



VISOKO GOSPODARSKO UČILIŠTE U KRIŽEVCIMA
COLLEGE OF AGRICULTURE AT KRIŽEVCI

Analiza stanja u poljoprivredno-prehrambenom sektoru Koprivničko-križevačke i Međimurske županije u cilju osnivanja kratkih lanaca opskrbe

STUDIJA

Dr.sc. Kristina Svržnjak, prof. v. škole

Dr.sc. Sandra Kantar, v. pred.

v. pred. Dušanka Gajdić, univ. spec. oec.

Mr.sc. Silvije Jerčinović, v.pred.

S A D R Ź A J

1. UVOD	3
2. O STUDIJI	4
3. MATERIJALI I METODE ISTRAŽIVANJA	5
4. OBILJEŽJA POLJOPRIVREDE I POLJOPRIVREDNE PROIZVODNJE U KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKOJ I MEĐIMURSKOJ ŽUPANIJU	7
4.1. Stanje poljoprivredne proizvodnje u Koprivničko- križevačkoj županiji (KKŽ)	7
4.2. Stanje poljoprivredne proizvodnje u Međimurskoj županiji (MŽ)	18
4.3. Specifična obilježja Koprivničko križevačke županije	28
4.4. Specifična obilježja Međimurske županije	29
4.5. Urbana središta Koprivničko križevačke županije u krugu od 50 km od mjesta proizvodnje	30
4.6. Urbana središta Međimurske županije u krugu od 50 km od mjesta proizvodnje	31
4.7. Teritorijalna distribucija potencijalnog prodajnog asortimana lokalnih proizvoda u Koprivničko- križevačkoj županiji	32
4.8. Teritorijalna distribucija potencijalnog prodajnog asortimana lokalnih proizvoda u Međimurskoj županiji	32
4.9. Turistički promet kao potencijalni vid potrošnje lokalnih proizvoda u Međimurskoj županiji ..	33
5. TRŽIŠTE I DISTRIBUCIJA POLJOPRIVREDNO-PREHRAMBENIH PROIZVODA	35
5.1. Lokalna proizvodnja hrane	35
5.2. Kratki lanci opskrbe hranom (KOL).....	36
5.2.1. Očekivane prednosti alternativnih KOL-ova za proizvođača, potrošača i zajednicu	39
5.2.2. Kvaliteta u kratkim lancima opskrbe hranom	44
5.2.3. Nalazi u vezi s postojećim sustavima označavanja za lokalnu poljoprivredu i izravnu prodaju u državama članicama EU	47
5.2.4. Zakonodavstvo	48
6. ANALIZA ANKETE.....	53
6.1. I. dio - Osnovni podaci o proizvođaču, poljoprivrednoj proizvodnji i poljoprivredno- prehrambenim proizvodima.....	53
6.2. II. dio - Tržište i distribucija poljoprivredno - prehrambenih proizvoda	55
7. ANALIZA INTERVJUA	
7.1. Analiza intervjua u Koprivničko–križevačkoj županiji.....	65
7.2. Analiza intervjua u Međimurskoj županiji	71

8. PREPORUKE	77
8.1. Ograničenja u razvoju KOL-ova	78
8.2. Na osnovu svega iznesenog, koje preporuke možemo dati?	78
8.3. Preporuka za direktni razvoj KOL-a na istraživanom području	78
9. LITERATURA	81
10. PRILOZI	84

1. UVOD

Lokalna proizvodnja hrane je oduvijek bila dio tradicije i važna sastavnica života na ruralnim područjima u Republici Hrvatskoj. U posljednje vrijeme doživljava pravi procvat i diljem Europe, jer europski potrošači uviđaju velike prednosti lokalno proizvedene hrane za zdravlje ljudi, zajednicu i gospodarstvo. Zbog toga se razvijaju inovativni lanci opskrbe domaćom hranom „iz susjedstva“ koji podrazumijevaju lokalno proizvedene poljoprivredne proizvode dostupne na lokalnom tržištu gdje ih poljoprivredni proizvođač direktno prodaje potrošaču uključujući maksimalno jednog posrednika.

Lokalno proizvedena hrana ili lokalna hrana općenito, je izvorna i autentična, u smislu kulturnog identiteta određenog područja, tradicionalnih proizvodnih postupaka i porijekla sastojaka proizvoda. Potrošač želi znati otkuda je hrana, tko je proizvodi i kako se proizvodi. Direktnim kontaktom između proizvođača i potrošača stvara se povjerenje i prisnost te se na taj način širi krug vjernih kupaca i uvećavaju se koristi za proizvođača i proizvodnju. Zadovoljni kupci, najjeftinijom reklamom "od usta do usta", dovode nove kupce, a sigurnost plasmana vlastitih proizvoda iz dana u dan postaju veći.

S obzirom na to da se Hrvatska profilira kao poželjna destinacija za razvoj ruralnog turizma, značaj lokalne hrane i kratkih lanaca opskrbe dobiva sve veći značaj. Razvoj lokalnog sektora proizvodnje hrane ima višestruke koristi – ekonomske, okolišne, zdravstvene i društvene. Korištenjem kratkih lanaca opskrbe, lokalnim proizvođačima ostaje veći udio dodane vrijednosti proizvoda. Osim toga, jača se lokalna ekonomija koja omogućava održivost bavljenja poljoprivredom i opstojnost malih poduzeća, obrta i poljoprivrednih gospodarstava. Istovremeno se potiče razvoj turističkih i drugih aktivnosti i daje pozitivan doprinos stvaranju kulturnog identiteta baziranog na lokalnim proizvodima „sa dušom i srcem“.

Analiza poljoprivredno-prehrambenog sektora Koprivničko-križevačke i Međimurske županije prikazuje trenutno stanje poljoprivredno-prehrambenog sektora u obje županije s naglaskom na kratke lance opskrbe koji u nekom obliku već postoje ili se uspostavljaju, a koji bi trebali olakšati i ubrzati plasman lokalnih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. Na primjeru konkretnog istraživanja u okviru studije poljoprivrednici obaju županija ukazati će na aspekte lokalno proizvedene hrane i kratkih lanaca opskrbe, a istraživači će rukovođeni uzrečicom „Misli globalno, djeluj lokalno“ čitateljima ovih redaka nastojati podići svijest o multiplikativnim učincima lokalne proizvodnje hrane i njene distribucije na društvo zdravih (i sitih) ljudi.

Autori

2. O STUDIJI

U okviru Programa suradnje INTERREG V-A Mađarska-Hrvatska 2014.-2020 provodi se projekt „AgriShort – Uspostavljanje kratkih lanaca opskrbe i konkurentnog poljoprivrednog sektora u prekograničnom području kroz institucionalnu suradnju“ čiji je cilj povezati institucije, službe i predstavnike poljoprivrednog sektora na prekograničnom području i omogućiti bolji prijenos znanja i vještina među svim dionicima kako bi se procesi razvoja u poljoprivrednom sektoru brže i lakše pokrenuli.

Između ostalog, projektom se žele istražiti mogućnosti razvoja kratkih opskrbnih lanaca u obje županije, analizirati postojeće stanje poljoprivredne proizvodnje, te objaviti rezultati istraživanja u studiji koja će sadržavati preporuke za mogućnost razvoja kratkih opskrbnih lanaca u prekograničnom području Hrvatske (Koprivničko-križevačke i Međimurske županije) i Mađarske (županija Zala i županija Somogy).

Studija pod nazivom „Analiza stanja u poljoprivredno-prehrambenom sektoru Koprivničko-križevačke i Međimurske županije“ obuhvaća brojne aktivnosti koje uključuju prikupljanje podataka, izradu istraživačkog instrumenta, provedbu istraživačkih aktivnosti, analizu i interpretaciju podataka te ostale koordinirane aktivnosti projektnih partnera kojima je dobiven uvid u stanje poljoprivrede i distribucije poljoprivredno-prehrambenih proizvoda putem kratkih lanaca opskrbe. Cilj ove studije je objediniti rezultate istraživanja, istraživačke opservacije i preporuke u oblik podesan za daljnje razvojne i istraživačke aktivnosti u smjeru poticanja ruralnog razvoja ovog područja.

Svrha studije je dati doprinos temi lokalnih lanaca opskrbe hranom na mikrorazini kako bi se ovi načini distribucije mogli uspješno razviti istovremeno jačajući svoju „organsku osnovicu“ – poljoprivredu.

Studiju su izradili istraživači s Visokog gospodarskog učilišta u Križevcima uz stručnu pomoć SEEDEV-a - vodeće konzultantske agencije s deset godina iskustva u analizi problema i predlaganju rešenja u poljoprivredi i ruralnom razvoju u Srbiji, zapadnom Balkanu i Kavkazu, te potporu djelatnika „PORA“ - Razvojne agencije Podravine i Prigorja i Regionalne razvojne agencije Međimurje REDEA.

3. MATERIJALI I METODE ISTRAŽIVANJA

Analiza stanja poljoprivredno-prehrambenog sektora u Koprivničko-križevačkoj i Međimurskoj županiji uključuje primarno i sekundarno istraživanje. Sekundarno istraživanje obuhvaća opisivanje, analiziranje i istraživanje pojedinih tema važnih za studiju na temelju dostupne literature iz pisanih i elektroničkih izvora.

Podaci Agencije za plaćanja predstavljaju relevantne statističke podatke za 2015., 2016. i 2017. godinu u vidu Izvještaja za Koprivničko-križevačku i Međimursku županiju. Podaci koji su selektirani iz navedene baze podataka odnose se na broj poljoprivrednih poduzeća (subjekata), površine obrađenog poljoprivrednog zemljišta, brojno stanje domaćih životinja, količinu isporučenog kravljeg mlijeka i ukupan broj isporučitelja, trend ratarske proizvodnje, trend uzgoja voća i povrća s obzirom na površine i vrste poslovnih subjekta za navedeno razdoblje, kao i strukturu pojedinih kultura, tj. njihovu zastupljenost u proizvodnji.

Podaci Agencije za plaćanje smatraju se relevantnima zato što predstavljaju sve registrirane poljoprivredne poslovne subjekte koji sudjeluju u poljoprivrednoj proizvodnji. Također, podaci za 2017. predstavljaju prijavljene poljoprivredne poslovne subjekte i njihovu proizvodnju koja je planirana biti realizirana te godine, odnosno radi se o projekciji za navedeno razdoblje. Na taj je način moguće pratiti trendove u proizvodnji i njezinoj strukturi, kao i u proizvodnim površinama za 2015. i 2016. godinu, odnosno na temelju plana za 2017. moguće je uvidjeti recentne trendove i pojave.

Primarno istraživanje obuhvaća aktivnost provedbe anketnog istraživanja na prigodnom uzorku poljoprivrednika u obje županije te provedbe intervjua s predstavnicima potpornih institucija u poljoprivredi. Osnovni kriteriji biranja ispitanika bili su bavljenje poljoprivrednom proizvodnjom, rezidencijalni status, tipičnost radnog angažmana i pretpostavka da ne postoje velika odstupanja između ispitanika.

Tijekom ljetnih mjeseci 2017. godine provedeno je anketno istraživanje na uzorku poljoprivrednih proizvođača Koprivničko-križevačke i Međimurske županije sa svrhom dobivanja uvida u mišljenje i stavove poljoprivrednika o poljoprivrednoj proizvodnji kojom se bave te načinima distribucije njihovih proizvoda.

Ciljna skupina ispitanika sastojala se od ukupno 110 poljoprivrednika, no zbog nepotpunih podataka u anketi, 12 anketa je izuzeto iz analize. Stoga je broj relevantnih ispitanika ukupno 98 (Tablica 1), a bave se različitim vrstama poljoprivredne proizvodnje poput stočarstva (18), sirarstva (6), proizvodnje voća (29), povrća (41), meda i ljekovitog bilja (12). Specifičnost uzorka je u tome što pojedine vrste poljoprivrednika, kao što su sirari, dolaze isključivo iz

Koprivničko-križevačke županije, s obzirom da je u toj županiji vrlo zastupljena proizvodnja mlijeka koje se većinom predaje u mljekare, a u manjoj mjeri se prerađuje u sireve te na tom području djeluje vrlo aktivna Udruga malih sirara Koprivničko-križevačke županije „Prgica“. U Međimurskoj županiji, anketirani su stočari naročito zbog prijelazne nacionalne zaštite „Mesa z tiblice“ oznakom zemljopisnog porijekla, a vezano uz proizvodnju tog tradicionalnog proizvoda posebno su zainteresirani članovi Udruge uzgajivača svinja Međimurja.

Tablica 1: Vrsta poljoprivredne proizvodnje i rezidencijalna pripadnost ispitanika

VRSTA PROIZVODNJE	KOPRIVNIČKO KRIŽEVAČKA ŽUPANIJA	MEĐIMURSKA ŽUPANIJA
STOČARSTVO	-	18
SIRARSTVO	6	-
VOČARSTVO	17	12
POVRČARSTVO	26	11
MED I PROIZVODNJA LJEKOVITOG BILJA	3	5
UKUPNO	46	52

Izvor: Istraživanje u okviru projekta „AgriShort“

Ispitanici su anketirani grupno, individualno, telefonski i putem elektroničke pošte, ovisno o njihovoj dostupnosti.

U anketni upitnik uvršteno je ukupno 38 pitanja uglavnom zatvorenog tipa na koje su ispitanici odgovarali jednostavnim postupkom zaokruživanja odabranog između ponuđenih odgovora, dodjeljivanjem ocjene od 1-5, prosječnim vrijednostima te egzaktnim iznosima u traženim mjernim jedinicama kao što su hektari, kilogrami, kunski iznosi i postotni poeni. Organizacija i struktura pitanja sastojala se od dvije usporedive cjeline (prilog 1):

1. Osnovni podaci o proizvođaču, poljoprivrednoj proizvodnji i poljoprivredno-prehrambenim proizvodima,
2. Tržište i distribucija poljoprivrednih proizvoda.

Osim ankete, kao najvažnije metode istraživanja, u pisanju studije korištene su i izjave ispitanika dobivene intervjuom. Intervju (prilog 2) je proveden na manjem broju ispitanika relevantnih za temu kratkih lanaca opskrbe odabranih zbog prirode posla kojim se bave i odluka koje se odnose na poljoprivredno-prehrambeni sektor.

Popunjeni anketni upitnici i transkripti provedenih intervjua pohranjeni su u osobnoj arhivi istraživača, čime se jamči anonimnost ispitanika u skladu sa etičkim kodeksom istraživača.

4. OBILJEŽJA POLJOPRIVREDE I POLJOPRIVREDNE PROIZVODNJE U KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKOJ I MEĐIMURSKOJ ŽUPANIJI

4.1. Stanje poljoprivredne proizvodnje u Koprivničko- križevačkoj županiji (KKŽ)

Koprivničko-križevačka županija obuhvaća površinu od 1.746 km² te pripada manjim županijama Republike Hrvatske (**Županijska razvojna strategija Koprivničko-križevačke županije za razdoblje 2014.-2020. u daljnjem tekstu ŽRS-KKŽ, 2016**). Prema zadnjem popisu stanovništva u koprivničko križevačkoj županiji je živjelo 115.584 stanovnika (DZS, 2011).¹

U Koprivničko-križevačkoj županiji smještena su tri grada: Koprivnica, Križevci i Đurđevac. **Koprivnica** je administrativno središte Koprivničko-križevačke županije. Prema zadnjem popisu stanovništva Koprivnica je imala 30.854 stanovnika (DZS, 2011). Predstavlja gospodarsko i obrazovno središte te važno kulturno središte Koprivničko-križevačke županije. U gospodarstvu prednjači prehrambena industrija na čelu s Podravkom d.d., potom farmaceutska industrija koju predvodi tvrtka Belupo d.d., papirna industrija s tvrtkama Hartmann d.o.o. i Bilokalnik – Ipa d.d.. Grad ima i svoju industrijsku zonu Danica gdje se nalaze **Podravkad.d., Belupo d.d. i Carlsberg Croatia**.

U 2015. godini u Koprivničko-križevačkoj županiji bilo je aktivno ukupno 13 poduzetničkih zona u kojima su svoju djelatnost obavljala ukupno 143 gospodarska subjekta koji su zapošljavali 2.962 osobe.

Sveučilište Sjever je ustanova čiji su osnivači gradovi Koprivnica i Varaždin. Otvaranjem Sveučilišnog centra Koprivnica postavljeni su temelji i utvrđene smjernice u razvoju modernog europskog sveučilišta, orijentiranog prema potrebama lokalne zajednice.

Križevci su najstariji grad Koprivničko-križevačke županije, uz kojeg se često veže izreka: "Grad škola i crkvi, glazbe i gospočije". Grad se prvi puta spominje 1193.g. pod nazivom Cris, a status slobodnog i kraljevskog grada dobiva 1252 g. U rodnom gradu trećeg hrvatskog sveca sv. Marka Križevčanina, dogodio se 1397. godine poznati "Krvavi križevački Sabor".

Danas grad Križevci s pripadajućim okolnim naseljima ima 21.122 stanovnika (DZS, 2011), razvijeno obrtništvo, malo i srednje poduzetništvo. U Križevcima imaju svoje sjedište trgovačka kuća KTC i najveće građevinsko poduzeće u županiji Radnik d.d.. Gotovo stoljeće i

¹ Gospodarstvo Koprivničko-križevačke županije. Dostupno na: <http://www.hgk.hr/zupanijska-komora-koprivnica/gospodarstvo-koprivnicko-krizevacke-zupanije>.

pol u Križevcima djeluje Visoko gospodarsko učilište, a od 2002. godine Laboratorij za ispitivanje kvalitete mlijeka. Križevci sa svojom okolicom imaju najveći broj vrijednih, ali i najstarijih spomenika na području Županije. U samom gradu je osam sakralnih objekata.

U gradu je krajem 2016. godine otvoren Razvojni centar i tehnološki park Križevci. Ukupna vrijednost projekta izgradnje Razvojnog centra i tehnološkog parka iznosila je 37.6 mil. kuna, a Europska unija sufinancirala je sa 33.8 milijuna kuna. Nositelj projekta bio je Grad Križevci dok su partneri u projektu bili Visoko gospodarsko učilište u Križevcima te Križevački poduzetnički centar d.o.o..

Za grad Križevce i Koprivničko-križevačku županiju u 2016. realiziran je još jedan veliki projekt, otvorena je brza cesta Gradec - Križevci, kao nastavak brze ceste do Zagreba.

Đurđevac ima 8.264 stanovnika (DZS, 2011), a u povijesti se prvi puta spominje u 13. stoljeću. Današnji je Đurđevac spoj ruralne i urbane kulture, napose graditeljstva. Zahvaljujući povoljnom položaju i bogatstvu prirode područje Đurđevca ima razvijenu poljoprivrednu proizvodnju. Okolica grada Đurđevca bogato je vinorodno područje. Tu je i hrvatska Sahara "Đurđevački peski", botanički zaštićeno područje bogato brojnim endemičnim vrstama flore i faune.

U Koprivničko križevačkoj županiji se daje veliki značaj pridaje se razvoju i poticanju poduzetništva, naročito kroz razvoj poduzetničkih zona kojih prema podacima Razvojne strategije Koprivničko križevačke županije u 2015. godini je bilo 13, a u kojima su svoju djelatnost obavljala ukupno 143 gospodarska subjekta koji su zapošljavali 2.962 osobe (ŽRS-KKŽ, 2016).

Najznačajnija djelatnost u gospodarstvu KKŽ je prerađivačka industrija. Najzastupljenija djelatnost u županiji je trgovina unutar koje djeluje 27,6% ukupnog broja poduzeća, slijedi prerađivačka djelatnost s 18,1%, te građevinarstvo s 11,3%. Na području KKŽ bilježi se prisutnost gotovo svih većih trgovačkih lanaca maloprodaje (ŽRS-KKŽ, 2016).

Poljoprivredna je djelatnost izrazito važna za gospodarstvo ovoga područja. U Koprivničko križevačkoj županiji registrirano je 10.741 poljoprivrednih poduzeća-subjekta (APRR, 2016) (Tablica 2).

Tablica 2. Broj ukupnih poslovnih subjekata u poljoprivredi u KKŽ

	2015		2016	
OPG	11.204	98,03 %	10.528	98,02 %
OBRT	96	0,84 %	85	0,79 %
OSTALI	13	0,11 %	13	0,12 %
TRGOVAČKO DRUŠTVO	13	0,11 %	105	0,98 %

ZADRUGA	13	0,11 %	10	0,09 %
UKUPNO	11.429		10.741	

Izvor: Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju

Od ukupnog broja registriranih subjekata dominiraju obiteljska poljoprivredna gospodarstva s 10.528 predstavnika što čini udio od 98,02%. Ostali poslovni subjekti koji se javljaju su obrti, njih 85 (0,79%), trgovačka društva 105 (0,98 %), zadruge 10 (0,09%), te ostali s po 13 zastupnika što je samo 0,12% zastupljenosti po pojedinom obliku. Uspoređujući broj ukupno registriranih poljoprivrednih subjekata u 2016. godini s prethodnom 2015. godinom, vidljiv je ukupan pad poljoprivrednih poduzeća. U 2016. godini registrirana su 10.741 subjekta, što je pad za 6,02%, a od toga najveći pad je u broju obiteljskih poljoprivrednih poduzeća. Godine 2005. godine bilo ih je 11.204, a u 2016. godini 10.528, što predstavlja smanjenje za 6,03%. Smanjen je i broj obrta, s 96 na 85, što je smanjenje za 11,46 %. Dok je broj trgovačkih društva povećan gotovo osam puta, s 13 na 105. Broj zadruga je smanjen s njih 13 na 10.

U Koprivničko-križevačkoj županiji upisano je 71.136,97 ha poljoprivrednog zemljišta (ŽRS-KKŽ, 2016). Najveći broj poljoprivrednih gospodarstava i dalje raspolaže poljoprivrednom površinom manjom od 3 hektara, a od toga je količina obrađenih poljoprivrednih površina oko 70 tisuća hektara. Sukladno podacima ARKODA, najviše poljoprivrednih površina koristi se u svrhu oranica (Tablica 3).

Tablica 3. Površina obrađenog poljoprivrednog zemljišta KKŽ

	2015	2016
Kategorija	Površina, ha	
Oranica	60.417*	60.551**
Staklenik	26**	28**
Livada	8.565*	8.158**
Pašnjaci	302*	311**
Vinograd	609*	567**
Voćnjaci	1.245*	1.288**
Orašaste kulture	330**	1.011**
Trajni nasadi	16**	15**

Izvor: *Županijska razvojna strategija Koprivničko-križevačke županije za razdoblje 2014.-2020; **Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju

Na području Koprivničko-križevačke županije u razdoblju 2015/2016. bilježi se lagani rast ukupnih površina obrađenog poljoprivrednog zemljišta. Najveći pomak u navedenom periodu

je zamijećen kod uzgoja voćnih vrsta, s jakim naglaskom na orašaste kulture, što ne čudi zato što su mjere poticaja izražene upravo u ovom segmentu.

Koprivničko-križevačka županija je prepoznatljiva kao područje stočarske proizvodnje (meso i mlijeko). Najveći dio stočarstva se odnosi na govedarstvo, sa simentalском pasminom goveda kao najdominantnijom. Uz govedarstvo, dobro je razvijeno i svinjogojstvo, s pasminama kao što su Landras i Jorkšir. Iako navedena grana zauzima najviše prostora kod stočne proizvodnje, ona lagano pada u 2016. godini nasuprot 2015., uz napomenu da broj gospodarstva ostaje približno isti.

Tablica 4. Brojno stanje domaćih životinja 2015/2016. godine u KKŽ

		2015*	2016**
GOVEDA	Broj gospodarstava	3.997	3.881
	Broj životinja	73.733	69.303
KONJI	Broj gospodarstava	228	249
	Broj životinja	822	849
MAGARCI	Broj gospodarstava	9	12
	Broj životinja	14	17
SVINJE	Broj gospodarstava	5.838	5.838
	Broj životinja	103.435	97.422
OVCE	Broj gospodarstava	706	732
	Broj životinja	10.651	10.599
KOZE	Broj gospodarstava	143	145
	Broj životinja	2.262	2.100

Izvor: *Županijska razvojna strategija Koprivničko-križevačke županije za razdoblje 2014.-2020;**Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju

Uz razvijeno govedarstvo i svinjogojstvo, uzgoj ovca i koza je na uglavnom stabilnim razinama. Ovdje prednjači pasmina Romanovska. U KKŽ najpopularnija pasmina koza je Sanska koza. Konjogojstvo se vezuje sa sportskim jahanjem. U tablici četiri je razvidno da

dominira broj svinja, 97.442 koji se uzgaja na 5.865 gospodarstva, slijede 69.303 goveda, koje se uzgajaju na 3.881 gospodarstava, ovce 10.599 na 732 gospodarstva i koze 2.100 na 145 gospodarstva.

S obzirom na veliki udio stočarske proizvodnje u KKŽ, ona zauzima važno mjesto u proizvodnji mlijeka. Prema podacima HPA, količina isporučenog kravljeg mlijeka u 2016. godini je iznosila 59.858.091 kg, a koje je bilo isporučeno od strane 1.801. isporučitelja. Za razliku od 2015. godine, kada je bilo aktivno 2.024 proizvođača, a proizvedeno je 62.608.189 kg mlijeka, ovo predstavlja pad u proizvodnji od 4,39 %, i u istom razdoblju prema prethodnoj godini bilo je manje 11,02 % proizvođača mlijeka (Tablica 5). Udio proizvodnje mlijeka na državnoj razini iznosi 16 % od ukupne nacionalne proizvodnje. Još uvijek veliki broj proizvođača prodaje mlijeko velikim otkupljivačima, tj. mljekarskoj industriji, dok s druge strane primjer Podkalničkog² križevačkog kraja daje dobar primjer kako se razmjerno veliki udio vlastite proizvodnje mlijeka prerađuje u vlastitim mini mljekarama a proizvodi izravno prodaju većinom na Zagrebačkim tržnicama ili na kućnom pragu.

Tablica 5. Količina isporučenog kravljeg mlijeka i ukupan broj isporučitelja mlijeka u KKŽ

Županija	Broj isporučitelja	Količina isporučenog mlijeka (kg)
2015.	2.024	62.608.189
2016.	1.801	59.858.091

Izvor: Hrvatska poljoprivredna agencija(HPA)

Pčelarstvo na području KKŽ ima dobre pašne i klimatske uvjete za proizvodnju meda. Broj pčelinjih zajednica prema evidenciji HPA kreće se oko 11 tisuća košnica. U KKŽ je registrirano oko 20 proizvođača meda koji ujedno raspolažu i s vlastitim punionicama, te ostalom opremom za proizvodnju proizvoda na bazi meda.

Ratarska proizvodnja predstavlja dominantan oblik proizvodnje gdje se uz postojeću tradicionalnu proizvodnju sve više naziru i supstituti u vidu proizvodnje povrća, industrijskog bilja, ljekovitog bilja, novih sorti voća i povrća. Agroklimatološki, kao i pedološki uvjeti na području Koprivničko-križevačke županije, predstavljaju prilike za proizvođače da se orijentiraju prema dohodovnijim proizvodnjama, pa ne čudi da voćarstvo i povrćarstvo bilježi povećani interes proizvođača kroz proizvodnju i plasman proizvoda. Koprivničko križevačka županija uz svoj stočarski segment prepoznata je i kao županija gdje je proizvodnja voća i

² Prostor između šireg ruralnog područja grada Križevaca i planine Kalnik.

povrća značajan segment poljoprivredne proizvodnje, a tome u prilog idu i podaci Agencije za plaćanja u poljoprivredi (Tablica 6).

Tablica 8. Trendovi u uzgoju voća i povrća

Voćne vrste			
2015	2016	Promjena 2015/2016	Subjekt
ha			
819,89	1.610,02	↑ 49,08%	OPG
37,1	53,23	↑ 30,30%	OBRT
128,25	494,56	↑ 74,07%	TD
-	-	-	ZADRUGE
985,24	2.157,81	↑ 54,34 %	

Povrće			
2015	2016	Promjena 2015/2016	Subjekt
ha			
646,57	1.176,48	↑ 45,04%	OPG
36,9	74,21	↑ 50,28%	OBRT
126,78	189,23	↑ 33,00%	TD
1,35	0,45	↓ 66,67%	ZADRUGE
811,60	1.440,37	↑ 43,65%	

Izvor: Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju

Standardna ratarska proizvodnja u KKŽ podrazumijeva proizvodnju žitarica, uljarica, soje, krmnog bilja itd. (Tablica 7). Razvidan je veliki broj oraničnih površina, što se može staviti u izravnu korelaciju sa jakom stočarskom proizvodnjom u Županiji.

