

Rezultati istraživanja i preporuke za osnivanje kratkih lanaca opskrbe na području Koprivničko - križevačke i Međimurske županije

*Dr.sc. Kristina Svržnjak
Dušanka Gajdić, univ.spec.oec.*

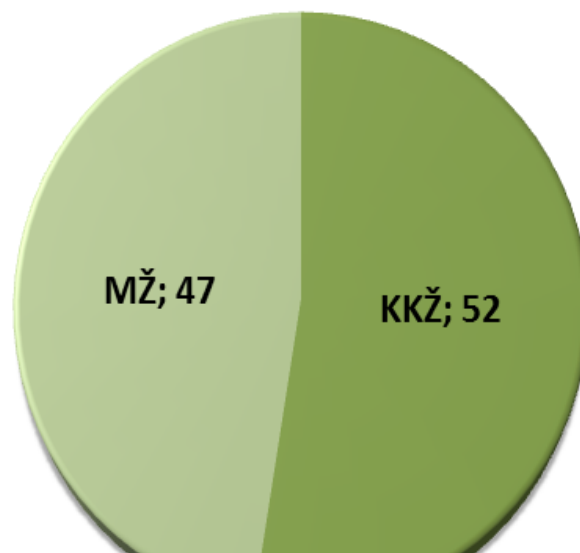


Istraživanje

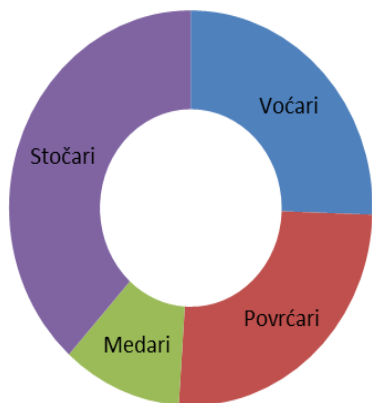
- Provedba ankete
- Provedba intervjuja, razgovora i sastanka



