

Primljeno / Received
03-10-2019 / 2019-10-03Prihvaćeno / Accepted
19-11-2019 / 2019-11-19

Lana Slavuj Borčić

Kratki opskrbni lanci u Hrvatskoj – perspektiva ekoloških poljoprivrednih proizvođača uključenih u grupe solidarne razmjene

Short food supply chains in Croatia: perspectives of organic food producers involved with groups of solidary exchange

Alternativne mreže hrane počele su se razvijati u Hrvatskoj posljednjih deset godina po uzoru na slične inicijative iz svijeta. Izravnim povezivanjem potrošača s proizvođačima ekološke hrane zaobilaze se prekupci te se stvaraju kratki opskrbni lanci. U središtu zanimanja ovoga rada jest razvoj lokalnih sustava hrane koji nastaju djelovanjem i suradnjom grupa solidarne razmjene (GSR) s ekološkim poljoprivrednim proizvođačima. Provedeno istraživanje temelji se na kvalitativnoj metodologiji, odnosno polustrukturiranim intervjuima te metodi sudioničkoga opažanja. Provedeno je ukupno 15 intervjuja s proizvođačima ekološke hrane. Rezultati istraživanja pokazuju da suradnja s GRS-ovima, odnosno distribucija proizvoda u kratkom opskrbnom lancu, ima niz prednosti za proizvođače. GRS-ovi omogućuju tržište za ekološke proizvode te osiguravaju poštene i stabilne cijene, izravno plaćanje proizvoda na isporuci (često i unaprijed) te veću autonomiju proizvođača. Osim materijalnih prednosti, to je sustav koji potiče jačanje društvenih veza i razvoj dugoročnoga odnosa s kupcima te sustav u kojem proizvođači osjećaju da ih potrošači cijene, poštuju i podupiru.

Ključne riječi: alternativne mreže hrane, grupe solidarne razmjene, lokalni sustavi hrane, ekološki poljoprivredni proizvođači, kratki opskrbni lanci, poljoprivreda potpomognuta zajednicom

Alternative food networks have been developing in Croatia over the last ten years, following the example of similar global initiatives. By directly connecting consumers with producers, middlemen are bypassed and short food supply chains are created. This paper focuses on the development of local food systems that have emerged as a result of cooperation between groups of solidary exchange (*Grupe solidarne razmjene* or GSR for short) and organic farmers. The research is based on qualitative methodology, i.e. semi-structured interviews, and participant observation. A total of 15 interviews with organic food producers were conducted over the last two years (2017–2019). This research shows that cooperation with GSRs, i.e. distribution of products through short food supply chains, has had a series of advantages for producers. GSRs represent a good market for organic products and guarantee fair and stable prices, immediate (or even advance) payment upon delivery of products, and greater autonomy for producers. In addition to its financial advantages, this is a system that fosters social ties and relationships with consumers, in which producers feel appreciated, respected, and supported.

Key words: alternative food networks, groups of solidary exchange, local food systems, organic food producers, short food supply chains, community-supported agriculture

Uvod

Alternativne mreže hrane počele su se razvijati u Hrvatskoj u posljednjih deset godina po uzoru na slične inicijative u svijetu. Nastale kao odgovor na višedimenzionalne probleme povezane s kvalitetom hrane i neodrživošću konvencionalne poljoprivredne proizvodnje te inicijative predstavljaju „alternativne i lokalne geografije“ hrane temeljene na drukčijoj logici i vrijednostima (Murdoch i dr., 2000; Ilbery i Maye, 2005; Lamine i dr., 2012). U nastojanju da stvore alternativu konvencionalnom poljoprivredno-prehrambenom sustavu fokusiraju se na ponovno jačanje veza između sustava hrane i „lokalnoga“ te između kupaca i proizvođača (Harris, 2010). Izravnim povezivanjem potrošača s proizvođačima ekološke hrane zaobilaze se prekupci te se stvaraju kratki opskrbni lanci. Za ovaj rad od posebna je interesa razvoj lokalnih sustava hrane koji nastaju djelovanjem i suradnjom grupa solidarne razmjene (GSR)¹ s ekološkim poljoprivrednim proizvođačima. Kao što su primijetili Pejnović i dr. (2012), jedna od glavnih poteškoća s kojom se susreću ekološki poljoprivredni proizvođači u Hrvatskoj jest neorganizirano tržište i plasman robe. Upravo grupe solidarne razmjene vide se kao potencijalno rješenje problema neorganiziranosti tržišta, kao platforma koja može pružiti značajnu potporu razvoju ekološke poljoprivrede osiguravajući dodatni distribucijski kanal za ekološke proizvode i uključenost lokalne zajednice (Sarjanović, 2014). Razvojem i funkcioniranjem grupa solidarne razmjene u Hrvatskoj detaljnije su se bavili Orlić (2014; 2015) i Sarjanović (2014), no perspektiva ekoloških poljoprivrednih proizvođača u kratkom opskrbnom lancu do sada nije detaljnije obrađena.

U ovom je radu fokus na ekološkim proizvođačima koji surađuju s grupama solidarne razmjene. Cilj je podrobnije istražiti kako su se u alternativ-

1 Grupe solidarne razmjene (GSR) nije jedini termin koji se u Hrvatskoj koristi za ovakve inicijative. Primjerice, istarski GSR-ovi od 2015. djeluju pod nazivom Solidarne ekološke grupe (osnovna razlika u funkcioniranju je što se u Solidarnim ekološkim grupama (SEG-ovima) inzistira na ekološkom certifikatu proizvođača, a u GSR-ovima ne). Osim ova dva termina u upotrebi je i pojam poljoprivreda potpomognuta zajednicom po uzoru na *Community-Supported Agriculture* - naziv koji se za ovaj pokret uvriježio u SAD-u (Puđak i Bokan, 2011; Orlić i Bokan, 2017). U ovom radu koristi se pojam GSR s obzirom da je poljoprivreda potpomognuta zajednicom pod tim nazivom ušla u upotrebu osnivanjem prve GSR grupe u Zagrebu 2010. te je pod tim nazivom postala prepoznatljiva u Hrvatskoj.