**Tablica 7. Trend proizvodnje ratarskih kultura u KKŽ
s obzirom na površine i subjekt**

Krmno bilje			
2015	2016	Promjena 2015/2016	Subjekt
ha			
6.401,68	8.646,08	↑ 25,96%	OPG
160,69	177,56	↑ 9,50%	OBRT
528,01	621,09	↑ 14,99%	TD
19,01	25,87	↑ 26,52%	ZADRUGE
7.109,39	9.511,96	↑ 25,26%	

Žitarice

2015	2016	Promjena 2015/2016	Subjekt
ha			
42.778,82	48.791,36	↑ 12,32%	OPG
919,45	1.453,31	↑ 36,73%	OBRT
3,710,49	5.290,57	↑ 29,87%	TD
131,27	48,98	↓ 62,69%	ZADRUGE
43.829,54	55.584,22	↑ 21,15%	

Soja

2015	2016	Promjena 2015/2016	Subjekt
ha			
793,31	806,94	↑ 1,69%	OPG
79,63	28,99	↓ 63,59%	OBRT
38,18	17,12	↓ 55,16%	TD
36,3	0,84	↓ 97,69%	ZADRUGE
947,42	853,89	↓ 9,87 %	

Uljarice

2015	2016	Promjena 2015/2016	Subjekt
ha			
2.071,19	3.843,74	↑ 46,12%	OPG
116	167,43	↑ 30,72%	OBRT
86,93	289,37	↑ 69,96%	TD
-	-	-	ZADRUGE
2.274,12	4.300,54	↑ 47,12%	

Izvor: Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju

Kao spomenuta supstitucija klasične ratarske proizvodnje, u KKŽ sve veću važnost zauzimaju i neki drugi vidovi ove proizvodnje. Primjerice, uočljivi su trendovi rasta u voćarstvu i povrćarstvu. Također, s obzirom na agroklimatološke i tržišne uvjete, u Županiji je evidentirana i proizvodnja ljekovitog bilja, vinove loze, pa čak i cvijeća (Tablica 8).

Tablica 8. Trendovi u supstitucijskim proizvodnjama

Ljekovito bilje

2015	2016	Promjena 2015/2016	Subjekt
ha			
37,03	81,26	↑ 54,43%	OPG
1,88	30,69	↑ 93,87%	OBRT
-	2,46	-	TD
-	-	-	ZADRUGE
38,91	114,41	↑ 65,99%	

Cvijeće

2015	2016	Promjena 2015/2016	Subjekt
ha			
0,36	2,16	↑ 83,33%	OPG
-	0,12	-	OBRT
-	-	-	TD
-	-	-	ZADRUGE
0,36	2,28	↑ 84,21%	

Plemenita vinova loza

2015	2016	Promjena 2015/2016	Subjekt
ha			
-	334,4	-	OPG
-	15,23	-	OBRT
-	2,88	-	TD
-	15,69	-	ZADRUGE
0,00	368,20	-	

Izvor: Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju

Radi boljega razumijevanja strukture spomenutih ratarskih proizvodni u tablici 9. daje se pregled zastupljenosti pojedinih kultura i njihov udio i značaj za postojeću proizvodnju. Zbog vrlo jake prehrambene prerađivačke industrije (Podravka d.d.), jedan broj proizvođača voća i povrća ugovorno veže svoj količinu i strukturu svoje proizvodnje za spomenuti trgovački lanac, pa se može kazati da su proizvodne površine i proizvodne količine uvjetovane upravo tim preduvjetom.

**Tablica 9. Struktura ratarske proizvodnje u KKŽ
s obzirom na učestalost i značaj pojedinih kultura**

Žitarice

Kultura	2015	2016	Promjena 2015/2016
	ha		
Heljda	43,29	169,26	↑ 74,24%
Ječam	2.361,70	2.780,83	↑ 15,07%
Kukuruz	34.309,99	32.253,12	↓ 6,38%
Kukuruz kokičar	-	3,95	-
Kukuruz šećerac	-	31,82	-
Pir	4,3	18,97	↑ 77,29%
Proso	9,83	16,36	↑ 39,91%
Pšenica	8.190,54	8.608,63	↑ 4,26%
Raž	21,08	25,27	↑ 0,17%
Zob	1.504,76	1.567,31	↑ 4,02%

Uljarice

Kultura	2015	2016	Promjena 2015/2016
	ha		
Suncokret	127,11	258,89	↑ 50,90%
Uljna buča	405,62	293,67	↓ 27,60%
Uljana repica	1.741,69	3.918,28	↑ 55,55%

Izvor: Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju

Razvidno je da u KKŽ veliki značaj ima klasična ratarska proizvodnja, te naročito voćarstvo. Broj kultura i površine na kojima su on zasađene govore o potencijalu koji naročito ima upravo voćarstvo. Uz voćarstvo, u KKŽ veoma je značajno i uzgoj povrća (Tablica 10).

Tablica 10. Struktura proizvodnje voća i povrća u KKŽ

Voćne vrste

Kultura	2015	2016	Promjena 2015/2016
	ha		
Aronija	14,13	23,61	↑ 40,15%
Bazga	0,17	1,35	↑ 87,41%
Borovnica	2,85	5,13	↑ 44,44%
Breskva	24,89	17,08	↓ 31,38%
Goji	2,40	2,19	↓ 8,75%
Jabuka	101,48	78,93	↓ 22,22%
Jagoda	9,13	20,27	↑ 54,96%
Kesten	0,31	0,84	↑ 63,10%
Kruška	3,26	3,13	↓ 3,99%
Kupina	8,99	9,56	↑ 5,96%
Lijeska	86,29	148,70	↑ 41,97%
Lubenica	-	11,65	-
Malina	25,16	20,80	↓ 17,33%
Marelica	3,27	2,49	↓ 23,85%
Nektarina	0,12	0,61	↑ 80,33%
Ogrozd	2,87	3,20	↑ 10,31%
Orah	351,23	416,05	↑ 15,58%
Ribiz	3,91	4,91	↑ 20,37%
Sibirska borovnica	-	0,48	-
Šipak	-	9,70	-
Šljiva	50,87	54,37	↑ 6,44%
Trešnja	19,57	17,84	↓ 8,48%
Višnja	46,40	31,39	↓ 32,35%

Povrće			
Kultura	2015	2016	Promjena 2015/2016
	ha		
Batat	0,43	6,74	↑ 93,62%
Blitva	0,68	6,01	↑ 88,67%
Brokula	6,13	1,47	↓ 76,02%
Bundeva	1,35	1,02	↓ 24,44%
Buča	6,86	4,64	↓ 32,36%
Celer	1,4	0,14	↓ 90,00%
Cikla	9,12	7,14	↓ 21,71%
Cvjetača	3,98	-	-
Češnjak	2,55	4,43	↑ 42,44%
Grah	144,29	169,17	↑ 14,71%
Grašak	97,48	105,42	↑ 7,53%
Hren	0,4	1,07	↑ 62,62%
Kelj	3,42	4,10	↑ 16,59%
Koraba	0,40	1,84	↑ 78,26%
Krastavci i kornišoni	5,90	8,75	↑ 88,57%
Krumpir	123,69	89,27	↓ 27,83%
Kupus	37,41	45,22	↑ 17,27%
Luk	11,24	11,89	↑ 5,47%
Mrkva	1,41	28,39	↑ 95,03%
Paprika	46,76	48,90	↓ 4,38%
Peršin	0,52	0,77	↑ 32,47%
Patliđan	3,49	3,28	↓ 6,02%
Poriluk	1,13	2,03	↑ 44,33%
Rajčica	18,26	4,68	↓ 74,37%
Salata	9,15	13,60	↑ 32,72%
Tikva/tikvice	15,23	13,44	↓ 11,75%

Izvor: Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju

Iako površinski i količinski najmanja, zbog izuzetno povoljnih uvjeta proizvodnje i potražnje tržišta, proizvodnja ljekovitog bilja predstavlja ozbiljan razvojni potencijal. Uz klasične kulture kao što su kamilica i lavanda i koje se uzgajaju najviše, u nešto manjem obimu bilježi se i uzgoj bijelog i crnog sljeza, divljeg komorača, matičnjaka, mene, nevena, stolisnika, koprive, itd. (Tablica 11.)

Tablica 11. Uzgoj ljekovitog bilja u KKŽ

Kultura	Ljekovito bilje		Promjena 2015/2016
	2015	2016	
	ha		
Kamilica	32,97	107,76	69,40%
Lavanda	2,14	2,32	7,77%

Izvor: Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju

S obzirom na trendove, kao i stalni porast potražnje za ekološkim proizvodima, u KKŽ bilježi se porast broja proizvođača i površina. Uz to, kroz Program ruralnog razvoja RH 2014-2020. planirane su mjere poticanja certificirane ekološke proizvodnje, što svakako doprinosi ovom trendu porasta ekoloških proizvođača. U Koprivničko križevačkoj županiji ekološkom proizvodnjom se bavi 102 proizvođača na 3.130 ha. Od ukupne ekološke proizvodnje na žitarice otpada 33%, voće 17%, stočarstvo 15%, uljarice i predivo ulje 12%, povrće 7%, vinovu lozu 6% i ostalo.³ Integriranom proizvodnjom u Županiji se bavi 39 proizvođača.

Za daljnji razvoj poljoprivrede vrlo važne su potporne institucije. U Koprivničko-križevačkoj županiji krovna institucija za sektor poljoprivrede je Upravni odjel za gospodarstvo, komunalne djelatnosti i poljoprivredu sa sjedištem u Koprivnici. Na gradskoj razini ustrojene su gradske službe koje iako različite po nazivima, u svom djelokrugu imaju i poljoprivredu. Tako, primjerice u Križevcima Upravni odjel za gospodarstvo i financije, u Đurđevcu Upravni odjel za gospodarstvo, financije i razvojne projekte, te u Koprivnici Upravni odjel za financije, poticanje poduzetništva i komunalno gospodarstvo. Na području Županije djeluje Savjetodavna služba sa svojim podružnicama u Koprivnici, Križevcima i Đurđevcu, te se organiziraju poljoprivredne manifestacije od kojih su primjerice *Dani travnjaka* i *Dani voća* u Koprivnici, *Medveni dani* u Đurđevcu, *Obrtnički sajam* u Križevcima itd. Na području županije djeluju brojne udruge poljoprivrednika, zadruge i klasteri.

Od kulturno-turističkih manifestacija u Koprivničko Križevačkoj županiji ističu se *Podravski motivi* - sajam naive, izvornih gastronomskih dostignuća i izvornog folklora održava se prvi vikend u srpnju, te *Renesansni festival* - srednjevjekovni sajam obrta, jela, pića, glazbe i viteških igara održava se zadnjeg vikenda u kolovozu koji se upriličuje u Koprivnici. U Križevcima je najznačajnija kulturno-zabavna manifestacija Križevačko spravišće, a od gospodarskih se ističe *Obrtnički i gospodarski sajam* Koprivničko-križevačke županije. Đurđevac je grad bogate povijesti, grad *"Legende o picokima"* koja govori o obrani

³ Koprivničko-križevačka županija www.kckzz.hr

Đurđevčana od najeze Turaka izbacivanjem pijetla iz topa. Svake godine, zadnjeg vikenda u lipnju održava se kulturno-turistička manifestacija *Picokijada*, a u slavu na legendarnu obranu od Turaka u srednjovjekovnoj utvrdi Stari grad održava se scenski prikaz Legende. Zbog svog nacionalnog značaja, Ministarstvo kulture Republike Hrvatske stavilo je ovu scensku igru pod zaštitu i 2007. godine dodijelilo joj trajni status nematerijalnog kulturnog dobra Republike Hrvatske. Bogatu kulturno povijesnu baštinu i tradicijske temelje prepoznala je i Europska komisija koja je Đurđevcu dodijelila status Europske destinacije izvrsnosti o čuvanju i njegovanju nematerijalne kulturne baštine.

Sukladno podacima Nacionalnog kataloga Ruralnog turizma Hrvatske kojeg izdaje Hrvatska gospodarska komora uz suradnju s Ministarstvom Turizma (HGK, 2015) u Koprivničko križevačkoj županiji registrirano je četiri ruralno turističkih gospodarstava: *Seljačko domaćinstvo Jastrebov vrh* u Bakovčicama pokraj Koprivnice, *Sunčano selo* u Jagnjedovcu, *Izletište i vinotočje Gudan* Starigrad kod Koprivnice, *Seljačko domaćinstvo Jurjević* iz Peteranca i *Etnokuća Karlovčan* u Ferdinandovcu. Ovdje valja pridodati i seljačko turističko domaćinstvo obitelji *Rakić* iz Čabraja pokraj Križevaca.

4.2. Stanje poljoprivredne proizvodnje u Međimurskoj županiji (MŽ)

Međimurje je najgušće naseljeni dio Hrvatske. Na području veličine 730 km² (72.956 ha). U 126 naselja živi 113.804 ljudi (DZS, 2011). U Međimurskoj županije su tri grada.

Čakovec je županijsko središte, uz to je važno prometno, obrazovno, gospodarsko i administrativno središte. U Čakovcu postoji gimnazija te nekoliko drugih srednjih škola, kao i Visoka učiteljska škola u Čakovcu (bivša Pedagoška akademija) za potrebe izobrazbe nastavničkog kadra. U novije vrijeme osnovano je i Međimursko veleučilište zbog rastuće potrebe za kadrom na područjima računarstva, menadžmenta i održivog razvoja.

Prelog je jedan od jače industrijaliziranih središta ne samo u Međimurju, nego i šire. U ukupnoj ekonomskoj strukturi više od 50% otpada na industriju, zatim trgovinu i ugostiteljstvo, poljoprivredu te druge djelatnosti. Grad Prelog je i regionalno administrativno središte s niz državnih, upravnih i drugih ustanova i ureda, Općinskim i Prekršajnim sudom, školama, kulturnim, sportskim i vatrogasnim udrugama, itd. Na turističkom planu Prelog se veže uz rijeku Dravu.

Mursko Središće predstavlja regionalno središte sjevernog Međimurja. Uz razvijeno malo i srednje poduzetništvo, Mursko Središće je važna točka u prometnoj infrastrukturi Međimurja i Hrvatske zato što se nalazi na državnoj cesti 209 Varaždin – Nedelišće – Čakovec –

Šenkovec - Mursko Središće i graniči sa Slovenijom pa tako predstavlja točku u međunarodnom povezivanju sa Slovenijom, Mađarskom, Slovačkom, Češkom, Poljskom itd. Dominantne industrijske grane ovog područja su tekstilna industrija, graditeljstvo i ugostiteljstvo.

Međimurska je županija bazira svoju gospodarsku razvijenost u prvom redu na malom i srednjem poduzetništvu. Ono se također djelomično bazira i na povijesnim proizvodnim orijentacijama, ali isto tako prate se suvremeni trendovi u potražnji što je rezultiralo diversificiranom proizvodnjom i ponudom.

U Međimurju je osnovano 60-ak gospodarskih zona, 16 potpunih, a 27 spremnih za ulaganje ili u pripremi (Županijska razvojna strategija Međimurske županije).

Prema podacima Hrvatske gospodarske komore, županijske komore Čakovec (2017) gospodarstvo Međimurske županije se uglavnom temelji na prerađivačkoj industriji, gdje najveći značaj ima metaloprerađivačka industrija, kao i tekstilna i odjevna, zatim drvoprerađivačka, te prehrambena industrija. Značajna je proizvodnja i prerada plastičnih proizvoda, nemetalnih mineralnih proizvoda, električne opreme itd. Uz navedene industrije valja dodati i obućarsku industriju koja uz tradiciju proizvodnje ponovno sve više dobiva na značaju (HGK, 2017). Također značajno su razvijene i djelatnosti poljoprivrede, trgovine, graditeljstva, prijevoza i skladištenja.

Poljoprivreda je oduvijek imala veliki značaj u gospodarskom razvitku Međimurja. Značajna poljoprivredno-prehrambena poduzeća su Agromeđimurje d.d., Čakovečki Mlinovi d.d. s proizvodnjom i obradom žitarica te Vajda d.d. u području stočarstva i mesne industrije. Uz velike poslovne subjekte, u Međimurskoj županiji veliki je broj malih poljoprivrednih subjekata koji imaju još veći značaj nego spomenuta velika poduzeća. Direktno i indirektno je gotovo 12,7% stanovništva vezano za zemlju. Ta statistika stavlja regiju po agrarnim djelatnostima iznad nacionalnog prosjeka.

Od ukupnog broja registriranih poljoprivrednih subjekata u Međimurskoj županiji dominiraju obiteljska poljoprivredna gospodarstva s 5.232 registriranih predstavnika što čini udio od 97,35%. No, u usporedbi s 2015. godinom kada ih je bilo registrirano 6.120, u 2016. godini je došlo do smanjenja za 14,51%. Od ostalih poslovnih subjekata koji se javljaju, zamijećen je nešto veći udio u ukupnom broju poljoprivrednih poslovnih subjekata trgovačkih poduzeća, njih 86 (1,59%), dok ih je u 2015. bilo registriranih 80 (1,27%). Broj obrta u 2016. je iznosio 66 (1,22%), što također predstavlja smanjenje od 8,33% s obzirom da je u 2015. godini bilo ih registrirano 73 (1,19%). Broj zadruga u 2016. godini iznosi sedam, dok ih je u 2015. bilo

osam. U Međimurskoj županiji bilježi se manji ukupan broj poslovnih poljoprivrednih subjekata (Tablica 12).

Tablica 12. Broj ukupnih poslovnih subjekata u poljoprivredi u Međimurskoj županiji

	2015*		2016**	
OPG	5.952	97,25%	5.232	96,95%
OBRT	73	1,19%	66	1,22%
OSTALI	7	0,11%	6	0,11%
TRGOVAČKO DRUŠTVO	80	1,32%	86	1,59%
ZADRUGA	8	0,13%	7	0,13%
UKUPNO	6.120		5.397	

*Izvor: Županijska razvojna strategija Međimurske županije; **Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju*

Shodno podacima koje objavljuje Agencija za plaćanja u poljoprivredi (2016) u Međimurskoj županiji ima 30.107 ha poljoprivrednog zemljišta, i od toga je 96% obradivo. Prema istom izvoru za 2016. godinu na oranice se odnosi 26.342 ha, voćnjake 1.072, vinograde 527 ha, livade 1.576 ha i pašnjake 110 ha (Tablica 13).

Tablica 13. Površina obrađenog poljoprivrednog zemljišta MŽ

	2015	2016
Kategorija	Površina, ha	
Oranica	25.478	26.342
Staklenik	1	6
Livada	1.456	1.576
Pašnjaci i krški pašnjaci	108	110
Vinograd	442	527
Maslinik	-	-
Voćne vrste	892	1.072
Agrumi	-	-
Orašaste kulture	119	331
Trajni nasadi	13	14
Ostalo*	127	129

Izvor: Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju

U usporedbi s prethodnom godinom, razvidno je da su ukupne površine obrađenog zemljišta 2016. godine na istoj razini kao i godinu dana ranije. Do pomaka prema većoj proizvodnji

došlo je na području stakleničke proizvodnje, vinogradarstva, voćarstva te naročito u proizvodnji orašastih kultura.

Prema podacima Agencije za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju broj domaćih životinja je u ukupnom porastu. Ukupni broj svih registriranih životinja u 2015. godini iznosio je 82.899 komada, a u 2016. godini 87.980 komada. Za istaknuti je rast kod uzgoja svinja od 8,64 %, te kod uzgoja ovca gdje se bilježi rast od 27,04 %. Pad proizvodnje je zabilježen jedino kod uzgoja goveda i koza. (Tablica 14).

Tablica 14. Brojno stanje domaćih životinja u Međimurskoj županiji (2015/2016)

		2015	2016
GOVEDA	Broj gospodarstava	507	589
	Broj životinja	10.600	9.267
KONJI	Broj gospodarstava	87	93
	Broj životinja	272	290
MAGARCI	Broj gospodarstava	4	4
	Broj životinja	16	20
SVINJE	Broj gospodarstava	3.563	5.526
	Broj životinja	67.826	74.240
OVCE	Broj gospodarstava	46	62
	Broj životinja	623	854
KOZE	Broj gospodarstava	69	75
	Broj životinja	3.562	3.309

Izvor: Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju

Proizvodnja mlijeka u Međimurskoj županiji manja je nego u Koprivničko-križevačkoj, ali i unatoč tome predstavlja važan segment poljoprivredne proizvodnje, a naročito one stočarske. Prema podacima HPA, količina isporučenog kravljeg mlijeka je u 2016. godini iznosila 15.871.893 kg, a koje je bilo isporučeno od strane 226 isporučitelja, a što u usporedbi s

prethodnom 2015. godinom predstavlja pad kako u broju proizvođača tako i u količini proizvedenog mlijeka i to na godišnjoj razini od 1,80% (Tablica 15).

Tablica 15. Količina isporučenog kravljeg mlijeka i ukupan broj isporučitelja mlijeka u MŽ

Županija	Broj isporučitelja	Količina isporučenog mlijeka (kg)
2015	253	16.163.238
2016	226	15.871.893

Izvor: Hrvatska poljoprivredna agencija (HPA)

Ratarska proizvodnja predstavlja veoma važan oblik proizvodnje gdje se uz postojeću tradicionalnu proizvodnju sve više naziru i supstituti u vidu proizvodnje industrijskog bilja, ljekovitog bilja, novih sorti voća i povrća. Agroklimatološki, kao i pedološki uvjeti na području Međimurske županije predstavljaju prilike za proizvođače da se orijentiraju prema dohodovnijim proizvodnjama. (tablica 16).

Tablica 16. Trend proizvodnje s obzirom na površine i subjekt MŽ

Žitarice

2015	2016	Promjena 2015/2016	Subjekt
ha			
15.680,58	16.929,42	↑ 7,38%	OPG
801,19	727,41	↓ 9,21%	OBRT
1.400,12	2.188,89	↑ 36,04%	TD
-	-		ZADRUGE
17.881,89	19.845,72	↑ 9,90	

Uljarice

2015	2016	Promjena 2015/2016	Subjekt
ha			
1.402,90	1.831,22	↑ 23,39%	OPG
186,95	71,47	↓ 61,77%	OBRT
178,96	1.103,26	↑ 83,78%	TD
-	13,08	-	ZADRUGE
1.768,81	3.019,03	↑ 41,41%	

Soja

2015	2016	Promjena 2015/2016	Subjekt
ha			
615,72	519,84	↓ 15,57%	OPG
122,96	10,65	↓ 91,34%	OBRT
30,75	30,79	↑ 12,99%	TD
-	-	-	ZADRUGE
769,43	561,28	↓ 27,05 %	

Krmno bilje

2015	2016	Promjena 2015/2016	Subjekt
ha			
939,75	471,64	↓ 49,81%	OPG
31,75	35,38	↑ 10,26%	OBRT
363,3	1.203,75	↑ 69,82%	TD
-	-	-	ZADRUGE
1.334,80	1.710,77	↑ 21,98 %	

Izvor: Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju

U Međimurskoj županiji značajno je zastupljena proizvodnja voća, naročito jabuka. Uz proizvodnju jabuka, karakteristična je i proizvodnja povrća (Tablica 17).

Tablica 17. Trendovi u uzgoju voća i povrća u MŽ

Voćne vrste

2015	2016	Promjena 2015/2016	Subjekt
ha			
595,72	888,23	↑ 32,93%	OPG
38,33	85,51	↑ 55,17%	OBRT
255,1	594,42	↑ 57,08 %	TD
-	-	-	ZADRUGE
889,15	1.568,16	↑ 43,30%	

Povrće

2015	2016	Promjena 2015/2016	Subjekt
ha			
2.532,12	3.177,22	↑ 20,30%	OPG
333,12	492,53	↑ 32,66%	OBRT
52,58	53,65	↑ 1,99%	TD
1,06	0,8	↓ 24,53%	ZADRUGE
2.918,88	3.724,20	↑ 21,62%	

Izvor: Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju

Pčelarstvo na području Međimurske županije također ima dobre pašne i klimatske uvjete za proizvodnju meda. Mreža pčelara je brojna i kroz tradiciju i uređenost odnosa na tržištu ono također predstavlja vitalni potencijal u sklopu ukupne poljoprivredne proizvodnje Međimurske županije. Broj pčelara je sličan onome u Koprivničko križevačkoj županiji, sa stalnim trendom rasta i povećanja košnica.

Također, s obzirom na agroklimatološke i tržišne uvjete, sve više proizvođača se u Županiji okreće proizvodnji ljekovitog bilja, uzgoju plemenite vinove loze, pa čak i cvijeća (Tablica 18).

Tablica 18. Trendovi u proizvodnji ljekovitog bilja, plemenite vinove loze i cvijeća u MŽ

Ljekovito bilje			
2015	2016	Promjena 2015/2016	Subjekt
ha			
5,09	7,79	↑ 34,66%	OPG
55,97	0,72	↓ 98,71%	OBRT
291,97	698,39	↑ 58,19%	TD
353,03	706,9	↑ 50,06%	ZADRUGE
706,06	1.413,80	↑ 50,06 %	

Plemenita vinova loza			
2015	2016	Promjena 2015/2016	Subjekt
ha			
-	264,98	-	OPG
-	68,57	-	OBRT
-	129,45	-	TD
-	67,67	-	ZADRUGE
0.00	530.67	-	

Cvijeće			
2015	2016	Promjena 2015/2016	Subjekt
ha			
0,17	0,23	↑ 26,09%	OPG
0,34	1,05	↑ 67,62%	OBRT
-	-	-	TD
-	-	-	ZADRUGE
0,51	1,28	↑60,16%	

Izvor: Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju

Struktura ratarske proizvodnje i proizvodnje voća pokazuje značaj ovih proizvodnji, te dubinu asortimana koji je moguće plasirati na tržište, ali i njegov potencijalni ekonomski značaj koji se može razviti kroz daljnja ulaganja i razvoj tržišta (Tablica 19).

**Tablica 19. Struktura ratarske proizvodnje u Međimurskoj županiji
s obzirom na učestalost i značaj pojedinih kultura**

Uljarice			
Kultura	2015	2016	Promjena 2015/2016
	ha		
Suncokret	99,23	246,21	↑ 59,70%
Uljna buča	1.099,22	1.073,53	↓ 2,34%
Uljana repica	574,55	1.024,26	↑ 43,91%

Žitarice			
Kultura	2015	2016	Promjena 2015/2016
	ha		
Heljda	23,25	18,87	↓ 18,84%
Ječam	1.106,77	1.780,13	↑ 37,83%
Kukuruz	11.921,38	10.901,11	↓ 8,56%
Kukuruz kokičar	-	1,34	-
Kukuruz šećerac	-	7,50	-
Pir	53,34	14,40	↓ 73,00%
Proso	4,53	2,01	↓ 55,63%
Pšenica	3.934,69	3.953,56	↑ 0,48%
Raž	49,48	55,54	↑ 10,9 %
Zob	330,66	448,34	↑ 26,48%

Izvor: Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju

Poznato je da se u Međimurskoj županiji daje uz klasičnu ratarsku proizvodnju, veliki značaji uzgoju voća i povrća. Broj kultura i površine na kojima su on zasađene govore o potencijalu koji naročito ima upravo voćarstvo. Uz voćarstvo, u MŽ veoma je značajan i uzgoj povrća (Tablica 20).

Tablica 20. Struktura proizvodnje voća i povrća u MŽ

Voćne vrste			
Kultura	2015	2016	Promjena 2015/2016
	ha		
Aronija	22,11	26,61	↑ 16,91%
Bazga	0,63	0,63	0%
Borovnica	6,43	16,14	↑ 60,16%
Breskva	21,61	20,14	↓ 4,82%
Goji	0,13	2,70	↑ 95,19%
Jabuka	550,74	529,89	↓ 3,79%
Jagoda	6,71	9,34	↑ 28,16%
Kesten	0,82	1,69	↑ 51,48%

Kruška	12,65	13,90	↑ 8,99%
Kupina	5,05	3,70	↓ 26,73%
Lijeska	80,40	117,78	↑ 46,49%
Lubenica	-	0,12	-
Malina	1,73	2,08	↑ 16,83%
Marelica	0,94	2,29	↑ 58,95%
Nektarina	0,16	0,81	↑ 80,25%
Ogrozd	-	-	-
Orah	119,29	146,60	↑ 18,63%
Ribiz	0,90	0,40	↓ 55,56%
Sibirska borovnica	-	2,41	-
Šipak	-	-	-
Šljiva	9,08	10,31	↑ 11,93%
Trešnja	6,40	12,15	↑ 47,33%
Višnja	-	0,37	-

Povrće

Kultura	2015	2016	Promjena 2015/2016
	ha		
Batat	0,23	5,39	↑ 95,73%
Blitva	1,08	1,90	↑ 43,16%
Brokula	2,49	1,19	↓ 52,21%
Bundeva	5,72	1,36	↓ 76,23%
Buča	1,66	0,04	↓ 97,59%
Celer	25,83	37,54	↑ 31,19%
Cikla	14,87	21,10	↑ 29,53%
Cvjetača	17,91	7,62	↓ 57,45%
Češnjak	1,20	2,62	↑ 45,80%
Grah	36,62	49,30	↑ 25,72%
Grašak	0,3	0,63	↑ 52,38%
Hren	1,41	1,04	↓ 26,24%
Kelj	7,62	2,78	↓ 63,52%
Koraba	-	-	-
Krastavci i kornišoni	2,25	0,52	↓ 76,89%
Krumpir	2.459,34	2.579,68	↑ 4,66%
Kupus	65,68	80,99	↑ 18,90%
Luk	111,62	121,65	↑ 8,24%
Mrkva	56,50	63,41	↑ 10,90%
Paprika	2,61	3,82	↑ 31,68%
Peršin	21,94	22,94	↑ 4,36%
Patlidan	0,14	0,12	↓ 14,29%
Poriluk	4,60	4,36	↓ 5,22%
Rajčica	0,79	0,33	↓ 58,23%
Salata	7,51	5,35	↓ 28,76%
Tikva/tikvice	5,28	14,15	↑ 62,69%

Izvor: Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju

S obzirom na trendove, kao i stalni porast potražnje za ekološkim proizvodima u cijeloj zemlji, pa tako i u Međimurskoj županiji svake godine sve je više proizvođača i površina koje se nalaze pod ekološkom proizvodnjom. U Međimurskoj županiji ekološkom proizvodnjom se bavi 32 proizvođača na 1.575 ha.