Broj ispitanika po županijama



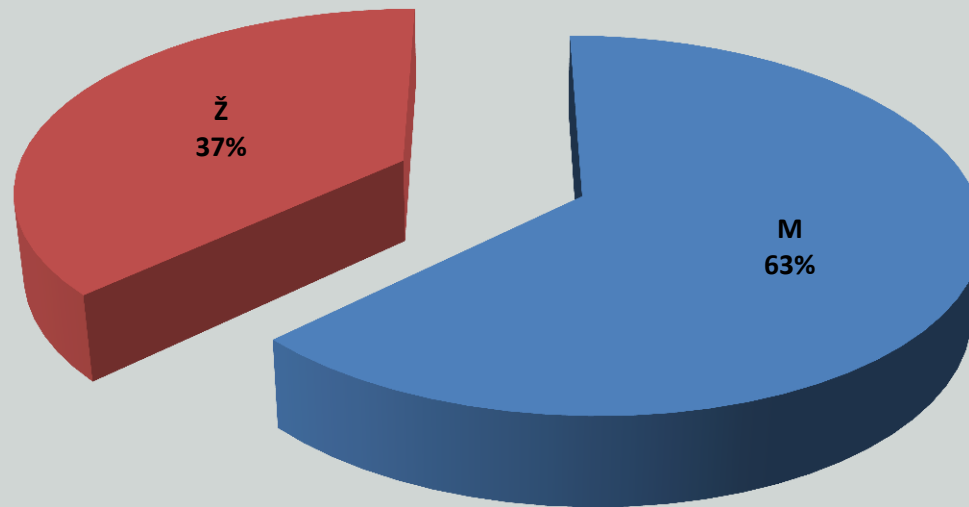
MŽ



KKŽ



Spol ispitanika

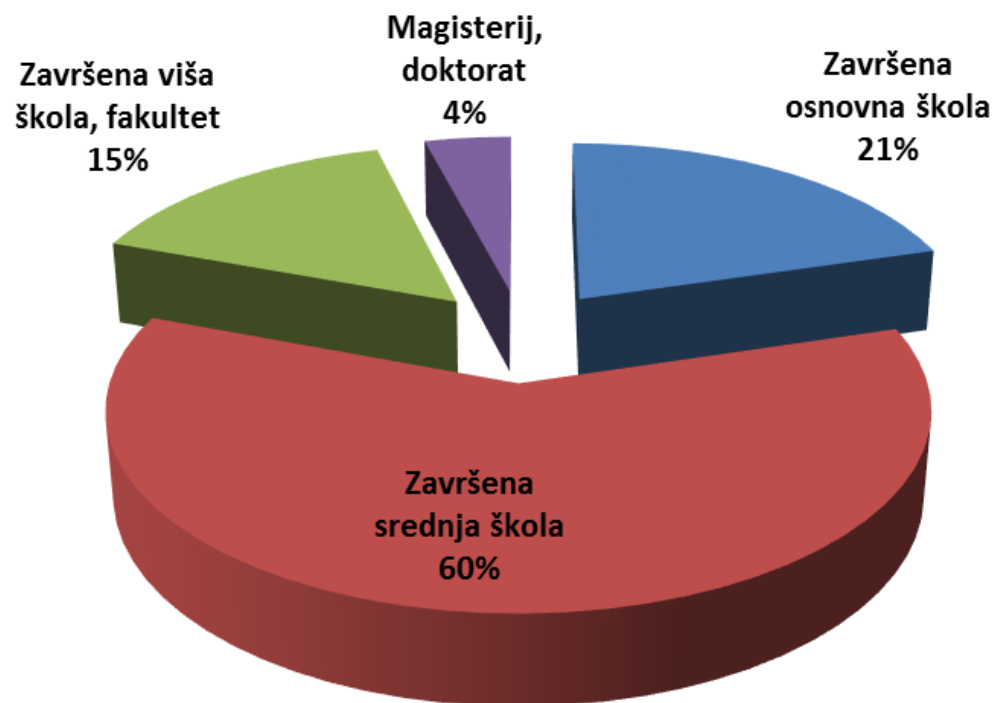


Prosječna starost: 44,6 godina

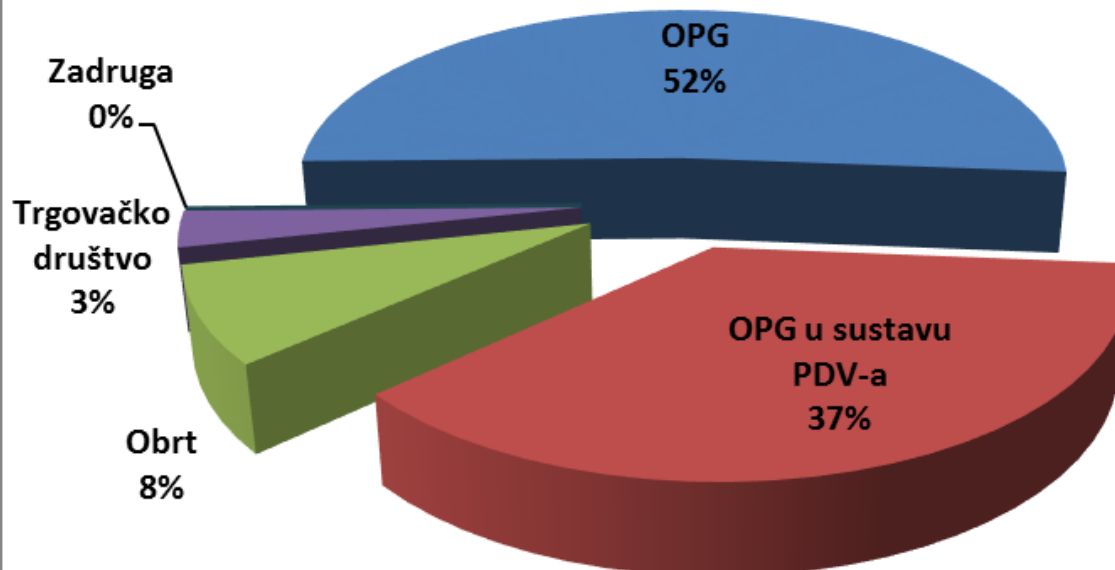
Prosječno bavljenje poljoprivredom: 20,1 godina