Introduction

Alternative food networks started to develop in Croatia in the last ten years, following the example of similar global initiatives. Having emerged in response to multi-dimensional concerns related to food quality and unsustainable conventional farming, such initiatives represent an alternative local food geography grounded in sustainable logic and values (Murdoch et al., 2000; Ilbery and Maye, 2005; Lamine et al., 2012). Efforts to create alternatives to the conventional food system have focused on reconnecting food systems with places, and consumers with food producers (Harris, 2010). Through direct connection of consumers and producers, middlemen are bypassed and short food supply chains are created. This paper focuses on the development of local food systems that have emerged as a result of cooperation between groups of solidary exchange (*Grupe solidarne razmjene* or GSRs¹) and organic farmers. As Pejnović et al. (2012) noted, one of the major difficulties faced by organic farmers in Croatia is the disorganised domestic market and related difficulties regarding placement of goods. Groups of solidary exchange can provide a solution to the problem of the disorganised market, as a platform that offers significant support to the development of organic farming by providing an additional distribution channel for organic products and directly involving the local community (Sarjanović, 2014). The development and operation of groups of solidary exchange in Croatia has been addressed in more detail by Orlić (2014; 2015) and Sarjanović (2014). However, the perspective of organic farmers within short food supply chains has not been dealt with in detail to date.

This paper focuses on organic food producers who cooperate with groups of solidary exchange. The aim of the paper is to examine how organic

1 *Grupe solidarne razmjene* (GSR) is not the only term used in Croatia for such initiatives. Since 2015, some GSRs in Istria have been operating under the name *Solidarne ekološke grupe*—SEG (solidary organic groups)—the basic difference being that SEGs, unlike GSRs, insist on certified organic producers. In addition to these two terms, the term *poljoprivreda potpomognuta zajednicom* (community-supported agriculture) is also being used, based on a term that has become widespread for this sort of movement in the U.S.A. (Puđak and Bokan 2011; Orlić and Bokan 2017). In this paper, I use the term GSR because this is the term under which community-supported agriculture came into use when the first GSR was founded in Zagreb in 2010, and under which it has become recognisable in Croatia.

nom sustavu distribucije hrane snašli i prilagodili ekološki poljoprivredni proizvođači, odnosno kava su njihova iskustva suradnje s GSR-ovima.

Metodologija istraživanja

Provedeno istraživanje temelji se na kvalitativnoj metodologiji, odnosno polu-strukturiranim intervjuima te metodi sudioničkoga opažanja. Za potrebe ovoga rada provedeno je ukupno 15 polustrukturiranih intervju s proizvođačima ekološke hrane, od kojih je deset provedeno krajem 2017. i početkom 2018. godine, a još dodatnih pet intervju provedeno je u lipnju 2019.² Razgovori su trajali između 45 i 90 minuta. Sugovornici su birani namjernim uzorkom među proizvođačima koji surađuju s riječkim i zagrebačkim GSR-ovima. Poljoprivrednici s kojima su vođeni intervjui proizvode u sklopu svojega obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva (OPG) te su iz različitih dijelova Hrvatske (po jedan iz Dalmacije i Gorskoga kotara, dva iz Istre, Slavonije, i Like; sedam iz Središnje Hrvatske). Poljoprivrednici su u dobi od 27 do 65 godina. Što se tiče razine obrazovanja poljoprivrednika u uzorku, 10 ih ima završenu srednju školu, jedan ima završenu višu školu, a njih četiri imaju fakultetsko obrazovanje. Sedam poljoprivrednika ima veličinu gospodarstva do 5 ha, šest od 10 do 15 ha te dvoje ima oko 18 ha zemlje, na kojoj proizvode ekološko povrće, voće i žitarice te uzgajaju životinje za meso i mlijeko. Ekološki certifikat posjeduje 14 OPG-ova, dok jedan OPG nema certifikat, ali proizvodi po biodinamičkim i ekološkim principima.

Također, kao što je spomenuto, u istraživanju je korištena metoda sudioničkoga opažanja s obzirom na to da sam članica jedne riječke GSR grupe (GSR Istok) te već nekoliko godina dio hrane nabavljam preko grupe što mi je omogućilo da „iznutra” prikupim informacije o funkcioniranju lokalnoga sustava opskrbe hranom.

Rad je strukturiran u nekoliko cjelina. Prvi dio rada bavi se širim pojmom alternativnih mreža hrane, a zatim općenito grupama solidarne razmjene kao jednim od oblika takvih mreža. Osta-

food producers have managed and adapted to the alternative food system, and their experiences in cooperating with GSRs in more detail.

Research methodology

The research is based on qualitative methodology, i.e. semi-structured interviews and participant observation. For the purposes of this paper, a total of 15 interviews with organic food producers were conducted, 10 at the end of 2017 and the beginning of 2018, and another 5 in June 2019². Each interview took 45 to 90 minutes. Participants were selected using purposive sampling among producers who cooperated with GSRs from Rijeka and Zagreb. The interviewed farmers worked on their family farms and came from different regions of Croatia (one from Dalmatia, one from Gorski Kotar, two from Istria, two from Slavonia, two from Lika, and seven from central Croatia). The farmers were 27 to 65 years old. Regarding their level of education, ten of them have a high school level education, one has a post-secondary vocational school level education, and four have university degrees. Seven farmers have farms of up to 5 ha, six have farms of 10 to 15 ha, and two have farms of 18 ha, on which they produce organic vegetables, fruit, grains, and animal husbandry products. Only one of the farms does not have an organic certificate, but operates according to biodynamic and organic principles.

The research, as has already been mentioned, used participant observation. Since I am a member of a GSR (GSR Rijeka East) and have been purchasing food through my group for several years now, I was able to collect the information on the way the local food supply system functions “from the inside”.

The paper is divided into several sections. The first section tackles the broader concept of alternative food networks, and then addresses groups of solidary exchange in general, because they are a

Kratki opskrbni lanci u Hrvatskoj – perspektiva ekoloških poljoprivrednih proizvođača uključenih u grupe solidarne razmjene

Short food supply chains in Croatia: perspectives of organic food producers involved with groups of solidary exchange

² Istraživanje je obuhvatilo i 15 polustrukturiranih intervju s aktivistima i koordinatorima iz nekoliko GSR-ova, no dobiveni podatci uglavnom nisu korišteni u ovom radu.

² The research also included 15 semi-structured interviews with activists and coordinators from several GSRs, but most of that data was not used for this paper.

la poglavlja detaljnije analiziraju iskustva i perspektivu ekoloških poljoprivrednih proizvođača uključenih u kratki opskrbeni lanac putem grupa solidarne razmjene te donose zaključna razmatranja.

