

# Važnost kratkih opskrbnih lanaca za proizvođače hrane s područja Like

---

Šokčević, Kristian

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:204061>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-01**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



**Sveučilište u Zagrebu**

**Ekonomski fakultet**

**Preddiplomski stručni studij – smjer Trgovinsko poslovanje**

**VAŽNOST KRATKIH OPSKRBNIH LANACA ZA  
PROIZVOĐAČE HRANE S PODRUČJA LIKE**

Završni rad

**Kristian Šokčević**

**Zagreb, rujan, 2024.**

**Sveučilište u Zagrebu**

**Ekonomski fakultet**

**Preddiplomski stručni studij – smjer Trgovinsko poslovanje**

**VAŽNOST KRATKIH OPSKRBNIH LANACA ZA  
PROIZVOĐAČE HRANE S PODRUČJA LIKE  
THE IMPORTANCE OF SHORT SUPPLY CHAINS FOR FOOD  
PRODUCERS IN THE LIKA AREA**

Završni rad

**Student: Kristian Šokčević**

**JMBAG: 0165072811**

**Mentor: prof. dr. sc. Sanda Soucie**

**Zagreb, rujan 2024.**

Kristian Sokčević


Ime i prezime studenta/ice

## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je \_\_\_\_\_ **završni rad**  
(vrsta rada)  
isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

U Zagrebu, rujan 2024.

Student/ica:

  
(potpis)

## SAŽETAK

Lika kao najveće ruralno područje u Republici Hrvatskoj se oslanja na poljoprivredu kao njezinu glavnu gospodarsku djelatnost. Međutim, postoje problemi kao što su negativni demografski trendovi, zastarjela i neadekvatna infrastruktura te geografska dislociranost koji koče njezin razvoj. Pregledom literature u kojoj se obrađuje problematika ruralnog razvoja utvrđena su stajališta autora kako su potrebne određene inovacije u dosadašnjim modelima poslovanja.

Jednu takvu inovaciju predstavljaju kratki opskrbeni lanci, koji postaju sve relevantnijima u područjima kao što je Lika. Nakon što su teorijskome dijelu rada obrađeni pojmovi lanaca opskrbe, kratkih lanaca opskrbe i elemenata lanaca opskrbe pomoću opisne metode uslijedila je detaljna analiza obilježja kratkih lanaca opskrbe pomoću metode indukcije, dedukcije te analize i sinteze s ciljem prepoznavanja značajki istih.

Nakon što su definirane prednosti i mane kratkih opskrbnih lanaca, s ciljem stjecanja uvida u njihov stvarni utjecaj na proizvođače hrane s područja Like provedeno je anketno istraživanje u kojem su sudjelovali vlasnici poljoprivrednih gospodarstva pretežno s područja Like. Rad se zaključuje opažanjima kako poljoprivrednici nastoje izgraditi kratke opskrbne lance i otporne prehrambene mreže, ne bi li postali konkurentniji na tržištu.

Ključne riječi: Lika, proizvođači hrane, Republika Hrvatska, lanci opskrbe, kratki opskrbni lanci

## **SUMMARY**

As the largest rural area in the Republic of Croatia, Lika relies on agriculture as its main economic activity. However, there are problems such as negative demographic trends, outdated and inadequate infrastructure and geographical dislocation that hinder its development. A review of the literature dealing with the issue of rural development revealed the author's views that certain innovations are needed in the existing business models.

One such innovation is represented by short supply chains, which are becoming more and more relevant in areas such as Lika. After the concepts of supply chains, short supply chains and elements of supply chains were treated in the theoretical part of the paper using the descriptive method, a detailed analysis of the characteristics of short supply chains followed using the method of induction, deduction, analysis and synthesis with the aim of identifying their features.

After the advantages and disadvantages of short supply chains were defined, with the aim of gaining insight into their real impact on food producers from the Lika area, a survey was conducted in which the owners of agricultural holdings, mainly from the Lika area, participated. The paper concludes with observations of how farmers strive to build short supply chains and resilient food networks in order to become more competitive on the market.

Keywords: Lika, food producers, Republic of Croatia, supply chains, short supply chains

## **SADRŽAJ**

<b>1. UVOD</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Predmet i cilj rada</b>	<b>2</b>
<b>1.2. Izvori i metode istraživanja</b>	<b>2</b>
<b>2. UPRAVLJANJE OPSKRBNIM LANCEM</b>	<b>3</b>
<b>2.1. Elementi i cilj lanca opskrbe</b>	<b>5</b>
<b>2.2. Modeli opskrbnog lanca</b>	<b>8</b>
<b>2.3. Definicija i različite vrste kratkog lanca opskrbe</b>	<b>10</b>
<b>3. ULOGA LANACA OPSKRBE U POSLOVANJU PROIZVOĐAČA HRANE</b>	<b>12</b>
<b>3.1. Prednosti kratkih opskrbnih lanaca</b>	<b>12</b>
<b>3.2. Izazovi s kojima se suočavaju lokalni proizvođači</b>	<b>13</b>
<b>3.3. Uloga malih poljoprivrednika u lokalnom gospodarstvu</b>	<b>14</b>
<b>3.4. Utjecaj kratkih lanaca opskrbe na okoliš</b>	<b>15</b>
<b>4. UTJECAJ KRATKIH LANACA OPSKRBE NA PROIZVOĐAČE HRANE IZ REPUBLIKE HRVATSKE</b>	<b>17</b>
<b>4.1. Prikaz trenutnog stanja opskrbnih lanaca na području Republike Hrvatske</b>	<b>17</b>
<b>4.2. Prikaz opskrbnih lanaca na području Like</b>	<b>19</b>
<b>5. ISTRAŽIVANJE VAŽNOSTI KRATKIH OPSKRBNIH LANACA ZA PROIZVOĐAČE HRANE</b>	<b>21</b>
<b>5.1. Uzorak istraživanja</b>	<b>21</b>
<b>5.2. Instrument istraživanja</b>	<b>26</b>
<b>5.3. Rezultati istraživanja</b>	<b>26</b>
<b>5.4. Ograničenja istraživanja</b>	<b>30</b>
<b>6. ZAKLJUČAK</b>	<b>31</b>
<b>POPIS LITERATURE</b>	<b>33</b>
<b>POPIS ILUSTRACIJA</b>	<b>36</b>
<b>PRILOZI</b>	<b>36</b>

## 1.UVOD

Pojam „ruralno područje“, i pojam „ruralni razvoj“ čestim su predmetom ozbiljnih rasprava glede mogućnosti razvoja gospodarstva u Republici Hrvatskoj. Naime, prema Čagalj, Ivanković, Dulčić, Grgić Mentzer i Paštar (2021) u Republici Hrvatskoj je to osobito naglašeno iz razloga što čak 97,5 % državnog teritorija čine ruralna područja, u kojima živi čak 78,9% stanovnika. U fokusu ovog diplomskog rada nalazi se najveća ruralna regija na području Republike Hrvatske; Lika.

Kako bi cjelokupno gospodarstvo jedne države moglo napredovati potrebno je da se ostvaruju povoljna gospodarska kretanja na razini čitavog državnog teritorija, što često nije slučaj, budući da se glavnina poduzetnički djelatnosti odvija u urbanim sredinama, dok su ruralne sredine često zakinute što zbog geografske dislociranosti, manjka infrastrukture ili jednostavno otpora lokalnog stanovništva da prihvati suvremene oblike poslovanja.

Politika razvoja ruralnih područja postala je od osobitog nacionalnog interesa ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju, kada zapravo započinju ozbiljni programi od strane tijela javne vlasti usmjereni na ulaganja nužna za ostvarenje ruralnog razvoja, a koji se redovito financiraju iz fondova Europske unije. Kao dominantna gospodarska djelatnost u ruralnim područjima poput ličke regije prepoznata je poljoprivreda.

Prema Ruganec i Bokan (2021) poljoprivreda je strateški interes svake države, a u fokusu ruralnih politika i politika regionalnog razvoja su mali poljoprivrednici. Naime, ruralna područja također se nalaze pod utjecajem globalizacije, te su i u njima sve više prisutni lanci super-trgovina u kojima se prodaju poljoprivredni proizvodi konkurencije. Mali poljoprivrednici ruralnih područja na taj su način dovedeni u nezavidan položaj budući da se teško mogu nositi s konkurencijom lanaca super-trgovina i hiper-marketa.

Kratki opskrbni lanci čine sastavni dio politike regionalnog razvoja, a prema Ruganec i Bokan (2021) tek su nedavno postali relevantni. Pomoću kratkih opskrbnih lanaca mali poljoprivrednici ruralnih područja odupiru se konkurenciji te zadržavaju svoj položaj na tržištu. U Lici se trenutno tradicionalna poljoprivreda suočava s potrebama modernog tržišta. Kratki opskrbni lanci pružaju održivu alternativu budući da omogućavaju transparentnost nabave i smanjuju vrijeme trajanja prijevoza hrane, što je od osobite važnosti kod poljoprivrednih proizvoda koji su kvarljivi.



## **1.1. Predmet i cilj rada**

Predmet proučavanja ovog završnog rada čine kratki opskrbeni lanci. Glavni cilj ovog rada je ukazati na važnost kratkih lanaca opskrbe za proizvođače hrane na području Like. Prvenstveno se teorijski određuje pojam kratkog opskrbenog lanca i upravljanje istim. Identifikacijom poteškoća s kojima se suočavaju mali poljoprivrednici, ovaj završni rad ima za cilj pokazati kako kratki lanci opskrbe poboljšavaju sigurnost hrane i ekonomsku stabilnost u regiji.

## **1.2. Izvori i metode istraživanja**

Prilikom izrade završnog rada korišteni su sekundarni izvori podataka poput stručne dostupne literature: knjige, udžbenici, elektroničke knjige, članci objavljeni u akademskim časopisima te članci koji su objavljeni na Internetu. Primarni izvori podataka za potrebe istraživanja temelje se na provedenoj anketi za potrebe istraživanja. Znanstvene metode istraživanja koje su korištene prilikom izrade rada su opisna metoda, metoda dedukcije, metoda indukcije, metoda analize, metoda sinteze i metoda kompilacije.

Induktivna metoda ili metoda indukcije omogućava da se analiziranjem pojedinačnih činjenica donese općeniti zaključak, dok deduktivna metoda ili metoda dedukcije omogućava upravo suprotno, da se iz općeg zaključka izvede pojedinačan zaključak. Metodom analize se složeni pojmovi mogu raščlaniti na njihove jednostavnije sastavne dijelove u svrhu njihova potpuna razumijevanja.

Metoda sinteze predstavlja takvu metodu znanstvenog istraživanja koja omogućava stvaranje složenih sudova na temelju utisaka više jednostavnih sudova. Opisna ili deskriptivna metoda se pretežno koristi u akademskim istraživanjima ne bi li se vjerodostojno opisale činjenice, pojave, postupci ili objekti. Metodom kompilacije se preuzimaju pretpostavke, zaključci i opažanja iz drugih znanstvenih radova, koji su indirektno ili direktno povezani s istraživanjem koje se provodi.

## 2. UPRAVLJANJE OPSKRBNIM LANCEM

U današnjem svijetu koji je pod utjecajem globalizacije povezaniji nego ikad, dobro upravljanje lancima opskrbe vrlo je važno za proizvođače hrane. Kratki lanci opskrbe ubrzavaju kretanje proizvoda i grade jače veze s potrošačima koji preferiraju svježju, lokalno proizvedenu hranu. Smanjenjem udaljenosti između mjesta proizvodnje hrane i mjesta njezine potrošnje proizvođači mogu bolje riješiti nedostatke u svojim lancima opskrbe. No detaljnija analiza kratkih opskrbnih lanaca slijedi tek nakon što se prvenstveno pojmovno odredi termin lanca opskrbe i analiziraju njegovi elementi.

Prema Miloloža i Daraboš (2013) lanci opskrbe tvore homogenu cjelinu unutar koje se odvija srž trgovinskih zbivanja. Rendulić, Plazibat i Varičak, (2013) navode kako opskrbeni lanac postoji tek onda kada najmanje tri poslovne organizacije koje su međusobno povezane informacijama te vrstom proizvoda i usluga imaju namjeru ostvarenja što boljih poslovnih rezultata u odnosu na ostalu konkurenciju na tržištu. S druge strane Mentzer, DeWitt, Keebler, Min, Nix, Smith i Zacharia, (2001) smatraju kako se opskrbeni lanac svakako sastoji od više poduzeća, ali da u svoju strukturu nužno pored poduzeća uključuje i krajnjeg potrošača.