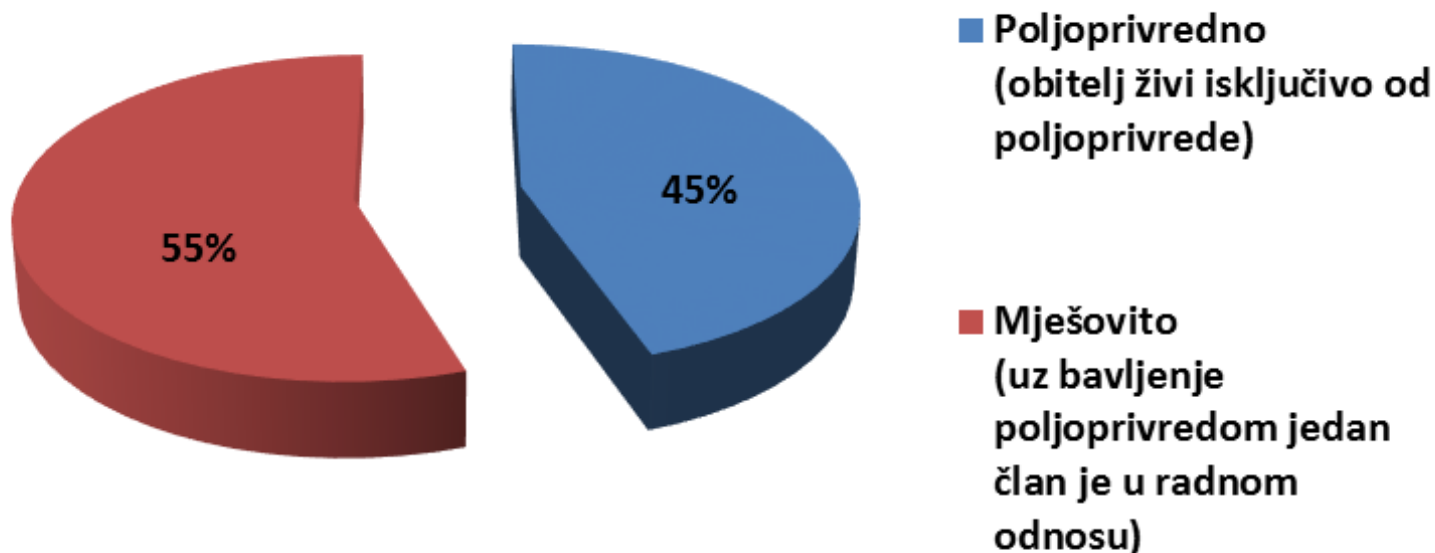
Stupanj obrazovanja ispitanika



Status poljoprivrednog gospodarstva



TIP GOSPODARSTVA



Proizvodnja

KKŽ

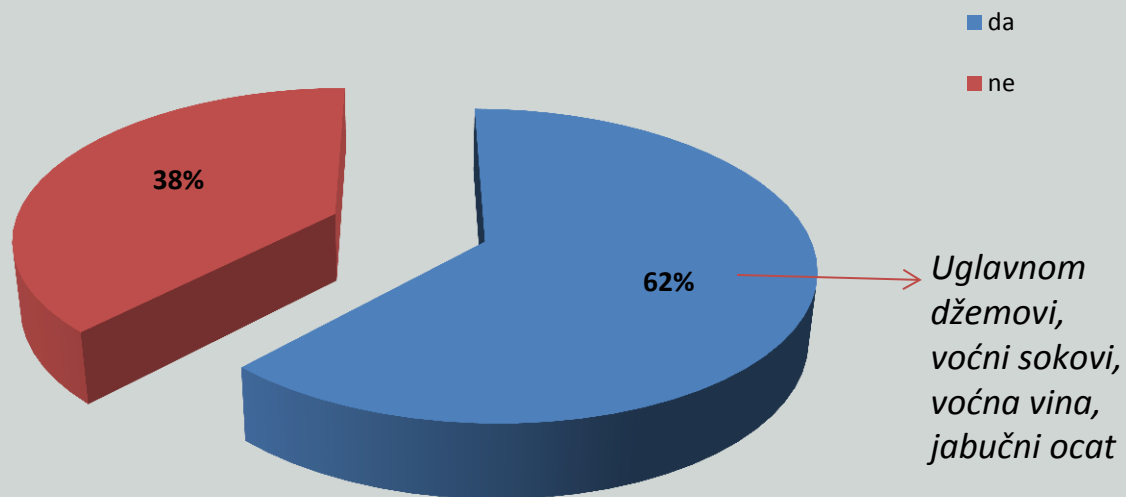
	Kulture/proizvodi
Voćari	Jabuka, šljiva, aronija
Povrćari	Grah, krastavci, paprika, rajčica
Medari	Cvjetni i bagremov med
Sirari	Svježi sir, kuhani sir

MŽ

	Kulture/proizvodi
Voćari	Jabuka, aronija, borovnica, lješnjak
Povrćari	Buča, krumpir, luk
Medari	Cvjetni i bagremov med
Stočari	Meso z tiblice, kobasice