Za daljnji razvoj poljoprivrede vrlo važne su potporne institucije. U Međimurskoj županiji krovna institucija za sektor poljoprivrede je Upravni odjel za gospodarstvo, komunalne djelatnosti i poljoprivredu sa sjedištem u Čakovcu, a veliku ulogu u razvoju poljoprivrede u županiji imaju Savjetodavna služba te REDEA.

Međimurska županija je već neko vrijeme prepoznata i kao turistička destinacija. Zato je najviše zaslužan razvoj ruralnog turizma. U okviru ponude može se istaći prvo očuvana prirodna baština zaštićenog područja prirode uz Muru i Dravu, zaštićeni spomenik prirode *Bedekovićeve grabe* u Općini Sveti Juraj na Bregu, spomenik parkovne arhitekture *Perivoj Zrinskih* u Čakovcu,... Veliki pečat u razvoju Međimurja vezan je uz Zrinske, pa je grad Čakovec poznat po dvorcu *Zrinskih ili Zrinskoj straži*. Jedan od najtipičnijih hrvatskih glazbenih etno izričaja upravo predstavlja međimurska sjetna pentatonična glazba i z nju vezani folklor.

Prema Nacionalnom katalogu Ruralni turizam Hrvatske kojeg izdaje Hrvatska gospodarska komora uz suradnju s Ministarstvom Turizma (HGK, 2015)⁴ na području Međimurske županije registrirano je 17 ruralno turističkih gospodarstava. Ona se uglavnom odnose na vinske kušaonice, vinograde, izletišta, OPG, itd., gdje se osim rekreativno dokoličarskih tema nude usluge kušanja vina, hrane i smještaja. Ona uključuju slijedeća ruralno turistička gospodarstva: *Domaćinstvo Turk – Sv. Juraj na Bregu*, *Kušaonica vina Lovrec*, *OPG Dvanajščak*, *OPG Kunčić*, *Izletište Potrti kotač*, *Ranč Ponyland*, *Stara preša Macinec*, *Vinogradarstvo i podrumarstvo Belović* Železna gora, *Vinogradarstvo i podrumarstvo Jakopić*, *Vinogradarstvo i podrumarstvo Štampar*, *Vinska hiža Cmrečnjak*, *Vinska hiža Tomšić*, *Vinska kuća Alojz Novak*, *Vinska kuća Hažić*, *Vinska kuća Kerman Zvonko* i *Vinska kuća obitelji Novak*.

Međimurje je poznato i po svojoj gastro i eno ponudi, toplicama Sveti Martin, itd. Od turističkih manifestacije se izdvajaju *Sajam cvijeća i festival jagoda* u Prelogu, *Ljeto u gradu Zrinskih*, *Porcijunkulovo*. Sveti Martin na Muri središte je *Međunarodnog spusta murskih ladji i Weekend Bike Festivala*, dok Gornji Mihaljevec ima *Dane kruha*. Nedelišće je

⁴ Ruralni turizam Hrvatske: nacionalni katalog
http://www.mint.hr/UserDocsImages/hgk_2015_ruralni_turizam_katalog.pdf

sajamsko središte pa već po tradiciji ima *Međunarodni sajam poduzetništva (MESAP)*, *Sajam poljoprivrede, ekologije, zdrave prehrane, obnovljivih izvora energije i komunalne opreme*. Belica ima *Festival krumpira*, Donja Dubrava svoju *Smotru dravskih plovila* i *Dane ljuka*, a Donji Kraljevec *Dane Rudolfa Steinera*. Biciklijade i božićni programi sa sajmovima održavaju se u mnogim mjestima, među kojima prednjače Čakovec, Nedelišće, Štrigova i Prelog.

4.3. Specifična obilježja Koprivničko-križevačke županije

Koprivničko-križevačka županija predstavlja kompakt dviju regionalnih cjelina, nizinskog područja između rijeke Drave i brdskog područja Bilogore, povijesne hrvatske zemljopisne regije Podravine i područja Križevačko-kalničkog prigorja. Županija graniči na svom sjevernom djelu s Varaždinskom županijom, a rijeka Mura i Drava predstavljaju njezine istočne granice prema Međimurskoj županiji, odnosno Republici Mađarskoj. Južni dijelovi Županije protežu se do vanjskih katastarskih granica općina Kloštar Podravski i Podravske Sesvete, a vrh Bilogore predstavlja granicu s Bjelovarsko-bilogorskom županijom. Križevačko–kalničkog područje predstavlja njegov zapadni dio, koji je ujedno i oslonjen na šire zagrebačko područje, odnosno područje Zagrebačke županije.

Ovakav ustroj Koprivničko-križevačke županije je novijeg datuma, odnosno ona se formira osamostaljenjem Hrvatske, te predstavlja dvije povijesne cjeline, povijesnu Križevačku županiju i područje Vojne krajine i slobodnog kraljevskog grada Koprivnice. U tom povijesnom svijetlu valja promatrati današnji društveno ekonomski razvoj. Obje cjeline povijesno su bile pretežno poljoprivredna područja, gdje se ozbiljniji pomaci u industrijalizaciji prostora događaju tek u drugoj polovici XX. stoljeća, što je uzrokovalo urbanizaciju pojedinih područja, kao i preseljenje ruralnog stanovništva u te brzorastuće novonastale urbane cjeline. U prvom redu, najveći povijesni pomak u pogledu urbanizacije zabilježila je Koprivnica, koja je ujedno bila mjesto ekonomskih migracija iz cijele Podravine, ali i ostalih krajeva Hrvatske. Urbanizacija je promijenila obrazovnu strukturu stanovništva, tj. postupno je rastao broj visoko obrazovanih stanovnika, a što je indirektno predstavljalo i promjenu obrasca potrošnje i općenito, stila života. Križevci imaju još dužu tradiciju urbanog središta, upravo iz razloga jer su bili povijesno središte ondašnje Križevačke županije, pa je proces obrazovanja i promjene obrazovno potrošačke strukture stanovništva duži. Đurđevac kao urbano sjedište se definira povijesno gledajući relativno kasno, ali tijekom druge polovice XX. stoljeća zauzimao je važno mjesto u procesu urbanizacije donje Podravine.

S obzirom na povijesnu tradiciju ipak dominantnog bavljenja poljoprivredom na području Koprivničko-križevačke županije, prvo se razvijala prehrambena industrija koja i danas zauzima istaknuto mjesto. Kao proces diversifikacije i širenja osnovne djelatnosti, kasnije se razvija farmaceutska industrija (Koprivnica), proizvodnja obuće i tekstila (danas gotovo da i nemaju nikakav značaj), drvna industrija, građevinska i sl.

Valja napomenuti da su se u Koprivničko-križevačkoj županiji godinama razvijali veliki poslovni subjekti, koji su ujedno zapošljavali i veliki broj ljudi. Kako iz tog razloga, ali i zbog društveno ekonomskog uređenja nije bilo većih obrtničkih inicijativa, to se djelomično odrazilo i na poduzetnički razvoj u samostalnoj Hrvatskoj.

Unatoč postojanju tri urbana središta, Koprivničko-križevačka županija dominantno ruralna županija, zato što većina stanovništva ne samo da živi na ruralnim prostorima, već se i oblik njihove ekonomske aktivnosti odnosi na poljoprivrednu proizvodnju ili komplementarne aktivnosti.

U zadnjih dvadesetak godina, a naročito u kontekstu tranzicije, Koprivničko-križevačka županija nije pošteđena procesa deindustrijalizacije, smanjenja broja zaposlenih, a posredno i demografskog pada što se može tumačiti kao posljedica starenja stanovništva i intenzivnog iseljavanja mlađe populacije.

4.4. Specifična obilježja Međimurske županije

Za razliku od Koprivničko-križevačke županije, Međimurska županija predstavlja homogeniju cjelinu u geografskom i demografskom smislu. Povijesno gledano, Međimurje je jedna od onih povijesnih hrvatskih regija koja relativno kasno ulazi u sastav matice zemlje, što je determiniralo njezin društveno-ekonomski status danas. Naime, Međimurska županija je relativno centristička regija sa svojim administrativnim, političkim, ekonomskim, obrazovnim i kulturnim središtem Čakovcem, pored kojeg postoje dvije urbane cjeline, grad Prelog i Mursko Središće. Može se kazati da povijesno gledajući, svoj razvoj ova županija bazira na poljoprivrednoj proizvodnji, najveći prostor je ruralni prostor, kao i činjenica da dominira ruralno stanovništvo.

Iako je pojavu industrijalizacije svakako moguće detektirati još krajem XIX. stoljeća, Međimurska županija je dominantno ruralno područje do druge polovice XX. stoljeća kada se i u toj regiji počinje ozbiljnije odvijati proces industrijalizacije. Čakovec kao središte tog razvoja, također je potaknuo veliki val useljavanja i transformaciju ruralnog stanovništva u urbano. No, s obzirom da nije bilo moguće zaposliti sve radno sposobno stanovništvo u

urbanim središtima, i zbog blizine zapadnih zemalja, stanovništvo Međimurja tradicionalno ekonomski migrira u zapadno Europske zemlje. Kao povratni efekt, i zbog slabijeg učinka industrijskog razvoja na području cijele županije, u Međimurskoj županiji postoji duga tradicija obrtništva, što se danas transformiralo u srednje i veliko poduzetništvo i predstavlja nositelja ekonomskog razvoja, ne samo županije, nego i cijele zemlje. Danas je Međimurje prepoznato ne samo po razvoju industrije, nego je i reprezentativni kraj poljoprivredne proizvodnje. Uz to, zadnjih par desetljeća razvija se i turizam, poglavito onaj ruralni tako da je Međimurje prepoznato kao turistička destinacija u zemlji, ali i šire.

Uz razvoj primarnih ekonomskih proizvodno uslužnih djelatnosti, Međimurje, odnosno njegovo administrativno središte Čakovec, je već dugi niz godina tradicionalno i obrazovno središte. Uz osnovnoškolsko i srednjoškolsko obrazovanje, prepoznato je i kao jedan od hrvatskih regionalnih visokoobrazovnih centara sa svojim veleučilištem.

4.5. Urbana središta Koprivničko križevačke županije u krugu od 50 km od mjesta proizvodnje

U Koprivničko-križevačkoj županiji postoje tri urbane sredine - gradovi: Koprivnica, Đurđevac i Križevci. Koprivnica je geografsko središte u srednjoj Podravini, dok je i Đurđevac gravitacijski centar donje Podravine. Križevci su središte kalničko prigorskog kraja i nalaze se na području koje tradicionalno i generacijski gravitira gradu Zagrebu.

Najznačajnije urbano središte u Koprivničko križevačkoj županiji je grad Koprivnica. Uz to, Koprivnica je i županijsko središte pa je većina administrativnih službi smještena upravo ovdje. Koprivnica se nalazi na vrlo zahvalnoj poziciji koja predstavlja sjecište putova koji vode od Jadrana prema istoku i sjeveru Europe, te se ujedno nalazi i transverzali sjever-jug. U gradu Koprivnici i bližoj okolini prema zadnjem popisu stanovništva živi 30.854 stanovnika (DZS, 2011). Na samom području grada Đurđevca živi 8.264 stanovnika (DZS, 2011). U Križevcima i okolnim mjestima živi 21.122 stanovnika (DZS, 2011).

Analizirajući prostornu veličinu županije i njena tri urbana središta, moguće je zaključiti da radijusi iz njena tri središta ne prelaze više od 50 km od mjesta najudaljenije poljoprivredne proizvodnje. To znači da je prema modelu lokalne opskrbe cjelokupnu Koprivničko-križevačku županiju moguće obuhvatiti pretpostavljenim modelom. No, pitanje je da li broj stanovništva u svakom od centara, njegova ekonomska moć, navike kupnje, obrasci potrošnje kao i sama razina percepcije podrške lokalne ekonomije pogoduju ovakvom obliku prodaje uz uvjet da se ništa ne mijenja ili potakne. Uz to valja promatrati neke tradicionalne i povijesne veze u dnevnoj migraciji stanovništva u Koprivničko-križevačkoj županiji, pogotovo

njezinom križevačkom djelu, ali u stanovitoj mjeri i koprivničkom dijelu. Naime, prostorna udaljenost Križevaca od Zagreba je oko 60-ak kilometara, a od Koprivnice 90-ak kilometara. Još od prve polovice 80-ih godina prošlog stoljeća ta udaljenost se dodatno smanjila elektrifikacijom pruge Zagreb – Dugo Selo – Botovo, što je učinilo putovanje između ovih navedenih županijskih središta i Zagreba još kraćim, a time i put distribucije lokalno proizvodnih proizvoda bržim i jeftinijim. Sasvim je jasno da snaga potražnje tržišta grada Zagreba i njegova blizina za dobar dio lokalnih poljoprivrednih proizvođača Koprivničko-križevačke županije već duži niz godina predstavlja lokalno tržište.

4.6. Urbana središta Međimurske županije u krugu od 50 km od mjesta proizvodnje

U Međimurskoj županiji u smislu urbanih cjelina postoje tri grada. Čakovec kao administrativno središte županije nalazi se u njenom središnjem dijelu i predstavlja prometnu raskrslu koja spaja sve dijelove Međimurja i svakako predstavlja najjaču gravitacijsku točku u svakom ekonomskom i socijalnom smislu. S obzirom na veličinu županije, i njen zemljopisni raspored, njena najudaljenija točka nalazi se u radijusu od 50 km od Čakovca. Grad Čakovec kao jako ekonomsko središte sa svojim naseljima ima 27.104 stanovnika, a (DZS, 2011). Ostala dva urbana središta jesu Prelog i Mursko Središće. U gradu Prelogu prema zadnjem popisu stanovništva živjelo je 7.815 ljudi (DZS, 2011), dok je na području Murskog Središća živjelo 6.307 ljudi (DZS, 2011).

Specifično je da se dva potonja urbana središta nalaze u „rubnim“ područjima Međimurske županije. Grad Prelog se nalazi na jugoistoku Županije u neposrednoj blizini rijeke Drave, dok je Mursko Središće na krajnjem sjeveru županije, odnosno na samoj granici sa Slovenijom. Time je položaj ovih dvaju gradova na neki način periferan jer je gravitacija prema njima lokalna i ograničena na krajnji jug ili sjever županije. Doduše, kada bi se mjerio njihov stvarni geografski domet, a s obzirom na ukupnu zemljopisnu rasprostranjenost županije, i Prelog i Mursko Središće obuhvaćaju cijelo Međimurje radijusom do 50 km.

Razvidno je da osim Čakovca, u ostala dva međimurska grada živi relativno mali broj stanovnika. Ipak, i grad Prelog raspolaže stanovitom ekonomskom snagom koja se manifestira kroz jaču potražnju i mogućnošću kupnje lokalnih poljoprivredno prehrambenih proizvoda.

4.7. Teritorijalna distribucija potencijalnog prodajnog asortimana lokalnih proizvoda u Koprivničko-križevačkoj županiji

Iz analize obilježja poljoprivredne proizvodnje u Koprivničko-križevačkoj i županiji može se zaključiti da u generalnoj poljoprivrednoj proizvodnji dominiraju primarni proizvodi i da je udio prerađevina ili proizvoda s dodanom vrijednošću relativno nizak. Koprivničko-križevačka županija, a naročito njezin podravski dio je pretežito ratarski i voćarski kraj. Uspoređujući proizvodne površine dominiraju oranice i u ovom djelu proizvodnje uglavnom se radi o proizvodnji hrane za stoku ili sirovina za daljnju preradu koja se obično prodaje kroz lanac veleprodajnih otkupa. Stoga, važan segment poljoprivredne proizvodnje predstavlja voćarstvo i povrćarstvo i uzgoj goveda, odnosno mliječnih krava.

Koprivničko-križevačka županija je poznata po proizvodnji voća. Od kultura voća dominira uzgoj jabuke, zatim breskve, šljive, trešanja i višnje, kao i oraħa i lijeske. Uz to što se ove kulture prodaju svježe, jedan dio proizvođača ih i prerađuje bilo u pekmeze, sokove, rakiju ili slično, ali njihov broj je još uvijek relativno malen s obzirom na stvarni potencijal. U uzgoju povrća također dominira prodaja svježeg proizvoda, prerada je relativno slabo zastupljena. Od uzgajanih kultura prednjače grah i grašak, krumpir, kupus, mrkva paprika i uzgoj tikva.

U Koprivničko-križevačkoj županiji iako u apsolutnim iznosima relativno malen, zamjetan je značajan uzgoj ljekovitog bilja

Ova je županija poznata po uzgoju stoke. S obzirom na količinu isporučenog mlijeka u 2016. godini (59.858.091 kg) može se govoriti i velikom značaju ovog aspekta poljoprivredne proizvodnje (HPA, 2016). Uz to, na križevačkom području je vrlo razvijena prerada mlijeka, odnosno proizvodnja mliječnih proizvoda koja se odvija u brojnim mini mljekarama.

4.8. Teritorijalna distribucija potencijalnog prodajnog asortimana lokalnih proizvoda u Međimurskoj županiji

U Međimurskoj županiji također prevladava primarna poljoprivredna proizvodnja u grani bilinogojstva, dok su prerađeni proizvodi i proizvodi s dodanom vrijednošću u podčinjenom položaju. U Međimurskoj županiji situacija je gotovo ista kao i u ostatku zemlje kada je u pitanju površina pod oranicama i stvarnoj namjeni proizvodnje na istima. Ovdje se također radi o proizvodnji hrane za stoku ili sirovina za daljnju preradu koja se obično prodaje kroz lanac veleprodajnih otkupa

Prema obilježjima poljoprivredne proizvodnje u Međimurskoj županiji može se zaključiti da je u ovoj županiji razvijeno voćarstvo, a naročito proizvodnja jabuka. Jabuke se proizvode u

2016. g. čak na 529,89 ha (APRRR, 2016). Od ostalih voćarskih kultura prevladavaju ljeska i orah, aronija, breskva i borovnica.

Od povrćarskih kultura u Međimurju apsolutni rekorder je krumpir. Zatim, po opsegu proizvodnje slijede zelje, luk, mrkva, celer cikla i peršin.

Od stočarske proizvodnje valja istaknuti značaj uzgoja goveda i svinja, te donekle uzgoj koza. Proizvodnja svinja je značajna i zbog prerade. Ne samo zbog nazočnosti mesne industrije (Vajda), već i zbog proizvodnje autohtonog i zaštićenog proizvoda „meso z tiblice“ koji postaje sve popularniji i traženiji među potrošačima i turistima u Međimurju. Što se tiče proizvodnje mlijeka, Međimurska županija je u 2016. godini proizvela 15.871.893 kg mlijeka (HPA, 2016).

Velika potražnja, dobre tržišne cijene kao i povoljni proizvodni uvjeti razlog su sve veće popularnosti proizvodnje meda i proizvoda od meda u Međimurju.

4.9. Turistički promet kao potencijalni vid potrošnje lokalnih proizvoda u Međimurskoj županiji

Položaj Međimurja kao srednjoeuropske regije omogućava da se dobro pozicionira kao turistička destinacija zato što se nalazi relativno blizu većih urbanih središta u kontekstu ovog dijela Europe i dobro je prometno povezano.

Prema Strateškom marketing planu turizma Međimurske županije 2014.-2020. (REDEA, 2014) glavni aspekti atrakcijske osnove Međimurske županije predstavljaju prirodna baština, (Regionalni park Mura-Drava, dravska jezera, Podzemne i termalne vode, gorice Gornjeg Međimurja), kulturna baština koja uključuje kulturu života i rada s gastronomijom i enološkom ponudom, zatim turističke staze, putovi i ceste, manifestacije i sport.

U smislu sudjelovanja turizma u razvoju kratkih lanaca opskrbe na prvom mjestu svoj potencijal ima razvijena eno-gastronomska ponuda kroz već razvijenu i poznatu ugostiteljsku ponudu koja se sastoji od cca. 80-ak jedinica koje pružaju uslugu pripreme jela. Ova ponuda je dobro koncentrirana u sjevernom djelu županije i samom Čakovcu, ali i ostali dijelovi županije dobro su pokriveni. U strukturi ugostiteljske ponude na prvom mjestu se ističu restorani i vinske kuće, kao i kušaonice hrane i pića na OPG-ima kojih svake godine ima sve više. Ponuda domaće kuhinje i autentičnost ambijenta se njeguju u svim oblicima ugostiteljske ponude. Međimurska eno-gastronomska ponuda je pozicionirana kroz ponudu domaće autohtone međimurske kuhinje, ambijentalnost prostora, obiteljsko poduzetništvo, visoku razinu usluge i educirano osoblje.

Veliki turistički potencijal u Međimurju predstavlja i Međimurska vinska cesta u koju je povezano na desetine vrhunskih vinara. Ponuda vinske ceste u prvom redu uključuje kušanje vina, ali i hrane.

Osim jednodnevnih posjeta u Međimurju evidentira se i sve veći broj višednevnih boravaka. Glavni generator višednevnog boravka u Međimurju su Terme Sv. Martin koje raspolažu s pojedinačno najvećim smještajnim i popratnim kapacitetima.

Prema podacima Hrvatske turističke zajednice (HTZ, 2017), na turiste iz Hrvatske otpada udio od preko 60%, ali zadnjih godina se bilježi rast stranih gostiju, uglavnom iz obližnjih zemalja. Turistička ponuda u Međimurju omogućava razvoj turizma kroz cijelu godinu, a prema modelu generalne segmentacije Strateškog marketing planu turizma Međimurske županije 2014.-2020. ciljane skupine turista su individualni gosti /ili manje grupe, više platežne moći, ekološki i kulturno osviješteni (REDEA, 2014). Naime, radi se o iskusnim potrošačima čija se segmentacija bazira na životnim stilovima, hobijima i interesima. Potencijalni gost spada u dobnu skupinu 50+ i koristi glavni i više kraćih odmora tijekom godine, voljan je eksperimentirati i nije postojan gost. On je aktivan i dinamičan, motiviran doživljajem, bijegom, uzbuđenjem, obrazovan je i visoko osviješten. Cijeni vrijednost za novac i ne nužno niske cijene (REDEA, 2014).

Ciljni potrošački segmenti obuhvaćaju više interesnih skupina posjetitelja usklađenih s resursnim potencijalom Međimurja i oni se svrstavaju u slijedeće skupine: sportski rekreativci, wellness i zdravlje, kulturom motivirani, eno-gastro, i sportaši (REDEA, 2014).

5. TRŽIŠTE I DISTRIBUCIJA POLJOPRIVREDNO-PREHRAMBENIH PROIZVODA

5.1. Lokalna proizvodnja hrane

Lokalno proizvedena hrana integrira sve procese od proizvodnje, prerade, distribucije i potrošnje na maloj razini i pri tome potiče razvoj održivih lokalnih gospodarstava i stvara snažnu vezu između poljoprivrednih gospodarstava, odnosno njihovih polja i staja i domaćinstava lokalnih potrošača. Lokalna poljoprivreda podupire ekonomije mjesta s obzirom da su poljoprivredne površine oko gradova idealna mjesta za proizvodnju, a gradske tržnice za prodaju domaće, lokalno proizvedene hrane. U svijetu se javljaju različiti pokreti koji promoviraju lokalnu hranu i potragu za alternativnim oblicima proizvodnje, distribucije i potrošnje hrane, ponovnom povezivanju proizvođača i potrošača, jačanju lokalnih poljoprivrednih sustava i poljoprivrednih tržišta te izgradnju novih veza između ruralnih i urbanih područja. Pozitivni učinci konzumiranja lokalne hrane mogu se mjeriti: socijalno, okolišno i gospodarski (Hadžić, 2014).

Lokalna poljoprivreda je proizvodnja poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda u cilju njihove prodaje na području koje se nalazi u „razumnoj“ blizini poljoprivrednog gospodarstva na kojem su proizvedeni, odnosno **lokalna proizvodnja hrane** podrazumijeva „razumnu“ blizinu OPG-a mjestu prodaje. Ne postoji jedinstvena definicija pojma **lokalno područje**. Dok se u različitim izvorima potvrđuje da taj pojam znači relativno malo zemljopisno područje, ne postoji suglasnost o udaljenosti, koja može iznositi od 20 do 100 km od mjesta proizvodnje (Europska Komisija, 2013). Kad je u pitanju površina, lokalno se može tumačiti na dva načina: prvo, definirano radijusom tržišta npr. 50 km, i drugo, može se vezati uz regiju, npr. u Hrvatskoj bi to moglo biti područje neke županije. U svakom slučaju lokalnu hranu povezuje činjenica da se proizvodi na području koje nam je poznato, na kojem živimo, poznajemo i susrećemo same proizvođače i da nam je dostupan uvid u samu proizvodnju (Vincek, Ernoić, 2016). S obzirom na široko rasprostranjena tumačenja pojma lokalnog područja, definicija bi se činila proizvoljnom. U većini slučajeva potrošač je zapravo onaj koji odlučuje o tome je li neki proizvod s lokalnog područja ili nije.

Proizvodnja i konzumacija lokalne hrane dobra je za proizvođače, kupce/potrošače, za lokalnu ekonomiju, okoliš, a ostvaruje se i društvena korist. Neke od prednosti lokalno proizvedene hrane i njezinog plasmana putem izravnih kanala prodaje su: proizvodi se na „poznatom“ području, proizvodnja je sigurna tj. potrošač „poznaje“ proizvođača hrane. Smanjuje se

transport hrane i skraćuje lanac dobavljanja hrane. Potrošači i proizvođači ostvaruju blisku suradnju tj. potrošači uče od proizvođača o njihovoj vlastitoj proizvodnji hrane. Stvara se osjećaj zajedništva i povjerenja. Također se ostvaruje i pozitivan učinak na poljoprivredu i zaštitu okoliša. Hrana je svježija i sezonska te manje kemijski tretirana, poznato je porijeklo, ostvaruje se izravan susret s proizvođačem i jača lokalna ekonomija. Osim toga proizvodnja i konzumacija lokalne hrane osigurava očuvanje radnih mjesta. S druge strane, uvozna hrana uglavnom je dugo putovala, dugo skladištena, kemijski jače tretirana, prepakiravana i preetiketirana što ukazuje na nepouzdanost porijekla. Osim toga uvozom jačamo strane ekonomije, a ne nacionalnu s naglaskom na lokalnu ekonomiju.

5.2. Kratki lanci opskrbe hranom (KOL)

Postoje različite interpretacije i kriteriji za klasifikaciju različitih oblika kratkog lanca opskrbe hranom.

Prema Europskom propisu o ruralnom razvitku (1305/2013), "kratki lanac opskrbe" označava „*opskrbeni lanac koji uključuje ograničeni broj gospodarskih subjekata koji se zalažu za suradnju, lokalni gospodarski razvoj i bliske zemljopisne i društvene odnose između proizvođača, prerađivača i potrošača.*”⁵ To podrazumijeva prodaju lokalno proizvedenih poljoprivrednih proizvoda na lokalnom tržištu gdje proizvođač direktno prodaje potrošaču s maksimalno jednim posrednikom.

Prema udruženju Earth markets - slow food, kratki lanci opskrbe znače „*alternativnu strategiju koja omogućuje proizvođačima aktivnu ulogu u prehranbenom sustavu, jer se usredotočuje na lokalnu proizvodnju - decentralizirani regionalni sustavi hrane koji minimizira broj uključenih koraka i udaljenost kojom putuje hrana (milja hrane)*“⁶

Francusko Ministarstvo poljoprivrede, prehrane i šumarstva dalo je sljedeću definiciju kratkog lanca opskrbe: „*Komercijalizacija poljoprivrednih proizvoda putem izravne ili neizravne prodaje kada je uključen samo jedan posrednik*“ (French Ministry of Agriculture, Food and Forestry)⁷.

Unatoč širokom razumijevanju lokalnih prehranbenih mreža i kratkih lanaca opskrbe, ne postoji njihovo jedinstveno određenje primjenjivo u svim državama članicama⁸.

⁵ Izvor: Uredbu (EU) br. 1305/2013 Europskog parlamenta i Vijeća od 17. prosinca 2013. o potpori ruralnom razvoju iz Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj (EPFRR)

<https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/c973adc4-6c03-11e3-9afb-01aa75ed71a1/>

⁶ Izvor: http://www.earthmarkets.net/pagine/eng/pagina.lasso?-id_pg=4

⁷ Izvor: <http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/100809-lettreCircuitsCourts.pdf>

⁸ Izvor: Revija ruralnog razvoja EU, br.12 HR <https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/fms/pdf/0E225117-E813-29DD-8755-E97665BA10D9.pdf>

U konačnici, sve definicije se temelje na jedinstvenim kriterijima a to su: broj posrednika, fizička udaljenost i pojam "lokano". Prema tome ključne odrednice kratkih lanaca opskrbe bile bi: što kraća udaljenost između proizvođača i potrošača, maksimalno jedan posrednik, veza s lokalnim područjem, međusobno povjerenje kupaca i proizvođača i intenzivnija komunikacija između proizvođača i potrošača, praćenje podrijetla proizvoda te aktivna uključenost lokalnih posrednika i ostalih dionika.

Kratki lanac opskrbe hranom, dakle, postaju konkretno mjesto gdje više igrača - ne samo proizvođač i potrošač, međusobno djeluju u duhu poljoprivredno-prehrambene uprave, gdje se čin kupnje transformira u čin s ekonomskim, društvenim i ekološko pozitivnim vrijednostima (Fabbrizzi i sur., 2014). Kratkim lancima opskrbe postižu se ciljevi održive poljoprivrede, kroz smanjenje troškova prijevoza i posljedično emisiju CO₂. Osim toga, promiče biološku raznolikost.