Opskrbeni se lanac dakle može opisati kao umreženi sustav poslovnih organizacija koje imaju zajednički interes ostvarenja što boljih poslovnih rezultata kako bi bili što konkurentniji na tržištu. Unutar opskrbnog lanca pojedine poslovne organizacije imaju različite uloge unatoč sličnosti proizvoda ili usluge koje čine njihovu primarnu djelatnost. Mentzer i sur. (2001) razlikuju tri stupnja složenosti opskrbnog lanca:

- izravni lanac opskrbe
- prošireni lanac opskrbe
- krajnji lanac opskrbe

Prema Mentzer i sur. (2001) izravni opskrbeni lanac uključuje poslovne organizacije, dobavljače i kupce, dok prošireni opskrbeni lanac obuhvaća dobavljače neposrednog dobavljača i kupce neposrednog kupca. Krajnji opskrbeni lanac uključuje sve organizacije uključene u sve uzvodne i nizvodne tokove proizvoda, usluga, financija i informacija od krajnjeg dobavljača do krajnjeg kupca. (Mentzer, 2001).

U upravljanju lancima opskrbe potrebno je razlikovati pojam upravljanja lancima opskrbe od menadžmenta lancima opskrbe. Tyndall, Gopal, Partsch i Kamauff (1998) smatraju kako postoje tri struje autora koje različito poimaju upravljanje opskrbnim lancima. Prvi definiraju upravljanje opskrbnim lancima kao strogo operativni tijek upravljanja materijalima i proizvodima, drugi autori pak definiraju upravljanje lancima opskrbe kao čistu filozofiju upravljanja. Konačno treći autori smatraju kako se upravljanje lancima opskrbe odnosi isključivo na sam proces upravljanja.

Vouk (2005) ističe kako je pojam menadžmenta opskrbnih lanaca postao aktualan tek osamdesetih godina prošloga stoljeća, a razlikuje se od pojma upravljanja upravo zbog činjenice kako svaki opskrbni lanac posjeduje jedinstvenu strukturu, a ta se tvrdnja može propisati činjenici kako svako poduzeće unutar pojedinog opskrbnog lanca ima vlastitu strukturu i organizacijsku kulturu koja ga izdvaja od svih ostalih poslovnih organizacija koje se nalaze unutar istog lanca opskrbe.

Imajući na umu kako je zaista svaka poslovna organizacija jedinstveni entitet, najprikladnija definicija menadžmenta opskrbnog lanca je prema Vouk (2005) ona koju su svome autorskom djelu postavili Levy i Weitz (2004), a koja opisuje menadžment opskrbnih lanaca kao integraciju poslovnih procesa koji se odvijaju između dobavljača i krajnjih korisnika s ciljem plasiranja na tržište visokokvalitetnih proizvoda koji opravdavaju očekivanja potrošača u smislu omjera cijene i kvalitete.

No, tema ovog završnog rada se očituje u istraživanju kratkih lanaca opskrbe proizvođača hrane, a hrana je vrlo specifična trgovačka roba široke potrošnje zbog svoje kvarljivosti. S toga klasične metode upravljanja lancima opskrbe možda nisu primjenjive u slučaju skupine koja čini predmet istraživanja ovog završnog rada; poljoprivrednici s područja ličke regije u Republici Hrvatskoj. Prema Safiul, Sumanta, Preetam i Raunak (2024) tradicionalne metode upravljanja lancima opskrbe često propuštaju potrebu za podjelom rizika među članovima lanca. Isti autori navode kako primjerice postojeći ugovori o veleprodajnim cijenama, ne pokrivaju u potpunosti fleksibilnost potrebnu za proizvodnju i prodaju hrane. Isti autori su mišljenja kako korištenjem novih vrsta ugovora koji omogućuju podjelu rizika i potiču timski rad, kratki lanci opskrbe mogu izgraditi jači sustav.

Prema Khedr i Sheeja (2024) takva fleksibilnost nije važna samo za povećanje profita, već i za održavanje visoke kvalitete proizvoda na lokalnom tržištu. Nadalje, poboljšanje modela lanca opskrbe ključno je za održiviju proizvodnju hrane, posebno u jedinstvenom poljoprivrednom

krajoliku područja kao što je područje Like. Khedr i Sheeja (2024) ističe kako bi korištenje suvremenih tehnologija moglo promijeniti način na koji proizvođači hrane odabiru dobavljače i predviđaju potrebe potražnje na tržištu.

Khedr i Sheeja (2024) su mišljenja kako se važnost kratkih opskrbnih lanaca opskrbe očituje upravo u podržavanju ekološke održivosti. Lokalnim se pristupom pomaže malim gospodarstvima, a istovremeno se usklađuje i novi trend koji je prisutan u ponašanju potrošača; potreba za proizvodima kojima se odražava održivi regionalni razvoj. Stoga Khedr i Sheeja (2024) navode kako kratki lanci opskrbe ne samo da potiču operativnu učinkovitost i upravljanje rizicima, već zadovoljavaju i suvremene potrebe društveno odgovornog poslovanja glede zaštite okoliša.

## **2.1. Elementi i cilj lanca opskrbe**

Lanac opskrbe sastoji se od različitih povezanih dijelova koji omogućavaju prijenos robe, informacija i novca od proizvođača do kupaca. Za proizvodnju hrane ti dijelovi često uključuju nabavu sirovina, njihovu preradu, distribuciju i prodaju. Svaki element je bitan iz razloga što je hrana osjetljiva zbog svoje kvarljivosti, a krajnji kupci očekuju kvalitetne i svježije prehrambene proizvode.

Upravo kratki opskrbni lanci pomažu u smanjenju kašnjenja i smanjenju otpada od hrane. Razumijevanje sastavnih dijelova opskrbnih lanaca pomaže proizvođačima hrane da poboljšaju svoje poslovanje i povećaju zadovoljstvo kupaca. Kraći opskrbni lanci naglašavaju potrebu za timskim radom te izgradnjom odnosa koji mogu dovesti do većeg povjerenja i konačno do olakšavanja cjelokupnog procesa upravljanja opskrbnih lancima. (Ziegler i sur., 2024.).

Na području Like poljoprivrednici bi mogli koristiti lokalna znanja i metode za izgradnju konkurentnijeg prehrambenog sustava koji učinkovito rješava društvene i ekološke izazove te zadovoljava potrebe tržišta. Lokalnim djelovanjem, proizvođači hrane mogu stvoriti održive modele koji pomažu cijeloj zajednici. Glavni cilj opskrbnog lanca je pružiti vrijednost potrošačima, a istovremeno učiniti proces učinkovitim i pritom smanjiti troškove koji nastaju prema Ziegler i sur. (2024).

Na području Like ovaj bi cilj mogao biti posebno važan ukoliko lokalni proizvođači hrane žele svoje proizvode plasirati na konkurentno tržište a pritom slijediti načela održivosti. Kratki lanci

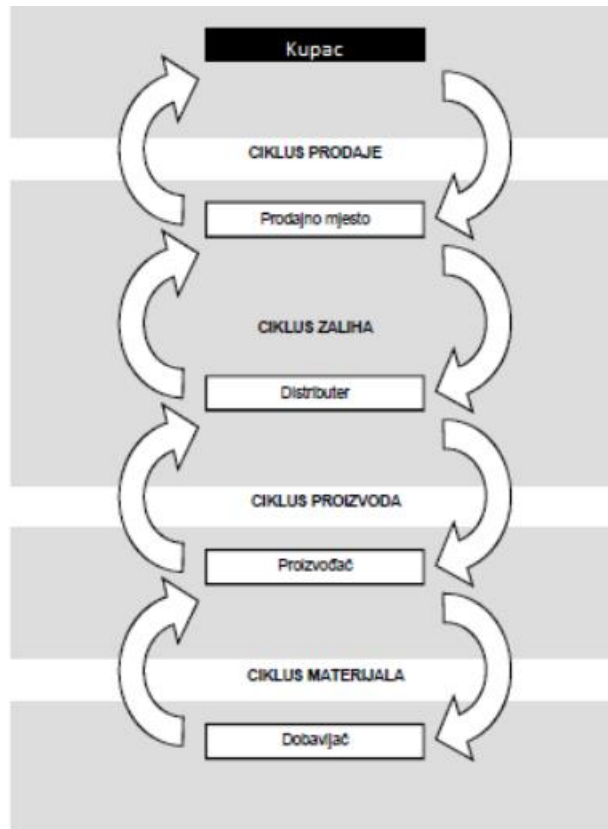
opskrbe smanjuju broj posrednika, čime se smanjuju troškovi i vrijeme prijevoza (Karlsson i Jönsson, 2023.). To proizvođačima hrane daje priliku da uspostave izravne veze s potrošačima, čime se poboljšava transparentnost i povjerenje u kvalitetu hrane. Konačno, adekvatan pristup lancu opskrbe ne samo da je financijski isplativiji proizvođačima, već i jača njihovu povezanost s lokalnim zajednicama, dajući proizvođačima hrane uvid u potrebe potrošača kao što su održivost i kvaliteta proizvoda koje kupuju.

Svaki se opskrbi lanac prema Stanković (2009) sastoji od sljedećih ciklusa:

- ciklus proizvoda
- ciklus prodaje
- ciklus materijala
- ciklus zaliha

Stanković (2009) drži kako opskrbnim lancima ne moraju nužno biti zastupljeni svi konstitutivni subjekti lanca, već se više ciklusnih faza može odvijati unutar oblasti samo jednog ili dvaju subjekata koje čine elemente pojedinog opskrbnog lanca. Također isti autor je mišljena kako se funkcionalni ciklusi također ne moraju odvajati, već se mogu u potpunosti ili djelomično preklapati u domeni jednog ili više konstitutivnih elemenata lanca opskrbe. Slijedi slika u kojoj se grafički prikazuju funkcionalni ciklusi unutar lanca opskrbe, koji se odvijaju u različitim fazama ne bi li proizvod konačno stigao do krajnjeg kupca.

Slika 1 Funkcionalni ciklusi opskrbnog lanca



Izvor: Stanković, R. (2009.), *Utjecaj logističkog operatera na oblikovanje distribucijskih mreža*, doktorski rad, Fakultet prometnih znanosti, Zagreb, str. 21.

U slici broj 1 vidljivi su svi ranije navedeni ciklusi koji se odvijaju unutar opskrbnog lanca. Nadalje, svaki opskrbeni lanac prema Stanković (2009) tijekom postupka upravljanja ne bi li proizvod od dobavljača konačno stigao u ruke krajnjeg kupca implicira četiri faze. To su :

- faza nabave
- faza proizvodnje
- faza distribucije
- faza potrošnje

Svaka od navedenih faza uključuje točno određene konstitutivne elemente jednog opskrbnog lanca. Tako faza nabave uključuje dobavljače sirovina, faza proizvodnje uključuje proizvođače gotovih proizvoda, faza distribucije uključuje logističke operatere, prijevoznike, trgovce maloprodajnih i veleprodajnih poslovnih organizacija te faza potrošnje koja uključuje krajnje kupce proizvoda.

Sami konstitutivni elementi opskrbnog lanca ovise o prirodi proizvoda koji se distribuira. Tako se konstitutivni elementi opskrbnog lanca prehrambenih proizvoda zasigurno razlikuju od konstitutivnih elemenata opskrbnog lanca u industriji automobila.

## **2.2. Modeli opskrbnog lanca**

Adekvatan model lanca opskrbe vrlo je važan za učinkovitiju i pouzdaniju proizvodnju hrane, posebno u ruralnim područjima poput Like, gdje lokalni proizvođači imaju specifične probleme. Prema Cătălina Türkeş, Stăncioiu, i Marinescu (2024) mješoviti-formativno-refleksivni model pokazao je kako ključne relacijske prakse i otpornost pomažu u rješavanju poremećaja u lancu opskrbe, što je bilo od osobite važnosti tijekom krize uzorkovane pandemijom COVID-19 virusa.

Za proizvođače hrane u ruralnim područjima kao što je Lika korištenje takvih modela moglo bi poboljšati komunikaciju i timski rad, što u konačnici poboljšava kretanje robe od poljoprivrednih gospodarstava do potrošača. Osim toga, poznavanje značajki kratkih lanaca opskrbe može pomoći kako bi se skratilo vremena isporuke prehrambenih proizvoda i smanjio otpad koji nastaje prilikom proizvodnje i distribucije istih. Takvo što je presudno ne bi li se ostvarili što bolji poslovni rezultati.

