, distribucija, stavljanje na tržište i potrošnju hrane, imaju neutralan ili čak pozitivan utjecaj na okoliš uz osiguravanje očuvanja i obnavljanja kopnenih, slatkovodnih i morskih resursa o kojima ovisi čitav prehrambeni sustav, pomoć pri ublažavanju klimatskih promjena i prilagodba njihovim učincima, zaštiti tla, vode, zraka, zdravlja bilja te zdravlje i dobrobit životinja, i preokretanje trenda gubitka bioraznolikosti. Kratki lanci opskrbe hranom smanjuju emisije štetnih plinova u atmosferu koristeći lokalne proizvode na lokalnom tržištu (smanjena udaljenost transporta).

12. Zaključci

Veliki kupci su, katkad, jedini pristup tržištu za male poljoprivrednike i prerađivače te se znalo dogoditi da su prisiljeni i na prodaju s gubitkom. Općenito, ipak se može reći da su lokalne sheme još uvijek prilično granične unutar širih europskih prehrambenih sustava; prosječno 15% europskih gospodarstava prodaje više od pola svoje proizvodnje direktno kupcima, no riječ je o pretežito malim gospodarstvima.

U stvarnosti, lokalno je često određeno terminima udaljenosti između točke proizvodnje i točke prodaje. Također, definicija može biti povezana sa zemljopisnim područjem kao što su županije, regije i zaštićena prirodna područja (nacionalni parkovi).

Kratki lanci opskrbe predstavljeni su kao jedan od odgovora na izazove visoke koncentracije tržišta Unije. 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%. 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%

europskih farmi prodaje više od polovine svojih proizvoda kroz kratke lance i to su uglavnom mala gospodarstva. 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. Izravna prodaja stvara povezanost između proizvođača i potrošača, doprinosi oživljavanju ruralnih zajednica i ima brojne socijalne dobrobiti.

Analizom Šibensko – kninske županije potencijal i snage poljoprivrede Županije ogledaju su u postojećoj tradiciji poljoprivredne proizvodnje, zatim razvijenim gospodarskim granama koje mogu apsorbirati svu primarnu poljoprivrednu proizvodnju (lokalno tržište i turizam – tihi izvoz). Sve više se razvija ruralni turizam. Županija posjeduje dostatne agroekološke resurse (zemljište, klima) za razvoj vinogradarske proizvodnje, povrtlarske i voćarske proizvodnje, a bilježi se i pozitivan trend povećanja broja ekoloških proizvođača. Prilika za poljoprivredno – prehrambenu proizvodnju u Županiji je otvoreno tržište s povećanim priljevom turista obzirom i na blizina turističkog tržišta (mogućnost izravnog plasmana proizvoda uz smanjene troškove distribucije). Proizvođači imaju na raspolaganju sredstva iz EU fondova. Potencijal za trženje i povezivanje u kratke lance opskrbe prepoznali su i svi poljoprivredno – prehrambeni proizvođači koji su sudjelovali u istraživanju, a glavni motiv za umrežavanjem im je smanjenje troškova proizvodnje, lakša distribucija i zajednički nastup sa lokalnim proizvodima iznimne kvalitete. Županija i nadležne institucije bi trebale iskoristiti ovakva pozitivna razmišljanja i stavove proizvođača te im pomoći u ostvarenju istih.

Analizom je utvrđeno da kao glavni nedostaci poljoprivrede u Šibensko-kninskoj županiji su loša poljoprivredna infrastruktura (navodnjavanje, usitnjeno zemljište, imovinsko-pravni odnosi i dr.), neiskorištenost poljoprivrednog zemljišta, loša agrarna politika i česte promjene zakonodavstva, ekstenzivna poljoprivreda, starost poljoprivrednih proizvođača, nedostatak prerađivačkih i otkupnih kapaciteta za voće i povrće, nedostatak inovacijskog centra za poljoprivredu, nedovoljna organiziranost proizvođača, slab interes za udruživanjem te edukacija proizvođača. Otežavajući čimbenici u maslinarskoj proizvodnji su nedostatak skladišnih potencijala za ulje, nepostojanje brenda ulja, zaštita istog te sivo tržište ulja. S obzirom na poteškoće s kojima se susreću poljoprivrednici na nacionalnoj razini i slabiju konkurentnost u odnosu na jeftinije uvozne proizvode kao i prosječnu visoku starost nositelja, može se zaključiti kako će se ovakav negativan trend nastaviti i u

budućnosti ukoliko se ne provedu intenzivnije stimulativne mjere za razvoj poljoprivrede.