Strateška važnost KOL-a te proizvodnje i potrošnje lokalne hrane može se mjeriti kroz ostvarivanje dobrobiti za poljoprivrednike, razvoj vještina za poljoprivrednike, zadovoljstvo poslom i usvajanje održivih poljoprivrednih praksi, povećanje prihoda za poljoprivrednike koji su uključeni u KOL, lokalni razvoj, dobrobit zajednice i zaštitu okoliša, stvaranje novih radnih mjesta, ekonomski utjecaj KOL u lokalnom gospodarstvu, utjecaju KOL na pristup svježoj i zdravoj hrani te njihov utjecaj na socijalno zajedništvo.

Potrošač, odabirom kratkog lanca opskrbe hranom, ne samo da traži određene karakteristike proizvoda, već i želi sudjelovati u "društvenom događaju" koji uključuje i načela ekološke održivosti.

Sustavi lokalnih prehrambenih proizvoda su proizvodnja, prerada, trgovina i potrošnja hrane koje se odvijaju na relativno malom zemljopisnom području. Prema podacima iz studije pod nazivom „Stvaranje alternativnih mreža poljoprivredno-prehrambenih proizvoda“⁹ i studije koju je izradio Zajednički istraživački centar Instituta za istraživanje tehnologija budućnosti (Institute for Prospective Technological Studies, IPTS, 2012), u kojoj se uspoređuju i analiziraju društveno-gospodarski učinci kratkih lanaca opskrbe hrane u Europskoj uniji, lokalni prehrambeni sustavi mogu se podijeliti na tri vrste:

- Izravnu prodaju koju obavljaju pojedinci
- Zajedničku izravnu prodaju

⁹ Karner, S. et al. (2010). *Local food systems in Europe: Case studies from 5 countries and what they imply for policy and practice (Sustavi lokalne prehrambene proizvodnje u Europi, op.ur.)*, IFZ, Graz. Studija je nastala u sklopu projekta 'FAAN - Facilitating Alternative Agro-Food Networks: Stakeholder Perspectives on Research Needs' financiranog sredstvima Sedmog okvirnog programa – dostupno na: http://www.faanweb.eu/sites/faanweb.eu/files/FAAN_Booklet_PRINT.pdf

- Partnerstva.

Izravna prodaja hrane i općenito kratki sustav opskrbnog lanca u Europi sve više dobiva na važnosti. **Izravna prodaja** je prodaja od poljoprivrednika izravno potrošaču, bez posrednika na prodajnoj strani. Proizvođač, putem izravne prodaje, izražava svoju volju da zadrži veću konačnu dodanu vrijednost, ali i pojačava kvalitetu proizvoda, te poboljšava mrežu odnosa s kupcima/potrošačima, preispituje svoju društvenu ulogu, s pozitivnim učincima za zajednicu. Najčešći oblici izravne prodaje poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda OPG-a su: prodaja na gospodarskom dvorištu, vinotočje, prodaja uz prometnicu, prodaja iz dostavnog vozila, samoberba, gradska tržnica, seljačka tržnica, sajmovi, prigodne manifestacije, seljačke prodavaonice, prodaja putem narudžbe odnosno dostava na kućni prag i drugo (Kovačević, 2005).

Kao što će kasnije u tekstu biti vidljivo iz rezultata istraživanja anketiranjem, na području Koprivničko-križevačke i Međimurske županije najzastupljeniji oblici izravne prodaje su prodaja na gospodarskom dvorištu te prodaja na seljačkim tržnicama. Poljoprivredni proizvođači s područja istraživanih županija oko 50% svojih proizvoda plasiraju na tržište putem izravnih kanala prodaje, s time da je u Koprivničko-križevačkoj županiji zastupljenija prodaja na tržnicama, a u Međimurskoj županiji prodaja na gospodarstvima. Oko 7% ukupne proizvodnje proda se putem dostave na kućni prag te oko 5% na sajmovima.

Zajednička izravna prodaja podrazumijeva neke oblike formalne ili neformalne suradnje s ciljem zajedničke izravne prodaje. Na primjer: skupine kupaca koji proizvode kupuju izravno na poljoprivrednim gospodarstvima, skupine proizvođača s određenih geografskih područja koji plasiraju svoje proizvode preko zajedničkih internetskih stranica, sajmovi na kojima se obično predstavljaju različiti aspekti određenog područja i postiže bolja integracija sektora lokalne prehrambene proizvodnje s primjerice, ruralnim turizmom. Dobar je primjer prodaja hrane za javni sektor putem posrednika - proces u kojem posrednici, primjerice zadruge u vlasništvu proizvođača, organiziraju nabavu robe različitih proizvođača da bi se zadovoljile potrebe velikih potrošača iz javnog sektora poput škola i bolnica. Također u ulozi posrednika može biti i neki supermarketa kod kojeg postoje izdvojena prodajna mjesta za domaće proizvode koji su na taj način i prezentirani.

Partnerstva podrazumijevaju različite oblike suradnje većeg broja proizvođača, kupaca, javnog sektora i organizacija što potiče stvaranje strateškog pristupa KOL-a i donosi mnogobrojne koristi cijelome lokalnom području.

Interes za kratke lanac opskrbe hranom u EU kontinuirano raste. U suvremenom ekonomskom okruženju, gdje su uvjeti profitabilnosti poljoprivrednih gospodarstava siromašni, takav sustav

može biti učinkovit kao alat, posebno za potporu malim i srednjim proizvođačima poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda (Casolani, 2015).

Uloga država članica na nacionalnoj razini mogla bi biti znatna osobito u definiranju fleksibilnijih pravila/zakona koja se primjenjuju na lokalna tržišta, kao i na tumačenju načela slobodnog kretanja robe na lokalnim tržištima.

Na taj način ostvaruje se i mogućnost promicanja ruralnog razvoja preraspodjelom vrijednosti duž lanca opskrbe hranom i prodajom proizvoda s oznakom izvornosti, zemljopisnog porijekla te organskih i ekoloških proizvoda.

5.2.1. Očekivane prednosti alternativnih KOL-ova za proizvođača, potrošača i zajednicu

Očekivane prednosti alternativnih KOL-ova za proizvođača, potrošača i zajednicu očitovale bi se kroz ponovno povezivanje proizvođača i potrošača, jačanje lokalnih poljoprivrednih sustava i poljoprivrednih tržišta te izgradnju novih veza između ruralnih i urbanih područja. Važan je i socijalni aspekt kroz naglašavanje dodane vrijednosti koju ljudski odnos donosi ovom gospodarskom procesu putem komunikacije i uspostavljanja partnerstva. KOL-i imaju temeljno mjesto u promicanju i postizanju održivosti na lokalnoj razini.

Koristi za proizvođače:

- dodatni izvor prihoda
- sigurniji izvor prihoda, što je često presudno u današnjem sustavu prodaje;
- veća kontrola vlastite gospodarske održivosti,
- mogu dobiti više cijene,
- diversificiraju svoje vještine npr. stjecanje marketinškog i poslovnog znanja; umrežavanje i mogućnosti učenja s drugim poljoprivrednicima.

Koristi za lokalno gospodarstvo:

- više novca troši se u lokalnom gospodarstvu koji duže lokalno kruži, odnosno “ne odlazi” iz regije i ima visoki multiplikatorski efekt na lokalnu ekonomiju,
- pružaju alternativu za lokalne proizvode pomažući osnivanje novih lokalnih tvrtki, proširenje djelatnost postojećih, osnažuju se lokalni poslovi i poslovno umrežavanje
- stvaranja kratkih lanaca opskrbe, ulaganje u infrastrukturu
- održavanje lokalne zaposlenosti
- doprinosi razvoju turizma i širenju turističke ponude.

Koristi za potrošače:

- uživaju u konzumaciji seljačkih/domaćih proizvoda;

- kupuju domaće, svježije i zdrave proizvode obično po konkurentnim cijenama;
- šaroliki izbor proizvoda s mogućom ponudom ekstra svježih proizvoda dostupnih na različite načine;
- jača se zajednica kroz socijalnu interakciju, što je danas jedna od ključnih čimbenika u kvaliteti života u urbanim sredinama.

Koristi za okoliš:

- hrana putuje manje čime se ostvaruje ušteda fosilne energije, smanjenje emisije CO₂;
- za pakiranje hrane troši se manje ambalaže, može se uvesti eko-ambalaža;
- dobar prostor za prodaju ekološki proizvedene hrane kao i manje agrotehnički intenzivno proizvedene hrane te na taj način manje kemijskih sredstava odlazi u okoliš;
- postiže se održivost starih sorti i pasmina te veća biološka i krajobrazna raznolikost.

Koristi za društvo:

- doprinosi smanjenju nejednakosti tj. svima se omogućuje dostupnost svježije i zdrave hrane;
- bogate i siromašnije gradske sredine gotovo podjednako pokazuju interes za kupnju lokalnih proizvoda izravno od proizvođača, međutim potrebno je postići odgovarajuće cijene koje su prilagođene kupovnoj moći lokalnog stanovništva.

Razmatrajući korištenje kratkih lanaca opskrbe, treba se naglasiti da oni vrijede i imaju smisao na lokalnoj razini i to za svježije namirnice: svježije voće i povrće, svježije meso i mesne prerađevine, jaja, svježije pekarske proizvode i sl. Kratki lanci opskrbe podrazumijevaju smanjivanje broja posrednika do mjere koja je moguća kako bi gotov proizvod bio dostavljen potrošaču. Idealna situacija bi bila kada proizvođač direktno prodaje potrošaču bez ijednog posrednika. Korištenjem kratkih lanaca opskrbe, jača se lokalna ekonomija (domaći proizvođači) koja omogućava održivost bavljenja poljoprivredom i opstojnost malih poduzeća, obrta i poljoprivrednih gospodarstava. Omogućuje se nabava hrane veće kvalitete, svježine i nutritivne vrijednosti, što pridonosi povećanoj sigurnosti hrane, pogotovo kad je riječ o nabavi hrane u javnim ustanovama (školama, vrtićima, restoranima studentske prehrane...).

Postavlja se pitanje kako razviti učinkovit sustav plasmana lokalno proizvedene hrane kroz kratke lance opskrbe?

Jedan od načina za reagiranje na postojeće konvencionalne poljoprivredno-prehrambene sustave i stvaranje strategije konkurentnosti ili preživljavanja malih obiteljskih gospodarstava jest ponovna izgradnja regionalnih i lokalnih poljoprivredno-prehrambenih sustava (Berti,

Mulligan, 2016). Može li se razvojem inovativnih kratkih lanaca opskrbe hranom postići i razvoj konkurentnosti malih poljoprivrednih gospodarstava? Mogu li kratki lanci opskrbe hrane na lokalnoj i regionalnoj razini kao inovativni organizacijski oblici premostiti „strukturne rupe“ na poljoprivredno-prehrambenom tržištu između malih proizvođača i potrošača pojedinaca i obitelji, kao i velikih kupaca?

U posljednje vrijeme raste interes za traženjem alternativa za skraćivanje lanca opskrbe hranom, koje bi omogućile izravnije povezivanje proizvođača i potrošača i lokalizaciju prehrambenih sustava. Alternativni lokalni lanci hrane svakako su dio ruralnog/lokalnog razvoja (Peneva, Kazakova, 2015). Pitanje je kako potaknuti i olakšati njihov rast kako bi doprinesao ruralnoj vitalnosti i održivoj poljoprivredi. Cilj je razvoj novih alternativnih oblika poljoprivrednih lokalnih lanaca opskrbe hranom, u kombinaciji s proizvodnim praksama, ruralnim turizmom, tradicionalnom proizvodnjom hrane i razvojem lokalne zajednice/gospodarstva.

U rezoluciji Europskog parlamenta (04.02.2014.) *„Pravedni prihodi za poljoprivrednike: bolje funkcioniranje lanca opskrbe hranom u Europi”* Europski parlament poziva Komisiju da *„predloži donošenje instrumenata potpore i promicanja lanaca opskrbe hranom kojima upravljaju poljoprivrednici, kratkih lanaca opskrbe i seljačkih tržnica kako bi se uspostavila izravna veza s potrošačima i omogućilo poljoprivrednicima da smanjenjem broja posrednika i faza postupka dobiju pošteniji dio konačne prodajne cijene.”*

Postavlja se pitanje mogu li kratki prehrambeni lanac biti učinkovito rješenje za održivost na tržištu hrane?

Neka od rješenja su ugledati se na tuđa iskustva, pogotovo iz zemalja u okruženju sličnog povijesnog, kulturnog i gospodarskog razvoja (npr. Austrija, Slovenija, Italija, Francuska, Poljska)¹⁰. Optimizirati model i napraviti svoj sustav proizvodnje i distribucije lokalno proizvedene hrane. Organizirati se te smanjiti kupovinu tj. potrošnju hrane iz uvoza koja iza sebe ima na stotine i tisuće kilometara.

Susjedne zemlje npr. Slovenija to rješavaju: poticanjem „domaćeg“ putem marketinških komunikacija, prikazivanjem emisija na TV, organiziranim obilascima/posjetima gospodarstvima, informiranjem javnosti o negativnim učincima uvozne hrane na potrošače i gospodarstvo, postavljanjem sampuslužnih kućica na tržnicama, trgovima i sličnim mjestima. Neka od dugoročnih rješenja bila bi edukacija predškolske i školske djece o korisnosti

¹⁰ Više o primjerima dobre prakse: *EIP-AGRI Focus Group Innovative Short Food Supply Chain management, Final report, 30 November 2015.* https://ec.europa.eu/eip/agriculture/sites/agri-eip/files/eip-agri_fg_innovative_food_supply_chain_management_final_report_2015_en.pdf

konzumacije domaće, lokalno proizvedene hrane, njenom uzgoju, kroz potpore poljoprivrednicima koje bi omogućile manje troškove i niže konačne cijene za potrošače, udruživanje poljoprivrednika u zadruge, udruge i sl., stvaranjem uvjeta za KOL izgradnjom distributivnih centara i potrebne infrastrukture (hladnjače, skladišta pakirnice..) na lokalnoj razini i dr.

Potrebno je poticati, zakonodavstvom, uredbama i drugim mjerama, lokalnu opskrbu hranom javnih institucija odnosno dati veću šansu malim proizvođačima kroz izravnu kupovinu za javne ustanove. Cijena ne smije biti jedini kriterij. Potrebno je uzeti u obzir način proizvodnje, kvalitetu hrane koja se kupuje i konzumira, naručivati sezonske proizvode od lokalnih proizvođača i sl.

Modelom kratkog lanca opskrbe kad je u pitanju nabava hrane za javne ustanove, poput bolnica, škola, vrtića, policije, vojske i sl., postiglo bi se više domaćih prehrambenih namirnica u tim ustanovama te konzumacija svježije hrane. Akcijske planove kojima promoviraju nabavu svježe hrane za javne ustanove, koja samim time ima i više hranjivih vrijednosti, provode brojne članice Europske unije, a taj trend posebice je ojačao posljednjih godina otkad su uvedene sankcije Rusiji, na što je ta država odgovorila istom mjerom i time se stvorio višak hrane kod europskih proizvođača koji je dotad odlazio u izvoz. Tako primjerice politiku nabave hrane u roku od 48 sati od polja do stola uspješno provode Italija i Austrija.

Kako primijeniti ekonomski najpovoljnije ponude u nabavi poljoprivredno-prehrambenih proizvoda i hrane?

Novim Zakonom o javnoj nabavi (NN br. 120/2016, dalje u tekstu: ZJN 2016.) koji je na snazi od 01.01.2017. propisana je primjena ekonomski najpovoljnije ponude (ENP) kao jedinog kriterija odabira najpovoljnijeg/ih ponuditelja.

U postupku donošenja ZJN 2016, amandmanom od 6.12.2016. uvršten je stavak 7. u članak 284. kojim se daje mogućnost da javni naručitelji pri odabiru najpovoljnije ponude u okviru članka 284. mogu uzeti u obzir kriterije povezane ponudom poljoprivredno-prehrambenih proizvoda i hrane koji omogućuju jače povezivanje poljoprivredno-prehrambeno proizvodnog i javnog sektora uz istovremeno osiguravanje svježine proizvoda, veće iskorištavanje nutritivnih vrijednosti, smanjenje troškova transporta i distribucije kao i smanjenje negativnog učinka transporta na okoliš .

Obvezna primjena kriterija ekonomski najpovoljnije ponude, članka 284. stavaka 4. i 5. ZJN 2016 bio je odgođena do 01.07.2017. kako bi se naručiteljima dalo dovoljno vremena da se educiraju i pripreme, da se izradi procedura i metodologija za punu primjenu ovog kriterija

koji je velika promjena u odnosu na dosadašnji u naručitelja u RH najprimjenjiviji kriterij najniže cijene.

U novi ZJN 2016. uključena je i odredba prema kojoj naručitelji pri odabiru ekonomski najpovoljnije ponude prilikom nabave poljoprivredno-prehrambenih proizvoda i hrane trebaju uzeti u obzir i kriterije kojima se vrednuju proizvodi proizvedeni u sustavima kvalitete poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda (sezonski, ekološki, integrirani proizvodi i dr.), hrana proizvedena po standardima kvalitete utvrđenim u nacionalnim propisima o poljoprivredi i hrani, te održivo proizvedena i prerađena hrana više vrijednosti u pogledu veće svježine ili nižeg opterećenja okoliša (kao što su kraći prijevoz, manje transporta „kratki lanci opskrbe“, manje opterećena materijalima za pakiranje, te u pakiranju prihvatljivom za okoliš i/ili recikliranom materijalu i slično).

Primjena ovih kriterija je u začetku te naručitelj ne smije postupati diskriminatorno odnosno ne smije kršiti temeljna načela javne nabave njihovom primjenom kao kvalitativnih kriterija ENP. U narednom razdoblju naručitelji bi trebali dobiti i institucionalnu pomoć u pripremi metodologije i procedura ENP, primjerice donošenjem akcijskog plana koji se planira za razdoblje od 2017. do 2020. godine uz izradu mjerila i metodologije zelene javne nabave za prehrambene proizvode, te kroz propisivanje obvezne primjene zelenih kriterija na nacionalnoj razini. U kolovozu 2015. godine usvojen je Nacionalni akcijski plan za zelenu javnu nabavu za razdoblje od 2015. do 2017. godine s pogledom do 2020. godine za određene kategorije proizvoda. U idućem akcijskom planu koji se planira za razdoblje od 2017. do 2020. godine naglasak će biti stavljen na izradu mjerila zelene javne nabave za nove nabavne kategorije: uredski namještaj, zgradarstvo te *prehrambene proizvode*.

Radi povećanja unosa svježeg voća i povrća te mlijeka i mliječnih proizvoda, kao i podizanja svijesti o značaju zdrave prehrane kod školske djece, od školske godine 2017./2018. Hrvatska započinje s provedbom Školske sheme – besplatnih obroka voća, povrća i mlijeka za školsku djecu (*Pravilnik o provedbi školske sheme NN50/2017*). Školska shema objedinjava dosadašnju Shemu školskog voća i povrća i Program mlijeka u školama, a za provedbu ove Sheme ukupno je osigurano 23 milijuna kuna kako bi se hrvatskim školarcima omogućio dodatni obrok svježeg voća i povrća te mliječnih proizvoda. Za financiranje provedbe Školske sheme Europska komisija dodijelila je Hrvatskoj 1.720.946 EUR za voće i povrće te 800.354 EUR za mlijeko i mliječne proizvode. Svaka škola koja želi sudjelovati u Školskoj shemi

odabrat će lokalnog dobavljača koji će isporučivati voće i povrće (100-150 g po djetetu tjedno) i mlijeko, jogurt, vrhnje i sl. (0,15-0,25 l po djetetu tjedno)¹¹.

5.2.2. Kvaliteta u kratkim lancima opskrbe hranom

O pojmu kvalitete poljoprivredno-prehrambenih proizvoda može se raspravljati sa sljedećih stajališta: poljoprivrednog proizvođača, prerađivačkog sektora, poljoprivrednih proizvoda, prodavača i potrošača.

Je li certifikacija kvalitete poljoprivredno-prehrambenih proizvoda kod malih poljoprivredno-prehrambenih proizvođača tržišni izbor? Postoje li znakovi kvalitete i zaštitni znakovi za lokalne poljoprivredno-prehrambene proizvode? Je li bitno tko potvrđuje kvalitetu poljoprivredno-prehrambenih proizvoda? Brojna su pitanja na koja tržište još nije dalo konkretan i potvrđen odgovor.

Znakovi odnosno certifikati kvalitete poljoprivredno-prehrambenih proizvoda trebali bi istaknuti ne samo kakvoću nego i posebnost kvalitete proizvoda u smislu metoda njegovog dobivanja, njegova podrijetla, njegovih karakteristika, garantirati potrošaču da se radi o proizvodu dokazane posebne kvalitete, spriječiti neovlašteno korištenje registriranog naziva i narušavanje ugleda proizvoda. Trebali bi osigurati zaštitu prirodnih uvjeta u regiji te unaprjeđenje gospodarstva i života u udaljenim nerazvijenim ruralnim područjima, njegovanje i razvijanje regijske tradicije i učvršćenje lokalnog/regijskog identiteta te pridonijeti razvoju turizma.

Potrošač je danas sve izbirljiviji i zahtjevniji, a znakovi koji se pod određenim pravilima i pod kontrolom nadležnih institucija stavljaju na pojedine proizvode višeg ranga trebali bi mu olakšati izbor, istodobno omogućujući proizvođaču/ponuđaču stjecanje bolje pozicije na tržištu. Međutim, danas se na hrvatskom, a i EU tržištu pojavljuje prevelik broj različitih znakova kvalitete za prehrambene proizvode, a označivanja neizbježno uključuju troškove za proizvođače i mogu dovesti do poskupljenja njihovih proizvoda. Potrošače zbunjuju različiti sustavi označivanja i uglavnom kupuju na temelju navika i rijetko provjeravaju deklaracije i oznake. Istraživanje koje je provedeno u Italiji (Demartine i sur., 2017) pokazalo je da poljoprivrednici koji rade u kratkim lancima opskrbe hranom se uglavnom odlučuju za neku vrstu ko-certifikacijski mehanizam koji se temelje na odnosima potrošač/proizvođač umjesto da se opredijeli za certifikaciju kvalitete. Brojna istraživanja su pokazala da potrošači u prvom redu očekuju da im oznaka na proizvodu pruži podatke o cijeni i roku trajanja proizvoda te

¹¹ Izvor: APPRRR <http://www.apprrr.hr/skolska-shema-1034.aspx>

eventualno o zemljopisnom podrijetlu i identitetu proizvoda. Osim toga istodobno postojanje i primjena nacionalnih, regionalnih i lokalnih sustava označivanja poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda te javnih ili privatnih oznaka kvalitete stvaraju dodatnu zbrku na europskom i hrvatskom tržištu hrane. U zadnjih nekoliko godina na hrvatskom tržištu pojavljuje se sve više različitih znakova kvalitete za poljoprivredne i prehrambene proizvode.

Znakovi kvalitete koje dodjeljuje Hrvatska gospodarska komora su „Hrvatska kvaliteta“ i „Izvorno hrvatsko“¹²

Hrvatska poljoprivredna agencija (HPA) je u sklopu tržišnih i marketinških aktivnosti donijela šest nacionalnih znakova kvalitete za poljoprivredne i prehrambene proizvode: Mlijeko hrvatskih farmi, Meso hrvatskih farmi, Jaja hrvatskih farmi, Kruh hrvatskih polja, Brašno hrvatskih polja i Med hrvatskih pčelinjaka.¹³

Ministarstvo poljoprivrede provodi postupak zaštite naziva autohtonih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda zaštićenom oznakom izvornosti (ZOI), zaštićenom oznakom zemljopisnog porijekla (ZOZP) i zajamčeno tradicionalni specijalitet (ZTS).¹⁴

Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije već desetu godinu zaredom u sklopu projekta Nacionalnog programa razvitka otoka dodjeljuje oznaku „Hrvatski otočni proizvod“. Oznaka se dodjeljuje proizvodima koji su rezultat otočne tradicije, razvojno-istraživačkog rada, inovacije čija razina kvalitete mora biti mjerljiva.

Također, na tržištu prehrambenih proizvoda pojavljuju i različite regionalne oznake kvalitete poput: Lika Quality - to je regionalni znak kvalitete hrane (Lika Destination)¹⁵ i oznaka IQ - Istarska kvaliteta¹⁶.

Ekoznak se koristi pri označavanju, reklamiranju i prezentiranju proizvoda koji zadovoljavaju odredbe propisa za područje ekološke poljoprivredne proizvodnje. Kako bi se osiguralo da su poljoprivredni proizvodi s ekoznakom zadovoljili sva načela ekološke proizvodnje i sve zakonske propise, moraju proći postupak certificiranja. Certificiranje u ekološkoj

¹² Hrvatska gospodarska komora, Znakovi hrvatske kvalitete <http://znakovi.hgk.hr/>

¹³ Hrvatska poljoprivredna agencija-Odjel za tržište i marketing poljoprivrednih proizvoda <http://www.hpa.hr/trzisteimarketing/>

¹⁴ Ministarstvo poljoprivrede – Zaštita naziva poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda <http://www.mps.hr/hr/veterinarstvo-i-hrana/oznake-kvalitete/zoi-zozp-zts-poljoprivrednih-i-prehrambenih-proizvoda>

¹⁵ LAG Lika – Lika Quality <http://lag-lika.hr/lika-quality/>

¹⁶ Vinistra-IQ Istarska kvaliteta <http://vinistra.com/IQ-2017-Istarska-kvaliteta.aspx>

poljoprivredi mogu provoditi samo akreditirana certifikacijska tijela koja imaju ovlaštenje Ministarstva poljoprivrede.

Kao što će kasnije u tekstu biti vidljivo iz rezultata istraživanja anketiranjem, na području Koprivničko-križevačke i Međimurske županije samo 22% ispitanika izjasnilo se da posjeduje neki od certifikata kvalitete. Najviše ih posjeduje certifikat za HACCP¹⁷ sustav (12 proizvođača). To je koncept koji omogućuje stručan i sustavni preventivni pristup identifikacije opasnosti i rizika u postupanju s hranom, a koji pruža jasne metode utvrđivanja načina kontrole tih rizika, a namijenjen je prerađivačima tj. onim poljoprivrednim proizvođačima koji na tržište plasiraju gotov proizvod (Članak 51. Zakona o hrani).

Osim toga u manjoj mjeri se pojavljuju „Eko certifikat“ (četiri proizvođača), dva proizvođača imaju „Certifikat za integriranu proizvodnju“, jedan ima certifikat HPA-e „Proizvodi hrvatskih farmi“, jedan vinar ima ZOI za vino te jedan ima certifikat GlobalGap za primarnu poljoprivrednu proizvodnju.

U sklopu projekta „Certificirana seljačka tržnica“¹⁸ koji od 2103. godine koprivnička Gradska tržnica provodi kao članica s Udrugom hrvatskih tržnica, 38 poljoprivrednih proizvođača koji svoje proizvode prodaju na koprivničkoj Gradskoj tržnici dobili su certifikat za oznaku „Proizvodi hrvatskog seljaka“ (slika 1.).



Slika 1. Oznaka „Proizvodi hrvatskog seljaka“

Izvor: <http://www.komunalac-kc.hr/trznica-i-sajmiste/certificirana-seljaka-trznica/>

Projektom se želi očuvati i poticati tradicionalni način proizvodnje, biološka raznolikost i kulturna baština ruralnog razvoja te plasman domaćih, kvalitetnih proizvoda direktno s polja na tržnicu do potrošača. Cilj ovog projekta je ponuda svježih i domaćih sezonskih poljoprivrednih proizvoda, lakše prepoznavanje i osobni kontakt s proizvođačem, garancija da je proizvod proizveden u vlastitom vrtu te certificiranim proizvođačima olakšati plasman proizvoda i zaštititi ga od nelojalne konkurencije. U postupak certificiranja mogu se uključiti

¹⁷ Engl. Hazard Analysis of Critical Control Points

¹⁸ Izvor: <http://www.komunalac-kc.hr/trznica-i-sajmiste/certificirana-seljaka-trznica/>

svi zainteresirani proizvođači koji zadovoljavaju uvjete postavljene od Udruge hrvatskih tržnica, a troškove certificiranja snosi GKP Komunalac d.o.o. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva koja se prijave za certificiranje obilaze povjerenstva u kojima su i stručnjaci Poljoprivredne savjetodavne službe, kako bi se na licu mjesta uvjerili kako i što se na gospodarstvu uzgaja. Dodijeljeni dokument vrijedi godinu dana, a zatim se mora obnoviti. Uz certifikat, svaki proizvođač, da bi bio bolje prepoznatljiv na tržnici, dobije i prepoznatljivu žutu majicu, zelenu pregaču i zastavicu (slika 2., slika 3.).