Alternative mreže hrane

Posljednjih 15-tak godina mnoga su istraživanja koja se bave poljoprivredno-prehrambenim sustavom pokazala da postoji cijeli niz praksi koje se razlikuju od dominantnoga načina proizvodnje, distribucije i prodaje hrane. Te drukčije prakse koje su se znatnije počele organizirati (i proučavati) u europskim zemljama krajem 1990-ih godina (Maye i Kirwan, 2010) nazvane su alternativnim mrežama hrane (engl. *alternative food networks*). One su u svojoj osnovi pokušaj da se redefiniira trenutno dominantan poljoprivredno-prehrambeni sustav te stvori novi i drukčiji sustav koji bi bio u većoj mjeri ekonomski i socijalno pravedan, lokalno utemeljen i okolišno održiv. Alternativne mreže hrane razvile su se zbog sve većega nezadovoljstva funkcioniranjem konvencionalnoga sustava proizvodnje hrane (Ilbery i Maye, 2005; Venn i dr., 2006; Maye i dr., 2007; Harris, 2010; Lamine et al., 2012; DiVito Wilson, 2013; Grasseni, 2013; Fendrychová i Jehlička, 2018). Konvencionalna poljoprivredna proizvodnja hrane prepoznata je kao neodrživa u okolišnom, ekonomskom i društvenom smislu (Feagan, 2007; Lutz i Schachinger, 2013). Industrijska je proizvodnja hrane uvelike ovisna o fosilnim gorivima potrebnima za proizvodnju kemijskih sredstava, pokretanje strojeva na farmama i transport proizvoda, često na vrlo velike udaljenosti. La Trobe (2001) je navela podatak da su prehrambeni proizvodi putovali početkom 21. stoljeća i do 50 % dalje nego 1979. godine. U SAD-u hrana putuje gotovo 2000 km prije nego što dođe do kupca, a pojedina hrana (npr. krumpiri) putuje gotovo 5000 km prije negoli stigne u Ujedinjeno Kraljevstvo (La Trobe, 2001). Ovakav transport rezultira i povećanim onečišćenjem okoliša. Osim zagađenja okoliša i neodrživoga korištenja resursa, industrijska poljoprivredna proizvodnja neodrživa je i u društvenom i u ekonomskom smislu (Harris, 2010). Konvencionalni sustav proizvodnje hrane

form of such networks. The other sections present the perspective of organic food producers included in short food supply chains through groups of solidarity exchange, followed by final considerations in the conclusion.

Alternative food networks

In the last 15 years, a large amount of research dealing with food systems has shown that there is a whole range of practices that differ from the dominant type of food production, distribution, and retail. These different practices have been gradually introduced (and studied) in European countries to a greater extent since late 1990s (Maye and Kirwan, 2010), and are collectively referred to as alternative food networks. In essence, they represent an attempt to redefine the dominant food system and create a new and different system that is more economically and socially fair, locally-grounded, and environmentally sustainable. Alternative food networks have developed as a response to an increasing dissatisfaction with conventional food production systems (Ilbery and Maye, 2005; Venn et al., 2006; Maye et al., 2007; Harris, 2010; Lamine et al., 2012; DiVito Wilson, 2013; Grasseni, 2013; Fendrychová and Jehlička, 2018). This is because conventional food production has been recognised as unsustainable in environmental, economic, and social terms (Feagan, 2007; Lutz and Schachinger, 2013). Industrial agriculture is heavily dependent on fossil fuels that are required for the production of chemical inputs, the operation of farm machinery, and the transport of produce—often over long distances. La Trobe (2001) reported that, at the turn of the 21st century, food products were transported up to 50% farther than in 1979. In the USA, food travelled almost 2,000 km on average before reaching the customer, and certain types of food (e.g. potatoes) travelled almost 5,000 km before reaching the UK (La Trobe, 2001). Such transportation has resulted in increased environmental pollution. In addition to environmental pollution and unsustainable resource use, industrial agriculture is unsustainable in social and economic terms (Harris, 2010). Conventional food production systems entail global production, processing, dis-

podrazumijeva globalne mreže proizvodnje, distribucije, skladištenja i prodaje hrane koju kontroliraju multinacionalne agrokompnije i korporacije. Prelazak s mješovite proizvodnje prema specijalizaciji i razvoju monokultura, intenzifikacija i koncentracija u smislu prostora i u smislu vlasništva te smanjenje cijena za proizvođače i smanjenje cijene rada na farmama karakteristični su negativni procesi koji su obilježili konvencionalnu poljoprivrednu proizvodnju posljednjih nekoliko desetljeća (Buttel, 2006; Harris, 2010; Lamine i dr., 2012). Te su promjene, između ostaloga, dovele do propadanja mnogih ruralnih zajednica koje su se oslanjale na poljoprivrednu proizvodnju malih razmjera (Harris, 2010). Feagan (2007) navodi da razvojem sve kompleksnijih sustava hrane dolazi do sve značajnije fizičke i psihološke odvojenosti proizvodnje od potrošnje iz kojih proizlazi i niz drugih problema: gubitak ruralne poljoprivredne otpornosti i različitosti, degradacija okoliša, dislokacija zajednica i gubitak identiteta mjesta. Osim toga brojni skandali koji su se pojavili u medijima vezani uz neispravnu hranu (*E. coli*, kravlje ludilo, GMO, prevelik udio pesticida i sl.) doveli su do porasta zabrinutosti među potrošačima te su ih osvijestili za pitanja kvalitete, sigurnosti i porijekla hrane (La Trobe, 2001; Lamine, 2005; Goodman i Goodman, 2009; Goodman i dr., 2012; Lamine i dr., 2012; Spilková i Perlín, 2013). Razvoj alternativnih mreža hrane povezan je i s afirmacijom etičkoga konzumerizma (koji se jače razvija od 2000-ih), a koji podrazumijeva porast svijesti potrošača o širim društvenim i ekonomskim posljedicama odluka koje donose kao kupci (Lang i Gabriel, 2005; Little i dr., 2010). U tom smislu, alternativne mreže hrane povezuju one koji žele konzumirati etički s onima koji žele pravedniju cijenu za svoje proizvode, odnosno s onima koji žele proizvoditi na način koji je ekološki i etički prihvatljiv (Watts i dr., 2005; Clarke i dr., 2008). Razvoj takvih alternativnih distribucijskih mehanizama koji su nastali zbog nezadovoljstva trenutnim sustavom može se razumjeti i kao pokušaj stvaranja moralnih krajolika hrane (Little i dr., 2010).