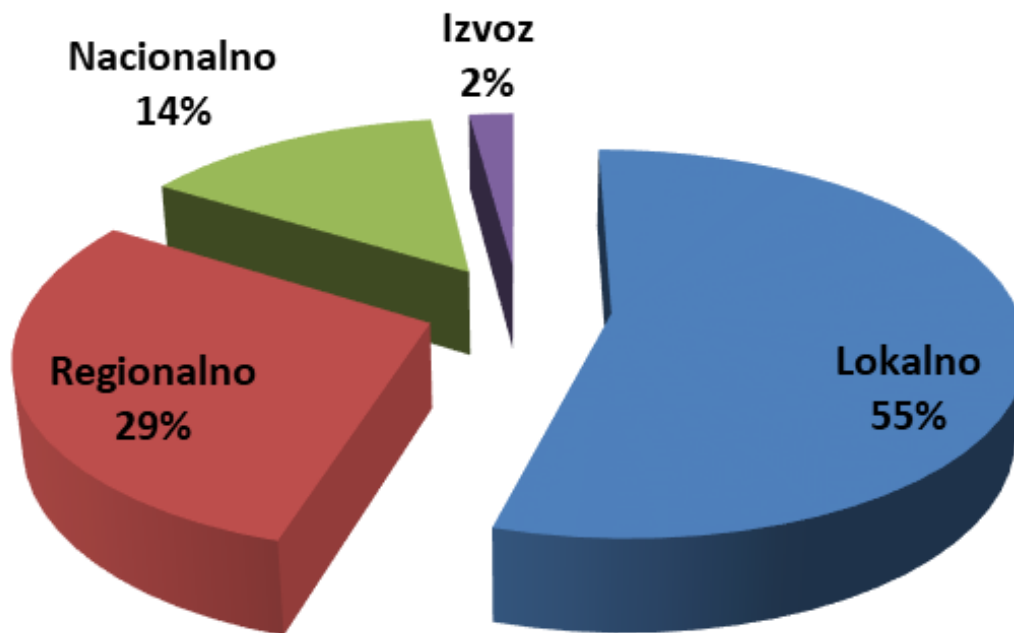
Prerada voća



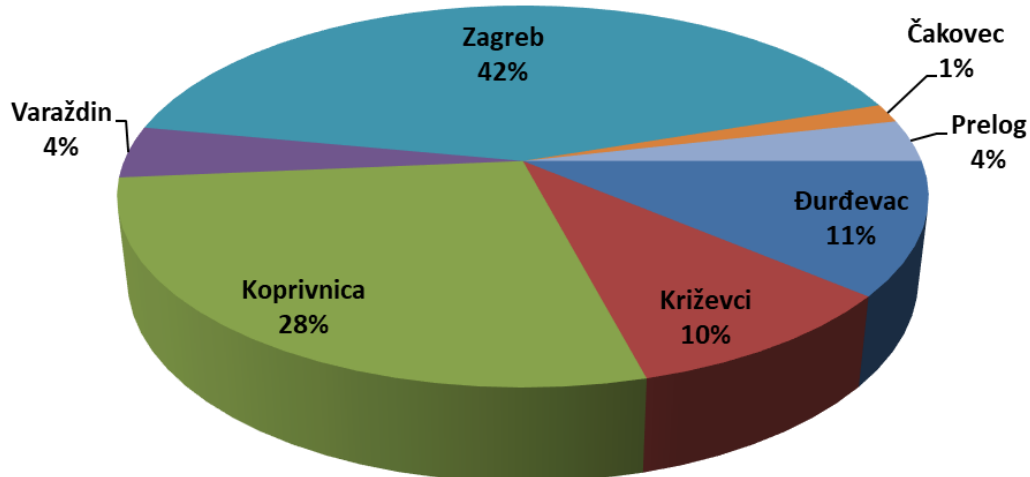
POVRĆARI NE PRERAĐUJU, NEŠTO SAMO MALO BUĆINO ULJE I JOŠ MANJE AJVAR



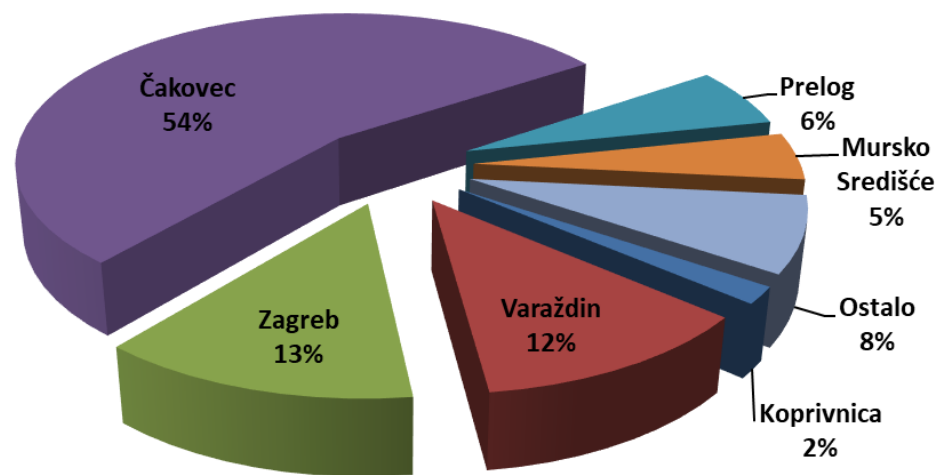
Tržište prodaje (%)



Zastupljenost proizvoda na pojedinom lokalnom/regionalnom tržištu (KKŽ)