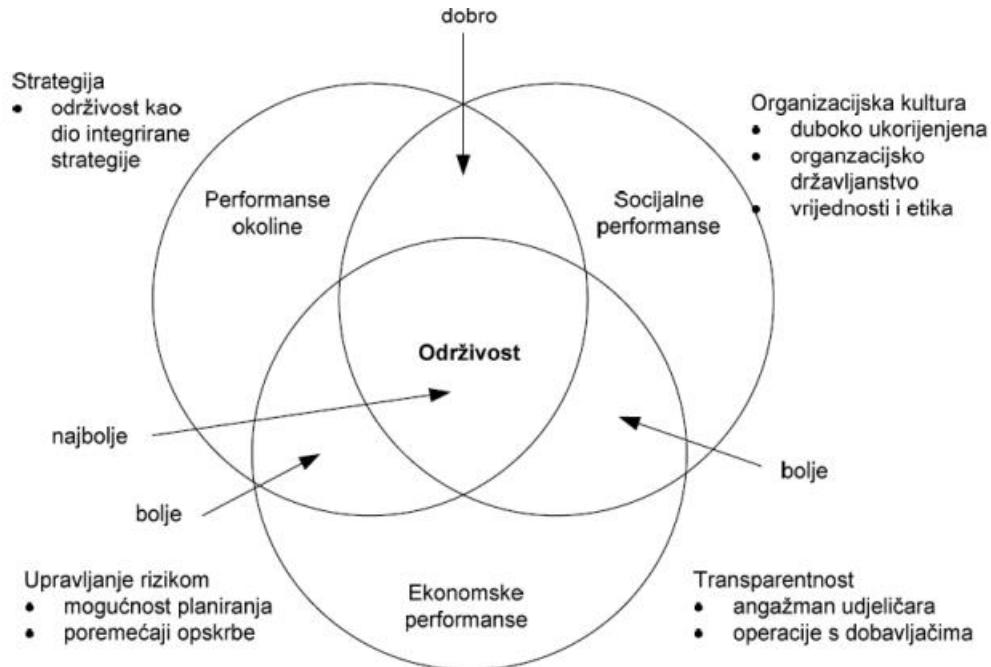
Stvaranje adekvatnog modela opskrbnog lanca izuzetno je izazovno kod kvarljivih proizvoda kao što je hrana. Prema Biza, Montastruc, Negny i Admassu (2024) posljednja istraživanja lanaca opskrbe svježom hranom pokazuje da je potrebno posebnu pozornost obratiti na pokvarljivost prehrambenih proizvoda ne bi li se povećala sigurnost i kvaliteta proizvoda, te posljedično smanjio otpad koji nužno nastaje prilikom proizvodnje i distribucije. U regijama poput Like, koja je prepoznatljiva po svježim prehrambenim proizvodima bitno je stvoriti model koji ističe jedinstvene značajke takvih proizvoda.

Luetić (2013) navodi kako je nužno održivo upravljati opskrbnim lancem, te nadalje ističe kako su razvijeni brojni modeli održivog upravljanja opskrbnim lancem. Jedan takav održivi model sastoji se sljedeća tri elementa:

- ekonomske performanse (planiranje i upravljanje rizicima)
- socijalne performanse (postojanje etablirane organizacijske kulture )
- performanse koje dolaze iz okoline (svijest društva i zajednice o potrebama održivosti)

Slijedi slika na kojoj se grafički prikazuje utjecaj potonjih performansi na stvaranje adekvatnog održivog modela lanca opskrbe :

Slika 2 Elementi modela održivog upravljanja opskrbnim lancem



Izvor: Luetić, A. (2013.), *Poslovna inteligencija i upravljanje opskrbnim lancem*, doktorski rad, Ekonomski fakultet u Splitu, Split , str- 137.

Model koji je vidljiv iz slike 2 prema Luetić (2013) je izabran za prikaz budući da apostrofira element održivosti koji je prepoznat kao ključan prilikom formiranja adekvatnog modela lanca opskrbe za prodaju i distribuciju prehrambenih proizvoda. Navedeni model također apostrofira potrebu samih sudionika u lancu opskrbe da prepoznaju potrebe potrošača i vrijednosti koji su dominantne u njihovoj široj okolini. U suvremenim uvjetima društveno odgovornog poslovanja potrošači imaju sve veću potrebu da što više znaju o porijeklu i načinu proizvodnje hrane koju kupuju.

Prema Cătălina Türkeş, Stăncioiu, i Marinescu (2024) korištenjem višeslojnog pristupa, proizvođači hrane mogu učiniti svoje poslovanje učinkovitijim, izravno rješavajući probleme poput upravljanja zalihama i poboljšanja distribucije. Ovako prilagođeni model zadovoljava trenutne potrebe proizvođača, a pritom poboljšava otpornost izazove i rizike tržišta. Nadalje, otporni modeli lanca opskrbe pomažu u povećanju održivosti lokalnih prehrambenih sustava omogućujući



proizvođačima da brzo odgovore na promjenjive potrebe tržišta te adekvatno pariraju zahtjevima vezanima uz ekološke probleme.

Prema Cătălina Türkeş, Stăncioiu, i Marinescu (2024) stvaranje kratkih lanaca opskrbe može uvelike poboljšati sigurnost hrane uz smanjenje troškova prijevoza, što bi moglo biti korisno za male poljoprivrednike koji djeluju na ruralnim područjima kao što je Lika. Ista autorica navodi kako nedavne studije pokazuju da uvođenje relacijskih praksi u upravljanje lancem opskrbe dovodi do boljih rezultata, omogućujući proizvođačima hrane da se učinkovitije prilagode tijekom kriza.

Može se zaključiti kako spomenuti modeli omogućuju lokalnim proizvođačima način da povećaju operativnu učinkovitost, održe visoku kvalitetu proizvoda i ojačaju veze u zajednici, osiguravajući čvrstu mrežu opskrbe hranom, te pritom da zadovolje potrebe potrošača i podrže lokalno gospodarstvo. Time se također i odražavaju sva načela suvremenih politika regionalnog razvoja u ruralnim područjima kao što je Lika.

### **2.3. Definicija i različite vrste kratkog lanca opskrbe**

Kratki opskrbni lanci omogućavaju da hrana putuje manje od proizvođača do potrošača, stvarajući izravne veze između lokalnih poljoprivrednika i kupaca. Bliskost relacije smanjuje troškove prijevoza ali i emisije stakleničkih plinova, uz istovremeni naglasak na ponudu svježih prehrambenih proizvoda. Usredotočenost na lokalnu nabavu može rezultirati kvalitetnijim i ukusnijim proizvodima, zadovoljavajući potrebe potrošača za transparentnošću.

Prema Bokanec i Rugan u kontekstu ruralnog razvoja razvio se je termin endogeni ruralni razvoj koji označava inovativan pristup poljoprivredi koja se odvija na u ruralnim regijama. Endogeni ruralni razvoj ima u središtu svojih interesa lokalne dionike kao ključne aktere koji samostalno određuju svoj razvoj. U okviru takvog prijeko potrebnog razvoja uspostava kratkih lanaca opskrbe predstavlja soluciju koja malim lokalnim poljoprivrednicima nudi mogućnost da pruže otpor njima osobno najvećem izazovu na tržištu. Isti autori naglašavaju kako su dosadašnja istraživanja pokazala povoljan utjecaj kratkih lanaca opskrbe proizvođače, ali i na ruralne regije kao cjeline.

Gajdić (2019) smatra kako su kratki opskrbni lanci vjerodostojna strategija koja je potrebna malim poljoprivrednicima ne bi li, ne samo postali konkurentni već preživjeli u uvjetima suvremenog tržišta. Ista autorica smatra kako kratki opskrbni lanci poljoprivredno-prehrambenih proizvoda

stvaraju ekonomske, društvene i ekološke dobrobiti, te imaju pozitivan učinak na poljoprivrednike potrošače i širu lokalnu zajednicu.

U ruralnim regijama kao što je Lika, izgradnja kratkih lanaca opskrbe može pomoći lokalnim proizvođačima hrane da ostvare bolje poslovne rezultate, a samim time i veću dobit. Veća dobit, naravno izravno utječe na gospodarski rast. Kratki lanac opskrbe ne uključuje više od jednog

posrednika između poljoprivrednika i potrošača. Pod pojmom posrednik se misli na subjekt koji kupuje proizvod od poljoprivrednika u svrhu njegove dalje prodaje (Europa.eu, 2013). Čagalj i Rošin (2022) ističu kako ne postoji univerzalno prihvaćena definicija kratkog opskrbnog lanaca, ali ipak naglašavaju kako se za potrebe definiranja potonjeg u obzir prvenstveno uzima kriterij smanjenja broja posrednika te autentičnost i izvornost prehrambenog proizvoda koji se distribuira.

Postoje različite vrste kratkih lanaca opskrbe, osmišljenih za različite lokalne potrebe i zahtjeve tržišta. Jedan od uobičajenih modela je metoda izravne potrošnje, gdje proizvođači prodaju artikle na poljoprivrednim tržnicama, ili putem internetskih stranica. Druga metoda; zadrugi lanci opskrbe uključuje nekoliko proizvođača koji kombiniraju svoje proizvode kako bi dosegli šira tržišta, povećavajući tako uspostaviti dominantniji položaj u procesima pregovaranja s trgovcima.

Također sklapanje partnerstva s lokalnim restoranima ili prehrambenim zadrugama stvara mrežu pouzdanih kupaca, a istovremeno se naglašava i sezonska i lokalna ponuda. Diverzifikacijom metoda opskrbnog lanca, proizvođači hrane u Lici imaju priliku da izgrade snažnu mrežu koja zadovoljava potrebe i preferencije potrošača, a da istovremeno održava integritet regionalnih proizvođača.

Prednosti kratkih opskrbnih lanaca očituje se i u podizanju svijesti potrošača o održivosti hrane i učincima na okoliš. Prema Bugress (2024) nedavne studije su pokazale kako potrošači preferiraju hranu iz kratkog opskrbnog lanca zbog percipiranih prednosti povezanih s kvalitetom, sigurnošću i brigom o okolišu. U ruralnim regijama kao što je Lika, formiranje kratkih opskrbnih lanaca ne samo da može ojačati konkurentske pozicije lokalnih poljoprivrednika, već i podržati održivi prehrambeni sustav. Fokusirajući se na lokalnu nabavu, domaći proizvođači hrane mogli bi bolje odgovoriti na tržišne izazove ali i sve raznovrsnije i istančanije potrebe potrošača.

### **3. ULOGA LANACA OPSKRBE U POSLOVANJU PROIZVOĐAČA HRANE**

Učinkovitost kratkih lanaca opskrbe važna je za proizvođače hrane, posebno na tržišnim nišama na kojima potrošači žele veću transparentnost i održivost. Povećana potražnja za kontinuiranošću znači da su proizvođačima potrebne snažne mreže opskrbnog lanca koje mogu zadovoljiti specifične potrebe kupaca za informacijama. Bugess (2024) navodi kao postoje studije koje pokazuju da stručnjaci daju prednost informacijama o kvaliteti i sigurnosti proizvoda, naglašavajući potrebu za transparentnošću u lancima opskrbe.

Kratki lanci opskrbe omogućuju proizvođačima da izgrade bliske odnose s lokalnim poljoprivrednicima, što im pomaže da paze na kvalitetu proizvoda od farme do potrošača. Ova veza ne samo da jača lojalnost brendu, već i pomaže potrošačima da donose informirane odluke, jačajući važnost lokalnih prehrambenih sustava. Upotrebom održivih praksi u lancima opskrbe može se poboljšati otpornost i održivost proizvođača hrane.

Kada proizvođači koriste kratke lance opskrbe, manje se oslanjaju na prijevoz na velike udaljenosti čime se smanjuje ugljični otisak. Na taj način ne samo da se poboljšava operativna učinkovitost već posluje u skladu s normama društveno odgovornog poslovanja koje naglašava ekološku prihvatljivost i neškodljivost. Sama struktura opskrbnih lanaca ključna je u određivanju dostupnosti proizvoda i djelovanja potrošača u prehrambenoj industriji. Kratki lanci opskrbe omogućuju brži odgovor na zahtjeve tržišta, omogućujući proizvođačima hrane da u stvarnom vremenu prilagode svoje proizvode preferencijama i trendovima potrošača.

Takva prilagodljivost prema Burgess, Sunmola i Wertheim-Heck (2024) je ključna na tržištu na kojem se preferencije potrošača mogu brzo promijeniti. Usredotočujući se na lokalne izvore, proizvođači mogu osigurati svježinu, a istovremeno izgraditi dobru volju i lojalnost brendu među lokalnim kupcima. Isti autor navodi kako istraživanja o održivim lancima opskrbe pokazuju da je zabrinutost oko podrijetla proizvoda i nutritivnog sadržaja sve važnija. Proizvođači koji iskoriste ove prednosti lanca opskrbe mogu uspješno izdvojiti svoje proizvode na prepunom tržištu, što poboljšava njihovu konkurentsku poziciju.