U tablici 1 navedene su ključne razlike između konvencionalnoga i alternativnoga sustava proizvodnje i distribucije hrane. Međutim, iako su u

tribution, storage, and retail networks controlled by multinational agri-businesses and retail corporations. A shift away from mixed farming towards specialisation and monoculture, intensification and concentration in terms of ownership, reduction in prices for producers, and reduction in labour costs on farms are all characteristic negative processes in conventional agriculture over the last few decades (Buttel, 2006; Harris, 2010; Lamine et al., 2012). These changes, among other things, have led to the decline of many rural communities that were previously dependent on small-scale farming (Harris, 2010). Feagan (2007) observed that with the development of more complex food chains, there was an increasing physical and psychological displacement of production from consumption, resulting in a series of other problems—loss of rural agricultural resilience and diversity, degradation of the environment, dislocation of community, and loss of identity and place. Furthermore, numerous food-related scandals appearing in the media (*E. Coli*, BSE, GM foods, increased pesticide content, etc.) have raised public anxiety and increased the awareness among consumers of the importance of food quality, safety, and origin (La Trobe, 2001; Lamine, 2005; Goodman and Goodman, 2009; Goodman et al., 2012; Lamine et al., 2012; Spilková and Perlín, 2013). The development of alternative food networks is also related to the affirmation of ethical consumerism (which has developed intensely since the 2000s), which entails an increase in consumer awareness of wider social and economic consequences of the decisions they make as buyers (Lang and Gabriel, 2005; Little et al., 2010). In this sense, alternative food networks connect those striving for ethical consumption with those striving for a better price for their products, i.e. with those who want to produce food in ways counter to the dominant industrial practices (Watts et al., 2005; Clarke et al., 2008). The development of such alternative distribution mechanisms, emerging as a response to dissatisfaction with the current system, can also be understood as an attempt to create moral landscapes of food (Little et al., 2010).

Table 1 presents the main distinctions between conventional and alternative systems of food production and distribution. Although these distinc-

Kratki opskrbni lanci u Hrvatskoj – perspektiva ekoloških poljoprivrednih proizvođača uključenih u grupe solidarne razmjene

Short food supply chains in Croatia: perspectives of organic food producers involved with groups of solidary exchange

Tab. 1. Razlike između konvencionalnoga i alternativnoga prehrambenog sustava
Tab. 1 Distinctions between conventional and alternative food supply systems

KONVENCIONALNI SUSTAV / CONVENTIONAL SYSTEM	ALTERNATIVNI SUSTAV / ALTERNATIVE SYSTEM
moderan / modern	postmoderan / postmodern
industrijski proizvedena i procesuirana hrana / manufactured or processed	neprocesuirana i svježna hrana / natural or fresh
masovna proizvodnja velikih razmjera / mass (large-scale) production	proizvodnja malih razmjera / craft or artisan production
dugi opskrbeni lanci / long food supply chains	kratki opskrbeni lanci / short food supply chains
racionalizacija / rationalised	tradicija / traditional
standardizacija / standardised	različnost / different
intenzivna proizvodnja / intensive	ekstezivna proizvodnja / extensive
monokultura / monoculture	biodiverzitet / biodiversity
homogenizacija proizvoda / homogenisation of food	regionalne različitosti / regional palates
hipermarketi / hypermarkets	lokalne trgovine/tržnice / local markets
agrokemikalije / agrochemicals	organska i održiva poljoprivreda / organic, sustainable farming
neobnovljivi izvori energije / nonrenewable energy	obnovljivi izvori energije / renewable energy
brza hrana / fast food	spora hrana / slow food
kvantiteta / quantity	kvaliteta / quality
otuđenost / disembedded	ukorijenjenost / embedded

Izvor / Source: Illbery i Maye, 2005, 824.

tablici te razlike eksplicitno istaknute, u stvarnosti one nisu tako jednostavne.

Kako naglašavaju Lamine i dr. (2012), navedene dvije paradigme postoje u praksi, no ipak treba jasno istaknuti da znatan dio suvremenoga poljoprivredno-prehrambenog sustava kombinira elemente jednoga i drugoga pa ga je bolje poimati kroz prizmu hibridnosti, tj. kao hibridne geografije hrane. Primjerice, posljednjega desetljeća došlo je do prilične komercijalizacije organskih proizvoda, odnosno rastućega broja organskih marka proizvoda iza kojih stoje velike korporacije te posljedično njihova plasmana kroz *mainstream* distribucijske kanale. Primjerice u Ujedinjenoj

tions are presented as binary, the reality is not that simple, i.e. the boundaries between the categories are not black and white.

As Lamine et al. (2012) pointed out, the aforementioned two paradigms do exist in practice, but it should be noted that a large portion of contemporary food systems combine elements of both, so it would be better to observe this through a prism of hybridity, i.e. as hybrid food geographies. For example, in the last ten years there has been significant commercialisation of organic products, i.e. an increasing number of organic brands produced by large corporations. This has resulted in such products being marketed using mainstream distribution

Kraljevini, Švedskoj i Danskoj 70–80 % organskih proizvoda prodaje se kroz supermarkete (Renting i dr., 2003; Maye i Kirwan, 2010). Kao što je primijetila Guthman (2002; 2003; 2004a; 2004b; 2008), industrijska i masovno proizvedena organska hrana napušta prvobitnu ideju radikalne alternative konvencionalnoj poljoprivredi i postaje još jedan sektor industrijske agromašinerije. Veliki proizvođači organske hrane pod krinkom održivosti vrlo često preuzimaju mnoge destruktivne metode od konvencionalne poljoprivredne proizvodnje kao što su oslanjanje na fosilna goriva i eksploatacija radne snage te na taj način potkopavaju pokušaje za stvaranje pravednijega i održivoga prehrambenog sustava (Goodman, 2000; Schnell, 2007). Neki istraživači zbog „kompromitiranog” termina *alternativno* predlažu umjesto naziva *alternativne mreže hrane* upotrebu drugih komplementarnih i, po nekim autorima, preciznijih naziva poput: lokalni sustavi hrane, kratki opskrbeni lanci, civilne mreže hrane i sl. (Ilbery i Maye, 2005; Feagan, 2007; Renting i dr., 2012). U ovom se radu ti pojmovi rabe naizmjenice.