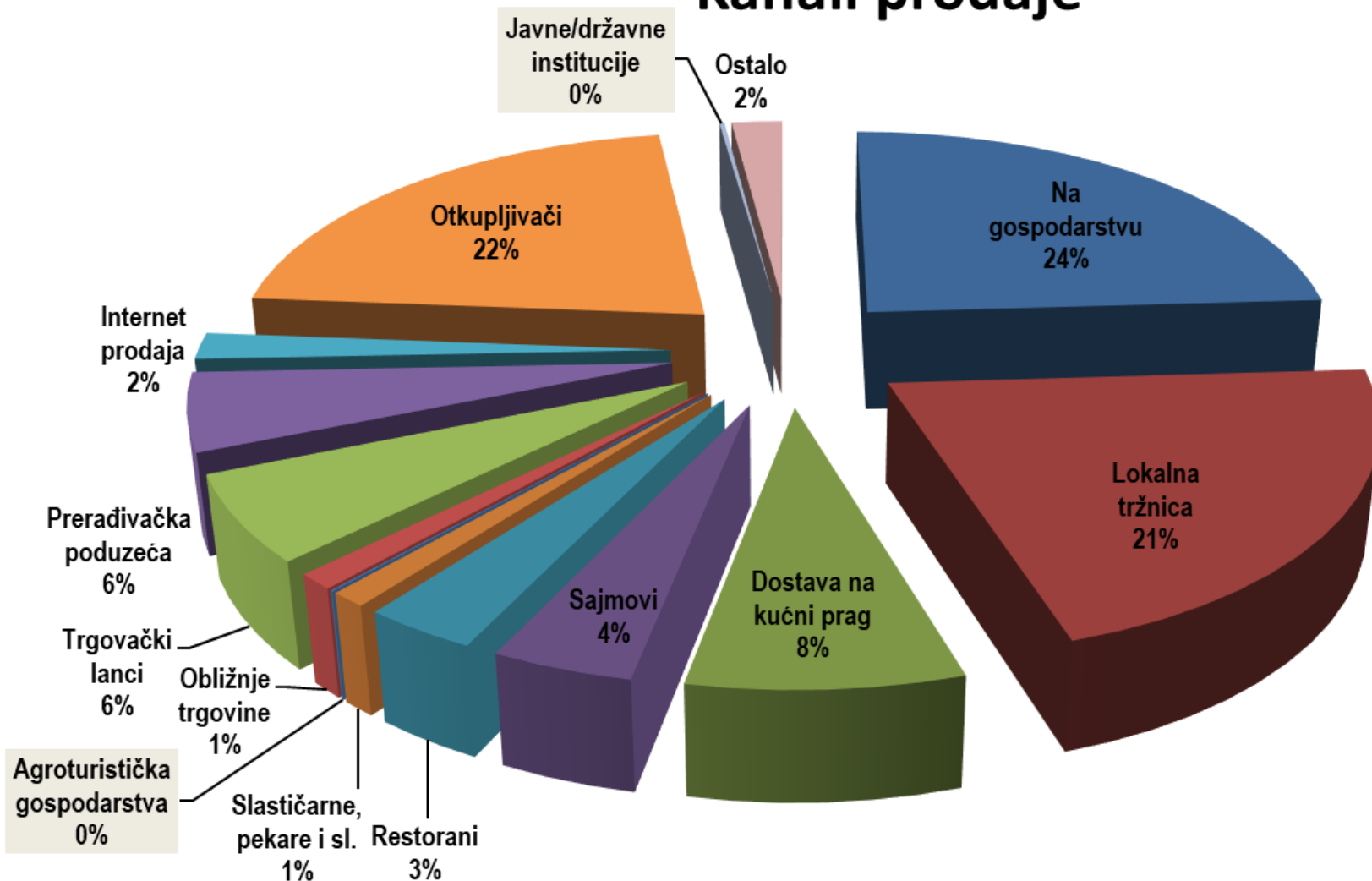
Zastupljenost proizvoda na pojedinom lokalnom/regionalnom tržištu (MŽ)



	Tržište prodaje (%)			
	Lokalno	Regionalno	Nacionalno	Izvoz
Voće	72,7	13,7	10,5	3,1
Povrće	55,3	27,7	17,0	0,0
Med	63,1	16,9	14,4	5,6
Sir	2,5	82,5	15,0	0,0
Stoka	79,2	5,3	13,9	1,7
UKUPNO	54,6	29,2	14,2	2,1



Kanali prodaje



Isplativost plasiranja proizvoda

	Kao primarni poljop. proizvod	Kao sirovinu za preradu	Kao preradevinu (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)



Vrste problema u prodaji i plasmanu

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

Ostalo: nema organiziranog otkupa i tržišta, proizvodi su neujednačene kvalitete, kupovna moć potrošača je slaba, opća nesigurnost poslovanja, MP i Inspekcijski nadzor ne radi kako treba, repromaterijal je loš, nepovjerenje u otkupljivače, problemi prilikom izrade poslovnog plana i apliciranja na projekte, nepostojanje burze, nedostatak otkupnih centara