#### **3.1. Prednosti kratkih opskrbnih lanaca**

Jedna od glavnih prednosti kratkih opskrbnih lanaca je koliko brzo mogu odgovoriti na ono što potrošači žele. Kraći kanali opskrbe olakšavaju brzu prilagodbu tim promjenama. Proizvođači

moгу izravno razgovarati s potrošačima, učiti o njihovim preferencijama i dobiti povratne informacije na licu mjesta. Takav izravan kontakt skraćuje vrijeme potrebno za zadovoljavanje zahtjeva tržišta, pomažući proizvođačima hrane da brzo promijene svoje proizvode. Osim toga, bliskost između potrošača i proizvođača može značiti svježije proizvode za potrošače, što poboljšava kvalitetu i sigurnost, izuzetno važne u održivim lancima opskrbe hranom (Burgess, Sunmola i Wertheim-Heck, 2024.).

Ovakva bliskost između proizvođača i potrošača gradi lojalnost, što je važno za lokalne proizvođače hrane koji teže snažno prisutnosti na tržištu. Još jedna ključna korist je ekonomska održivost koju pružaju kratki lanci opskrbe. Lokalni proizvođači mogu uštedjeti na troškovima prijevoza, smanjiti otpad i smanjiti svoj ugljični otisak. To je posebno korisno na području Like, gdje mali poljoprivrednici često imaju ograničene resurse. Izravnom prodajom potrošačima, proizvođači mogu povećati svoju financijsku stabilnost i istovremeno pomoći lokalnim gospodarstvima.

U vremenu ispunjenom nepredvidivim događajima i izazovima, održavanje lokalnog lanca opskrbe ne samo da pomaže ekonomskoj održivosti poljoprivrednika, već i jača cijelu zajednicu poticanjem lokalne kupnje i proizvodnje. Kratki lanci opskrbe također jačaju društvene veze unutar zajednica povezivanjem proizvođača i potrošača. Ova povećana transparentnost gradi povjerenje jer se potrošači mogu izravno povezati s tim odakle dolazi njihova hrana. Na području Like to bi moglo podići svijest o održivim praksama i lokalnoj poljoprivredi.

Prema Burgess (2024) najnovija istraživanja pokazuju da je potrošačima stalo do toga odakle dolaze njihovi proizvodi, te kako održiva proizvodnja uvelike utječe na njihovu konačnu odluku o kupnji. Kako odnosi između proizvođača i potrošača postaju jači, zajednica se može ujediniti kako bi poduzela akcije koje pomažu lokalnoj poljoprivredi, što dovodi do većeg društvenog jedinstva i predanosti održivim praksama.

### **3.2. Izazovi s kojima se suočavaju lokalni proizvođači**

Lokalna proizvodnja hrane suočava se s brojnim problemima koji koče male poljoprivrednike, posebno na području Like. Veliki izazov su visoki početni troškovi korištenja održivih poljoprivrednih praksi. Mnogi se poljoprivrednici bore s ograničenim izvorima financiranja, što ih sprječava da ulažu u ekološki prihvatljive tehnologije ili nove metode uzgoja koje bi im mogle

pomoći da zarade više novca. Također, vrijeme potrebno za povrat ovih ulaganja može biti vrlo dugo, zbog čega poljoprivrednici oklijevaju s promjenama. ( Balcom, Abebe, Yiridoe i Hartt , 2023).

Nejednaka pravila tržišnog natjecanja otežavaju pristup malih proizvođača većim tržištima, sprječavajući ih da prodaju proizvode izvan svojih lokalnih područja. Ovi problemi ne samo da smanjuju šanse za prodaju, već i izoliraju poljoprivrednike, što im otežava natjecanje s konkurencijom. Prema Naresh i sur. (2018) to je ključan problem na globalnoj razini, na kojoj dugi lanci opskrbe mogu stvoriti nestabilnost i nesigurnost. Posljedično lokalnim proizvođačima može biti teško nositi se s takvim problemima, što naravno utječe na njihovu mogućnost da stvaraju snažne i održive prehrambene mreža koje bi mogle podržati lokalna gospodarstva i poboljšati sigurnost hrane.

Prema Naresh i sur. (2018) dostupnost radne snage još je jedan veliki izazov za lokalne poljoprivrednike, jer mnogim poljoprivrednim sektorima nedostaje kvalificiranih radnika. Isti autor navodi kako je potonji problem uzrokovan činjenicom da su prisutne nepovoljne demografske promjene i sve više ljudi seli u gradove i urbane sredine. To su faktori koji otežavaju pronalaženje dovoljnog broja pojedinaca koji su voljni raditi u poljoprivredi, koja se često smatra neprivlačnim zanimanjem.

Rješavanje ovih različitih izazova ključno je ne samo za uspjeh lokalnih poljoprivrednika, već naglašava potrebu za poticajnim politikama regionalnog razvoja koje će učinkovitim mjerama i instrumentima potaknuti porast zapošljavanja u sektoru poljoprivrede, te potaknuti lokalno stanovništvo da se ne raseljava u inozemstvo u potrazi za poslom, već da se okuša na radnim mjestima u poljoprivrednome sektoru.

### **3.3. Uloga malih poljoprivrednika u lokalnom gospodarstvu**

Mali zemljoposjednici važni su za poboljšanje lokalnog gospodarstva. Oni pružaju osnovu za održivu poljoprivredu i snagu zajednice. Radeći s ograničenim zemljištem i resursima, ovi poljoprivrednici povećavaju lokalnu sigurnost hrane uzgojem raznih usjeva i uzgojem stoke. Izravnim povezivanjem s lokalnim tržištima kroz kratke lance opskrbe, osiguravaju zajednici pristup svježoj hrani i zadržavaju veću ekonomsku dobit unutar područja.

Toska, Etleva i Sipri, (2023) u svome radu navode primjer *Nucleus Albania*, projekt koji je usmjeren na pozitivan utjecaj na poljoprivredu, poboljšanje kvalitete proizvoda i diversifikaciju gospodarstva putem metode minimiziranja oslanjanja na posrednike. Isti autori navode kako usmjereni pomoć malim i srednjim poduzećima pozitivno utječe na poljoprivredu, poboljšanje kvalitete proizvoda i diversifikaciju gospodarstva. Nadalje, mali zemljoposjednici služe kao čuvari tradicionalnog poljoprivrednog znanja. Ovo nasljeđe ključno je za izgradnju održivih poljoprivrednih sustava koji mogu izdržati klimatske promjene i gospodarske izazove.

Prema Toska i sur. (2023) favoriziraju se agroekološke prakse koje pomažu u održavanju lokalne biološke raznolikosti i doprinose ekološkoj stabilnosti. Osnivanjem platforma koje promiču suradnju od strane tijela javne vlasti, pomoglo bi se u razmjeni znanja među poljoprivrednicima, jačanju inovacija i produktivnosti u poljoprivredi. Takve bi platforme omogućile malim poljoprivrednicima da pohađaju radionice i poboljšaju svoje vještine.

Naime, mali zemljoposjednici ključni su za identitet i jedinstvo zajednice, jer njihova poljoprivreda podržava društvene veze. Pridruživanjem lokalnim lancima opskrbe, mali poljoprivrednici produbljuju svoje veze s članovima zajednice i potiču timski rad na rješavanju izazova kao što su pristup tržištu i promjena zahtjeva potrošača. U tom svjetlu, mali zemljoposjednici nisu samo proizvođači hrane, već i vitalni pokretači socioekonomskog napretka u svojim regijama.

### **3.4. Utjecaj kratkih lanaca opskrbe na okoliš**

Tradicionalni lanci opskrbe mogu jako naštetiti okolišu zbog prijevoza na velike udaljenosti i metoda koje zahtijevaju velike resurse. S druge strane, kratki lanci opskrbe smatraju se zelenom opcijom, koja će vjerojatno smanjiti ugljični otisak. Na području Like proizvođači hrane koji izravno posluju s potrošačima dovode do održivijeg načina potrošnje i čine metode proizvodnje odgovornijima. Stoga podizanje svijesti potrošača o zelenim prednostima lokalne hrane može potaknuti pomak prema boljim praksama i omogućiti proizvođačima da usvoje ekološki prihvatljive metode.

Stanciu, Popescu A i Rasvan (2022) navode u svome radu kako je snaga kratkih lanaca opskrbe ključna je u smanjenju loših učinaka problema u globalnom lancu opskrbe, posebno u krizama poput pandemije COVID-19. Isti autori navode primjer istraživanja iz okruga Sibiu u Rumunjskoj prema kojemu su u teškim vremenima potrošači spremniji kupovati lokalnu hranu. Lokalni

prehrambeni sustavi koji se temelje na kratkim opskrbnim lancima mogu brzo reagirati na promjene na tržištu i potrebe zajednice. Stvaranjem veza između potrošača i lokalnih proizvođača, kratki opskrbni lanci ne samo da povećavaju sigurnost hrane, već i potiču odgovorne poljoprivredne prakse koje se usredotočuju na zdravlje tla i biološku raznolikost.

Donošenje politika koje favoriziraju kratke opskrbne lance može dramatično smanjiti ukupni utjecaj na okoliš fokusirajući se na lokalne izvore i metode proizvodnje. Promicanjem održivih praksi kroz djelovanje lokalnih vlasti, proizvođači hrane na području Like mogu se bolje suočiti s izazovima klimatskih promjena i promjena na globalnom tržištu. Stoga naglašavanje koristi za okoliš i potrebe za političkom podrškom nudi čvrst okvir za razumijevanje vitalne uloge kratkih opskrbnih lanaca održivog prehrambenog sustava koji pomaže i proizvođačima i potrošačima.

## **4. UTJECAJ KRATKIH LANACA OPSKRBE NA PROIZVOĐAČE HRANE IZ REPUBLIKE HRVATSKE**

Prelazak na kratke lance opskrbe značajno je utjecao na proizvođače hrane u Hrvatskoj. Stvaranjem bližih veza između proizvođača i kupaca, kratki lanci opskrbe olakšali su lokalnim poljoprivrednicima pristup tržištima. Blizina smanjuje troškove prijevoza i smanjuje ugljični otisak povezan s distribucijom hrane, što je ključno zbog pitanja održivosti. Proizvođači su zabilježili porast prodaje i lojalnosti potrošača zbog ovih izravnih odnosa.

Također se promiče uzgoj raznolikijih i sezonskih usjeva, usklađujući potražnju potrošača za svježom i lokalnom hranom, čime se povećava poljoprivredna raznolikost i kvaliteta hrane bez štete za okoliš. Prema Haliti Baruti (2021) pandemija COVID-19 otkrila je slabosti dugih lanaca opskrbe i naglasila snagu koju nudi lokalna proizvodnja. Ista autorica navodi kako su tijekom pandemijskih poremećaja uzrokovanih globalnim problemima u opskrbi, lokalni proizvođači uspjeli bolje prilagoditi distribuciju proizvoda kroz kratke lance opskrbe.

Njihova sposobnost brze prilagodbe lokalnoj potražnji ne samo da je smanjila gubitke, već je i pomogla u održavanju ekonomske stabilnosti u zajednici. Kratki lanci opskrbe osigurali su fleksibilan sustav odgovora koji podržava sigurnost hrane i održava lokalna gospodarstva u teškim vremenima. Ta je prilagodljivost ključna za oporavak i buduću snagu poljoprivrednih praksi u ruralnim područjima.

Lenz i sur. (2022) smatraju kako je poboljšanje pravnih okvira kojima se podupiru kratki lanci opskrbe ključno i nužno za njihov dugoročni uspjeh. Politike koje podupiru lokalne poljoprivrednike i potiču održive metode dovode do većih ulaganja u poljoprivrednu infrastrukturu i stvaraju poticajnije okruženje za male proizvođače. Promicanjem ekološke poljoprivrede i lokalnog tržišta može uvelike poboljšati gospodarstvo ruralnih područja prema Lenz i sur.,(2022).

### **4.1. Prikaz trenutnog stanja opskrbnih lanaca na području Republike Hrvatske**

Područje kratkih lanaca opskrbe u Hrvatskoj uvelike se promijenilo zbog ekonomskih i socijalnih razloga. Sve više ljudi pokazuje interes za kupnju lokalne hrane, što je navelo male poljoprivrednike i proizvođače da se usredotoče na izravnu prodaju potrošačima, preskačući veće distribucijske sustave. Ova promjena pomaže lokalnom gospodarstvu i poboljšava sigurnost hrane podržavajući samodostatnost u regiji.