Alternativne mreže hrane dakle podrazumijevaju kratke opskrben lance u kojima se zaobilaze prekupci te se omogućuje razvoj suradnje i novi odnosi između proizvođača i kupaca temeljeni na povjerenju i poštenju. Time se ujedno potiče ekonomsko uključivanje malih lokalnih proizvođača koji su ostali na marginama nakon razvoja globalnoga tržišta i velikih korporacija, što posljedično dovodi do jačanja lokalnih tržišta i pozitivnoga utjecaja na ruralni razvoj (Seyfang, 2006; Goodman i dr., 2012). Pritom treba naglasiti da je razvoj mnogih takvih lokalnih sustava hrane krenuo od potrošača. Potrošači se pojavljuju kao aktivni i inovativni pokretači promjena (Clarke i dr., 2007), odnosno aktivni sudionici u oblikovanju potrošačkoga krajolika (Friedmann, 2007). Potrošači osmišljavaju različita *bottom up* rješenja za stvaranje novih sustava opskrbe hranom kojima je cilj promicanje ekološke proizvodnje hrane, favoriziranje sezonske i lokalne hrane (iz čega proizlazi izbjegavanje nepotrebnih kilometara i nepotrebno korištenje energije), osiguravanje poštenih cijena za proizvođače, povećanje dostupnosti kvalitetne hrane za sve, a ne samo za potrošače bolje platežne moći (Renting i dr., 2012).

channels. For example, in the United Kingdom, Sweden, and Denmark, 70–80% of organic products are sold in supermarkets (Renting et al., 2003; Maye and Kirwan 2010). As Guthman (2002; 2003; 2004a; 2004b; 2008) noted, industrial and mass-produced organic food abandons the original idea of being a radical alternative to conventional agriculture and simply becomes another sector of industrial production. Under the guise of sustainability, large organic food producers often adopt various destructive methods characteristic of conventional agriculture, such as reliance upon fossil fuels and exploitation of workers, undermining attempts to create a fairer and more sustainable food system (Goodman, 2000; Schnell 2007). Since the term “alternative” has been compromised in this sense, some researchers propose the use of other complementary and, according to some authors, more accurate terms such as: local food systems; short food supply chains; or civic food networks, instead of the term “alternative food networks” (Ilbery and Maye, 2005; Feagan, 2007; Renting et al., 2012).

Alternative food networks imply short food supply chains that bypass middlemen and develop cooperation and new relationships between producers and consumers based on trust and respect. This also encourages economic involvement on the part of small local producers who were marginalised by the development of the global market and large corporations, which strengthens local markets and positively affects rural development (Seyfang, 2006; Goodman et al., 2012). It should also be noted that the development of many such local food systems has been driven by consumers. Therefore, consumers appear as active and innovative agents of change (Clarke et al., 2007), i.e. active participants in the shaping of the consumption landscape (Friedmann, 2007). Consumers produce bottom-up solutions to create new food systems with the aim of promoting organic food production, prioritising seasonal and local food (avoiding unnecessary mileage and energy consumption), ensuring fair prices for producers, ensuring the availability of good food for everyone—not just for consumers with higher purchasing power (Renting et al., 2012).

Kratki opskrbeni lanci u Hrvatskoj – perspektiva ekoloških poljoprivrednih proizvođača uključenih u grupe solidarne razmjene

Short food supply chains in Croatia: perspectives of organic food producers involved with groups of solidary exchange

Za razumijevanje alternativnih mreža hrane može se izdvojiti nekoliko ključnih elemenata (Brunori i dr., 2011): 1. važna ideja u pozadini jest da su proizvodnja i potrošnja hrane istovremeno politički, ekološki i ekonomski čin, 2. uključuju različite aktere koji zajedničkim snagama grade novi sustav opskrbe hranom, 3. podrazumijevaju nove radno-životne strategije za proizvođača koje su usmjerene na postizanje autonomije, odnosno izlazak iz konvencionalnih lanaca prodaje te istovremeno promjenu radno-životnih strategija potrošača 4. dovode do razvoja novih odnosa temeljenih na povjerenju koje je narušeno različitim skandalima vezanima uz konvencionalnu hranu, 5. postignuća se ne mjere isključivo po komercijalnim mjerilima, nego i po kapacitetu za postizanje promjene postojećih potrošačkih, proizvođačkih i tehnoloških praksa.

Služeći se različitim mehanizmima kao što su stvaranje partnerstva s proizvođačima, zaobilazeći posrednike, koristeći se volonterskom radnom snagom, izbjegavajući nepotrebnu ambalažu, stvarajući alternativnu logistiku baziranu na privatnim/društvenim alatima i prostorima, kratki opskrbeni lanci omogućuju potrošačima dolazak do kvalitetnih, lokalno proizvedenih proizvoda i predstavljaju *win-win* situaciju kako za proizvođače tako i za potrošače (Brunori i dr., 2011; 2012).

Treba također pojasniti da su alternativne mreže hrane širok koncept koji obuhvaća niz različitih alternativnih praksa vezanih uz proizvodnju, distribuciju i prodaju hrane kao što su: tržnice ekološke hrane (engl. *farmers' markets*), grupe solidarne razmjene (u drugim zemljama pod različitim nazivima: *Gruppi di acquisto solidale* (GAS) u Italiji; *Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne* (AMAP) u Francuskoj; *Community supported agriculture* (CSA) u SAD-u, *Grupos autogestionados de consumo* (GAK) u Španjolskoj i dr.), kućne dostave naručenih proizvoda, prodaja na kućnom pragu (na OPG-u), društveni vrtovi.

S obzirom na fokus rada u sljedećem poglavlju detaljnije će biti razjašnjen koncept i osnovni principi djelovanja grupa solidarne razmjene kao jednoga od oblika alternativnih mreža hrane.

Several elements can be singled out as essential for understanding alternative food networks (Brunori et al., 2011): 1) an important underlying idea is that food production and consumption are simultaneously political, ecological, and economic acts; 2) they include a plurality of actors who come together to build new systems of food provision; 3) they imply new livelihood strategies for producers looking for autonomy from conventional chains; 4) they lead to the development of new trust relationships that have been damaged due to various scandals related to conventional food; and 5) they measure performance not only in terms of commercial benchmarks, but by the capacity to modify existing consumption, production, and technological practices.