Čimbenici odluke o kupovini

Kvaliteta i karakteristika proizvoda	4,2
Cijena proizvoda	3,6
Upoznatost s mjestom i procesom proizvodnje	3,3
Dostupnost u najbližem prodajnom mjestu	3,3
Marka proizvoda/gospodarstva	3,0
Ambalaža	2,8
Vođenje brige o zaštiti okoliša	2,7



Povezanost s potrošačima

	N
Telefonske narudžbe	64
Stalna lista potrošača	43
Dostava na kućni prag putem narudžbi	31
Prodaja putem Interneta	20



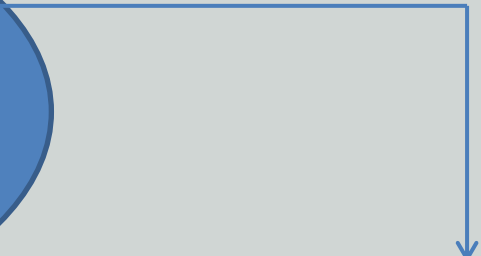
Način promocije proizvoda

	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



Udruživanje

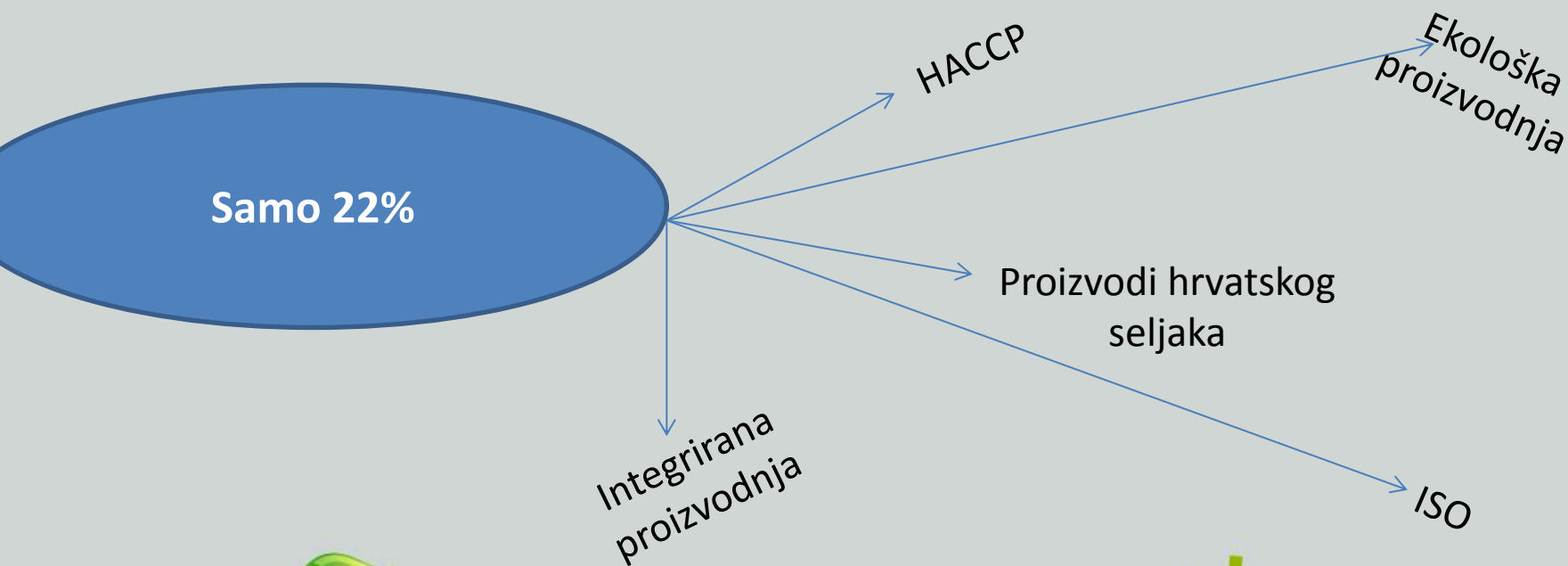
Samo 32% je učlanjeno
uglavnom u udruge
poljoprivrednih proizvođača