Slika 2. i 3. Detalji s koprivničke gradske tržnice

Izvor: vlastita fotodokumentacija (D. Gajdić)

5.2.3. Nalazi u vezi s postojećim sustavima označavanja za lokalnu poljoprivredu i izravnu prodaju u državama članicama EU

U Uredbi (EU) br. 1151/2012 o sustavima kvalitete za poljoprivredne i prehrambene proizvode koja je stupila na snagu 3. siječnja 2013. u članku 55. navodi se da najkasnije 4. siječnja 2014. Komisija predstavlja „izvješće Europskom parlamentu i Vijeću o sustavu označavanja za lokalnu poljoprivredu i izravnu prodaju koji bi pomogao proizvođačima u lokalnoj prodaji njihovih proizvoda”. To je izvješće „usmjereno na sposobnost poljoprivrednika da novom oznakom dodaju vrijednost svojim proizvodima i treba uzeti u obzir ostale kriterije, kao što je mogućnost smanjenja ispuštanja ugljika i otpada pomoću kratkog lanca proizvodnje i distribucije.”

U tom izvješću se ispituju socioekonomske i ekološke posljedice na lokalnu poljoprivredu i izravnu prodaju te se raspravlja o mogućnostima uvođenja sustava označavanja na razini EU. U Izvješću je Komisija pružila činjenične elemente za lakšu raspravu o tome treba li razmotriti uvođenje nove oznake EU-a kao i o širim pitanjima povezanim s lokalnom poljoprivredom i izravnom prodajom. Provedena studija o kratkim lancima opskrbe hranom

pokazala je da su oznake i logotipovi najčešće korišteni kod sustava uspostavljenih dulje vremena ili kod većih regionalnih inicijativa dok su manje učestali u slučaju sustava čija je baza potrošača više lokalna i kod kojih postoji izravna komunikacija između proizvođača i potrošača. Studija je pokazala da su oznake korisne i u ukazivanju na činjenicu da je proizvod certificiran.

Posebno istraživanje Eurobarometra „*Stavovi Europljana o sigurnosti hrane, kvaliteti hrane i krajoliku*“, 389, 2012., pokazalo je da potrošači koji bi željeli kupiti lokalno proizvedenu hranu često ne mogu takvu hranu prepoznati na tržnici. Eurobarometrovo istraživanje o ulozi potrošača (2011) pokazalo je nedostatak znanja i vještina kod potrošača, među ostalim i za tumačenje oznaka i logotipova.

U zaključcima Izvješća Komisija navodi da postoji potražnja za vjerodostojnim poljoprivrednim proizvodima koji se prodaju u kratkim lancima opskrbe hranom te potreba za njihovim označivanjem na razini EU. Naglašeno je da bi moguća nova oznaka trebala biti jednostavna i ne bi smjela predstavljati opterećenje tj. trošak za proizvođače, ali bi istodobno trebala biti takva da se može kontrolirati i da se njome osigurava dostatna vjerodostojnost za potrošače. Cilj bi joj trebao biti i smanjenje opasnosti od zbunjivanja potrošača.

5.2.4. Zakonodavstvo

TEMELJNI ZAKONSKI OKVIR I PRAVNO REGULIRANJE POLJOPRIVREDNIH GOSPODARSTAVA

U RH brojni zakonski i podzakonski propisi, koji su većinom usklađeni s europskom regulativom, reguliraju područje proizvodnje i distribucije poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. Neki od njih su:

1. Zakon o poljoprivredi (NN30/15)
2. Zakon o poljoprivrednom zemljištu (NN [39/13](#), [48/15](#))
3. Zakon o državnoj potpori, poljoprivredi i ruralnom razvoju (NN [80/13](#), [41/14](#), [107/14](#), [30/15](#))
4. Zakon o stočarstvu (NN 70/97, 36/98, 151/03, 132/06, 14/14, 30/15)
5. Zakon o obrtu (NN 143/13)
6. Pravilnik o prodaji vlastitih poljoprivrednih proizvoda proizvedenih na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu (NN 76/2014)
7. Pravilnik o dopunskim djelatnostima na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (NN 76/2014)

8. Pravilnik o ekološkoj poljoprivrednoj proizvodnji (NN 19/2016)
9. Pravilnik o Upisniku poljoprivrednih gospodarstava (NN 76/2011)
10. Pravilnik o vođenju Upisnika registriranih i odobrenih objekata te o postupcima registriranja i odobravanja objekata u poslovanju s hranom (NN 125/2008)
11. i dr.

S obzirom na trenutnu situaciju poljoprivrede u RH i nedostatak relevantnog zakonodavstva kojim bi se na jednom mjestu regulirala prava i obveze OPG-a ukazala se potreba donošenja jedinstvenog zakona za ovaj segment gospodarstva, te je u kolovozu 2017. za javnu raspravu pripremljen Prijedlog zakona o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu. **Nacrt prijedloga zakona o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu** dio je paketa reformskih zakona u području I. reformskog prioriteta „Poticajno poslovno okruženje, jačanje poljoprivrede, turizma i održivog razvoja”.

Donošenjem Zakona o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu (Zakon o OPG-u) postiglo bi se:

- jasnije definiranje pravila u brojnim propisima kojima su tek djelomično, a različito, regulirana prava i obveze OPG-a (do sada nije donesen ni jedan propis koji na jednom mjestu regulira prava i obveze OPG-a).
- na transparentan način obuhvatiti, objediniti i regulirati uvjeti za obavljanje gospodarske djelatnosti poljoprivrede i s njom povezanih dopunskih djelatnosti koje se obavljaju na OPG-u kao organizacijskom obliku gospodarskog subjekta fizičke osobe te način i uvjeti za upis u Upisnik OPG-ova, odgovornost, prava i obveze nositelja OPG-a i članova OPG-a, kao i druga pitanja bitna za OPG.
- Omogućila daljnja pojednostavljenja i fleksibilizacija uvjeta za obavljanje gospodarske poljoprivredne djelatnosti na načelima i iskustvima pozitivnih europskih praksi
- omogućit će se pojednostavljena pravila za diverzificiranje i poduzetničke slobode te kreativnost u stvaranju i stjecanju dohotka kroz pojednostavljeno uključivanje u različite dopunske djelatnosti
- prilagodba fiskalnih obveza mogućnostima poljoprivrednih gospodarstava, uz pretpostavku da OPG na jasan način može prikazati troškove i prihode poslovanja u odnosu na troškove života
- smanjenje barijera (administrativno-birokratskih i fiskalnih) i ostvarili uvjeti za gospodarski rast i razvoj obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava
- ostvarila mogućnost da OPG može obavljati gospodarsku djelatnost poljoprivrede u više izdvojenih pogona/proizvodnih jedinica OPG-a.

Novi Zakon o OPG-u znatno bi pridonio jednostavnijem udruživanju OPG-a kroz različite oblike KOL-a prema njihovim mogućnostima, očekivanjima i potrebama.

Da bi OPG mogao prodavati svoje proizvode, osim u Upisnik OPG-a, mora biti upisan i u druge **upisnike i evidencije** ovisno o vrsti proizvoda koji proizvodi i prodaje (npr: Upisnik trgovaca voćem i povrćem, Upisnik proizvođača grožđa i vina, Upisnik uzgajivača životinja ili dr.), te mora ispunjavati **minimalne tehničke, te opće sanitarne i zdravstvene uvjete**.

Osim toga, OPG je pri prodaji vlastitih poljoprivrednih proizvoda koji su hrana dužno postupati sukladno propisima iz područja trgovine i sigurnosti hrane.

TEMELJNI ZAKONSKI OKVIR I PRAVNO REGULIRANJE IZ PODRUČJA TRGOVINE I SIGURNOSTI HRANE

1. Zakon o uređenju tržišta poljoprivrednih proizvoda (NN [149/09](#), [22/11](#), [120/12](#))
2. Zakon o trgovini (NN [87/08](#), [96/08](#), [116/08](#), [76/09](#), [114/11](#), [68/13](#), [30/14](#))
3. Zakon o hrani (NN [81/13](#), [14/14](#), [30/15](#))
4. Pravilnik o upisu u Upisnik trgovaca voćem i povrćem (NN 111/2014)
5. Pravilnikom o inspekcijskom nadzoru i kontroli usklađenosti voća i povrća s tržišnim standardima (NN [69/17](#) i [79/17](#))
6. Pravilnik o provedbi Školske sheme (NN [50/17](#))
7. Pravilnik o oznakama ili znakovima koji određuju seriju ili lot kojem hrana pripada (NN [26/2013](#))
8. Zakon o informiranju potrošača o hrani (NN [56/13](#), [14/14](#), [56/16](#))
9. Pravilnik o informiranju potrošača o nepretpakiranoj hrani (NN [144/2014](#))
10. Pravilnik o označavanju, reklamiranju i prezentiranju hrane (Narodne novine, br. 63/2011, 79/2011 i 90/2013)
11. Pravilnik o navođenju hranjivih vrijednosti hrane (NN 29/2009).
12. Pravilnik o zaštićenim oznakama izvornosti, zaštićenim oznakama zemljopisnog podrijetla i zajamčeno tradicionalnim specijalitetima poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda (NN 65/2015)
13. i brojni drugi zakoni i pod zakonski akti iz područja sigurnosti hrane (dostupno na <https://www.hah.hr/sigurnost-hrane/zakonska-regulativa-2/>)

Vrlo je vjerojatno da se poljoprivrednim proizvođačima, u gomili zakonskih i pod zakonskih akata, nije lako snaći i znati primijeniti određeni zakon ili propis na proizvodnju, preradu plasman ili promociju svojih proizvoda. Zakonodavni okvir, te nacionalne i lokalne

institucije koje provode zakone i politike trebali bi voditi računa o potrebama i ograničenjima malih poljoprivrednih proizvođača.

S obzirom da obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo predstavlja strateški važan organizacijski oblik poljoprivrednog gospodarstva u Republici Hrvatskoj za ostvarivanje ciljeva unaprjeđenja i povećavanja konkurentnosti te jačanje društvene, socijalne, gospodarske i ekološke uloge obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava nužno je da se OPG-ima pruži pomoć i potpora u procesima poslovnog udruživanja, odnosno razvoja postojećih KOL-a u kojima trenutno sudjeluju ili prilikom razvoja novog oblika KOL-a. Razvoj učinkovitog modela KOL-a, kao instrumenta razvoja lokalnog poljoprivrednog tržišta i lokalne ekonomije odnosno lokalnih proizvođača i njihova poslovanja, nije moguć bez različitih oblika znanja i kompetencija proizvođača, razvoja partnerstva i operativne interakcije s lokalnom politikom i javnog sudjelovanja nadležnih institucija.

Lokalne politike unutar lokalne zajednice, za razvoj učinkovitih KOL-a i poljoprivrednih proizvođača koji će biti glavni dionici KOL-a, moraju pružiti pomoć u obliku:

- savjetodavne i administrativna potpore,
- specijalizaciji prema potrebama,
- lakšem pristupu kapitalu iz različitih izvora (bespovratna sredstva, EU fondovi),
- financiranjem dijela troškova odnosno poslovnih potreba proizvođača (povoljniji poduzetnički krediti, bespovratna sredstva, subvencioniranjem kamata),
- fizičkog prostora s potrebnom infrastrukturom,
- edukacije u razvijanju vještina iz područja poduzetništva odnosno poslovnih ideja, kvalitete, normi, sigurnosti hrane, specijalizacije prema potrebama, promocije i oglašavanja.

Zbog toga je za uspješan razvoj bilo kojeg oblika KOL-a i uključivanja proizvođača u te lance, nužno uključivanje i partnera iz javnog i privatnog sektora koji donose takva znanja, kompetencije, program i sl. To znači, bez razvoja partnerstva, sudjelovanja lokalnih javnih institucija i odgovarajuće edukacije poljoprivrednih proizvođača ne može se očekivati ni razvoj učinkovitog modela KOL-a koji će osigurati učinkovit sustav plasmana lokalno proizveden hrane. Pri tome se mora uzeti u obzir i važnost „čvrste“ veze između proizvođača i potrošača lokalnih proizvoda te se lokalni sustavi poljoprivredne proizvodnje i KOL-i moraju uskladiti s načinom života i potrebama potrošača s tog područja.

Garanciju razvoja, opstanka i kvalitete KOL-a može dati i vlastiti, participativni garancijski sustav (PGS) u koji bi bili uključeni potrošači te ostali dionici KOL-a. Potrošači (postojeći ili

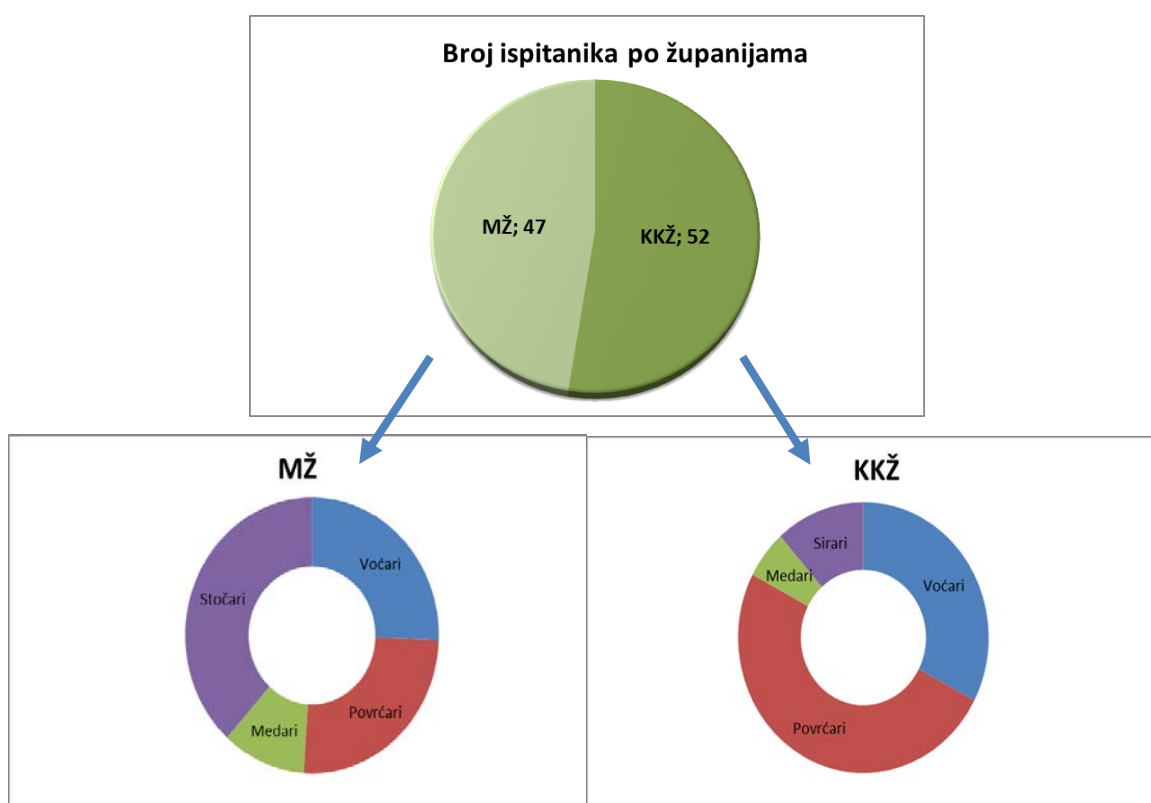
potencijalni) mogli bi posjećivati proizvođače i na taj način biti bolje informirani i upoznati s načinom proizvodnje hrane koju kupuju. Osim toga proizvođači bi se mogli međusobno, redovito posjećivati, razmjenjivati iskustva i poslovne ideje i na taj način jačati KOL. Poželjno je da dionici PGS-a svakako bude neka od nadležnih javnih institucija, poput Savjetodavne službe čime bi se postigla dodatna garancija kvalitete KOL-a.

Participativni pristupi služe za poboljšanje učinkovitosti i kvalitete KOL-a kroz povratne informacije, trajni proces učenja i unapređivanja te partnerski odnos između javnih tijela, privatnoga sektora i civilnoga društva.

6. ANALIZA ANKETE

6.1. I. dio - Osnovni podaci o proizvođaču, poljoprivrednoj proizvodnji i poljoprivredno-prehrambenim proizvodima

Kao što je ranije naglašeno, relativno podjednak broj ispitanika dolazi iz Koprivničko-križevačke (52 ispitanika) i Međimurske županije (46 ispitanika) čime je ispunjen kriterij proporcionalne zastupljenosti ispitanika nužnih za aktualnu analizu stanja poljoprivrede u obje županije (shema 1).



Shema 1. Broj ispitanika po županijama

Izvor: Istraživanje u okviru projekta „AgriShort“

Poljoprivrednici iz uzorka su uglavnom muškog spola (63%), a u manjoj mjeri su to pripadnice ženskog spola (37%), sa prosječno 45 godina starosti i 20 godina iskustva u bavljenju poljoprivredom. Najmlađi poljoprivrednici nalaze se u skupini medara i imaju u prosjeku 31 godinu i sirara koji imaju u prosjeku 38 godine. Najstariji poljoprivrednici su voćari sa prosječnom starošću od 53 godine i dolaze također iz Koprivničko-križevačke županije. Poljoprivrednici iz Međimurske županije pripadaju starosnoj skupini raspona od 40-46 godina i to u svim vrstama poljoprivredne proizvodnje.

Obrazovna postignuća poljoprivrednika su zadovoljavajuća, jer natpolovična većina (60%) njih ima završeno srednjoškolsko obrazovanje, 21% poljoprivrednika ima završenu tek osnovnu školu, a čak 15% ispitanika posjeduje završenu višu školu, odnosno fakultet, odnosno magisterij ili doktorat u 4% slučajeva. Ovi podaci su doista ohrabrujući. Međutim, tek 21% ispitanika ima neku vrst poljoprivrednog obrazovanja, bez obzira na obrazovno postignuće. Tako se može zaključiti da je poljoprivredno zanimanje posljedica stjecaja životnih okolnosti, primjerice nasljeđivanja poljoprivrednog zanimanja, a u manjoj mjeri građenja karijere u poljoprivrednoj struci.

Poljoprivrednici se poljoprivredom bave većinom u okviru obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva (52%) koji nije u sustavu PDV-a i obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva koji se nalazi u sustavu PDV-a. Ostale vrste (status) poljoprivrednog gospodarstva su podzastupljene.

Poljoprivrednici se bave poljoprivredom uglavnom na mješovitom tipu gospodarstva (55%), dakle onom tipu gospodarstva gdje je uz bavljenje poljoprivredom svih članova obitelji, barem jedan član obitelji u radnom odnosu (izvan poljoprivrede). Oko 45% ispitanika živi i radi na čistom poljoprivrednom gospodarstvu gdje obitelj živi isključivo od poljoprivrede.

Na ovim poljoprivrednim gospodarstvima poljoprivrednici se u 65% slučajeva bave konvencionalnom poljoprivredom, 28% integriranom, a samo na 6% gospodarstava zastupljena je ekološka poljoprivredna proizvodnja (grafikon 5).

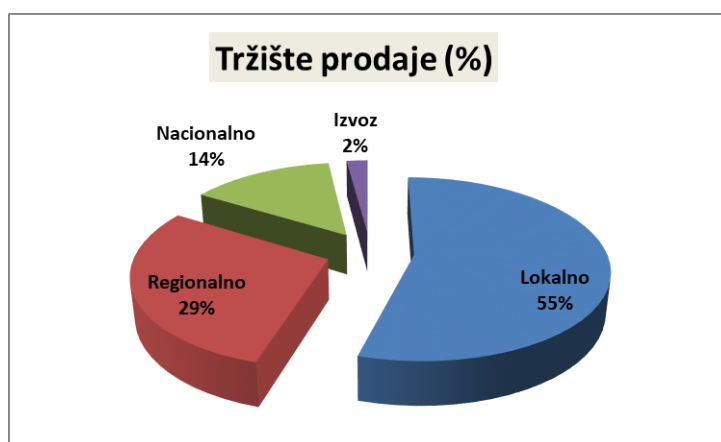
Što se tiče proizvodnje voća, u Koprivničko-križevačkoj županiji najviše se proizvode aronija, jabuka i šljiva, a u Međimurskoj županiji također aronija i jabuka, ali i borovnica i lješnjak. Proizvodnja povrća se u potpunosti razlikuje u obje županije, pa je tako u Koprivničko-križevačkoj županiji dominantna proizvodnja graha, krastavaca, paprike i rajčice zbog potražnje koncerna „Podravka d.d.“ za tim povrtnim kulturama, dok se u Međimurskoj županiji najviše proizvodi buča, krumpir i luk. Medari najviše proizvode cvjetni i bagremov med, sirari svježi i kuhani sir, a stočari meso z tiblice i kobasice. Sve što se proizvede uglavnom se i prodava.

Tek manji broj anketiranih voćara prerađuju voćne kulture koje proizvode i to uglavnom u džemove, voćne sokove, voćna vina te jabučni ocat. Povrćari ne prerađuju svoje povrtnu kulture, osim primjerice buče u bučino ulje ili papriku i ostalo povrće u ajvar. Prerađevine od pčelinjeg meda su cvjetni i bagremov med, od sirarske proizvodnje najvažniji su svježi i kuhani sir, a prerađevine koje stočari u najvećoj mjeri proizvode su Međimursko meso s tiblice i kobasice.

6.2. II. dio - Tržište i distribucija poljoprivredno - prehrambenih proizvoda

Nakon dobivanja osnovnog uvida u poljoprivredno-prehrambenu proizvodnju u obje analizirane županije, htjelo se više saznati o kanalima distribuciji i tržištima na koje poljoprivrednici plasiraju svoje proizvode.

Najprije je istražen karakter tržišta s obzirom na prostor (grafikon 1) na kojem se odvija plasman proizvoda. Poljoprivrednici najčešće plasiraju proizvode na lokalnom tržištu (55%), a trećina njih (29%) na regionalnom tržištu. Vrlo malen broj poljoprivrednika plasira svoje proizvode na nacionalnom (14%), odnosno inozemnom tržištu (2%).



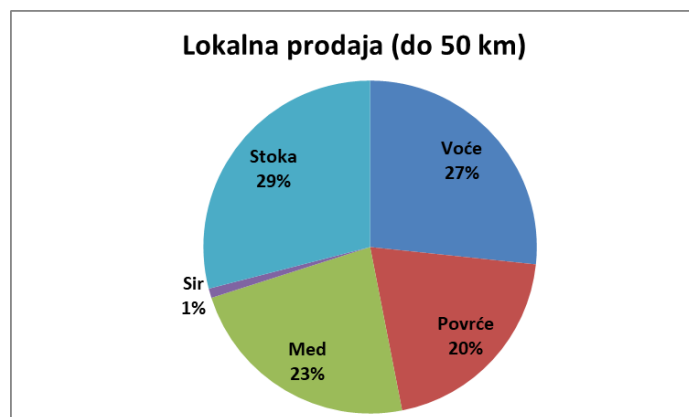
Grafikon 1: Tržište prodaje poljoprivredno-prehrambenih proizvoda

Izvor: Istraživanje u okviru projekta „AgriShort“

Lokalno tržište (grafikon 2) obuhvaća područje rezidenta u radijusu do 50 km, predstavlja tržište susjednih gravitirajućih manjih i većih gradova kao što su, primjerice, Đurđevac, Križevci, Koprivnica, Varaždin i Zagreb na koje su usmjereni poljoprivrednici Koprivničko-križevačke županije, odnosno Čakovec, Prelog, Mursko Središće, Varaždin i Zagreb na koje su usmjereni poljoprivrednici Međimurske županije. Zanimljivo je primijetiti da su na lokalnom tržištu najzastupljeniji stočari (29%), zatim voćari (27%), medari (23%) i u najmanjem postotku sirari (1%). Regionalno tržište (grafikon 3) ima širi obuhvat od lokalnog i podrazumijeva područje tržišta udaljeno više od 50 km od rezidenta, a u smjeru susjednih gradova, županija i šire. Na regionalnom tržištu u najvećoj mjeri su prisutni sirari (56%), povrćari (19%), medari (12%), voćari (9%) i najmanje stočari (4%). Na nacionalnom tržištu (grafikon 4), odnosno na području cijele Republike Hrvatske svoje proizvode u najvećoj mjeri plasiraju povrćari (24%), sirari (21%), stočari i medari (20%), te voćari (15%).

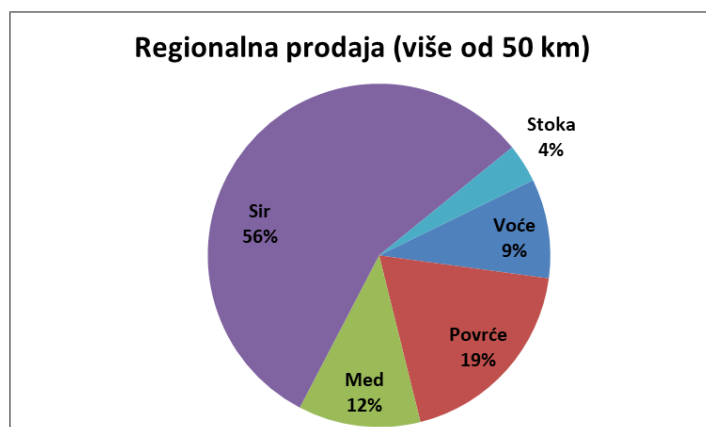
S obzirom na vrstu proizvodnje, može se zaključiti da su sirari najviše okrenuti prema regionalnom i nacionalnom tržištu, stočari, voćari i medari prvenstveno prema lokalnom, a

zatim nacionalnom tržištu, dok su povrćari usmjereni prema nacionalnom i lokalnom tržištu. Na temelju dobivenih podataka može se zaključiti da su prilikom plasmana poljoprivredno-prehrambenih proizvoda poljoprivrednici prisutni bilo na lokalnom, bilo na nacionalnom tržištu, a regionalno tržište nije u značajnoj mjeri prepoznato kao zanimljivo.



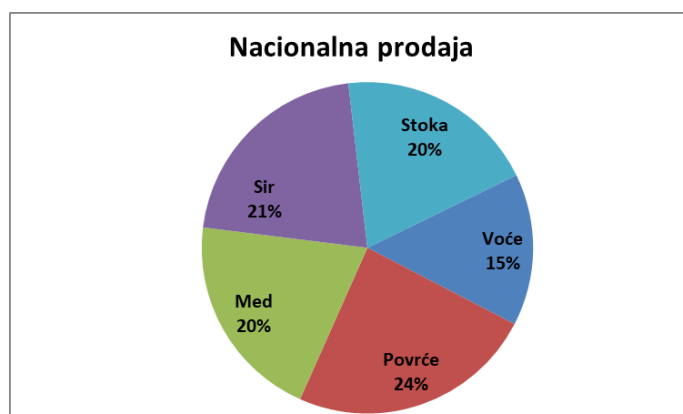
Grafikon 2: Lokalna prodaja poljoprivredno-prehrambenih proizvoda

Izvor: Istraživanje u okviru projekta „AgriShort“



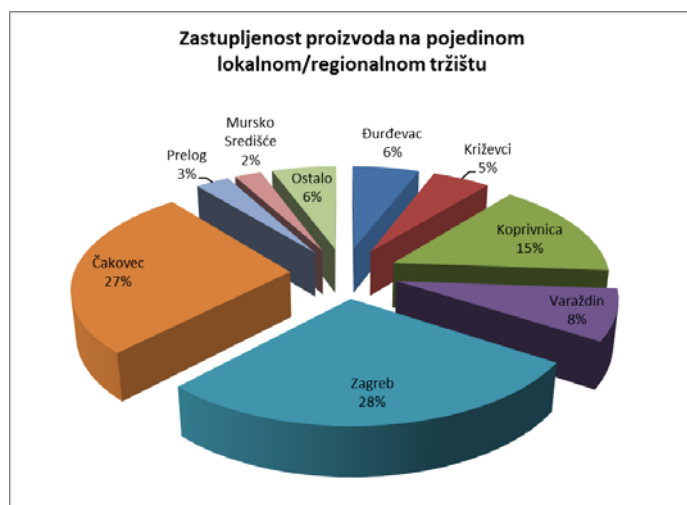
Grafikon 3: Regionalna prodaja poljoprivredno-prehrambenih proizvoda

Izvor: Istraživanje u okviru projekta „AgriShort“



Grafikon 4: Nacionalna prodaja poljoprivredno-prehrambenih proizvoda

Izvor: Istraživanje u okviru projekta „AgriShort“

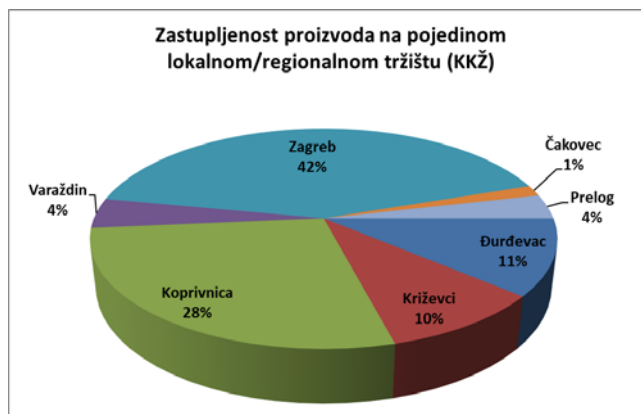


Grafikon 5. Zastupljenost proizvoda na lokalnom tržištu – poljoprivrednici iz MŽ

Izvor: Istraživanje u okviru projekta „AgriShort“

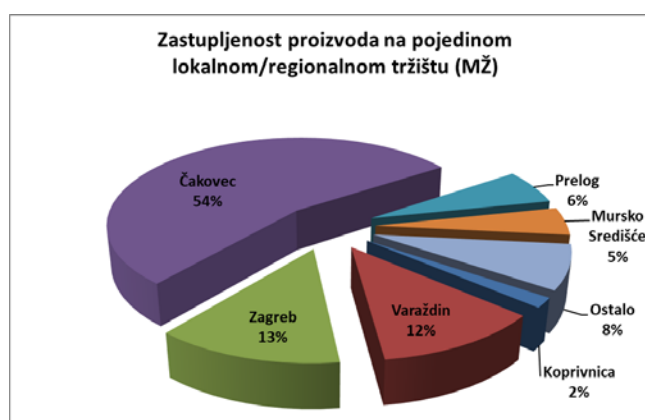
Što se tiče lokalnog tržišta, odnosno konkretnih gradova (grafikon 5) na čijem tržištu poljoprivrednici plasiraju svoje proizvode, na prvom mjestu je grad Zagreb, zatim županijska središta: Čakovec i Koprivnica, Varaždin, Đurđevac, Križevci, Prelog, Mursko Središće, te ostali gradovi.