Using a variety of mechanisms such as creating partnerships with farmers, bypassing middlemen, employing voluntary work, avoiding unnecessary packaging, creating alternative logistics based on private/social tools and spaces, short food supply chains allow consumers to obtain good, locally-produced food and create win-win situations for both producers and consumers (Brunori et al., 2011; 2012).

It should also be clarified that alternative food networks are a broad concept that encompasses a series of different alternative practices related to food production, distribution, and retail such as: farmers' markets; groups of solidary exchange equivalents in other countries (*Gruppi di acquisto solidale* (GAS) in Italy, *Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne* (AMAP) in France, *Community-supported agriculture* (CSA) in the US, *Grupos autogestionados de consumo* (GAK) in Spain, etc.); direct-to-consumer delivery; on-farm shops; and community gardens.

In relation to the focus of this paper, the next section will clarify the concept and basic operating principles of groups of solidary exchange as a form of alternative food networks.

Grupe solidarne razmjene (GSR) – simbioza kupaca i ekoloških poljoprivrednih proizvođača

Grupe solidarne razmjene (GSR) su neformalne skupine ljudi koji zajedno kupuju hranu i druge proizvode izravno od proizvođača. Kako navodi Orlić (2014), GSR je svojevrsna platforma za sve one koji svojim novcem žele izravno pomagati tzv. malom poljoprivredniku, ali ne bilo kakvom, već onom koji će, iz vlastitih uvjerenja i stavova, hranu uzgajati poštujući ekološke i moralne principe. Na taj se način zaobilaze prekupci, potiče se ekološka proizvodnja te se razvija solidarnost između proizvođača i potrošača u krugu potrošnje.

Dosadašnja istraživanja pokazala su da postoje brojne prednosti kako za proizvođače tako i za potrošače koji sudjeluju u kratkom opskrbnom lancu. Kao najčešće prednosti za proizvođače izdvajaju se: izravne veze s kupcima, financijske transakcije bez posrednika, poštenije i bolje cijene, plaćanja na isporuci ili unutar nekoliko dana, više autonomije te veći osjećaj vrijednosti zanimanja i uvažavanje od kupaca (La Trobe, 2001; Sage, 2003; Kirwan, 2004; Jarosz, 2008; Darolt i dr., 2016). Što se tiče prednosti za kupce, izdvajaju se: znanje o tome tko je proizveo hranu, gdje i na koji način (transparentnost i dovoljno informacija o proizvodu), opskrba sezonskom i regionalnom/lokalnom hranom (iz čega proizlazi svježina i bolji okus hrane), poštena cijena (za kupce, ali i proizvođače), edukacija o prehrani (učenje o proizvodnji hrane, različitim namirnicama, novi recepti), manje količine ambalaže i recikliranje, jačanje veza u lokalnoj zajednici (La Trobe, 2001; Ilbery i Maye, 2005; Fonte, 2013; Darolt i dr., 2016).

Osim prednosti treba navesti da ovakav način organizacije opskrbe hranom ima i neka ograničenja kojima se treba prilagoditi te koja zahtijevaju od proizvođača i potrošača veću razinu fleksibilnosti. Mnogi proizvođači prolaze znatnije prilagodbe da bi se uklopili u potrebe GSR-ova poput prelaska s konvencionalne na organsku proizvodnju (što je ključan uvjet za suradnju s GSR-om), prebacivanja sa specijalizacije na diversifikaciju, planiranja što će saditi, svoju internu organizaciju, odnose s drugim proizvođačima uključenima u sustav, obli-

Groups of solidary exchange (GSR): symbiosis between consumers and small organic producers

Groups of solidary exchange (GSR) are informal groups of people who collectively buy food and other products directly from producers. According to Orlić (2014), a GSR is a platform for all those who want their money to go directly to small farmers who grow their food according to a set of moral principles that respect the environment. This method bypasses middlemen, encourages organic production, and develops solidarity between producers and consumers in the context of consumption.

Previous research has shown that there are numerous advantages both for producers and for consumers participating in short food supply chains. Some of the most commonly-mentioned advantages for producers include: direct contact with consumers; financial transactions without middlemen; fairer and better prices; payment upon delivery or within a few days; greater autonomy; and a greater sense of professional worth and respect from consumers (La Trobe, 2001; Sage, 2003; Kirwan, 2004; Jarosz, 2008; Darolt et al., 2016). Regarding the advantages for consumers, they include: awareness of who produced their food and how and where it was produced (transparency and sufficient information about the product); supply of seasonal and regional/local food (which is fresh and better-tasting); fair prices (both for consumers and producers); food-related education (regarding food production, various types of food, new recipes); less packaging; recycling; and strengthening connections within the local community (La Trobe, 2001; Ilbery and Maye, 2005; Fonte, 2013; Darolt et al., 2016).

Besides these advantages, it should be noted that this manner of food supply organisation also has certain limitations that need to be taken into account and require greater flexibility from both producers and consumers. In order to cope with GSR needs, many producers need to adapt key aspects of their practices such as: converting from conventional to organic farming (an essential requirement for cooperation with a GSR); moving from specialisation to diversification; crop planning; internal organisation; developing relations with other

Kratki opskrbni lanci u Hrvatskoj – perspektiva ekoloških poljoprivrednih proizvođača uključenih u grupe solidarne razmjene

Short food supply chains in Croatia: perspectives of organic food producers involved with groups of solidary exchange

ke komunikacije i razvoj komunikacijskih vještina, veća ulaganja u logistiku (npr. kombi hladnjače, mjesta za skladištenje na gospodarstvu), otvaranje poljoprivrednoga gospodarstva za posjete i dr. (Brunori i dr., 2012; Lamine i dr., 2012; Darolt i dr., 2016). Općenito, proizvođači trebaju uvelike promijeniti svoj način poslovanja, naučiti nove vještine te usvojiti nova znanja. S priključivanjem GSR-u potrošači također moraju mijenjati svoje navike i prilagoditi se novoj rutini kupovanja i potrošnje hrane. U tom procesu prilagodbe nastoje riješiti i uravnotežiti nekoliko važnih dvojba kao što su: cijena nasuprot kvaliteti, praktičnost nasuprot zdravlju, mogućnost velikoga izbora proizvoda nasuprot etici, okus hrane s umjetnim dodatcima nasuprot okusu hrane bez dodataka (Lamine i dr., 2012). Potrošači su potaknuti da redefiniraju svoje poimanje hrane, preslože svoje prioritete i prilagode se specifičnostima kupovine hrane preko grupa (Lamine i dr., 2012). Jedna od ključnih razlika jest što to nije individualna, nego kolektivna kupovina što implicira zajedničko planiranje i organizaciju (Fonte, 2013). Između ostaloga, potrebno je prilagoditi dnevni raspored dogovorenom vremenu dostave proizvoda te biti u vezi s tim fleksibilan (zbog npr. kašnjenja proizvođača, kasnih termina dostave, neredovite dostave pojedinih proizvoda i sl.). Također, kupci trebaju prihvatiti da je dostupnost proizvoda ograničena količinski i sezonski, da su cijene određenih proizvoda više u odnosu na konvencionalne te da je manji raspon proizvoda koje je moguće kupiti, pogotovo prerađevina (npr. mesnih) (Darolt i dr., 2016).