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



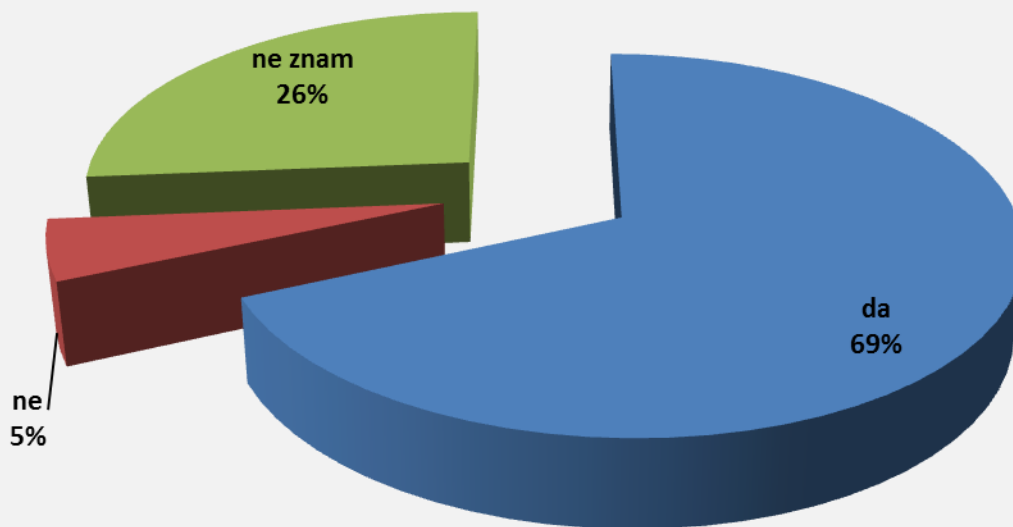
Posjedovanje certifikata kvalitete

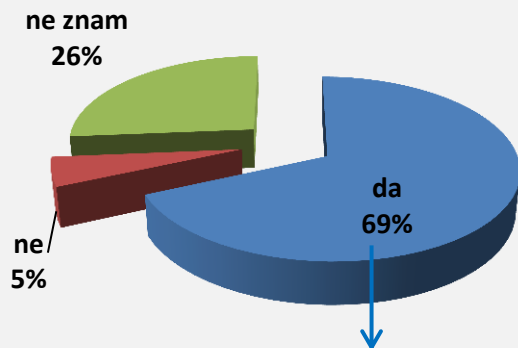


Poznavanje pojma „Kratki lanci opskrbe” i njegovih prednosti

Poljoprivrednici djelomično dobro poznaju pojam KOL-a - 50-60% ispitanika je potpuno ili sadržajno djelomično odredilo pojam KOL-a.

„Smatrate li da bi organizirana suradnja poljoprivrednih proizvođača kroz KOL mogla ostvariti određene prednosti za proizvođače i potrošače na lokalnim tržištima?”





Ocjene prednosti organiziranjem KOL-a na lokalnoj razini

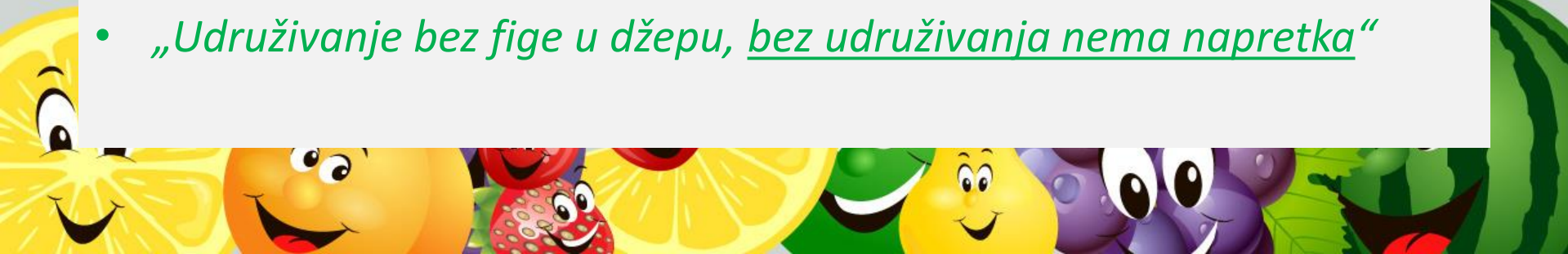
Poznavanje porijekla hrane	4,4
Mogućnost prijave KOL-a na programe ruralnog razvoja	4,3
Jačanje pregovaračke moći malih proizvođača	4,3
Podizanje svijesti potrošača o važnosti konzumacije lokalnih proizvoda	4,2
Ostvarivanje bolje prepoznatljivosti (imidž proizvoda i proizvođača)	4,2
Unapređenje lokalne 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"