Ako se orijentiranost na lokalno tržište promatra posebno za svaku županiju (grafikon 6, grafikon 7), dobiju se nešto precizniji podaci. Primjerice, poljoprivrednici iz KKŽ prioritetno su usmjereni na grad Zagreb zbog veličine tržišta i brojnosti kupaca, čime „preskaču“ županijski centar Koprivnicu, te ostale gradove u županiji poput Đurđevca i Križevaca, a poljoprivrednici iz MŽ plasiraju svoje proizvode u većoj mjeri u Čakovcu, negoli Zagrebu, te ostalim gradovima. Činjenica je da je grad Zagreb bliži Koprivničko-križevačkoj županiji, negoli Međimurskoj, pa je stoga Međimurska županija više okrenuta sebi i svojem domaćem tržištu. To ujedno može značiti i da je MŽ u većoj mjeri razvila domaće tržište poljoprivrednih proizvoda negoli KKŽ.



Grafikon 6. Zastupljenost proizvoda na lokalnom tržištu – poljoprivrednici iz KKŽ

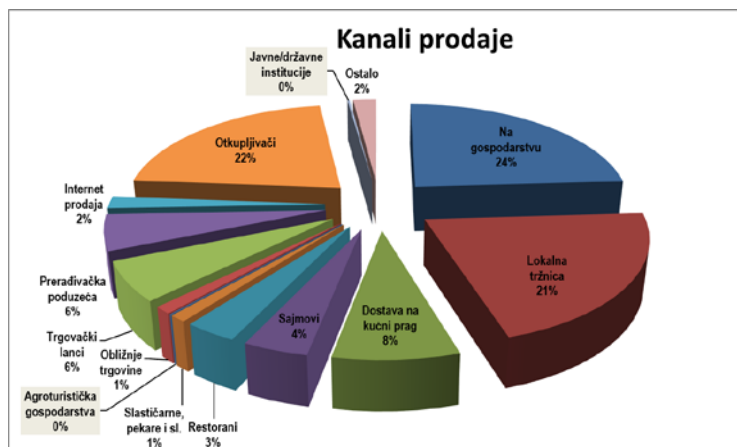
Izvor: Istraživanje u okviru projekta „AgriShort“



Grafikon 7. Zastupljenost proizvoda na lokalnom tržištu – poljoprivrednici iz MŽ

Izvor: Istraživanje u okviru projekta „AgriShort“

Nadalje, poljoprivrednici prodaju svoje proizvode putem različitih kanala prodaje (grafikon 8), a najzastupljeniji kanali su taksativno: vlastito gospodarstvo (24%), otkupljivači (22%) i lokalna tržnica (21%). U manjoj mjeri proizvodi se plasiraju putem dostave na kućni prag (8%), podjednako putem trgovačkih lanaca i prerađivačkih poduzeća (6%), a u najmanjoj mjeri putem restorana (3%), Internet prodajom (2%) i u obližnjim trgovinama (1%). Zabrinjavajuća je činjenica da se poljoprivredno-prehrambeni proizvodi uopće ne plasiraju putem agroturističkih gospodarstava, niti javnih i državnih institucija.



Grafikon 8. Gdje prodajete svoje proizvode i koliko pojedini kanal sudjeluje u ukupnoj prodaji?

Izvor: Istraživanje u okviru projekta „AgriShort“

Što se tiče institucija kojima bi poljoprivrednici mogli plasirati svoje proizvode, kao što su vrtići, škole, starački domovi, učenički domovi, bolnice, vojarne, studentski centri, županijske i državne institucije, oni to na žalost ne čine jer postoje brojne prepreke u tom smislu: OPG-i uglavnom nisu u ustavu PDV-a, ne mogu imati kontinuiranu isporuku tijekom cijele godine tj. problem su male količine, cjenovno nisu konkurentni, javnim institucijama je jednostavnije nabavljati proizvode od velikih trgovaca, teško se sklapaju ugovori s institucijama i slično.

Međutim, kao što je već ranije navedeno, predložen je amandman na Prijedlog zakona o javnoj nabavi kojim se daje prednost kratkim lancima opskrbe. Predloženim amandmanom (koji još nije zaživio u praksi) daje se mogućnost da naručitelji pri odabiru najpovoljnije ponude trebaju uzeti u obzir kriterije povezane s predmetom nabave poljoprivredno prehrambenih proizvoda i hrane koji omogućuju jače povezivanje poljoprivredno-prehrambenog i javnog sektora uz istovremeno osiguravanje svježine proizvoda, smanjivanje troškova transporta i distribucije, veće iskorištavanje nutritivnih vrijednosti proizvoda, ali i smanjenje negativnih učinaka transporta na okoliš.

"Na ovaj način će sve naše škole, vrtići, bolnice, vojarne, studentski centri, starački domovi i druge ustanove moći nabaviti hranu koja od polja do stola putuje najviše 48 sati. Time će potrošači dobiti kvalitetniju i svježiju, odnosno nutritivno bogatiju hranu, a domaći proizvođači imat će unaprijed osiguran plasman svojih proizvoda", izjavljuje resorni ministar Tolušić¹⁹.

¹⁹ http://www.google.hr/url?url=http://www.businessin.hr/vijesti/9-vijesti/791-ministar-poljoprivrede-tomislav-tolusic-zastitit-cemo-domace-proizvodace-od-nepostene-trgovacke-prakse&rct=j&frm=1&q=&esrc=s&sa=U&ved=0ahUKEwjFwp6n2IzXAhXJEVAKHcnUAGMQFggXMAE&u sg=AOvVaw0uxFDy272pFrFSWCe_VmWA

Kao uvod u analizu pojedinih segmenata poljoprivredne proizvodnje, poljoprivrednici obaju županija zamoljeni su da procijene intenzitet konkurencije njihovog gospodarstva na lokalnom tržištu ocjenjivanjem konkurentnosti ocjenama od 1-5 prilikom čega se poljoprivrednici mogu pozicionirati od procjene „Konkurencija ne postoji“ do „Intenzivna konkurencija“. Ne ulazeći u detalje tih procjena s obzirom na vrstu proizvodnje, može se zaključiti da su se poljoprivrednici pozicionirali „u sredini“ između, obje suprotstavljene procjene, što je i očekivano.

Poljoprivredno-prehrambeni proizvodi mogu se plasirati kao primarni poljoprivredni proizvod, kao sirovina za preradu ili kao prerađevina, odnosno kao gotov proizvod. Poljoprivrednici su se generalno opredijelili za plasman vlastitih proizvoda kao gotovog proizvoda (tablica 21) što smatraju vrlo isplativim (ocjena 4), te kao primarni poljoprivredni proizvod (ocjena 3) što smatraju isplativim, a u najmanjoj mjeri kao sirovinu za preradu. S obzirom na vrstu proizvodnje, medari su najzainteresiraniji za plasman svojih proizvoda kao primarnog proizvoda i sirovine, dok sirari smatraju da je sir kao gotov proizvod najbolje plasirati upravo i jedino u tom obliku. Ostali prijedlozi za moguć plasman proizvoda su plasmani u turističko-promocijske svrhe.

Tablica 21. Isplativost plasiranja proizvoda

	Kao primarni poljop. proizvod	Kao sirovinu za preradu	Kao prerađevinu (gotovi proizvod)	Ostalo*
Voćari KKŽ	3,1	2,0	3,9	5
Voćari MŽ	3,0	1,9	4,0	
Povrćari KKŽ	4,0	3,1	3,1	
Povrćari MŽ	2,8	2,6	3,1	
Medari KKŽ	3,5	5,0	0,0	5,0
Medari MŽ	4,3	2,0	2,0	
Sirari KKŽ	1,0	1,3	5,0	
Stočari MŽ	3,0	3,2	3,5	
UKUPNO	3,2	2,6	3,8	5,0

* zaleđeni proizvod (voće), poklon paket, suvenir (med)

Izvor: Istraživanje u okviru projekta „AgriShort“

Problema s kojima se susreću poljoprivrednici prilikom prodaje i plasmata poljoprivredno-prehrambenih proizvoda ima puno i raznovrsni su. Poljoprivrednici su ih ocijenili ocjenama kojima izražavaju problem kao jako mali, (ocjena:1), mali problem (ocjena: 2), srednje veliki problem (ocjena: 3), veći problem (ocjena: 4) i najveći problem (ocjena: 5). Prema procjeni (tablica 22), poljoprivrednici najviše kao problem ističu tržišni pritisak jeftinijih proizvoda iz

uvoza, niske prodajne cijene poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, nedostatak potrebne infrastrukture kao što su skladišta, hladnjače i slično, zatim, mreža otkupljivača primarnih proizvoda je, po njihovu mišljenju, nedovoljno razvijena, otežana je naplata prodanih proizvoda i slično.

Tablica 22. Općenite vrste problema u prodaji i plasmanu

VRSTE PROBLEMA U PRODAJI I PLASMANU	OCJENA
Tržišni pritisak jeftinijih proizvoda iz uvoza	4,2
Niske prodajne cijene	4,1
Nedostatak potrebne infrastrukture (skladišta, hladnjače i sl.)	3,6
Nedovoljno razvijena mreža otkupljivača primarnih proizvoda	3,4
Nemogućnost ili kašnjenje u naplati za izdane proizvode	2,9
Strah od izlaska na nova tržišta	2,7
Nedostatak stručnih specifičnih znanja iz područja trgovine i marketinga	2,5
Jezična barijera	2,4
Nepoznavanje modernih oblika prodaje (on-line i sl.)	2,3
Ostalo	4,4

Izvor: Istraživanje u okviru projekta „AgriShort“

Osim toga, poljoprivrednici smatraju da nema organiziranog otkupa i tržišta, da su proizvodi neujednačene kvalitete, kupovna moć potrošača je slaba, na snazi je opća nesigurnost poslovanja, nadležni resori i službe (Ministarstvo poljoprivrede, Inspekcijski nadzor) ne rade kako treba, repromaterijal je loš, prisutno je nepovjerenje u otkupljivače, postoje problemi prilikom izrade poslovnog plana i apliciranja na projekte, i, konačno, poljoprivrednici drže da su prepušteni sami sebi.

Odluka o tome hoće li kupci ili potrošači kupiti neki poljoprivredno-prehrambeni proizvod je očekivano, nova i važna tema koju je potrebno analizirati i koja ovisi o brojnim čimbenicima. Poljoprivrednici smatraju da postoji nekoliko najvažnijih čimbenika pri odluci o kupnji, a to su prvenstveno kvaliteta i karakteristika proizvoda (ocjena važnosti: 4,2) i cijena (ocjena važnosti: 3,6), a u manjoj mjeri poznavanje mjesta i procesa proizvodnje (ocjena važnosti: 3,3), dostupnost proizvoda (ocjena važnosti: 3,3), marka proizvoda (ocjena važnosti: 3,0), ambalaža (ocjena važnosti: 2,8) i vođenje brige o zaštiti okoliša (ocjena važnosti: 2,7).

Sa ciljem što boljeg plasmana poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, poljoprivrednici razvijaju određene oblike suradnje sa potrošačima svojih proizvoda, a najučestaliji oblik takve suradnje je (tablica 23) telefonska narudžba određenih proizvoda, ažuriranje stalne liste potrošača, dostava na kućni prag putem narudžbi i prodaja putem Interneta.

Tablica 23. Oblici suradnje između poljoprivrednika i potrošača²⁰

OBLICI SURADNJE: POLJOPRIVREDNIK-POTROŠAČ	N
Telefonske narudžbe	64
Stalna lista potrošača	43
Dostava na kućni prag putem narudžbi	31
Prodaja putem Interneta	20

Izvor: Istraživanje u okviru projekta „AgriShort“

Poljoprivredno-prehrambeni proizvodi se uglavnom plasiraju pod vlastitim imenom, odnosno nazivom obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva, a najčešći način promocije proizvoda odvija se usmenom preporukom zadovoljnih potrošača, sudjelovanjem na sajmovima, putem društvenih mreža (Facebook, Twitter i sl.), vlastitom web stranicom ali, ipak, znatan dio poljoprivrednika ne promovira svoje proizvode ili to čini zanemariv dio poljoprivrednika. Iz priloženih podataka (tablica 24) može se zaključiti da poljoprivrednici koriste uobičajene, dostupne i jeftinije načine promocije.

Tablica 24. Način promocije proizvoda

NAČIN PROMOCIJE PROIZVODA	N
Usmenom preporukom zadovoljnih potrošača	56
Sajmovi	49
Društvene mreže (Facebook, Twiter, i sl.)	31
Web stranica	17
Ne promoviram	16
TV emisije	5
Radio emisije	4
Tiskani mediji	3
TV oglasi	1

Izvor: Istraživanje u okviru projekta „AgriShort“

Na pitanje o članstvu gospodarstva u nekom klasteru, proizvođačkoj organizaciji, udruzi ili zadruzi, 32% ispitanika odgovorilo je potvrdno o članstvu uglavnom u udrugama poljoprivrednih proizvođača. Neke od udruga koje su prepoznate i izvan granica domicilnih županija su Udruga voćara KKŽ, Udruga povrćara KKŽ, Udruga međimurskih proizvođača merkantilnog krumpira, Klaster pčelara Podravina, Udruga "Prgica", Udruga proizvođača mlijeka Međimurja, Udruga uzgajivača svinja Međimurja i brojne druge udruge.

²⁰ Ispitanici su mogli zaokružiti više ponuđenih odgovora

Poljoprivrednici procjenjuju da im udruživanje u udruge donosi neke koristi, ali smatraju da je to nedovoljno. Udruživanje, po njihovu mišljenju (tablica 25), srednje utječe na plasman proizvoda i smanjenje troškova promocije (ocjena važnosti: 3), te nešto sabije utječe na preradu proizvoda (ocjena važnosti: 2,7) i na smanjenje troškova proizvodnje i samu količinu i strukturu proizvodnje (ocjena važnosti: 2,5).

Tablica 25. Utjecaj udruživanja na čimbenike proizvodnje

ČIMBENICI POLJOPRIVREDNE PROIZVODNJE	OCJENA
Plasman proizvoda	3,0
Smanjenje troškova promocije	3,0
Prerada proizvoda	2,7
Smanjenje troškova proizvodnje	2,5
Količina i struktura proizvodnje	2,5

Izvor: Istraživanje u okviru projekta „AgriShort“

Što se tiče primjene nekih od nacionalnih ili međunarodnih certifikata kvalitete u vlastitoj poljoprivrednoj proizvodnji, tek 22% anketiranih poljoprivrednika posjeduje takav certifikat. Najčešće je to HACCP sustav koji je zastupljen uglavnom kod prerađivača, tj. poljoprivrednih proizvođača koji prerađuju primarni poljoprivredni proizvod u gotov proizvod i time ulaze u obvezu postupanja u skladu sa zahtjevima HACCAP sustava (Članak 51. Zakona o hrani).

Nadalje, uslijedila je šira opservacija pojma „KRATKI LANCI OPSKRBE“. Oko 62% poljoprivrednika je djelomično ili potpuno točno sadržajno odredilo traženi pojam ističući sljedeće elemente: „*direktno snabdijevanje potrošača bez posrednika*“, „*kupac iz susjedstva*“, „*prodaja na lokalnoj razini*“, „*mala udaljenost (do 20-30-50 km)*“, „*hrana mora biti u roku od 24 sata od proizvodnje na stolu*“, „*maleni proizvođači hrane*“ i slično.

Općenito, 69% poljoprivrednika smatra da bi organiziranija suradnja poljoprivrednih proizvođača kroz KOL-ove mogla ostvariti određene prednosti za proizvođače i potrošače na lokalnim tržištima. Isto tako, poljoprivrednici vrlo realno sagledavaju prednosti KOL-a i ocjenjuju njihove prednosti (tablica 26).

Tablica 26. Prednosti KOL-ova za proizvođače i potrošače

Poznavanje porijekla hrane	4,4
Mogućnost prijave KOL-a na programe ruralnog razvoja	4,3
Jačanje pregovaračke moći malih proizvođača	4,3
Podizanje svijesti potrošača o važnosti konzumacije lokalnih proizvoda	4,2
Ostvarivanje bolje prepoznatljivosti (imidž proizvoda i proizvođača)	4,2
Unapređenje lokalne infrastrukture (skladišta, hladnjače, prodajni prostori i sl.)	4,1
Poboljšana socijalna interakcija (potrošači uče od proizvođača, jačanje zajednice)	4,1
Očuvanje radnih mjesta	4,1
Smanjenje troškova transporta	4,0
Povećanje prihoda na PG-u (više cijene proizvoda)	3,9
Veća sigurnost hrane	3,9
Podizanje kvalitete proizvoda plasirani kroz KOL	3,8
Koprodukcija - proizvođači uče jedni od drugih	3,8
Diverzifikacija ponude	3,8
Smanjena konkurencija među malim proizvođačima	3,8
Kemijski manje tretirana hrana	3,6
Veća korist za okoliš	3,5
Veća biološka i krajobrazna raznolikost	3,4
Ostalo*	5,0
* u prenesenom značenju "Znalo bi se tko pije, a tko plaća"	

Izvor: Istraživanje u okviru projekta „AgriShort“

Poljoprivrednici se slažu da su prednosti KOL-a velike, ali neke od njihovih izjava upućuju na određenu problematiku. Npr.:

„...mi smo udaljeni od velikih gradova i prisiljeni smo davati robu otkupljivačima pošto imamo velike količine robe. Kod nas to nije dosta uhodan posao.“

„...naš OPG vrlo malu količinu prodaje direktno krajnjem potrošaču (to je na gospodarstvu ili na specijaliziranim sajmovima). Razlog tome je što imamo veliku proizvodnju i ne možemo veliku količinu prodati na takav način. Najviše prodajemo otkupljivačima, a oni trgovačkim lancima.“

....,iako imamo iskustva sa direktnom prodajom na gospodarstvu ...bilo bi dobro preuzeti dobre primjere iz Austrije i Njemačke.“

Što se tiče prijedloga za bolju uspostavu i funkcioniranje KOL-ova, poljoprivrednici su vrlo konkretno precizirali sljedeće:

"Treba prvo ustanoviti potrebu tržišta za nekim proizvodima pa napraviti i organizirati proizvođače preko lokalnih jedinica u proizvodnju traženih artikala"

„Otkupni centri, hladnjače, stručna osoba koja će posredovati u prodaji, a proizvođač će proizvesti potrebne količine“.

„Educirati poljoprivredne proizvođače o kratkim opskrbnim lancima te novim načinima promoviranja i oglašavanja proizvoda s obzirom da je većina poljoprivrednih proizvođača starije dobi nedovoljno upoznata s tehnologijom, poticati na smanjenje korištenja pesticida i

okretanje ekološkoj proizvodnji kako bi proizvodi bili prepoznatljivi na tržištu (certifikati) i kako bi se olakšala prodaja (a i zbog zaštite okoliša).“

„Cijena proizvoda treba biti određena unaprijed, uvesti samo ono što se ne može proizvesti. Smanjiti uvoz preko mjere!“

„Standardizacija, specijalizacija ali i lokalna prepoznatljivost kvalitete ponude.“

„Unaprjeđenje organizacije KOL-a moguće je samo uz povećanje proizvodnje i prodaje samih lokalnih proizvoda. Ono se može ostvariti samo da se poveća svijest potrošača o prednostima kupnje ovakvih proizvoda. Planiranim kampanjama i prezentacijama u školama, ustanovama, radijskim, televizijskom emisijama i putem društvenih mreža o benefitima ovakve kupnje kroz nekoliko godina može se promijeniti svijest potrošača. Isto tako na lokalnoj razini raditi na selekciji proizvođača odnosno kontrolirati samu kvalitetu proizvoda uz savjete stručnjaka kako dalje nadograđivati samu proizvodnju i njihovu prodaju. Isto tako poticati male domaće trgovce da uzimaju u svojoj ponudi što više lokalnih proizvoda.“

No, isto tako, ima i negativnih stavova prema KOL-ovima, no oni su posljedica nekih drugih, mnogo većih problema koji su ilustrirani u sljedećim izjavama poljoprivrednika:

Slijedom pitanja o prijedlozima promjena u KOL-ovima, 46% poljoprivrednika istodobno iskazuje spremnost na povećanje proizvodnje u narednim godinama, a 39% želi zadržati proizvodnju u istom obujmu.

7. ANALIZA INTERVJUA

7.1. Analiza intervjua u Koprivničko–križevačkoj županiji

Radi dobivanja dubljeg uvida u temu kratkih lanaca opskrbe, proveden je strukturirani intervju sa 10 aktera koji su važni sa aspekta razvoja poljoprivrede. Slijedi interpretacija odgovora:

„Što se tiče stanja poljoprivrede u Koprivničko-križevačkoj županiji, Županija od 1995. godine kad je osnovana provodi programe i mjere preko kojih nastoji unaprijediti poljoprivrednu proizvodnju. Tako su konkretno, u 2017. godini aktivne slijedeće mjere i aktivnosti: poticanje razvoja poljoprivredne proizvodnje subvencioniranjem kamata, subvencioniranje osiguranja u poljoprivredi te subvencioniranje izrade dokumentacije za legalizaciju poljoprivrednih objekata.

Zatim postoje i različite potpore i to za okrupnjavanje zemljišta, za dostizanje standarda ekonomske veličine, za zdravlje i jačanje genetskog potencijala u stočarstvu te potpore u pčelarstvu.

Županija organizira i „Dane voća“ i „Dane povrća“ za sve proizvođače s područja županije, izdaje se i **katalog** s točnim podacima svakog proizvođača, kontaktima te količinom i vrstom proizvodnje, te je to jedan od načina uključivanja županije u kratke opskrbe lance..“

„Na gradskoj razini intenzivno se potiče poljoprivreda kroz pružanje stručne pomoći poljoprivrednicima radi brže realizacije njihovih poduzetničkih programa kroz financijsko ulaganje, projekte, edukaciju i slično. Također, potiče se razvoj OPG-ova i određeni vidovi poljoprivredne proizvodnje; pruža se pomoć kod organiziranja (samostalno ili u suradnji sa Županijom) sajмова i njihovih predstavljanja.“

Sa ciljem unaprjeđivanja položaja poljoprivrednih proizvođača artikuliran je sljedeći prijedlog:

„Županija bi trebala po uzoru na nama susjedne države organizirati proizvodnju preko krovnih udruga koje bi onda bile pregovarač prema centrima i prema proizvođačima, treba samo prepisati kako to rade u Beču. Sve ove male mjere pomažu u nekim segmentima, ali poljoprivredna proizvodnja, da bi bila konkurentna i kvalitetna treba biti organizirana i sufinancirana., ali ne sporadično kako se sada radi, već konkretno strateški, na razini cijelog društva (npr. Podravka),,

Na pitanje o kupnji lokalnih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, svi ispitanici navode da ih kupuju na tržnici (subotom), sajmovima ili na kućnom pragu, u prosjeku jednom tjedno.

Što se tiče kupovine na tržnici:...“ Bilo bi dobro kada bi se svi proizvodi mogli kupiti na tržnici, a ne da je stočarima, mljekarima zabranjeno prodavati meso i slično...važno je kupovati domaće proizvode jer nisu prerađeni do te mjere da sadržavaju nepoznate supstance, hormone i tko zna kakve sastojke. Važno je i zato jer se potiče domaća proizvodnja, ostanak na ruralnom području, povećavaju prihodi lokalnih zajednica i sl.“

„Mi smo krenuli putem certificiranja naših proizvođača na našoj gradskoj tržnici i mislim da je stvarno važno okretati se lokalnim proizvođačima koji ipak daju i neku sljedivost te hrane, informaciju od kud je proizvod i kako je nastao i ima jednu ekološku komponentu. ... A nešto je vjerojatno i u samom šarmu placa, u podsvijesti ili u neakvim emocijama koje on izaziva.“

Što se tiče kupovine na kućnom pragu: “Ja osobno kupujem te proizvode i u mojem slučaju to je isključivo na kućnom pragu. Ja i moja obitelj ih kupujemo zato što volimo znati što jedemo, tko proizvodi i gdje se proizvodi. A ujedno na taj način mislimo da potičemo ili održavamo našu lokalnu ekonomiju i naše poljoprivrednike. Naročito se veselimo kupovati od mladih poljoprivrednika..“

Iako kupuju lokalne poljoprivredno-prehrambene proizvode, ispitanici doista ne znaju je li neki od lokalnih proizvoda zaštićen. „*Možda će priliku dobiti među prvima sirevi – podravska prga, ali postoji preklapanje sa sličnim sirevima u susjednim županijama, kao što je slučaj i s npr. varaždinskim zeljem...*“

„Koliko je meni poznato, proizvodi koje kupuje moja obitelj nemaju oznaku kvalitete, nego samo usmenu preporuku o kvaliteti.“

Ispitanici su svjesni da postoje problemi vezani uz kupnju lokalnih proizvoda na koje žele ukazati:

„...ono što predstavlja još uvijek problem je kontinuirani zajednički nastup na tržištu, zajednička promocija i prodaja.“ međutim, nude i određena rješenja:

„Ustvari, osim tržnice u Koprivnici ne znam gdje bih mogla kupiti lokalne proizvode, a i kao što sam napomenula niti na tržnici se ne mogu svi proizvodi koje trebam nabaviti. Trebalo bi po uzoru na Austriju dozvoliti prodaju OPG-u svih proizvoda koji se proizvedu na domaćinstvu na tržnici, bez posebnih kompliciranih kontrola, uz garanciju OPG-a svojim imenom za kvalitetu.

Možda preko Zajednice županija predložiti promjene zakona.

Osvijestiti putem medija pučanstvo da je domaća proizvodnja važna strateški za svako domaćinstvo, da nije sramota raditi na zemlji, da nije sramota prodavati na tržnici i na vlastitom domaćinstvu, da je poljoprivreda vrijedna poštovanja. Mislim da to mora biti na razini cijele države, jer je samo propaganda kupujmo Hrvatsko u nekoliko navrata pokazala svoju snagu, npr., Tradicija naših starih, subota prije podne, vikend prije Uskrsa, naše udruge žena pekle su kolače kao i svake godine, ali ove godine u deset sati više gotovo nije bilo niti jednog komada kolača za kupiti, a slično je bilo i na Danu povrća.

Županija bi mogla organizirati i to bi bilo gotovo besplatno razne Dane jagoda, višanja, pekmeza, itd. u dane koji su i inače frekventni u naša tri najveća grada i na taj način navikavati ljude da kupuju domaće i da prodaju i proizvode domaće, naravno uz svu moguću marketinšku potporu, ja sam 100% posto sigurna da to prolazi.“

„S aspekta ustanove ili uprave u kojoj radim – definitivno da postoje problemi, i tu se neke stvari moraju mijenjati iz razloga što su Zakoni o javnoj nabavi takvi kakvi jesu – s jedne strane bi kao poticali ekološku proizvodnju i domaće proizvode, a s druge strane kad to stavimo na stol puno puta ti ljudi jednostavno nisu konkurentni, ne mogu se na nikoji način takmičiti da uđu u gradske ustanove, primarno tu mislim na vrtiće i osnovne škole. Tu postoji određeni raskorak u željama i mogućnostima.

Trenutno radimo na tome da vidimo kako da uključimo naše proizvođače i „ubacimo“ ih u vrtiće i škole, samo se još uvijek lomimo oko Zakona o javnoj nabavi i kako to sve posložiti da nemamo neke eventualne prekršajne probleme – to su uglavnom glavne prepreke.

Proizvodnja i prodaja lokalnih proizvoda je svakako korisna za zajednicu u kojoj ispitanici žive. Navedena teza može se ilustrirati na sljedeće načine:

„Ako poljoprivrednici mogu prodati svoje proizvode, mogli bi proširiti svoju proizvodnju, više zarađivati i vjerojatno ne bi imali potrebu odlaziti na rad u inozemstvo. Kad bi se povećala proizvodnja i potrošnja domaćih proizvoda, stvorila bi se nova vrijednost koja se opet može trošiti, djeca i unuci bi naučili da je korisno raditi,

Svijest da zemlja i okućnica trebaju biti uređeni i održavani, a zemlja poštivana i obrađena razvijamo u kući, svakoga dana a time postajemo ravnopravni članovi zajednice u kojoj živimo trenutno a to je Evropska zajednica.

Poljoprivredna gospodarstva koja popunjavaju svoj budžet prodajom na kućnom pragu imaju stalni kontakt s potrebama tržišta, svježi keš svaki dan ali za sve to trebaju osviještene kupce. Tu može županija pomoći programima promidžbe i poticajima za takva gospodarstva.

Opet je za takvo djelovanje važna udruga npr. proizvođača sira koja će svojim dopisima, djelovanjem i pritiscima prisiliti uprave da donose programe i mijenjaju zakone i pravilnike.