U Hrvatskoj su se GSR-ovi počeli razvijati krajem 2010., najprije u Zagrebu, a ubrzo i u Rijeci, Puli i Čakovcu (već tijekom 2012.) te u ostalim većim gradovima (GSR brošura, 2012). Većinu grupa pokrenuli su potrošači, no za pokretanje nekih grupa (primjerice u Istri) zaslužni su i sami ekološki poljoprivredni proizvođači. Ključna razlika u funkcioniranju između istarskih grupa, odnosno svih onih koje se nazivaju Solidarnim ekološkim grupama (SEG-ovima) i većine ostalih GSR-ova jest što se u SEG-ovima od svih poljoprivrednika očekuje da posjeduju certifikat ekološkoga proizvođača. U većini ostalih GSR-ova posjedovanje ekološkoga certifikata nije nužno za suradnju. Čla-

producers involved in the system; making use of various forms of communication and development of communication skills; investments into logistics (e.g. refrigerated vans, storage areas on the farm); opening their farms to visitors; etc. (Brunori et al., 2012; Lamine et al., 2012; Darolt et al., 2016). In general, producers need to significantly change their methods of operation, learn new skills, and acquire new knowledge. When they join a GSR, consumers also need to change their habits and adapt to new purchasing and consumption routines. In this process of adaptation, they try to resolve and balance several significant dilemmas, such as price vs. quality, convenience vs. health, freedom of choice vs. ethics, etc. (Lamine et al., 2012). Consumers are encouraged to redefine their conception of food, rethink their priorities, and adapt to the specificities of buying food as part of a group (Lamine et al., 2012). One of the key differences is that this is a collective purchasing arrangement, rather than individual, which implies joint planning and organisation (Fonte, 2013). Among other things, it is necessary to adjust daily schedules according to pre-defined times of delivery and be flexible in this respect (for example, in case of delays by the producer, late deliveries, irregular deliveries of certain products, etc.). Furthermore, consumers need to accept that product availability is limited both in terms of quantity and season, prices of certain products are higher compared to conventional products, and that there is a narrower selection of products—especially when it comes to processed products (e.g. meat products) (Darolt et al., 2016).

In Croatia, GSRs started to develop late in 2010, first in Zagreb, and soon afterwards in Rijeka, Pula, and Čakovec (already in 2012), as well as in other major cities (GSR booklet, 2012). The majority of groups were initiated by consumers, but some groups (e.g. in Istria) were founded by organic producers themselves. Regarding their operation, the key difference between Istrian solidarity exchange groups (SEGs) and others named so, and most of the other GSRs is that in SEGs all farmers are expected to be certified organic producers. In most of the other GSRs, organic certification is not a prerequisite for cooperation. Group members enhance their sense of control

novi grupa dodatno zadovoljavaju osjećaj kontrole razvojem međusobnoga povjerenja, posjećujući poljoprivrednika i njegovo imanje te druženjem s njime (Orlić i Bokan, 2017). Grupe su ponajprije osnovane kako bi se riješio problem preskupe ekološke hrane u Hrvatskoj (Sarjanović, 2014), odnosno zbog potrebe kupaca za zdravom hranom po razumnim cijenama (Orlić, 2014) te da bi se podržali lokalni proizvođači koji su spremni proizvoditi po ekološkim principima. Pritom treba naglasiti da je pojam *lokalni proizvođač* u hrvatskom kontekstu shvaćen prilično široko te se uglavnom rabi kao sinonim za hrvatskoga proizvođača. Jedan od razloga je što se time nastojalo naglasiti domaće, odnosno hrvatsko porijeklo proizvoda. Također, dodatan razlog tomu je što je u počecima razvoja grupa u primorskim županijama bilo vrlo malo registriranih ekoloških poljoprivrednih gospodarstava (manje od dvadeset po županiji) (Pejnović i dr., 2012). Iako njihov broj raste u gotovo svim županijama iz godine u godinu (od 1.494 u 2011. godini do 4.374 u 2018. godini, Ministarstvo poljoprivrede, 2016; Gugić i dr., 2017; DZS, 2019), grupe nastavljaju surađivati i s proizvođačima iz udaljenih dijelova Hrvatske zbog dosadašnjega izgrađenog odnosa, ali i njihovih specifičnih proizvoda koje ne nude ili nisu u mogućnosti proizvesti proizvođači iz neposredne okolice (primjerice mandarine iz doline Neretve, proizvodi crne slavonske svinje, bučino ulje i dr.). U tom pogledu, i lokalni sustavi hrane shvaćeni su u širem smislu te povezuju prostor cijele Hrvatske.