Marketinški naponi da se istaknu autohtoni proizvodi bili su ključni u izgradnji identiteta robne marke za lokalne proizvođače, potičući potrošače da se dublje povežu sa svojom tradicionalnom hranom. Unatoč pozitivnom trendu kratkih lanaca opskrbe, nekoliko prepreka i dalje otežava njihovu široku primjenu u cijeloj Hrvatskoj prema Slavuj Borčić (2020.):

- neadekvatna infrastruktura za učinkovitu logistiku
- neadekvatna infrastruktura za učinkovitu distribuciju
- glomazna birokracija (otežano izdavanje dozvola)

Mnogi poljoprivrednici ne shvaćaju prednosti izravne prodaje, što dovodi do propuštenih tržišnih prilika. Štoviše, maloprodajno okruženje često favorizira veće tvrtke, što manjim proizvođačima otežava natjecanje. S obzirom na to da digitalne platforme postaju ključne za povezivanje proizvođača i potrošača, postoji velika potreba za obukom i resursima kako bi se lokalnim poljoprivrednicima pomoglo da razviju vještine za ta nova tržišta (Santini i sur., 2013).

Rješenje predmetnog problema očituje se u formiranju kratkih opskrbnih lanaca s ciljem podrške održivosti lokalne poljoprivrede diljem čitave Republike Hrvatske koja obiluje ruralnim područjima. Budući da su usredotočeni na lokalnu proizvodnju i potrošnju, kratki opskrbni lanci u jednu ruku imaju motivacijski učinak na lokalne poljoprivrednike da koriste ekološki prihvatljive metode. Naime, kako potrošači postaju svjesniji da njihov izbor hrane utječe na okoliš u kojemu žive, raste potražnja za proizvodima koji su proizvedeni na prihvatljiv i neškodljiv način.

Prema Santini i sur. (2013) uključivanje održivih praksi u lance opskrbe može pomoći u pokretanju podizanja svijesti o brizi za okoliš kako među potrošačima tako među proizvođačima. U konačnici, promicanje kratkih lanaca opskrbe u Hrvatskoj ističe se kao učinkovit pristup poboljšanju sigurnosti opskrbe hranom, poticanju lokalnih gospodarstava i promicanju održivih poljoprivrednih praksi koje dugoročno koriste i proizvođačima i potrošačima.

Republika Hrvatska, smještena u srednjoj Europi i na Mediteranu, obiluje raznolikim gastronomskim regijama koje nude autohtona jela i pića. Očuvanje nacionalnog gastronomskog identiteta ključno je, a zaštita autohtonih proizvoda kroz Europsku uniju predstavlja važan korak u tom smjeru. Ova zaštita pomaže u očuvanju tradicije i specifičnosti hrvatske kuhinje, što je od esencijalnog značaja za razvoj lokalne gastronomije (Vlada.gov.hr, 2019).

Kao bitni elementi postizanja tržišne konkurentnosti mogu se izolirati: smanjenje troškova proizvodnje, proširenje aktualnog asortimana te oštiji marketing. Od presudne je važnosti da proizvođači prepoznaju svoje kvalitete i specifičnosti kako bi se istaknuli na tržištu te uz pomoć ranije navedenih elemenata dostigli toliko potrebnu jaču konkurentnost na tržištu (Vlada.gov.hr., 2019).

Sukladno službenom akcijskom planu promoviranja i jačanja kratkih lanaca u opskrbi hranom ustanova iz javnog sektora za razdoblje 2019. i 2020. godine Vlade Republike Hrvatske organizacija manifestacija poput lokalnih sajмова i gastronomskih manifestacija omogućava povezivanje proizvođača i potrošača, skraćujući put na taj način takozvani put "od polja do stola". Takva vrsta manifestacija ne samo da služi promoviraju autohtonih proizvoda, već i jača notu prepoznatljivosti hrvatske gastronomije na svjetskom tržištu.

#### **4.2. Prikaz opskrbnih lanaca na području Like**

Prema Slavuj Borčić (2020) tek u posljednjem desetljeću dvadeset i prvog stoljeća dolazi do razvoja alternativnih mreža distribucije hrane u Republici Hrvatskoj. Navedena tendencija rezultirala je utjecajem sličnih inicijativa u susjednim europskim zemljama koje su usmjerene na izravno povezivanje potrošača s proizvođačima ekološke hrane ne bi li se zaobišli prekupci te ultimativno formirali kratki opskrbni lanci.

Specifičan geografski položaj Like i zastarjela infrastruktura utječu na način na koji se poljoprivredni proizvodi proizvode, prerađuju i prodaju. Lokalni proizvođači koji teško dolaze do većih tržišta postaju u neku ruku ovisni o kratkim lancima opskrbe budući da potonji omogućavaju proizvođačima da se povežu s potrošačima i izgrade snažne veze s lokalnim poljoprivrednim gospodarstvima.

Fokus na kratke lance opskrbe u Lici uvelike podupire održivost lokalnih prehrambenih sustava. Osim toga, podrška lokalnoj poljoprivredi pomaže u održavanju tradicionalnih metoda i promiče biološku raznolikost, što je od vitalnog značaja za ekološko zdravlje područja. Kratki lanci opskrbe omogućuju proizvođačima bolju kontrolu nad svojim proizvodima, osiguravajući kvalitetu i svježinu, što privlači potrošače zabrinute za okoliš.

Prilikom izrade završnog rada nametnula se je poražavajuća činjenica kako postoji ograničen broj istraživanja koji se bave učincima kratkih opskrbnih lanaca, te niti jedno službeno istraživanje koje

bi proučavale učinke kratkih opskrbnih lanaca na području ličke regije. U nedostatku službenih podataka provedeno je anketno istraživanje od strane autorice završnog rada čija detaljna analiza slijedi u slijedećem poglavlju.

## 5. ISTRAŽIVANJE VAŽNOSTI KRATKIH OPSKRBNIH LANACA ZA PROIZVOĐAČE HRANE

Za potrebe istraživanja teme predmetnog završnog rada provedeno je anketno istraživanje na društvenim mrežama. Anketni upitnik u obliku *Google* obrasca distribuiran je na društvenim mrežama u razdoblju od 1. rujna 2024. godine do 20. rujna 2024. godine, te je sadržavao ukupno 11 pitanja postavljenih na način da se dobije uvid u važnost kratkih opskrbnih lanaca za proizvođače hrane s područja Like. U anketnome istraživanju je sudjelovalo ukupno 29 ispitanika, sve redom vlasnici poljoprivrednih gospodarstava, pretežito s područja Like. Preciznije, ukupno 24 ispitanika/vlasnika poljoprivrednih gospodarstva s područja Like.

Anketni upitnik koncipiran je tako da nudi jasne i nedvosmislene odgovore na postavljena pitanja. Prije pristupanja anketnome istraživanju svi ispitanici su upozoreni kako je riječ anonimnome upitniku, kako su ispoštovana sva pravila Opće uredbe o zaštiti podataka, te kako će svi rezultati zadobiveni putem anketnog istraživanja biti iskorišteni isključivo u akademske svrhe. Kao ograničenja provedenog anketnog istraživanja moraju se spomenuti kratak vremenski okvir koji je rezultirao relativnom malim brojem uzoraka od ukupno 29 ispitanika.

### 5.1. Uzorak istraživanja

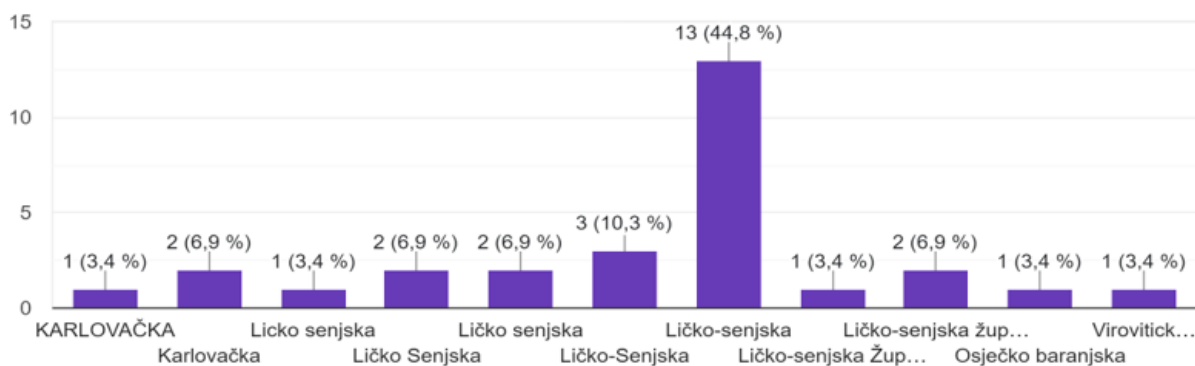
U vremenskome okviru od dvadeset dana, preciznije od 1. rujna 2024. godine do 20. rujna 2024. godine prikupljen je uzorak od 29 ispitanika. Ono što čini ovo anketno istraživanje specifičnim jest činjenica kako istom nije mogla pristupiti bilo koja fizička osoba u svojstvu ispitanika, već su to morali biti vlasnici poljoprivrednih gospodarstva. U konkretnome anketnom istraživanju kako bi se zaista mogao utvrditi opseg i domašaj važnosti kratkih opskrbnih lanaca za proizvođače hrane na području Like to je bila *conditio sine qua non*.

Imajući na umu tu činjenicu može se reći kako je anketno istraživanje provedeno na usko ciljanoj skupini koja je morala kumulativno zadovoljiti dva uvjeta; ispitanici moraju imati u vlasništvu poljoprivredno gospodarstvo, te se primarno baviti uzgojem i prodajom hrane. Treći uvjet za pristupanje anketi koji se odnosi na činjenicu kako bi ispitanici trebali djelovati na ličkome području nije bio isključiv budući da su anketi pristupili i poljoprivrednici iz Virovitičko podravske županije, Osječko baranjske županije i Karlovačke županije.

Obzirom kako je dominantna većina, preciznije 24 od ukupno 29 ispitanika (82,75% ispitanika) skupina poljoprivrednika vlasnika gospodarstava na ličkome području, može se reći kako je glavni kriterij koji se odnosi na lokaciju same Like ispunjen, te kako rezultati provedenog anketnog istraživanja u potpunosti odražavaju opseg i domašaj važnosti kratkih opskrbnih lanaca za proizvođače hrane s ličkog područja.

Iz grafičkog prikaza 1 vidljivo je kako su u anketi sudjelovala 3 ispitanika (10, 34%) čije poljoprivredno (10,34%) se nalazi u Karlovačkoj županiji, 24 ispitanika (82,75%) čije se poljoprivredno gospodarstvo nalazi u Ličko senjskoj županiji, samo jedan ispitanik (3,44%) čije se poljoprivredno gospodarstvo nalazi u Osječko baranjskoj županiji, te također samo 1 ispitanik (3,44%) čije se poljoprivredno gospodarstvo nalazi u virovitičko podravskoj županiji.

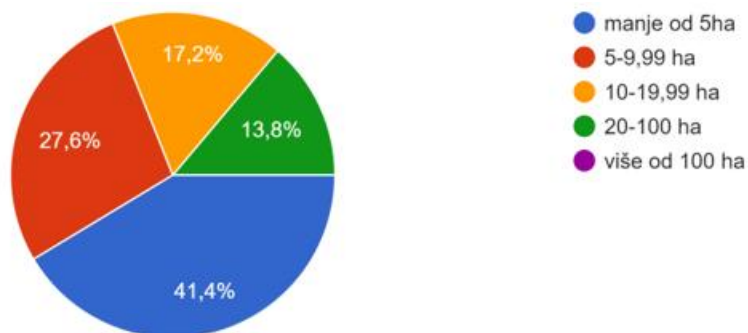
Grafički prikaz 1 Udio sudionika istraživanja prema županijama



Izvor: izrada autora završnog rada

Iz grafičkog prikaza broj 2 može se zaključiti kako je u anketi sudjelovalo najviše ispitanika (41,1%) čije je gospodarstvo veličine manje od 5 hektara, 27,6% ispitanika koji su sudjelovali u anketnom istraživanju posjeduju poljoprivredno gospodarstvo od koje se proteže na veličini od 10 do 19,99 hektara. Svega 17,2% ispitanika koji su sudjelovali u anketnom istraživanju posjeduju poljoprivredno gospodarstvo čija se veličina proteže od 10 do 19,99 hektara. Konačno najmanji udio ispitanika koji su sudjelovali u anketnom istraživanju (13,8%) posjeduju poljoprivredno gospodarstvo koje se proteže veličinom od 20 do 100 hektara.