Tužno je slušati da na ovako plodnoj zemlji, uz ovako umjerenu klimu ima tako velik broj ljudi koji su čak gladni.

Mislim da je to pokazatelj da društvo nije uređeno i radi u korist globalnog kapitala, a na štetu običnog čovjeka.“

„Potičući lokalne proizvođače kroz kupnju njihovih proizvoda, potičemo ih da dobar dio svoje zarade reinvestiraju lokalno, od uplate poreza, naknada, doprinosa i sl. što puni gradski proračun, do toga da se potiču mladi da se bave poljoprivredom. ... Potičući lokalne poljoprivrednike, potiče se i mladost na selu, naročito kroz poticanje mladih za bavljenje poljoprivredom i ostankom na selu.“

U novije vrijeme, manifestacija „Doručak s hrvatskih farmi“ postaje novi kanal za plasman domaćih proizvoda. Mišljenja o navedenoj manifestaciji su suzdržana, stoga se radije predlažu neka druga događanja sličnog tipa s kojima ispitanici imaju više iskustva:

„Županija Koprivničko-križevačka organizira niz manifestacija koje imaju i prodajni karakter kao npr. Dan povrća, Dan voća, Tradicija naših starih...proizvođači su jako zadovoljni sa sudjelovanjem na tim manifestacijama, posebice ove godine kada su kupci kupili sve što je bilo ponuđeno. Mislim da se osjeća utjecaj medija koji u zadnje vrijeme sve

više propagiraju slogan „Kupujmo Hrvatsko“. Treba nastaviti s takovom promidžbom jer je očito na terenu djelotvorna.

Trebalo bi u ljetnim mjesecima organizirati predstavljanje Koprivničko–križevačke županije u županijama na moru i omogućiti prodaju poljoprivrednih proizvoda na zajedničkim štandovima, za to bi trebalo promijeniti zakonsku regulativu i pripremiti proizvode.“

Nadalje, pitali smo ispitanike tko i zašto ima najveću ulogu u jačanju proizvodnje i prodaje lokalnih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda.

„Doneseni zakoni i njihova provedba mislim da najviše sprečavaju efikasnu prodaju na terenu. Zakoni su preoštri, na štetu poljoprivrednih proizvođača i kupaca. To može biti država jer je poljoprivreda ovisna o zakonima, poticajima i treba biti strateški važna za svaku državu, sama po sebi nije profitabilna osim nekih posebnih segmenata. Država je ta koja mora promijeniti odnos prema poljoprivredi, županije i jedinice lokalne samouprave tu mogu onda biti samo potpora. Proizvođači moraju biti svjesni da je to biznis i da moraju proizvoditi najkvalitetnije uz najmanje troškove, ali i da ta proizvodnja mora biti organizirana preko nekih krovnih udruga, jer to je praksa koja postoji u našem okruženju, inače svaki pojedinac sam nije profitabilan.

Naši proizvođači to još ne shvaćaju ali dolaze mlade generacije, obrazovanih proizvođača i mislim da će se to promijeniti.

Mislim da je kod nas glavni problem država i inspekcije s jedne strane, a s druge strane proizvođači koji nisu organizirani, obrazovani i ne drže se onoga da je u poljoprivredi 90% važno znanje a samo 10% fizički rad.“

„Sigurno da su tu Grad, Županija i Ministarstvo, ali kad pričaš s tim ljudima i našim mogućnostima - sve skupa što njima treba je daleko od toga da je to dovoljno. Njima definitivno treba tržište, a to im ipak baš ne možemo do kraja osigurati mi i mislim da bi ipak tu ključna trebala biti Podravka i ostatak hrvatske prehrambene industrije, i vrlo je važna uloga Ministarstva poljoprivrede.“

„Uz same poljoprivrednike, najveća potpora su im tijela lokalne samouprave.

S obzirom na to da su ispitanici upoznati sa značenjem kratkih lanaca opskrbe za poljoprivrednike, zamoljeni su da izlože ideju oko pomaganja poljoprivrednicima. Riječ je o sljedećim prijedlozima:

„Okolo prodaje na gospodarstvu moglo bi se pomoći na nivou županije programom promidžbe i poticajima za one koji prodaju na vlastitom pragu npr. sufinanciranjem svakog gospodarstva s iznosom npr. 10.000,00 kn i slično.“

S obzirom na ideju osnivanja distributivnog centra, ispitanici su upoznati s glavnim smjernicama prijedloga da se jedan dio poduzetničke zone Čret u križevačkom kraju pretvori u distributivni centar za poljoprivredno-prehrambene proizvode. Komentari na taj prijedlog su:

„Mislim da je ideja izvrsna, u okruženju ima i proizvođača koji bi lako mogli dostaviti proizvode a i poljoprivredna proizvodnja ovisna o organiziranom otkupu /prodaji, mogla bi biti osnova za stvaranje krovne udruge npr. povrtlara, voćara.

U konačnici bi takav centar trebalo preko županijskih uprava povezati sa županijama koje bi bile i kupci tj. koje imaju kupce, posebno onih županija na moru koje imaju i turiste. Znači, konačno spojiti „plavo i zeleno“

„Sviđa mi se taj prijedlog da bi svaka županija mogla imati taj distributivni centar, jer tu se onda može napraviti dobra priča jer onda možeš uvesti i online prodaju; mislim da sad imaš nekakvu online burzu, online aukciju ili samo klasičnu online prodaju, ne treba ti puno osim jedno dva, tri tvoja dostavna vozila i ti ljudi mogu biti zadovoljni jer ih možeš povezati i sa hotelima, i sa nekim centrima i sa restoranima...“

„Podržavamo ovakav projekt zato što bi on mogao omogućiti malim poljoprivrednicima otkup cjelokupne njihove proizvodnje, uz istovremenu fer cijenu i veće marže. Na taj način bi se uz ostalo, lakše moglo regulirati i pitanje ujednačenosti kvalitete njihovih proizvoda, definirati količina po pojedinoj kategoriji proizvoda. Problem naših poljoprivrednih proizvođača generalno je da se baš i ne snalaze na tržištu, pa što bi im onda moglo omogućiti da se primarno bave proizvodnjom, a pitanje prodaje i marketinga bi rješavale odgovorne osobe iz tako zamišljenog centra. Centar bi trebao distribuirati proizvode ka prerađivačkoj industriji, ali isto tako omogućiti opskrbu lokalnog stanovništva. U okviru distribucijskog centra trebalo bi razmisliti i o mogućnosti razvoj prodajnog kanala, tj. maloprodaju za pučanstvo u centru. Otvoriti u okviru njega neki tip trgovine. Nadalje, pregovarati s trgovačkim lancima na području KKŽ o otkupu i plasmanu tih proizvoda kroz njihovu vlastitu maloprodajnu mrežu (Podravska trgovina, KTC, Robin, Dergez, itd). Distributivni centar mora razmisliti i o brendiranju domaćeg/lokalnog proizvoda počevši kroz neku vrstu označavanja (oznaka o podrijetlu proizvoda – npr., proizvedeno od lokalnog seljaka u KKŽ), promotivne aktivnosti osvjesticavanja lokalnih kupaca o značenju i potrebi takve kupnje.“

„Apsolutno da, zato što npr. područja poput Đurđevca ili Križevaca teško da bi mogla razvijati takav projekt samo za sebe. Treba omogućiti sinergiju i vidjeti koji dio županije prednjači u čemu, odnosno u čemu je bolji. Na taj način se može ostvariti i neka vrsta

specijalizacije, npr. područje grada Đurđevca za med i proizvode na bazi meda, Križevci za mliječne proizvode itd.“

„Poljoprivrednici bi se u ovakvom slučaju trebali bolje fokusirati na pitanje kvalitete proizvoda, količine proizvoda i općenito ugovornih standarda što može garantirati konkurentan proizvod za tržište, a za proizvođača stabilne otkupne cijene i respektabilnu otkupnu količinu. Standard kvalitete se može realizirati uz potporu npr. Savjetodavne službe, HPA, znanstveno istraživačkih organizacija a sve uz koordinaciju Županije, odnosno odgovarajućih služba i tijela plus centra. Možda bi takav centar mogao sugerirati poljoprivrednicima na koju proizvodnju da se fokusiraju. Centar mora biti svojevrstni savjetnik poljoprivrednicima za to što će i koliko čega proizvoditi. Oni proizvode, a centar brine o plasmanu.“

7.2. Analiza intervjua u Međimurskoj županiji

U provedbi intervjua sudjelovalo ukupno 6 ispitanika s različitih razina, vrsta i oblika uključenosti u razvoj poljoprivrede u Međimurskoj županiji. Na pitanje kupuju li lokalne poljoprivredno-prehrambenih proizvode svi ispitanici odgovaraju potvrdno. Najčešće ih kupuju izravno (ili ako dostavljaju svoje proizvode) od nekog manjeg OPG-a, na sajmovima, izložbama, manifestacijama, tržnici, odnosno: „Uvijek nastojim kupiti lokalne proizvode i to direktno od poljoprivrednih proizvođača na njihovom gospodarstvu (na kućnom pragu) ili na tržnici u Čakovcu (Certificirana seljačka tržnica), jer znam da tako kupujem svjež, kvalitetnu i zdravu hranu. Istovremeno ostvarujem osobni kontakt s proizvođačem od kojeg mogu dobiti informacije o načinu uzgoja poljoprivrednog proizvoda. Kupujem prema potrebi u primjerenim količinama. Lokalna proizvodnja hrane je dio tradicije i važna sastavnica života na ruralnim područjima.“

Poljoprivredno-prehrambeni proizvodi kupuju se u različitim intervalima: od najmanje jedne kupnje tjedno, pa do sezone kupnje za potrebe pripremanja zimnice, odnosno barem 4 puta godišnje. Kupuju se uglavnom sljedeći proizvodi: sve vrste tjestenine, jaja, bučino ulje, suhomesnati proizvodi, sir, med, vino, džemovi, heljdinu kašu, gljive, sezonsko voće i povrće. Većina proizvoda nije zaštićena oznakom kvalitete, no ispitanici ih kupuju zbog poznatog način proizvodnje i iznimne kvalitete. Najnovija zaštita EU razine u Međimurju je **meso z tiblice**, a to je ujedno i jedan od poznatijih proizvoda našeg područja (OPG Đuran, OPG Kirić,...). Bitnu ulogu u poticanju lokalnih poljoprivrednih proizvođača ima i grad Čakovec provedbom gradskih projekata: Kontrola plodnosti tla i Poticanje ekološke poljoprivredne proizvodnje: „*Već niz godina Grad promiče prodaju lokalno proizvedenih proizvoda na*

lokalnom području, a u svrhu unaprjeđenja prodaje planira se investiranje u infrastrukturu. Projekt Izgradnje Gradske tržnice je prioritetni projekta Grada Čakovca čija realizacija je planirana 2018.godine. Grad sudjeluje u provedbi projekta Certificiranja OPG-a koji svoje proizvode prodaju na Čakovečkoj tržnici. Grad je pokrenuo i projekt zdrave prehrane u školama, već sada su meniji u većini škola osmišljeni u suradnji s nutricionistima i liječnicima i daju prednost lokalno proizvedenim zdravim namirnicama.“

Ispitanicima je zatim postavljeno pitanje o eventualnim problemima koji su vezani uz kupnju lokalnih proizvoda na koje bi htjeli ukazati:

„Ne vidim nikakve probleme dostupnosti jer su proizvođači prisutni na svim sajmovima, manifestacijama koje organizira lokalna ili županijska vlast, ali i možemo doći na njihov OPG jer su dobro poznati. S kvalitetnim i dobro reklamiranim proizvodom nema problema ni dostupnosti ni prodaje. Savjetodavna služba prati i pomaže proizvođače u svim fazama proizvodnje i nastupa na tržištu. Savjetujemo ih kako zadovoljiti zakonsku regulativu prije nastupa na tržištu, vođenja evidencija, oko pakiranja proizvoda i potrebnih deklaracija pa do izgleda štandova i prodajnih mjesta i njihovog označavanja.“

„Za unapređenje proizvodnje i prodaje poljoprivredno – prehrambenih proizvoda Međimurska je županija donijela je Program potpora poljoprivredi Međimurske županije za razdoblje 2017. -2020. godina. Cilj mjera Programa je razvoj poljoprivrede i unaprjeđenje ruralnog prostora, poticanje konkurentnosti poljoprivrede i postizanje održivog razvoja ruralnih zajednica, kao i drugih ciljeva utvrđenih poljoprivrednom politikom Republike Hrvatske putem dodjele bespovratnih potpora. U županijskom proračunu za potpore osigurali smo iznos od 1,4 milijuna kuna.“

„Problemi na koje bi htjeli ukazati su sezonska prodaja, nemogućnost kupnje tokom cijele godine. Putem internetske prodaje unaprijedili bi njihovu prodaju i proizvodnju. Gradska uprava pomaže poljoprivrednim proizvođačima putem kupnje proizvoda za promotivne/poslovne svrhe, davanjem potpora, promocija putem sajmova i manifestacijama. Izgradnja baze proizvođača s ciljem zajedničkog nastupa na tržištu.“

„Najveći problem kod prodaje lokalnih proizvoda je nedostatna ili preskupa infrastruktura za prodaju lokalnih proizvoda od manjih OPG-a.“

„Prvo bi trebalo definirati tu proizvodnju, nama je Vajda uz pomoć županije prisvojila i ideju i proizvod meso z tiblice i sad smo stalno u kategoriji s njima, a njihovo meso z tiblice nema veze s stvarnom tradicijskom proizvodnjom - ali su ga oni jedini uspjeli staviti na globalno tržište. Problem je što tih proizvoda nema u trgovačkim lancima ili u centru grada,

problem je što ih lokalno stanovništvo ne raspoznaje. Ima puno potrošača koji si još uvijek ne mogu priuštiti kvalitetu.“

Osim problema, naglasak je stavljen i na konkretne oblike pomoći:

„Treba potaknuti preradu primarnih poljoprivrednih proizvoda kako bi se dodala vrijednost proizvodima (upravo je meso z tiblice odličan primjer za preradu mesa), te potaknuti otvaranje lokalne tržnice ili specijaliziranih trgovina s domaćim proizvodima (sufinanciranje iz projekata), uvesti oznaku kvalitete (Međimurje), organizirati proizvođačku organizaciju – zadruhu – za direktan plasman proizvoda i zajednički nastup na tržištu. Plasman proizvoda kroz turizam je također velika prilika i potencijal za podizanje vrijednosti proizvoda.

LAG može pomoći pružanjem edukacija proizvođačima, povezivanjem proizvođača i potrošača, osmišljavanjem projekata suradnje, podržavanjem manifestacija vezanih uz plasman i prodaju poljoprivrednih proizvoda.“

Nadalje, svi ispitanici se slažu da je proizvodnja i prodaja lokalnih proizvoda korisna za zajednicu u kojoj žive. Navedenu tezu potkrepljuju na sljedeće načine:

„Koristi od proizvodnje i prodaje lokalnih proizvoda ima cijela zajednica, seljaci, potrošači – kupci, lokalna ekonomija. Pridonosi očuvanju radnih mjesta i okoliša, hrana je svježija i sezonska - manje kemijski tretirana hrana, poznatog je porijekla.,

„Dodatna zarada, samozapošljavanje, opstanak i razvoj gospodarstva, kvaliteta proizvoda“

„Koristi su mnogostruke. Poznati proizvođač i sirovina, kvalitetniji proizvod, zapošljavanje i ostanak na OPG-u, razvitak sela i sredine u kojoj se nalaze, svježiji i lako dostupni proizvodi,...“

„Razvoj poljoprivredne aktivnosti u ruralnim područjima je od izuzetnog značaja jer poljoprivreda ostaje glavni korisnik raspoloživog zemljišta, proizvođač hrane kao strateškog resursa, i izvor egzistencije za znatan dio ruralnog stanovništva. Stoga poljoprivreda ima dominantan utjecaj na mogućnosti upravljanja održivim razvojem ruralnih područja, zaštitu okoliša i očuvanje biološke raznolikosti.“

„Osigurava svježiju sezonsku hranu visoke kvalitete. Omogućava dostupnost kvalitetne i zdrave hrane stanovnicima s nižim primanjima. Nadalje, doprinosi razvoju turizma i širenju turističke ponude i daje doprinos stvaranju kulturnog identiteta baziranog na lokalnim proizvodima.“

„Poticanje domaće i lokalne proizvodnje, zdravija prehrana, poticanje ekonomske aktivnosti, zadržavanje mladih u prostoru, razvoj ruralnog turizma, razvoj ruralnog prostora.“

Manifestacija „Doručak s hrvatskih farmi“ je jedan od prodajnih kanala novijeg datuma, na kojoj se mogu plasirati domaći proizvod. Ispitanici se u većini **nisu pozitivno izjasnili** o učincima ove manifestacije:

„Mi smo kao udruga sudjelovali na manifestaciji Doručak s hrvatskih farmi, sve te manifestacije iziskuju i trud i novac i vrijeme izlagača, a nemaju odraz kasnije na prodaju (nas udrugu osobno je iskoristila politika). Imali smo najbolju ponudu (od kruha, mesa, kolača...) najbolje aranžirani stol, sudjelovalo je 5-6 OPG-a, a na kraju nismo uspjeli ministru, novinarima reći tko smo uopće i čime se bavimo.“

„Ne sviđa mi se. Ne znamo točno porijeklo i dosljednost proizvoda. Tko dolazi na tu manifestaciju - mali broj odabranih stalno jedni te isti.“

„Manifestacija je dobro zamišljena, no, dugoročno, njeno održavanje i promoviranje samo u slučaju prisutnosti ministra nije dovoljno.“

„Doručak s hrvatskih farmi je hvale vrijedna akcija ...trebalo bi biti i ručak s hrvatskih farmi. Mislim da sami proizvođači nisu dovoljno sudjelovali to jest bilo je mjesta samo za one najpoznatije.“

Nasuprot tome, predlaže se da se poljoprivredno-prehrambeni proizvodi plasiraju na:

„...izložbama, tržnicama, sajmovima, lokalnim trgovinama, direktno na OPG-u.“

„Sajmovi poljoprivredno-prehrambenih proizvoda su odlični za plasiranje lokalnih proizvoda, ali mora se paziti jesu li prodajni ili izložbeni. Ako su samo izložbeni, onda se to poljoprivrednicima ne isplati...“

„Proizvodi se mogu plasirati na lokalnim sajmovima (prilika za male proizvođače), web shoppovima (npr. Finoteka) i slično.“

„U manifestacijama Grada Čakovca sudjeluju poljoprivredni proizvođači, u svrhu predstavljanja OPG-a prezentacijom vlastitih proizvoda s OPG-a na štandovima.“

Nastavno, nameće se pitanje o identificiranju najveće uloge u jačanju proizvodnje i prodaje lokalnih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. Najveću ulogu imaju:

„Usmena predaja - kao nekad davno, jer ljudi rado pohvale nešto fino i od tuda kreće prodaja.“

„Sam proizvođač, pa lokalna uprava i županija. Sam proizvođač već i same proizvodnje mora imati plan gdje će i kako prodavati svoj proizvod. Krivi način je da OPG proizvede proizvod, a da prije ne istraži tržište i kad treba plasirati na tržište očekuje pomoć od ostalih. Naravno da ostali mogu i moraju pomoći, ali proizvođač mora imati viziju.“

„Najveću ulogu u jačanju proizvodnje i prodaje imaju sami proizvođači, njihovi osobni kapaciteti te financijska situacija.“

„Sigurno da u jačanju proizvodnje i prodaje najveću ulogu imaju sama obiteljska poljoprivredna gospodarstva, obzirom da su ona ta koja odlučuju da li će se baviti određenom poljoprivrednom proizvodnjom. No, tu je potrebno je napomenuti, da OPG-ovi moraju konstantno ulagati u svoju edukaciju i promociju svojih proizvoda na prigodnim događanjima (sajmovi, manifestacije, izložbe..), raditi na dizajnu za svoje proizvode i stvarati robnu marku. Jedinice lokalne i regionalne samouprave trebale bi pomagati poljoprivrednim gospodarstvima dodjelom raznih oblika potpora (subvencija, sufinanciranjem kamata,..) te voditi računa da se u prigodnim situacijama (poklon paketi, ponuda domaćih napitaka prilikom održavanja različitih sastanaka i sl.) nađu, prvenstveno, lokalni poljoprivredno prehrambeni proizvodi (bučino ulje, vina, sokovi, med, sirevi i sl.). Nadalje, značajnu ulogu imaju i ugostitelji koji bi trebali nuditi hranu koja je pripremljena od lokalnih namirnica i karakteristična je za kraj u kojem se nalaze.“

„Udruženja proizvođača zbog međusobne podrške i zajedničkog nastupa te jedinice lokalne samouprave zbog organiziranja manifestacija, izgradnje poljoprivredne infrastrukture (inkubatori, proizvođačke zone), osiguravanja poticaja ili sufinanciranja projekata (primjer Općine Belica koja daje financijsku podršku za trošak izrade projektne dokumentacije).“

Pomoć poljoprivrednicima oko nekog određenog kratkog lanca opskrbe je u inicijalnoj fazi o čemu govore sljedeće izjave:

„Međimurska je županija kao jedinica regionalne samouprave putem razvojne agencije REDEA provodi projekt „Uspostava kratkih opskrbnih lanaca i konkurentnog poljoprivrednog sektora u prekograničnom području kroz institucionalnu suradnju.“ Projekt je usmjeren na poticanje suradnje i edukaciju predstavnika službi i institucija u poljoprivredno-prehrambenom sektoru s ciljem uspostave kratkih opskrbnih lanaca u prekograničnom području Mađarske i Hrvatske.“

„Grad Čakovec pruža poljoprivrednim proizvođačima informacije o aktualnim projektima u koje se poljoprivredni proizvođači mogu uključiti. U sklopu gradske manifestacije Agro uzlet održane u prosincu 2016. godine, poljoprivrednim proizvođačima je pružana informacija o projektu Gogreen zadruga, koji okuplja male i srednje proizvođače u poljoprivredi na jednom mjestu radi okrupnjavanja ponude, bolje organizacije, brendiranja, razmjene iskustva, i ostvarivanja dugoročnog cilja, izvoza na strana tržišta. Projekt Finoteka.com hrvatski je projekt osmišljen za kupnju domaće hrane bez posrednika, izravno od hrvatskih proizvođača. Finoteka.com prva je hrvatska internet tražilica proizvođača domaće hrane i njihovih proizvoda, koja je s vremenom postala i Centralno mjesto tržišta domaće hrane u Republici Hrvatskoj. Grad Čakovec je podržao provedbu projekta.“

Na temelju prijedloga Križevačke lokalne samouprave u Koprivničko-križevačkoj županiji da se jedan dio poduzetničkog centra/agro-inkubatora u Križevcima (poduzetnička zona Čret) pretvori u distributivni centar za poljoprivredno-prehrambene proizvode, ispitana je mogućnost osnivanja sličnog distributivnog centra i za Međimursku županiju. Dobivena je načelna podrška takvoj inicijativi:

„Dobra ideja - da se svim OPG-ima osigura pomoć oko plasmana na tržište jer skladište, možda mogućnost pakiranja i plasmana na tržište, pojeftinilo bi proizvod, a poljoprivredniku bi ostalo više vremena za proizvodnju na OPG-u.“

„Podržavamo takvu inicijativu. Razmislit ćemo i sami da pokušamo slijediti njihov primjer, te ćemo se uključiti u animiranje našim poljoprivrednih proizvođača da i sami sudjeluju u tom opskrbnom lancu.“

Međutim, potrebno je zadovoljiti neke specifične uvjete kako bi poljoprivrednici koristili usluge takvog distributivnog centra:

„Potrebno je ispitati potrebu osnivanja distributivnog centra na području Međimurske županije. S kojim ciljem se osniva distributivni centar. Koji su njegovi ciljani korisnici? Koje benefite distributivni centar nudi poljoprivrednim proizvođačima, a koje kupcima? Ukoliko projekt proizlazi iz potrebe svih dionika opravdano je njegovo osnivanje.“

„Obzirom na površinu Međimurske županija, 729 km², smatram da bi jedan distribucijski centar smješten u blizini autocesta zadovoljio potrebe poljoprivrednih proizvođača. Distribucijski centar predstavlja suvremeni objekt u kojem se prihvaća, čuva, dorađuje i priprema roba za daljnju distribuciju do kupaca. Distribucijski centar može, istovremeno biti, i maloprodajni objekt kao najviši stupanj koncentracije maloprodajne trgovine, pa će na taj način, na razmjerno malenu prostoru potrošač imati mogućnost izbora najrazličitijih proizvoda i usluga. Da bi poljoprivrednici koristili usluge distributivnog centra on bi morao sadržavati različite tehnologije hlađenja od ULO režima do komora za smrzavanje voća i povrća, sortirnicu, pakirnicu, a poljoprivrednicima osigurati sigurno tržište i dobre primjerene cijene za njihove proizvode.“

„Što se tiče uvjeta, prvenstveno bi trebao biti uvjet da su to poljoprivredna gospodarstva upisana u Upisnik i u taj distributivni centar ne bi smjeli ući poljoprivredno-prehrambena poduzeća.“

„Da, takav bi se centar trebao nalaziti u svakoj županiji. Što se tiče uvjeta, treba postojati definiran standard kvalitete takvih proizvoda, postojana količina za plasman, definiran ugovorni odnos, a lakše je organizirati preko proizvođačke organizacije.“

8. PREPORUKE

8.1. Ograničenja u razvoju KOL-ova

Postoji veliki proizvodni potencijal, ali s gledišta proizvođača postoji potreba za savjetovanjem s ciljem rješavanja poteškoća s kojima se suočavaju u organizaciji i udruživanju za bolji ulazak na tržište, a na taj način lokalni proizvodi mogu imati veću važnost u poljoprivrednim sustavima i lokalnom gospodarstvu. Poljoprivredno-prehrambeni proizvodi uglavnom međusobno konkuriraju kao nebrendirani proizvodi, bez međusobno vidljivih razlika, uglavnom bez pakiranja. Na primjer, voće i povrće prodaje se bez standardnih specifikacija, dolazeći od različitih proizvođača, popraćeno promjenjivim specifikacijama i količinama, a prodaja im se uglavnom ostvaruje na kućnom pragu ili tržnicama uz minimalne troškova oglašavanja ili čak bez njih.

Pretjerana birokracija i nedosljedno zakonodavstvo su ograničenja koja također stvaraju teškoće poljoprivrednicima da budu konkurentni. Nedostatak podataka o ekonomskom utjecaju kratkog lanca opskrbe hranom u Europi i poteškoća u prikupljanju usporedivih podataka, posebno za male poduzetnike, pojavljuju se kao ograničenje u praksi, a i u znanstvenoj literaturi. Kratki lanac opskrbe hranom važan je sustav za promicanje nove kulture hrane i senzibiliziranje građana na temu lokalne i svježije hrane i za održivost okoliša. Kratkim tržišnim lancima ima puno, ali su oni nestrukturirani i neorganizirani. Cilj je doći do organiziranog modela (organizirane suradnje poljoprivrednika koji će zajedničkim snagama opskrbljivati: ili pojedinačnog potrošača kroz dostavu na kućni prag naručitelja, ili javni sektor, HoCaRe²¹ itd.). Kako organizirati poljoprivrednike odnosno koji je to model koji može zaživjeti, a da je ekonomski najpovoljniji i za poljoprivrednika i za krajnjeg potrošača? Potrebno je identificirati zapažene prepreke u razvoju KOL-a i ograničenja koja se javljaju u lokalnim lancima opskrbe hranom, posebno s manjim proizvođačima koji nastoje povećati penetraciju na tržišta šireg geografskog područja.

Postoji nekoliko kategorija/vrsta ograničenja: ograničenja zbog prirode tržišta; zbog veličine i prirode proizvodnje; ograničenja vezana uz zapošljavanje i vještine poljoprivrednika; institucionalna ograničenja; ograničenja u odnosima lanca opskrbe hranom; kroz certifikaciju prehrambenih proizvoda; politike i regulatorna ograničenja; ograničenja vezana uz osobna uvjerenja i dr.

²¹ Hotel/Cafe/Restaurant.

8.2. Na osnovu svega iznesenog, koje preporuke možemo dati?

Prijedlozi za poboljšanje mogu se pronaći (provoditi) kroz suradničke napore proizvođača, alternativne institucionalne intervencije, reintegraciju opskrbnog lanca i inovaciju logistike, stvaranjem distribucijskih mreža/čvorišta, bolje iskorištavanje regionalnih skupina hrane, razvoj mogućnosti za osnivanje lokalnih centara opskrbnog lanca ili proširivanje odnosno ponovno aktiviranje funkcije poljoprivrednih zadruga.

U stvaranju održivih regionalnih i lokalnih prehrambenih sustava veliku ulogu mogla bi imati tzv. „čvorišta hrane“ ili distributivni centri. Prehrambeni centri, čvorišta ili distribucijski centri kao oblik organizacijske strategije kratkih lanaca opskrbe (ili opskrbne mreže), s ciljem ponovnog razvoja lokalnog tržišta poljoprivrednih dobara. Uloga distributivnih centara mogla bi biti od velikog značenja za održive lokalne prehrambene sustave.