Preporuke koje poručuju proizvođači

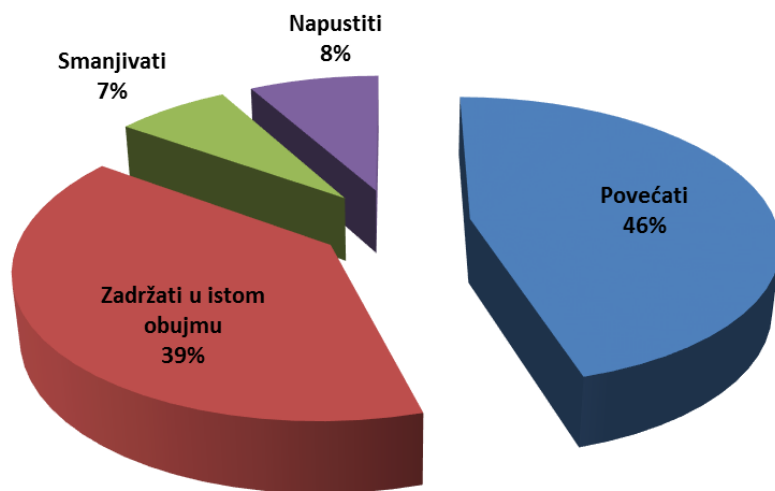
- *"Treba prvo ustanoviti potrebu tržišta za nekim proizvodima pa napraviti i organizirati proizvođače preko lokalnih jedinica u proizvodnju traženih artikala,,. „Isto tako poticati male domaće trgovce da uzimaju u svojoj ponudi što više lokalnih proizvoda."*
- *„Otkupni centri, hladnjače, stručna osoba 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.“
„Na lokalnoj razini raditi na selekciji proizvođača odnosno kontrolirati samu kvalitetu proizvoda uz savjete stručnjaka kako dalje nadograđivati samu proizvodnju i njihovu prodaju. “
- „Unaprijeđenje 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.
- „Učiti na dobrim primjerima, razmjena iskustva.“
- „Udruživanje bez fige u džepu, bez udruživanja nema napretka“



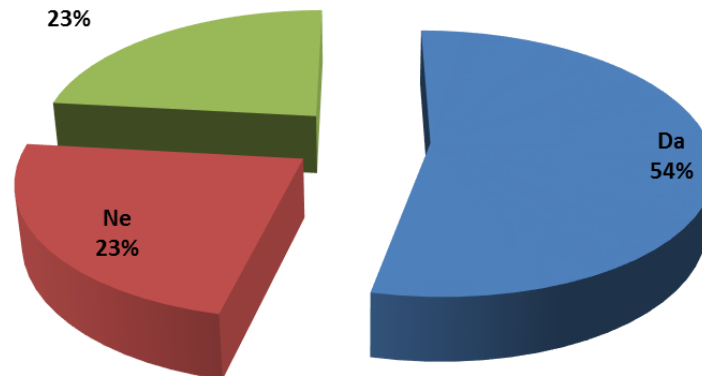
Treba li poslušati preporuke proizvođača?

Što planirate s proizvodnjom narednih godina?



Postoji li mogućnost restrukturiranja proizvodnje prema potrebama tržišta?

Mogao bih razmisliti o tome 23%



Što se može učiniti na nacionalnoj razini?

Preporuke za institucije na nacionalnoj razini:

- Izvršiti analizu i prilagodbu regulative koja se odnosi na plasman proizvoda OPG-a na tržište s ciljem postizanja veće fleksibilnosti, manjih poreznih opterećenja, jednostavnijih procedura i sl.
- Jasno komunicirati oznake kvalitete poljoprivredno-prehrambenih proizvoda prema potrošačima
- Unaprijediti komunikaciju i izravni kontakt s poljoprivrednicima
- Uključiti podršku za kratke lance opskrbe u Program ruralnog razvoja



Što se može učiniti na lokalnoj razini?

Preporuke institucijama na lokalnoj i županijskoj razini:

- Istraživanje stavova potrošača na lokalnoj i županijskoj razini o lokalnim proizvodima
- 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
- Poticati, zakonodavstvom, uredbama i drugim mjerama, lokalnu opskrbu hranom javnih institucija odnosno dati veću šansu malim proizvođačima kroz izravnu kupovinu za javne ustanove



Što se može učiniti na lokalnoj razini?

Preporuka proizvođačima:

- Udruživanje, suradnja i bolja organizacija radi smanjenja 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



Što se može učiniti na lokalnoj razini?

Preporuka za direktni razvoj KOL-a na istraživanom području:

- Osnivanje županijskog distributivnog centra za poljoprivredno-prehrambene proizvode (pilot projekt) - na području KKŽ preinaka nerealiziranog projekta AGROINKUBATOR
(Naglasak je stavljen na izgradnju Distributivnog centra s hladnjačom, sortirnicom i pakirnicom, pekarom, mljekarom, mini klaonicom i mehanizacijskim prstenom.)
- Osnivanje malih poduzeća/trgovina za prodaju lokalnih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda (u vlastitim prostorima ili u prostorima predloženog županijskog distributivnog centra)



„MISLI GLOBALNO, JEDI LOKALNO“

Hvala na pažnji!