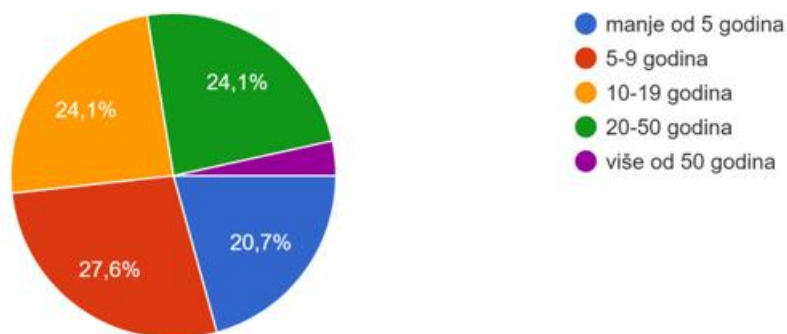
## Grafički prikaz 2 Veličina poljoprivrednih gospodarstva ispitanika



Izvor: izrada autora završnog rada

Kako je vidljivo u grafičkome prikazu 3; u anketnom istraživanju sudjelovalo je najviše ispitanika (27,6%) koji se u posjedu svojeg poljoprivrednog gospodarstva nalaze od 5 do 9 godina. 24,1% ispitanika koji su sudjelovali u anketnom istraživanju nalaze se u vlasništvu svojeg poljoprivrednog gospodarstva od 10 do 19 godina. Identičan omjer ispitanika (24,1%) koji su sudjelovali u anketnom istraživanju nalazi se u vlasništvu svojeg poljoprivrednog gospodarstva od 20 do 50 godina. 20,7% ispitanika koji su sudjelovali u anketnom istraživanju u vlasništvu svojeg poljoprivrednog gospodarstva nalazi se manje od 5 godina, dok se najmanji udio ispitanika (3,5%) nalazi u vlasništvu poljoprivrednog gospodarstva više od 50 godina.

## Grafički prikaz 3 Godine postojanja poljoprivrednih gospodarstava ispitanika

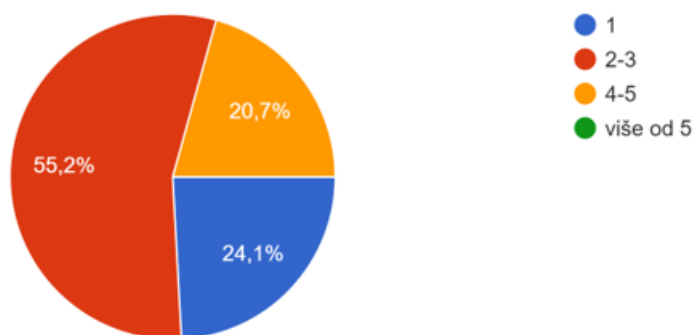


Izvor: izrada autora završnog rada

Iz grafičkog prikaza 4 vidljivo je kako ispitanici koji su sudjelovali u anketnom istraživanju najviše (55,2%) zapošljavaju 2 do 3 djelatnika uključujući sebe na svojem poljoprivrednom gospodarstvu.

Ukupno 24,1% ispitanika anketnog istraživanja ima samo jednog zaposlenog (dakle samog sebe), 20,7% ispitanika ima 4 do 5 zaposlenih na svojem poljoprivrednom gospodarstvu, dok niti jedan ispitanik nema više od 5 zaposlenika.

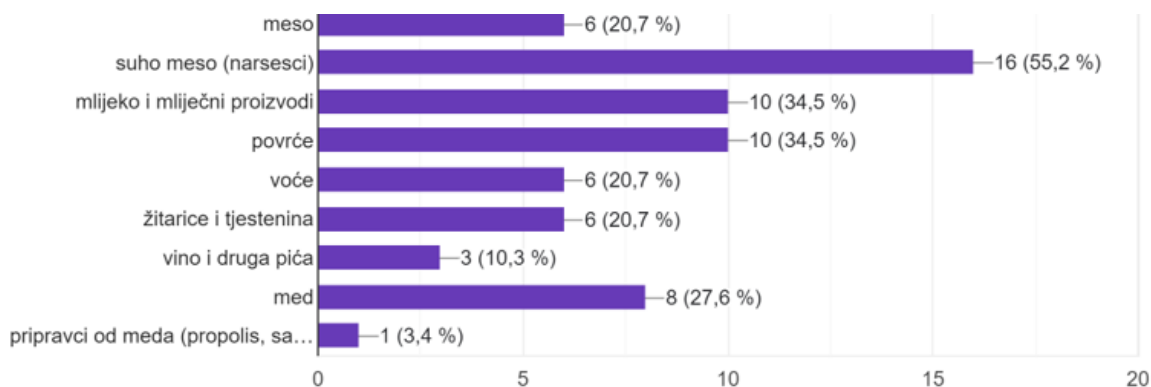
Grafički prikaz 4 Udio zaposlenika na gospodarstvima ispitanika



Izvor: izrada autora završnog rada

Sukladno grafičkom prikazu 5 ispitanici koji su sudjelovali u anketnom istraživanju u najvećem udjelu (55,2%) bave se prodajom mesa, također 55,2% bavi se prodajom suhomesnatih proizvoda, 34,5% ispitanika bavi se prodajom mlijeka i mliječnih proizvoda, identičnih 34,5% ispitanika bavi se prodajom povrća, 20,7% bavi se prodajom voća, također 20,7% ispitanika bavi se prodajom žitarica i tjestenine, 10,3% ispitanika prodaje vino i druga pića, 27,6% ispitanika prodaje med te 3,4% ispitanika prodaje pripravke od meda.

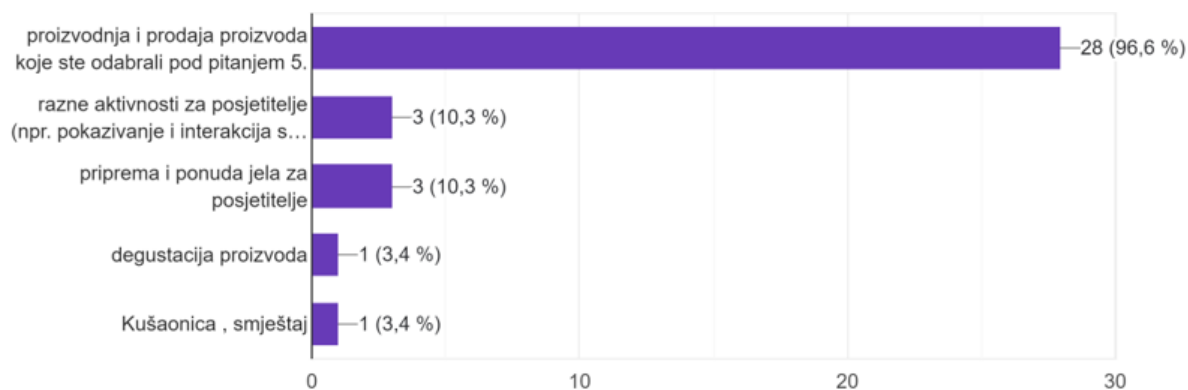
### Grafički prikaz 5 Pojedinačni proizvodi koje ispitanici prodaju



Izvor: izrada autora završnog rada

Sukladno grafičkome prikazu 6 ispitanici koji su sudjelovali u anketnom istraživanju najviše (96,6% ispitanika) se bave prodajom prehrambenih proizvoda je, 10,3 % ispitanika se bavi raznim aktivnostima za posjetitelje poput pokazivanja domaćih životinja na imanju te organizacijom mogućnosti bliskog obilaska životinja, 10,3% ispitanika se bavi pripremom i ponudom jela za posjetitelje na svojem poljoprivrednom gospodarstvu, 3,4% ispitanika se bavi degustacijom proizvoda, dok se preostalih 3,4% bavi pružanjem usluga smještaja.

### Grafički prikaz 6 Udio u aktivnostima koje se nude na gospodarstvima ispitanika



Izvor: izrada autora završnog rada

Uzorak anketnog istraživanja je dakle skupina vlasnika poljoprivrednih gospodarstava pretežito veličine od 5 hektara sa područja Ličko senjske županije koji upošljavaju maksimalno dva do tri djelatnika (uključujući sebe). Većina ih se nalazi u vlasništvu poljoprivrednog gospodarstva oko 5



godina, te na istome pretežno nude svježe meso i suhomesnate proizvode uz mogućnost raznih aktivnosti i turistički smještaj.

## 5.2. Instrument istraživanja

Za potrebe provođenja predmetnog anketnog istraživanja kao instrument je odabran anketni upitnik koji je uobičen u obrazac pomoću *Google forms*. Odabran je *Google forms* iz razloga što omogućava jednostavno kreiranje pitanja za potrebe provođenja anketnog istraživanja, te nudi mogućnost uobličavanja zadobivenih odgovora u postotke kao rezultate ankete, uz pripadajuće grafičke prikaze.

Anketni upitnik je distribuiran elektroničkim putem, preko elektroničke pošte i putem društvenih mreža. Upitnik je postavljen na društvene mreže, s ciljem dobivanja što većeg broja uzoraka. Još jedna od prednosti koje *Google forms* pruža očituje se upravo u jednostavnom dijeljenju anketnog obrazca elektroničkim putem. Plasiranjem anketnog upitnika na društvene mreže uz opis svrhe istraživanja omogućilo je pristup ciljanim skupinama.

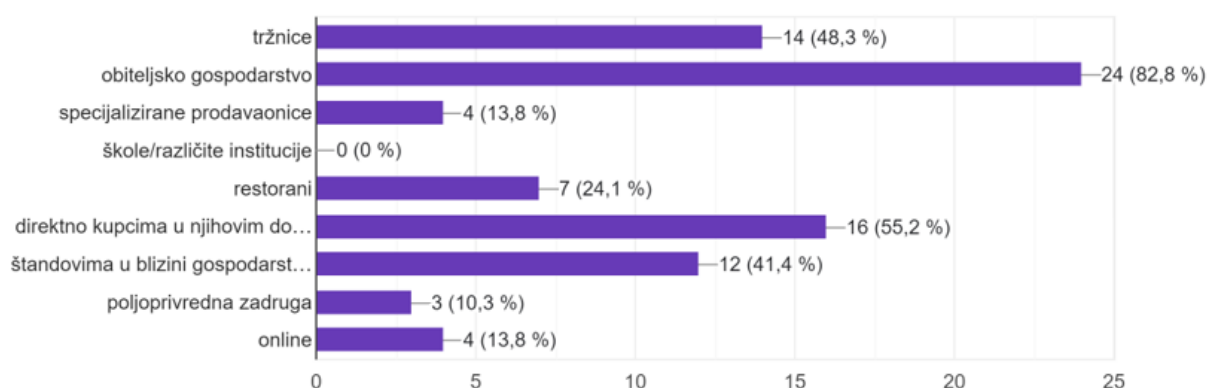
U anketnome upitniku samo jedno pitanje je bilo opisno te je bilo zatvorenog tipa budući da je postojao samo jedan točan odgovor. Preostala pitanja su također bila zatvorenog tipa budući da iako je postojala mogućnost višestrukog odabira su zahtijevala identifikaciju točno određenih elemenata. Posljednje pitanje je uključivalo Likertovu ljestvicu budući da su ispitanici u istome izražavali svoj stupanj slaganja ili neslaganja s ponuđenim tvrdnjama.

## 5.3. Rezultati istraživanja

S obzirom na to da su kanali prodaje prehrambenih proizvoda identificirani kao bitan element kratkog opskrbnog lanca u anketnom istraživanju ispitanici su zamoljeni da navedu udio u pojedinim kanalima prodaje, Sukladno grafičkome prikazu 7 dominantno najveći udio prodaje (82,8%) prehrambenih proizvoda vlasnici poljoprivrednih gospodarstava, ostvaruju izravno na samim gospodarstvima, zatim 55,2% udjela u prodaji poljoprivrednici ostvaruju izravno u domovima kupaca. 48,3% udjela poljoprivrednici ostvaruju od prodaje na tržnicama, 41,4% od prodaje na štandovima, 24,1% od prodaje u restoranima, 13,8% od prodaje u specijaliziranim prodavaonicama, te 13,8% *online*, te najmanje udjela (10,3% ) u poljoprivrednim zadrugama.

Takvi rezultati u skladu s nalazima iz teorijskog djela istraživanja u kojemu se tvrdi kako je jedna od temeljnih značajki kratkih opskrbnih lanaca prehrambenih proizvoda transparentnost nabave. Krajnji kupci svoje prehrambene proizvode u sklopu kraćeg opskrbnog lanca nabavljaju direktno od proizvođača, a proizvođači hrane svoje proizvode nude direktno u domovima kupaca te nastoje sklopiti partnerstva s lokalnim restoranima kako bi se naglasila lokalna nabava, autohtona hrana te dostupnost sezonskih proizvoda. Čitav smisao kratkog opskrbnog lanca prehrambenih proizvoda jest da se zaobiđu posrednici.