Razvoj poduzetničke i inovativne infrastrukture kroz lokalna partnerstva npr. poduzetničke inkubatore također može biti jedna od načina razvoja KOL-a. Poslovno inkubiranje u ruralnom, a sve više i u integriranom, urbano-ruralnom prostoru, može zadobiti različite oblike i uključivati različite dionike. U razvijenijem poslovnom i tržišnom okruženju možemo govoriti o prehrambenim klasterima (food clusters) koji se mogu definirati i kao agroparkovi (agroparks); govorimo i o prehrambenim poduzetničkim zonama (food enterprise zones), prehrambenim parkovima (food parks) i sl. (Dani, 2015.)

Niska razina rezultata i iskustava u razvoju ruralnih inkubatora kod nas nameće potrebu konzultiranja dobrih praksi i iskustava iz poslovanja ruralnih inkubatora širom svijeta. Ruralni inkubator za područje lokalnog prehrambenog sustava/poljoprivredno prehrambeni poslovno-inovacijski centar može se razvijati i kao tehnološki centar, tehnološki park i sl.

Problem se javlja među poljoprivrednim proizvođačima koji relativno teško ulazi u bilo kakve trajnije (posebno ugovorne) aranžmane. Tradicionalni poljoprivredni proizvođači, mahom starije životne dobi, koji u svojem poslovanju stalno iznova obnavljaju tradicionalne obrasce proizvodnje i plasmana svojih proizvoda na lokalnom tržištu, teško se prilagođavaju striktnim i precizno definiranim postproizvodnim procedurama i standardima poslovanja i kvalitete. Za razvoj učinkovitih KOL-a nužno je obrazovati mlade proizvođače, koji bi mogli u srednjem i dugom roku postati stvarni nositelji poljoprivredne proizvodnje i ruralnog razvoja. U kontekstu cjeloživotnog obrazovanja kao važan element odgoja i obrazovanja javljaju se i tzv. vrtići-farme (kindergarten farms ili nursery-school farms). Vrtići-farme mogu oblikovati prehrambene navike i stavove prema poljoprivredi kod generacija koje dolaze. Zbog njihova

značaja ubrzano im se uvećava broj, pa je samo u Italiji osnovano preko 100 takvih vrtića (Torquati, Tancini, Paffarini i Illuminati, 2015).)

Lokalna zajednica treba postati „aktivna sredina“ u kojoj će se paralelno s globalizacijskim tendencijama industrijalizirane poljoprivrede i velikih internacionalnih/nacionalnih/lokalnih distributivnih lanaca razvijati lokalni/regionalni prehrambeni sustavi koje karakteriziraju visoka razina dodane vrijednosti, kratki opskrbeni lanci te visoka razina socijalne i ekološke osviještenosti. Sustav u kojem će svi akteri lokalne zajednice, lokalna samouprava, poljoprivredni proizvođači i drugi nositelji razvoja i stanovništvo bolje surađivati, organizirati se i rješavati lokalne probleme. Na najbolji način koristiti svoje resurse i potencijale, razviti i na tržište plasirati paletu lokalnih proizvoda i usluga koji će biti prepoznatljivi i konkurentni na lokalnom tržištu, a i šire, te omogućiti veće prihode, viši standard i bolje uvjete života za sve članove zajednice.

Stoga se preporuke mogu podijeliti na nekoliko segmenata:

1. Preporuke za institucije na nacionalnoj razini:

- Izvršiti prilagodbu regulative koja se odnosi na plasman proizvoda OPG-a na tržište kojom bi se riješili problemi udruživanja i prodaje proizvoda drugih proizvođača
- Jasno komunicirati oznake kvalitete poljoprivredno-prehrambenih proizvoda prema potrošačima
- Unaprijediti komunikaciju i izravni kontakt s poljoprivrednicima

2. Preporuke institucijama na lokalnoj i županijskoj razini:

- Razvoj zajedničke promotivne platforme
- Podrška proizvođačima za brendiranje i označavanje proizvoda
- Edukacija poljoprivrednih proizvođača o kratkim lancima opskrbe, o mehanizmima i oblicima suradnje te novim načinima promoviranja i oglašavanja proizvoda
- Organiziranje posjeta u zemlje EU radi učenja na primjerima dobre prakse u organizaciji kratkih lanaca opskrbe
- Ustupanje atraktivnih prostora u vlasništvu lokalne ili županijske uprave za prodaju lokalnih proizvoda

3. Preporuka proizvođačima:

- Formalno udruživanje npr. u trgovačka društva poput d.o.o.(s obzirom da je utvrđeno da su OPG-a sklonija neformalnom udruživanju) što bi omogućilo bolju suradnja i organizacija te smanjenje troškova prodaje

- Iznalaženje potencijalnih mogućnosti prodaje (telefonska narudžba, ažuriranje stalne liste potrošača, dostava na kućni prag putem narudžbi i prodaja putem Interneta)
- Promocija putem degustacija postavljanjem samoposlužnih kućica na tržnicama, trgovima i sličnim mjestima, organiziranim obilascima/posjetima obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, predstavljanje proizvoda u vrtićima i školama

8.3. Preporuka za direktni razvoj KOL-a na istraživanom području

Studija o stanju u poljoprivredno-prehrambenom sektoru Koprivničko-križevačke i Međimurske županije na temelju dobivenih podataka prikazuje lokalne posebnosti i potencijale za razvoj kratkih lanaca opskrbe i može poslužiti kao podloga za zajedničku analizu stanja poljoprivredno-prehrambenog sektora prekograničnog područja Hrvatska-Mađarska. Mišljenja i ideje poljoprivrednika vezane za razvoj kratkih lanaca opskrbe pokazuju da je takav razvoj neodvojiv od karakteristika lokalne poljoprivredne proizvodnje i kapaciteta lokalne društvene zajednice. Preporuka za razvoj kratkih lanaca opskrbe u ruralnom području Koprivničko-križevačke i Međimurske županije uključuje potrebu kontinuiranog praćenja i jačanja razvoja postojećih specifičnih lokalno utemeljenih lanaca opskrbe, educiranja o mogućnostima instaliranja novih opskrbnih lanaca, snažnije podrške od strane lokalne zajednice i nadležnih državnih institucija, te senzibiliziranje svijesti poljoprivrednika i potrošača o važnosti kratkih lanaca opskrbe za društveni i ekonomski razvoj poljoprivrede i gospodarstva u cjelini.

Uzimajući u obzir trenutnu situaciju i iskustva poljoprivrednih proizvođača u Koprivničko-križevačkoj i Međimurskoj županiji u narednom razdoblju Kratki lanci opskrbe u navedenim županijama mogli bi se razvijati prema modelima kako slijedi:

1. Izravna prodaja proizvoda na gospodarstvima
2. Osnivanje županijskog distributivnog centra za poljoprivredno-prehrambene proizvode
3. Prodaja proizvoda na zajedničkim prodajnim mjestima tj. otvaranje specijaliziranih prodajnih mjesta za lokalne prehrambene proizvode
4. Suradnja sa supermarketima koja će omogućiti prodaju proizvoda lokalnih proizvođača u izdvojenim dijelovima supermarketa

Proizvođači u obje županije nisu skloni formalnim oblicima povezivanjima, zadruga kao formalno-pravni oblik se gotovo više i ne pojavljuju, pa je za očekivati da će pravni oblik koji će se koristiti biti trgovačka društva.

9. LITERATURA

1. Berti, G., Mulligan, C. (2016.): Competitiveness of small farms and innovative food supply chains: The role of food hubs in creating sustainable regional and local food systems, Innovation and Entrepreneurship Group, Imperial College Business School, London, United Kingdom,
https://econpapers.repec.org/article/gamjsusta/v_3a8_3ay_3a2016_3ai_3a7_3ap_3a616-3ad_3a73206.htm
2. Casolani, N. (2015.): Sustainability of short food supply chain system in europe: A SWOT analysis, GLOBAL & LOCAL ECONOMIC REVIEW, Volume 19, Issue 2, Pages 61-86., http://www.gler.it/archivio/ISSUE/gler_19_2.pdf
3. Dani, S. (2015). Food Supply Chain Management and Logistics: From Farm to Fork. London, Philadelphia & New Delhi, Kogan Page.
4. Demartine, E., Gaviglio, A., Pirani, A. (2017.): Farmers' motivation and perceived effects of participating in short food supply chains: Evidence from a North Italian survey, Department of Health, Animal Science and Food Safety (VESPA), University of Milan, Milan, Italy,
http://www.agriculturejournals.cz/web/agricecon.htm?type=article&id=323_2015-AGRICECON
5. EIP-AGRI Focus Group Innovative Short Food Supply Chain management, Final report, 30. November 2015,
6. Fabbriizzi, S., Menghini, S., Marinelli, N. (2014.): The short food supply chain: A concrete example of sustainability. GESAAF, University of Florence, Piazzale delle Cascine, 18, Florence, Italy, https://econpapers.repec.org/article/fanrissri/v_3ahtml10.3280_2friss2014-002012.htm
7. Hadžić, R. (2014): Agroklub-Zašto lokalna hrana i kratki lanci opskrbe, dostupno na: <https://www.agroklub.com/prehrambena-industrija/zasto-lokalna-hrana-i-kratki-lanci-opskrbe/15350/>
8. Kovačević, D. (2005): Izravna prodaja seljačkih proizvoda, Teorijska polazišta i praktična primjena, Agrarno savjetovanje d.o.o., Zagreb
9. Peneva, M., Kazakova-Mateva, Y. (2015.): Local Food Systems and Rural Development in Bulgaria, Problems of World Agriculture/Problemy Rolnictwa Światowego, Wydział Nauk Ekonomicznych, Uniwersytet Warszawski,

https://www.researchgate.net/publication/303550004_Local_Food_Systems_and_Rural_Development_in_Bulgaria

10. Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics, JRC Scientific and policy reports, European Commission Joint Research Centre, Institute for Prospective Technological Studies (2013.)
<https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/short-food-supply-chains-and-local-food-systems-eu-state-play-their-socio-economic>
11. Torquati, B., Tancini, C., Paffarini, C. i Illuminati, R. (2015). Empirical Survey on Business Models of Kindergarten Farms, Agricultural and Food Economics, 3(25).
<https://agrifoodecon.springeropen.com/articles/10.1186/s40100-015-0043-4>
12. Vincek, D., Ernoić, M. (2016): Značaj lokalne proizvodnje hrane, Radovi Zavoda za znanstveni rad, HAZU Varaždin, br. 27, str. 387-394.

Korištene Internet stranice

1. APPRRR, Nova školska shema – besplatni obroci voća, povrća i mlijeka učenicima osnovnih i srednjih škola <http://www.apprrr.hr/krece-nova-skolska-shema-%E2%80%93-besplatni-obroci-voca-povrca-i-mlijeka-ucenicima-osnovnih-i-srednjih-skola-2346.aspx>
2. GKP Komunalac, Certificirana seljačka tržnica <http://www.komunalac-kc.hr/trznica-i-sajmiste/certificirana-seljacka-trznica/>
3. Gospodarstvo Koprivničko-križevačke županije. Dostupno na: <http://www.hgk.hr/zupanijska-komora-koprivnica/gospodarstvo-koprivnicko-krizevacke-zupanije>.
4. HACCP sustav <http://poduzetnik.com.hr/rubrike/savjeti/item/379-sto-je-haccp-sustav.html>
5. Hrvatska gospodarska komora, Znakovi hrvatske kvalitete <http://znakovi.hgk.hr/>
6. Hrvatska poljoprivredna agencija-Odjel za tržište i marketing poljoprivrednih proizvoda <http://www.hpa.hr/trzisteimarketing/>
7. Europska Komisija (2013): Izvješće komisije europskom parlamentu i vijeću o opravdanosti uvođenja sustava označivanja za lokalnu poljoprivredu i izravnu prodaju <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX%3A52013DC0866>
8. Javna Nabava - Kratki lanci opskrbe <http://javna-nabava.info/kratki-lanci-opskrbe-primjena-kriterija-ekonomski-najpovoljnije-ponude-u-nabavi-poljoprivredno-prehrambenih-proizvoda-i-hrane/>
9. Koprivničko-križevačka županija www.kckzz.hr
10. LAG Lika – Lika Quality <http://lag-liko.hr/liko-quality/>

11. Ministarstvo poljoprivrede – Zaštita naziva poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda
<http://www.mps.hr/hr/veterinarstvo-i-hrana/oznake-kvalitete/zoi-zozp-zts-poljoprivrednih-i-prehrambenih-proizvoda>
12. Revija ruralnog razvoja EU, br. 12. travanj 2013. – Lokalni prehrambeni proizvodi i kratki lanci opskrbe <https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/fms/pdf/0E225117-E813-29DD-8755-E97665BA10D9.pdf>
13. Ruralni turizam Hrvatske: nacionalni katalog
http://www.mint.hr/UserDocsImages/hgk_2015_ruralni_turizam_katalog.pdf
14. Svijet kvalitete-Hrvatska kvaliteta <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/hrvatske-oznake/1281-hrvatska-kvaliteta>
15. Vinistra-IQ Istarska kvaliteta <http://vinistra.com/IQ-2017-Istarska-kvaliteta.aspx>
16. Zakon o hrani <https://www.zakon.hr/z/467/Zakon-o-hrani>

10. PRILOZI

Prilog 1 Primjer ankete

KRATKI LANCI OPSKRBE – ANKETA (stočari)

Poštovani/e,

U okviru Programa suradnje INTERREG V-A Mađarska-Hrvatska 2014.-2020 provodi se projekt „Agrishort – Uspostavljanje kratkih lanaca opskrbe i konkurentnog poljoprivrednog sektora u prekograničnom području kroz institucionalnu suradnju“ na području Koprivničko – križevačke i Međimurske županije. Cilj projekta je analizirati stanje u poljoprivredno-prehrambenom sektoru u obje županije.

Pred Vama se nalazi anketni upitnik kojim želimo dobiti uvid u Vaše mišljenje i stavove o poljoprivrednoj proizvodnji kojom se bavite, te načinima distribucije Vaših proizvoda. Molimo Vas da nam svojim iskrenim odgovorima pomognete da dobijemo što jasniju sliku o naznačenoj tematici. Anketa je anonimna, a Vaši odgovori bit će korišteni isključivo za potrebe projekta. Unaprijed zahvaljujemo na Vašem trudu i vremenu!

A) PRVI DIO – OSNOVNI PODACI O PROIZVOĐAČU, POLJOPRIVREDNOJ PROIZVODNJI I POLJOPRIVREDNO-PREHRAMBENIM PROIZVODIMA

1. Županija:

- a) Koprivničko-križevačka
- b) Međimurska

2. Naselje:_____ Ulica i kbr.

3. Koje je vrste (status) vašeg poljoprivrednog gospodarstva? (molim, zaokružite)

- a) OPG b) OPG u sustavu PDV-a c) Obrt d) Trgovačko društvo
- e) Zadruga

4. Koliko dugo se bavite poljoprivredom? (molim, upišite godine)_____

5. Koliko imate godina? (molimo upišite)

6. Spol ispitanika/ice (molimo zaokružite):

M

Ž

7. Koji je Vaš završeni stupanj obrazovanja?

- a) Nezavršena osnovna škola
- b) Završena osnovna škola
- c) Završena srednja škola (molimo, upišite koja)_____

- d) Završena Viša škola, fakultet (molimo, upišite koja) _____
- e) Magisterij, doktorat

8. Tko sve radi na poljoprivrednom gospodarstvu?

- a) Ja i moja obitelj (*upišite broj članova*): _____
- b) Stalno zaposleni (*upišite broj članova*): _____
- c) Sezonski radnici (*upišite broj članova*): _____

9. Kakav je tip gospodarstva iz kojeg dolazite:

- a) Poljoprivredno (obitelj živi isključivo od poljoprivrede)
- b) Mješovito (uz bavljenjem poljoprivredom jedan član je u radnom odnosu)

10. Koja je veličina Vašeg gospodarstva upisna u ARKOD?

Ukupna površina u ha, _____

11. Posjedujete poljoprivredno zemljište koje nije u uporabi? (ako je odgovor DA, obrazložite zašto nije u uporabi)

- a) Ne
- b) Da,

12. Poljoprivredna proizvodnja odvija se na:

- a) Oranicama _____ m²/ha
- b) Livadama _____ m²/ha
- c) Pašnjacima _____ m²/ha
- d) Ostalo (*upišite*) _____ m²/ha

13. Bavite li se: (molimo zaokružite)

- a) Konvencionalnom poljoprivrednom proizvodnjom
- b) Integriranom poljoprivrednom proizvodnjom
- c) Ekološkom poljoprivrednom proizvodnjom

14. Kojom vrstom STOČARSKE proizvodnje se bavite? (zaokružite, moguće više odgovora)

- | | | |
|------------------|------------------|---------------------|
| 1. govedarstvo | 4. ovčarstvo | 7. pure/patke/guske |
| 2. svinjogojstvo | 5. konjogojstvo | 8. mliječne krave |
| 3. kozarstvo | 6. kokoši/pilići | 9. ostalo _____ |

15. Da li se bavite preradom mesa odnosno proizvodnjom mesnih preradevina na svom gospodarstvu?

- a) da
- b) ne

16. Molimo navedite koji su glavni (suho)mesnati proizvod Vašeg gospodarstva (do tri proizvoda)

17. Koliko ukupno (suho)mesnatih proizvoda godišnje proizvedete i prodate?

Vrsta

(suho)mesnatog

proizvoda

Proizvedeno (kg)

Prodano (kg)

Prosječna cijena

(kn/kg)

**B) DRUGI DIO - TRŽIŠTE I DISTRIBUCIJA POLJOPRIVREDNO-
PREHRAMBENIH PROIZVODA**

18. Na kojem tržištu prodajete svoje proizvode i koliko sudjeluje u ukupnoj prodaji?

- | | |
|--------------------------------------|---------|
| a) Lokalno (u radijusu do cca 50 km) | _____ % |
| b) Regionalno (više od 50 km) | _____ % |
| c) Nacionalno (cijeli teritoriji RH) | _____ % |
| d) Izvozno | _____ % |

19. Na kojem lokalnom tržištu su najzastupljeniji Vaši proizvodi?

- | | |
|-----------------------------|---------|
| a) Čakovec | _____ % |
| b) Prelog | _____ % |
| c) Mursko Središće | _____ % |
| d) Varaždin | _____ % |
| e) Zagreb | _____ % |
| f) Neko drugo tržište _____ | _____ % |

20. Gdje prodajete svoje proizvode i koliko pojedini kanal prodaje sudjeluje u ukupnoj prodaji?

- | | |
|--|---------|
| a) Na gospodarstvu | _____ % |
| b) Izravno na lokalnoj tržnici | _____ % |
| c) Individualni kupci (dos. na kućni prag) | _____ % |
| d) Specijalizirani sajmovi | _____ % |
| e) Ugostiteljima | _____ % |
| f) Slastičarima, pekarima i sl. | _____ % |
| g) Agroturističkim gospodarstvima | _____ % |
| h) Obližnje trgovine | _____ % |
| i) Trgovački lanci | _____ % |
| j) Prerađivačka poduzeća | _____ % |
| k) Internet prodaja | _____ % |
| l) Otkupljivači | _____ % |
| m) Javne/državne institucije | _____ % |
| n) Ostalo (upišite): _____ | _____ % |

21. Molimo zaokružite instituciju kojoj prodajete svoje proizvode.

- a) Vrtići
- b) Škole
- c) Starački domovi
- d) Učenički domovi
- e) Bolnice
- f) Vojarne
- g) Studentski centri
- h) Županijske institucije
- i) Državne institucije
- j) Ostalo (molimo, upišite): _____

22. Kako biste ocijenili intenzitet konkurencije Vašeg gospodarstva na lokalnom tržištu?

Konkurencija ne postoji

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Intenzivna konkurencija

23. Kako je isplativije plasirati proizvode koje proizvodite? (pri čemu je : 1-uopće nije isplativo, 2-nedovoljno isplativo, 3-isplativo, 4-vrlo isplativo, 5-izrazito je isplativo)

- a) Kao primarni poljoprivredni proizvod 1 2 3 4 5
- b) Kao sirovinu za preradu 1 2 3 4 5
- c) Kao prerađevinu (gotov proizvod) 1 2 3 4 5
- d) Ostalo: _____ 1 2 3 4 5

24. Ocjenama od 1 do 5 procijenite probleme s kojima se susrećete u prodaji i plasmanu Vaših proizvoda?

(1=jako mali problem, 2= mali problemi, 3= srednje veliki problem, 4= veći problem, 5= najveći problem)

- a) Nedovoljno razvijena mreža otkupljivača primarnih proizvoda 1 2 3 4 5
- b) Niske prodajne cijene 1 2 3 4 5
- c) Tržišni pritisak jeftinijih proizvoda iz uvoza 1 2 3 4 5
- d) Nemogućnost ili kašnjenje u naplati za izdane proizvode 1 2 3 4 5
- e) Nedostatak stručnih specifičnih znanja iz područja trgovine i marketinga 1 2 3 4 5
- f) Nepoznavanje modernih oblika prodaje (on-line i sl.) 1 2 3 4 5
- g) Strah od izlaska na nova tržišta 1 2 3 4 5
- h) Jezična barijera 1 2 3 4 5
- Nedostatak potrebne infrastrukture (skladišta, hladnjače i sl.) 1 2 3 4 5
- i) Ostalo (molimo upisati) _____ 1 2 3 4 5
- j) Ostalo (molimo upisati) _____ 1 2 3 4 5

25. Što mislite, koliko na odluku Vaših potrošača o kupovini nekog proizvoda utječu sljedeći čimbenici:

(1 – uopće ne utječe; 2-slabo utječe; 3- niti utječe, niti ne utječe; 4-dosta utječe; 5-jako utječe)

- a) Cijena proizvoda 1 2 3 4 5

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| b) Kvaliteta i karakteristika proizvoda | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| c) Upoznatost s mjestom i procesom proizvodnje | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| d) Marka proizvoda/gospodarstva | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| e) Dostupnost u najbližem prodajnom mjestu | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| f) Ambalaža | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| g) Da se prilikom proizvodnje vodila briga o zaštiti okoliša | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

26. Postoji li neki oblik suradnje/odnosa/veze između Vašeg gospodarstva i potrošača?

- a) Prodaja putem Interneta
- b) Telefonske narudžbe
- c) Stalna lista potrošača
- d) Dostava na kućni prag putem narudžbi
- e) Nešto drugo (*upišite*) _____

27. Pod čijim imenom plasirate svoje proizvode?

- a) Pod vlastitim imenom
- b) Pod imenom zadruge/udruge
- c) Pod imenom otkupljivača (robna marka)
- d) Ostalo: _____

28. Na koji način promovirate svoje proizvode? (*molimo zaokružite, moguće više odgovora*)

- a) TV oglasi
- b) TV emisije
- c) Tiskani mediji
- d) Radio emisije
- e) Sajmovi
- f) Usmenom preporukom zadovoljnih potrošača
- g) Web stranica
- h) Društvene mreže (Facebook, Twitter, LinkedIn, itd.)
- j) Nešto drugo (*molimo, upišite*): _____
- k) Ne promoviram

29. Je li Vaše gospodarstvo član nekog klastera/proizvođačke organizacije/udruge/zadruge/ seljačke tržnice i sl.?

- a) Ne (*idi na pitanje 29.*)
- b) Da, (*upišite naziv*) _____ (*idi na pitanje 28.*)

30. Procijenite koliko jak utjecaj ima udruživanje na:

(1 – uopće ne utječe; 2-slabo utječe; 3- niti utječe, niti ne utječe; 4-dosta utječe; 5-jako utječe)

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| a) količinu i strukturu vaše proizvodnje | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| b) preradu proizvoda | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

- | | | | | | |
|-----------------------------------|---|---|---|---|---|
| c) plasman proizvoda | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| d) smanjenje troškova proizvodnje | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| e) smanjenje troškova promocije | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

31. Posjedujete li neki od nacionalnih i/ili međunarodnih certifikata kvalitete - ISO, HACCP, Halal, GlobalGap, ZOI, ZOZP, ZTS, ekološka oznaka, neka nacionalna neobvezna oznaka kvalitete (npr. proizvodi hrvatskih farmi i sl.)?

- a) Ne
b) Da (molim upišite koji)

32. Prema Vašem mišljenju što znači pojam „kratki lanci opskrbe hranom“ ?

33. Pojam „kratki opskrbeni lanci“ (KOL) podrazumijeva prodaju lokalno proizvedenih poljoprivrednih proizvoda na lokalnom tržištu gdje proizvođač direktno prodaje potrošaču s maksimalno jednim posrednikom.

Koje prednosti Vi ostvarujete prodajom svojih proizvoda putem kratkih opskrbenih lanaca?

34. Ukoliko je vaš odgovor na prethodno pitanje DA molimo da ocijenite prednosti koje bi se postigle organiziranjem KOL-a na lokalnoj razini.

(1 – uopće se ne bi ostvarile prednosti ; 2-ostvarile bi se male prednosti; 3- niti bi se ostvarile niti ne bi ostvarile; 4- ostvarile bi se znatne prednosti; 5- ostvarile bi se velike prednosti)

a) Koprodukcija – proizvođači uče jedni od drugih	1	2	3	4	5
b) Diversificirala ponuda	1	2	3	4	5
c) Smanjila konkurencija među malim proizvođačima	1	2	3	4	5
d) Ojačala pregovaračka moć malih proizvođača	1	2	3	4	5
e) Unaprjeđenje lokalne infrastrukture (skladišta, hladnjače, prodajni prostori i sl.)	1	2	3	4	5
f) Smanjeni troškovi transporta	1	2	3	4	5
g) Podigla kvalitete proizvoda koji će biti plasirani kroz KOL	1	2	3	4	5
h) Ostvarila bolja prepoznatljivost/imidž proizvoda i proizvođača	1	2	3	4	5
i) Veća sigurnost hrane	1	2	3	4	5
j) Kemijski manje tretirana hrana	1	2	3	4	5
k) Poznavanje porijekla hrane	1	2	3	4	5
l) Poboljšana socijalna interakcija (potrošači uče od proizvođača – jačanje zajednice)	1	2	3	4	5
m) Veća korist za okoliš	1	2	3	4	5
n) Veća biološka i krajobrazna raznolikost					1
	2	3	4	5	
o) Podigla svijest potrošača o važnosti konzumacije lokalnih proizvoda	1	2	3	4	5
p) Povećanje prihoda na PG (više cijene proizvoda)	1	2	3	4	5
q) Očuvanje radnih mjesta	1	2	3	4	5
r) Omogućila prijava KOL-a na Programe ruralnog razvoja	1	2	3	4	5
s) Ostalo (molimo upišite)_____	1	2	3	4	5

35. Imate li Vi neki prijedlog kako bi se kroz organiziranu suradnju poljoprivrednih proizvođača u opskrbi krajnjih potrošača mogli unaprijediti odnosno bolje organizirati postojeći kratki opskrbni lanci.

36. Što planirate s proizvodnjom narednih godina?

- a) Povećati
- b) Zadržati u istom obujmu
- c) Smanjivati
- d) Napustiti

37. Postoji li mogućnosti restrukturiranja Vaše proizvodnje (proizvodnja nekih drugih proizvoda) prema potrebama tržišta?

- a) Da
- b) Ne
- c) Mogao bih razmisliti o tome

Prilog 2 Primjer intervjua

Pitanja teme za provedbu intervjua:

1. Molim Vas da ukratko predstavite tvrtku/organizaciju/instituciju u kojoj radite. Molim vas da opišete na koji način Vi, odnosno tvrtka u kojoj radite je povezana sa poljoprivrednom proizvodnjom.
2. Za koja obiteljska poljoprivredna gospodarstva/poljoprivredne tvrtke iz Vašeg lokalnog područja ste čuli? Koji su njihovi najpoznatiji proizvodi, odnosno koji su najpoznatiji lokalni poljoprivredno-prehrambeni proizvodi u području u kojem živite?
3. Da li kupujete lokalne poljoprivredno-prehrambene proizvode? Gdje ih najčešće kupujete? Koliko puta mjesečno kupujete lokalne proizvode? Koje vrste i količine tih proizvoda kupujete? Zašto kupujete lokalne proizvode? Jesu li ti proizvodi zaštićeni nekom oznakom kvalitete?
4. Postoje li neki problemi vezani uz kupnju lokalnih proizvoda na koje biste nam htjeli ukazati? Imate li kakvu ideju/inovaciju vezanu uz unaprjeđenje proizvodnje i prodaje lokalnih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda? Na koji način tvrtka/organizacija/institucija u kojoj ste zaposleni može pomoći u unaprjeđivanju proizvodnje i prodaje poljoprivredno-prehrambenih lokalnih proizvoda?
5. Koje su koristi od proizvodnje i prodaje lokalnih proizvoda za zajednicu u kojoj živite? Molim, nabrojite i opišite.
6. Da li Vam se sviđa manifestacija „Doručak s hrvatskih farmi?“ U kojim se još manifestacijama/prodajnim kanalima mogu plasirati lokalni proizvodi?
7. Tko ima najveću ulogu u jačanju proizvodnje i prodaje lokalnih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda? Zašto?
8. Ima li gradska uprava neku ideju oko pomaganja poljoprivrednicima oko nekog određenog KRATKOG LANCA OPSKRBE?
9. Kako Vam se sviđa prijedlog križevačke lokalne samouprave koja je predložila da se jedan dio poduzetničkog centra/agro-inkubatora u Križevcima (poduzetnička zona Čret) pretvori u distributivni centar za poljoprivredno-prehrambene proizvode?
10. Misle li da bi takav distributivni centar trebao biti za cijelu MŽ? Koje bi uvjete trebalo zadovoljiti da poljoprivrednici koriste usluge takvog distributivnog centra?