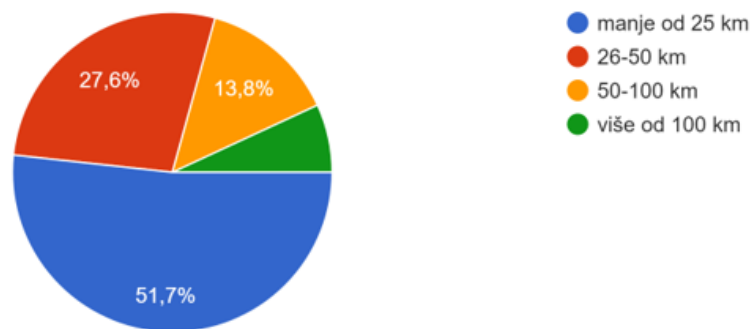
Grafički prikaz 7 Udio prema kanalima prodaje



Izvor: izrada autora završnog rada

U skladu s grafičkim prikazom 8 ispitanici u najvećem omjeru (51,7%) prelaze udaljenost manju od 25 kilometara. 27,6% ispitanika prelazi put od 26 do 50 kilometara ne bi li prodali svoje proizvode, 13,8% ispitanika putuje od 50 do 100 km, dok preostali dio ispitanika (6,9%) putuje više od 100 km zbog prodaje svojih proizvoda. Navedeni rezultati u skladu s nalazima iz teorijskog dijela rada u kojemu se navodi kako kratki opskrbni lanci funkcioniraju na način da se što više smanji udaljenost rute prehrambenih proizvoda od proizvođača do krajnjeg kupca.

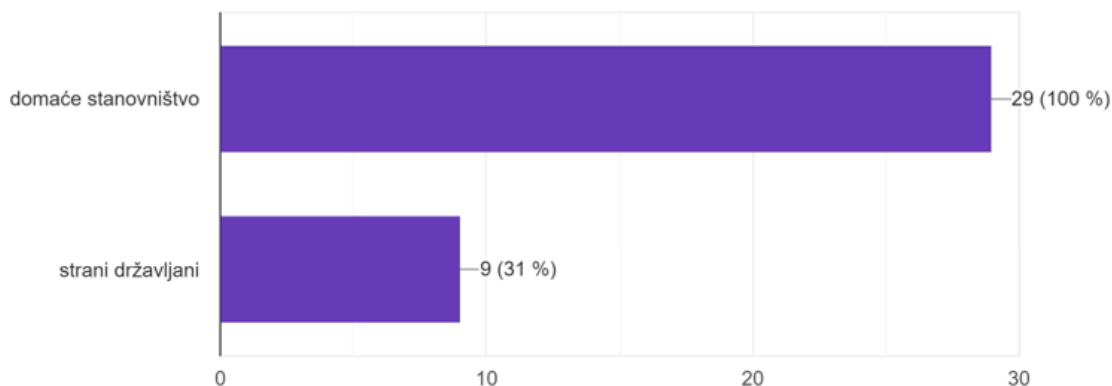
Grafički prikaz 8 Daljina koju ispitanici prelaze radi prodaje svojih proizvoda



Izvor: izrada autora završnog rada

Prema grafičkome prikazu 9 vidljivo je kako su posjetitelji poljoprivrednih gospodarstava u velikoj većini domaći državljani, dok su u značajno manjem omjeru posjetitelji strani državljani. Razvoj turizma i obogaćenje turističke ponude jedna je od blagodati kratkog opskrbnog lanca. Ranije u teorijskome dijelu rada jest naglašeno kako formiranje jakih prehrambenih mreža obogaćuje turističku ponudu i pridonosi diversifikaciji turističkih proizvoda budući da je klasična usluga turističkog smještaja obogaćena ponudom autohtonih prehrambenih proizvoda.

Grafički prikaz 9 Udio posjetitelja prema porijeklu

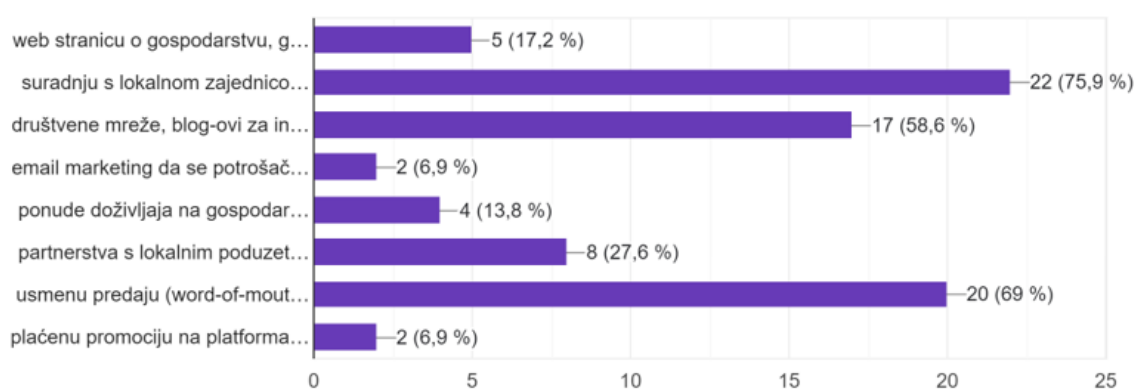


Izvor: izrada autora završnog rada

U skladu s podacima iz grafičkog prikaza 10 najviše (75,9%) poljoprivrednika marketinške aktivnosti odvija putem suradnje s lokalnom zajednicom, 58,6% ispitanika je izjavilo kako isto čine putem društvenih mreža i blogova, 27,6% ispitanika je odgovorilo kako se oglašava u partnerstvu

s lokalnim poduzetnicima, 20% ispitanika je objasnilo da se oglašava putem usmene predaje, 17,2% ispitanika je odgovorilo kako se oglašavaju putem web stranica, 13,8% ispitanika je odgovorilo kako se oglašava putem ponude doživljaja, dok je 6,9% ispitanika izjavilo kako se oglašavaju putem plaćene promocije na digitalnim platformama. Navedeni rezultati upućuju također na činjenicu koja je naglašena u teorijskome dijelu završnog rada, a to je otpor lokalnog stanovništva novim oblicima poslovnih modela. Digitalni marketing i ostale digitalne promotivne djelatnosti danas su glavni izvor promocije vlastitih proizvoda, no čini se kako sukladno anketi ispitanici preferiraju pomalo zastarjele metode.

Grafički prikaz 10 Udio u načinu oglašavanja

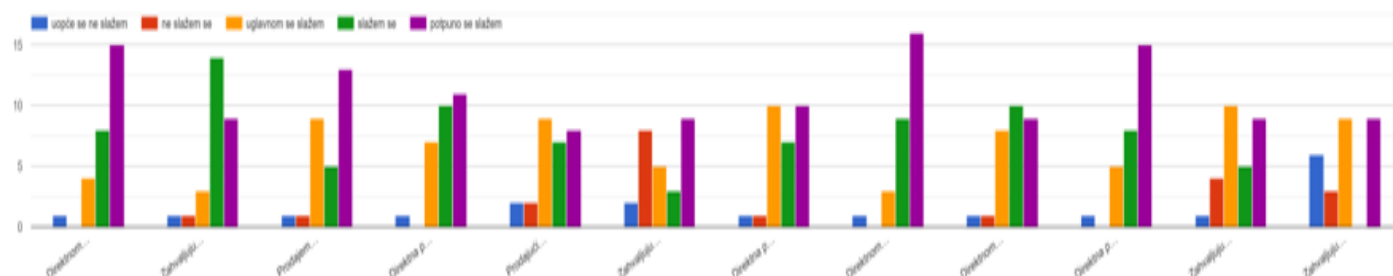


Izvor: izrada autora završnog rada

Kako se može vidjeti iz grafičkog prikaza 11 najveći dio ispitanika se u potpunosti slaže kako direktnom prodajom potrošačima mogu izbjeći posrednike i tako ostvariti veća primanja, slažu se kako zahvaljujući direktnoj prodaji imaju niže troškove proizvodnje i distribucije, potpuno se slažu kako prodaju direktno jer ne proizvode količine potrebne za opskrbu velikih kupaca kao što su npr. supermarketi, potpuno se slažu da direktna prodaja osigurava dobar odnos s kupcima, uglavnom se slažu da prodajući direktno potrošačima pružaju osjećaj nostalgije i tradicije, u potpunosti se slažu kako zahvaljujući direktnoj prodaji mogu zainteresirati potrošače za još neke aktivnosti na svojem gospodarstvu, u jednakim omjerima se uglavnom slažu i u potpunosti slažu kako im direktna prodaja daje osjećaj da doprinose zdravlju i dobrobiti potrošača, u potpunosti se slažu kako direktnom prodajom svojih proizvoda doprinose lokalnoj ekonomiji, uglavnom se slažu da direktnom prodajom doprinose razvoju turizma u županiji/regiji, u potpunosti se slažu kako direktna prodaja “sugerira” da su proizvodi s njihovih gospodarstva kvalitetni pa samim time imaju

i veću cijenu, uglavnom se slažu kako zahvaljujući direktnoj prodaji smanjuju emisiju CO<sub>2</sub> u transportu i skladištenju te se konačno u identičnim omjerima uglavnom slažu i u potpunosti slažu kako zahvaljujući direktnoj prodaji smanjuju i eliminiraju upotrebu pesticida.

Grafički prikaz 11 Stavovi ispitanika glede direktne prodaje



Izvor: izrada autora završnog rada

Iz rezultata ankete može se zaključiti kako se vide elementi utjecaja kratkih opskrbnih lanaca na proizvođače budući da isti umjerenost ulažu u marketinške aktivnosti kako bi bili što konkurentniji na tržištu, prodaju autohtone proizvode tipične za ruralne regije, trude se provesti diversifikaciju proizvoda koje imaju u ponudi, nastoje sklopiti partnerstva s lokalnom zajednicom i lokalnim poduzetnicima te ugostiteljima, te prelaze umjerene udaljenosti kako bi prodali svoje proizvode. Sve navedeno rade kako bi postali što konkurentniji na tržištu i izgradili otporne prehrambene vježbe.

## 5.4. Ograničenja istraživanja

Prvo ograničenje istraživanja se odnosi na nedostatak ranije provedenih sličnih istraživanja, stoga autor rada nije imao konkretni primjer na temelju kojeg bi mogao temeljiti svoje istraživanje. Drugo ograničenje se odnosi na nedostatan broj uzoraka. Naime da bi se mogli izvlačiti nekakvi generalni zaključci i mjerodavni zaključci koliko su lanci kratke opskrbe bitni za proizvođače hrane u Lici, bio bi potreban puno veći broj uzoraka. Te se posljednje ograničenije odnosi na kratak vremenski okvir u kojemu je provedeno istraživanje. Naime da je je anketno istraživanje provedeno u duplo dužem vremenskom okviru, zasigurno bi se skupio puno veći broj uzoraka.

## 6. ZAKLJUČAK

Nedvojbeno je prisutan utjecaj kratkih opskrbnih lanaca na području ne samo Like, već i na području čitave Republike Hrvatske. Iako su se kratki opskrbni lanci počeli razvijati tek u posljednjih deset godina nedavne financijske krize uzrokovane što zdravstvenim krizama što inflacijom pokazale su kako je za ruralna područja od presudne važnosti da se oslanjanju na kratke opskrbne lance.

Naime, kratki opskrbni lanci idealnu su za proizvođače hrane u ruralnim područjima; područjima kojima Republika Hrvatska obiluje. Dok dugi opskrbni lanci pogoduju trendovima globalizacije i velikim trgovcima, kratki opskrbni lanci pogoduju malim poljoprivrednicima da se odupru konkurenciji i nepoštenim trgovačkim praksama koje im otežavaju već ionako nezavidan položaj.

Razvoj i ulaganja u poljoprivredu čine okosnicu ruralnog razvoja. Politika ruralnog razvoja zauzima sve više pažnje od kada je Republika Hrvatska postala članicom Europske unije. Dakle u posljednjem desetljeću ne samo da se javljaju inicijative po uzoru na susjedne zemlje, već postoji potpora tijela javne vlasti u obliku novčanih poticaja. No, novčani poticaji nisu dovoljni za spas poljoprivrednika ruralnih područja, potrebna je aktivna politika i podizanje svijesti svih građana o tome da bi trebali odabrati proizvode domaćih gospodarstava.

Nadalje nedostaje programa i poticaja kojima se poljoprivrednike usmjerava i pomaže da usvoje nova znanja i ulažu u nove tehnologije. Naime poljoprivrednici su suočeni i s problemom nedostatka radne snage, budući da u ruralnim područjima vladaju nepovoljni demografski trendovi, a samim time prevladavaju i negativni osjećaji u lokalnim zajednicama koje se osjećaju zanemareno i zapušteno.

Kratki lanci opskrbe pružaju alternativu tim lokalnim uzgajivačima da plasiraju svoje proizvode i ojačaju svoju poziciju. Nadalje kao prednost kratkog lanca opskrbe može se navesti povoljan učinak na ekologiju i okoliš. Smanjenom udaljenosti prijevoza i ukidanjem posrednika u prodaji umanjuje se ugljični otisak te se umanjuje količina otpada koja nastaje prilikom distribucije hrane. Hrana je zbog svoje kvarljivosti specifična, a kratki lanci omogućavaju svježiju i kvalitetniju hranu.

Konačno i sami potrošači su prepoznali važnost podrijetla hrane koje kupuju, tako da prilikom donošenja svoje konačne odluke o kupovini itekako vode računa o načinu na koji je hrana proizvedena, njenom podrijetlu i efektu koji takva kupnja ima lokalnu zajednicu i lokalne

proizvođače. Kratki opskrbni lanci dakle pozitivno djeluju na lokalne poljoprivrednike, lokalnu zajednicu, odnos s potrošačima i okoliš. Postoje još uvijek prepreke koje koče razvoj takvih opskrbnih lanaca koje su uglavnom birokratske prirode i koje je potrebno razriješiti kako bi lokalni poljoprivrednici mogli stvarati učinkovite i otporne prehrambene mreže.

## POPIS LITERATURE

Knjige:

1. Levy, M., Weitz, B.A. (2004). *Retailing Management*, Boston: Irwin/McGrawHill
2. Tyndall, G., Gopal, C., Partsch, W. i Kamauff J. (1998.), *Supercharging Supply Chains: New Ways to Increase Value Through Global Operational Excellence*, New York: John Wiley & Sons.

Članci:

1. Balcom, R., & Abebe, G., Yiridoe, E. i Hartt, C. (2023), Sustainable production and distribution practices in Atlantic Canadian short food supply chains: Explorative study, *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 7(1), <https://doi.org/10.3389/fsufs.2023.1121006>
2. Biza, A., Montastruc, L., Negny, S. i Admassu, S. (2024.), Strategic and Tactical Planning Model for the Design of Perishable Product Supply Chain Network in Ethiopia, *Computers & Chemical Engineering*, 1(190), 108-814.
3. Boka Toska, M., Etleva, D. Sipri, A. (2023.), An Innovative Inclusive Approach to Enhancing Agricultural Sustainable Development in Albania: The Case of Nucleus Albania. *Wseas transactions on environment and development*. 1(19), 1468-1474. 10.37394/232015.2023.19.133.
4. Burgess, P., Sunmola, F., Wertheim-Heck, S. (2024.), Information needs for transparency in blockchain-enabled sustainable food supply chains, *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(2), 100- 262, <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2024.100262>.
5. Cătălina Türkeş, M., Stăncioiu, A.F. i Marinescu, R.C. (2024.), Modeling the impact of resilience factors and relational practice on performance of the supply chain, *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(3), 100-533, <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100533>.



6. Čagalj, M., Ivanković, M., Dulčić, Ž., Grgić, I. i Paštar, M. (2021.), Tipologija ruralnog prostora Republike Hrvatske s posebnim osvrtom na Splitsko-dalmatinsku županiju, *Agroeconomia Croatica*, 11 (1), 93-103.
7. Gajdić, D. (2019.), Definiranje i obilježja kratkih opskrbnih lanaca poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, *Ekonomska misao i praksa*, 28 (1), 381-408.
8. Haliti Baruti, B., Nallbani Berisha, S. i Gashi, R. (2024.), Global financial turmoil: Examining its risks and ripple effect on financial systems. *Risk Governance and Control: Financial Markets & Institutions*, 14(3), 122–133. <https://doi.org/10.22495/rgcv14i3p12>
9. Khedr, A.M. i Sheeja, R. S. (2024), Enhancing supply chain management with deep learning and machine learning techniques, A review, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4(10), 100-379. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100379>
10. Mentzer, J. T., DeWitt, W., Keebler, J. S., Min, S., Nix, N. W., Smith, C. D., I Zacharia, Z. G. (2001.) Defining Supply Chain Management, *Journal of Business Logistics*, 22(2), 1–25. <https://doi.org/10.1002/j.2158-1592.2001.tb00001.x>
11. Miloloža, H. i Daraboš, M. (2013.), Konkurentna prednost poduzeća u kriznim vremenima kroz upravljanje lancem opskrbe, *Proceedings of the International Scientific Conference Trade Perspectives 2013- Supply Chain Relationships* (str.153-165.), Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
12. Rendulić, D., Plazibat, I. i Varičak, I. (2013.), Teorijske odrednice upravljanja lancem opskrbe potpomognutog informacijskom tehnologijom u: Knego, M., Renko, S. i Knežević, B. (ur.), *Perspektive trgovine 2013. : odnosi u lancima opskrbe* (str. 27-47), Zagreb : Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
13. Ruganec, I. i Bokan, N. (2021.), Kratki lanci opskrbe u kontekstu endogenog ruralnog razvoja, *Agroeconomia Croatica*, 11 (1), 72-82.
14. Safiul, A., Sumanta, B., Preetam, B. i Raunak, J.(2024.), Shipment policy and its impact on coordination of a fashion supply chain under production uncertainty, *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 12(192), 103-778. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2024.103778>.
15. Slavuj Borčić, L. (2020.), Kratki opskrbni lanci u Hrvatskoj – perspektiva ekoloških poljoprivrednih proizvođača uključenih u grupe solidarne razmjene, *Hrvatski geografski glasnik*, 82 (1), 5-33.

16. Stanciu M., Popescu A., Rasvan R.I.( 2022.., Short food supply chains and young people's attitude towards healthy eating. *Scientific Papers Series "Management, Economic Engineering in Agriculture and rural development"*, (22) 1, PRINT ISSN 2284-7995, 625-636.
17. Vouk, R. (2005.), Uloga menadžmenta opskrbnog lanca u povećanju konkurentnosti poduzeća, *Ekonomski pregled*, 56(11),1013-1030.

Internetski izvori:

European Network for rural development. (2013.), *RDP analysis: Measure 16 'Cooperation' M16.4 Short supply chains and local markets* [e-publikacija], preuzeto s [https://ec.europa.eu/enrd/sites/default/files/rdp\\_analysis\\_m16-4.pdf](https://ec.europa.eu/enrd/sites/default/files/rdp_analysis_m16-4.pdf)

Karlsson M. i Jönsson, J. (2023.), *Improving the packaging material availability for internal testing - A case study at Tetra Pak*", Lund University, preuzeto s <https://lup.lub.lu.se/student-papers/search/publication/9125747>

SHERPA, SHERPA Position Paper Sustainable & resilient value chains [e-publikacija], preuzeto s <https://rural-interfaces.eu/wp-content/uploads/2023/05/SHERPA-Position-Paper-Resilient-Sustainable-Value-Chains.pdf>

Ostalo:

Luetić, A. (2013.), *Poslovna inteligencija i upravljanje opskrbnim lancem*, doktorski rad, Ekonomski fakultet u Splitu, Split

Stanković, R. (2009.), *Utjecaj logističkog operatera na oblikovanje distribucijskih mreža*, doktorski rad, Fakultet prometnih znanosti, Zagreb

## POPIS ILUSTRACIJA

### Popis slika

Slika 1 Funkcionalni ciklusi opskrbnog lanca	7
Slika 2 Elementi modela održivog upravljanja opskrbnim lancem	9

### Popis grafičkih prikaza

Grafički prikaz 1 Udio sudionika istraživanja prema županijama	22
Grafički prikaz 2 Veličina poljoprivrednih gospodarstva ispitanika	23
Grafički prikaz 3 Godine postojanja poljoprivrednih gospodarstava ispitanika	23
Grafički prikaz 4 Udio zaposlenika na gospodarstvima ispitanika	24
Grafički prikaz 5 Pojedinačni proizvodi koje ispitanici prodaju	25
Grafički prikaz 6 Udio u aktivnostima koje se nude na gospodarstvima ispitanika	25
Grafički prikaz 7 Udio prema kanalima prodaje	27
Grafički prikaz 8 Daljina koju ispitanici prelaze radi prodaje svojih proizvoda	28
Grafički prikaz 9 Udio posjetitelja prema porijeklu	28
Grafički prikaz 10 Udio u načinu oglašavanja	29
Grafički prikaz 11 Stavovi ispitanika glede direktne prodaje	30

## PRILOZI

1. Županija u kojoj se nalazi Vaše gospodarstvo

---

2. Veličina Vašeg gospodarstva (u ha):

- a) manje od 5 ha
- b) 5-9,99 ha
- c) 10-19,99 ha
- d) 20-100 ha
- e) više od 100 ha

3. Broj godina postojanja Vašeg gospodarstva:

- a) manje od 5 godina
- b) 5-9 godina
- c) 10-19 godina
- d) 20-50 godina
- e) više od 50 godina

4. Broj zaposlenika na Vašem gospodarstvu (uključujući i Vas):

- a) 1
- b) 2-3
- c) 4-5
- d) više od 5

4. Proizvodi koje prodajete na Vašem gospodarstvu:

- a) meso
- b) suho meso, naresci
- c) mlijeko i mliječni proizvodi
- d) povrće
- e) voće
- f) žitarice i tjestenina
- g) vino i druga pića
- h) med
- i) ostalo

5. Aktivnosti koje nudite na Vašem gospodarstvu:

- a) proizvodnja i prodaja proizvoda koje ste odabrali pod pitanjem 4.
- b) razne aktivnosti za posjetitelje (pokazivanje životinja, igra s životinjama, i dr.)
- c) priprema i ponuda jela za posjetitelje

6. Udio prodaje po pojedinim prodajnim kanalima (prodajne kanale koje ne koristite ostavite praznima)

- a) tržnice
- b) obiteljsko gospodarstvo
- c) specijalizirane prodavaonice
- d) škole/različite institucije
- e) restorani
- f) direktno kupcima u njihovim domovima/radnim mjestima
- g) štandovima u blizini gospodarstva/na cesti
- h) poljoprivredna zadruge
- i) Online

j) ostalo

7. Udaljenost do koje putujete zbog prodaje svojih proizvoda:

- a) manje od 25 km
- b) 26-50 km
- c) više od 100 km

8. Udio posjetitelja prema porijeklu:

- a) domaće stanovništvo
- b) stranci

9. Marketinška strategija Vašeg gospodarstva obuhvaća:

- a) web stranicu s pričom o gospodarstvu, gdje su prikazani proizvodi i omogućena njihova kupovina,
- b) suradnju s lokalnom zajednicom kroz događanja i sponzorstva
- c) društvene mreže, blog-ovi za interakciju s potrošačima
- d) email marketing da se potrošači zainteresiraju i informiraju
- e) ponude doživljaja na gospodarstvu (razgledavanje i radionice na imanju)
- f) partnerstva s lokalnim poduzetnicima
- g) usmenu predaju (word-of-mouth marketing) (prenošenje iskustava među potrošačima)
- h) plaćenu promociju na platformama poput Google ili Facebook
- i) ostalo

10. Molimo Vas da izrazite svoj stupanj slaganja/neslaganja sa sljedećim tvrdnjama (1= uopće se ne slažem; 5= potpuno se slažem)

- a. Direktnom prodajom potrošačima mogu izbjeći posrednike i tako ostvariti veća primanja
- b. Zahvaljujući direktnoj prodaji imam niže troškove proizvodnje i distribucije
- c. Prodajem direktno jer ne proizvodim količine potrebne velikim kupcima kao što su npr. supermarketi
- d. Direktna prodaja osigurava mi dobar odnos s kupcima
- e. Prodajući direktno potrošačima pružam osjećaj nostalgije i tradicije
- f. Zahvaljujući direktnoj prodaji mogu zainteresirati potrošače za još neke aktivnosti na mom gospodarstvu
- g. Direktna prodaja daje mi osjećaj da doprinosim zdravlju i dobrobiti potrošača
- h. Direktnom prodajom naših proizvoda doprinosim lokalnoj ekonomiji
- i. Direktnom prodajom doprinosim razvoju turizma u mojoj županiji/regiji
- j. Direktna prodaja "sugerira" da su proizvodi s našeg gospodarstva kvalitetni pa samim time imaju i veću cijenu
- k. Zahvaljujući direktnoj prodaji smanjujem emisiju CO<sub>2</sub> u transport i skladištenju
- l. Zahvaljujući direktnoj prodaji smanjujemo/eliminiramo upotrebu pesticida