Jedna od koordinatorica riječkoga GSR-a na sljedeći je način opisala što je GSR i koji mu je cilj: *GSR je u svojoj srži, to mu je jedna od osnovnih karakteristika, da je to neformalna skupina građana i on je na neki način protest protiv ovakvog nepoštenog sustava hrane koji imamo oko sebe. I ustvari smo se samoorganizirali da pomognemo prvenstveno njima (proizvođačima), a onda i nama. Eto, to je jedna takva simbioza koja je na obostranu korist, koja srećom još uvijek egzistira.*

Sljedeća poglavlja detaljnije obrađuju što takva simbioza znači za ekološke proizvođače hrane te što im donosi suradnja s GSR-ovima u organizacijskom, financijskom i društvenom smislu.

by the development of mutual trust, and by visiting farmers and their farms and socialising with them (Orlić and Bokan 2017). These groups were primarily formed to solve the problem of expensive organic food in Croatia (Sarjanović, 2014), i.e. out of consumers' desire for healthy food at reasonable prices (Orlić, 2014), as well as to support local producers willing to produce according to organic principles. However, it should be noted that the term "local producer" can be rather broadly applied in the Croatian context, and is usually understood as a synonym for a domestic Croatian producer. One of the reasons for this is an attempt to highlight the domestic (Croatian) origin of the product. Another reason is that when groups began to develop, there were only few registered organic farms in coastal regions (less than twenty per county) (Pejnović et al., 2012). Even though their number is on the rise in almost all counties (from 1,494 in 2011 to 4,374 in 2018—Ministry of Agriculture 2016; Gugić et al. 2017; Croatian Bureau of Statistics 2019), these groups continue to cooperate with producers from distant parts of Croatia due to pre-existing relationships, but also due to specific products that are not offered or cannot be produced by producers in their immediate surroundings (for example, tangerines from the Neretva Valley, Black Slavonian pig products, pumpkin seed oil, etc.). In this respect, local food systems are also understood more broadly, covering the whole of Croatia.

A coordinator of a Rijeka GSR described what a GSR is and its purpose as follows: *"In essence, a GSR is an informal group of citizens, this is one of its basic characteristics. It is a sort of protest against the unfair food system surrounding us. This was the primary reason we organised ourselves, to help them (producers), and then to help ourselves. It is a symbiosis to our mutual benefit, and we are happy it keeps functioning."*

The next sections get into detail in exploring the meaning of such symbiosis for organic food producers and the advantages of cooperation with GSRs in organisational, financial, and social terms.

Kratki opskrbni lanci u Hrvatskoj –perspektiva ekoloških poljoprivrednih proizvođača uključenih u grupe solidarne razmjene

Short food supply chains in Croatia: perspectives of organic food producers involved with groups of solidary exchange

Hrana s licem proizvođača

Ekološka poljoprivreda način je proizvodnje hrane u kojem se ne koriste kemijski preparati za gnojenje ili zaštitu niti genetski modificirani organizmi, a uzgoj životinja odvija se u humanijim uvjetima, odnosno to je način poljoprivredne proizvodnje koji je više u harmoniji s prirodom i lokalnim ekosustavima (Seyfang, 2006). Osnovni motivi zašto su se proizvođači odlučili na bavljenje ekološkom poljoprivredom prilično su podudarni. Većina intervjuiranih poljoprivrednika na ekološku se proizvodnju odlučila iz vlastitih uvjerenja. Razlozi koje su najčešće naveli bili su ljubav prema prirodi i rodnom zavičaju, briga za okoliš, želja za proizvodnjom zdrave i kvalitetne hrane, želja da drugima omoguće da jedu kvalitetno kao što jedu oni sami. Općenito su proizvođači motivirani time što ekološka proizvodnja podrazumijeva bolji odnos prema prirodi, proizvodima i ljudima (vrlo slične motive proizvođača zabilježili su i Smithers i Furman, 2003; Ilbery i Maye, 2005; Schnell, 2007). Neki od proizvođača prvotno su se i sami bavili konvencionalnom poljoprivredom ili su odrasli na takvim poljoprivrednim gospodarstvima, pa su imali prilike iskusiti u kolikoj mjeri takav način proizvodnje ne „slijedi prirodu”. Jedna je proizvođačica komentirala: *Stvar je u tome što sam ja odrasla na konvencionalnoj farmi i ne bih to radila nikad, ni mrtva. Moji roditelji su se time bavili, imali su između 15 i 20 krava. Nije stvar u poljoprivredi, stvar je u tome što se već generacijama, već par desetljeća, ispire ljudima mozak kako moraš dobranjivati krave, i da krave ne idu vani i tako daju više mlijeka. Je istina je, dobiješ više mlijeka, ali koja je kvaliteta tog mlijeka?* Kao što je spomenula proizvođačica, u konvencionalnoj proizvodnji ključni je imperativ količina, odnosno maksimalna produktivnost. Takav dominantan pristup o važnosti prinosa kočio je neke od poljoprivrednika da se i ranije počnu baviti ekološkom proizvodnjom, kao što navodi proizvođačica iz Dalmacije: *Mislim, netko je proširio priču da su prinosi drastično manji na ekološkoj i, znaš, te su priče bile dosta jake i bili smo uplašeni. Ok, istina je da prinosi jesu manji, ne drastično, ali zato dobiješ proizvod koji je nemjerljiv po kvaliteti s onim.* Kako navode Pejnović i dr. (2012), za razliku od intenzivne poljoprivrede, koja povećava prinose, ali uzrokuje

Food with a farmer's face

Organic farming is a method of producing food without using any chemical fertilisers or pesticides, or genetically modified organisms, while animals are bred under more humane conditions. It is a method of farming which is more in harmony with nature and local ecosystems (Seyfang, 2006). The basic reasons for which producers decide to engage in organic farming are fairly consistent. The majority of interviewed farmers have opted for organic production due to their personal beliefs. Some of the most common reasons they provided were: love for nature and their native soil; care for the environment; the desire to produce healthy and high-quality food; and the wish to enable others to eat food of the same quality as they do. In general, producers are motivated by the fact that organic production implies a better attitude towards nature, produce, and people (very similar motives were also noted by Smithers and Furman, 2003; Ilbery and Maye, 2005; Schnell, 2007). Some producers were previously engaged in conventional farming, or they grew up on such farms, and they had an opportunity to see for themselves the extent to which such methods of production is not in harmony with nature. One of the producers said: *“The thing is, I grew up on a conventional farm and I wouldn't do this for anything. My parents engaged in this, they owned between 15 and 20 cows. It's not about farming, the thing is that for generations, for several decades already, people have been brainwashed into believing that they must artificially feed cows, and that cows give more milk if they don't go outside. Yes, it's true, you get more milk, but what's the quality of such milk?”* As this producer pointed out, in conventional production what matters the most is quantity, i.e. maximum productivity. As one producer from Dalmatia said, this dominant approach regarding the importance of yields has discouraged some farmers from engaging in organic production earlier. *“I mean, someone spread the word that yields are significantly lower in organic farming and, you know, these stories were very powerful and we were scared. OK, it's true that yields are a bit lower, but you get a product that is far better when it comes to quality.”* As Pejnović et al. (2012) noted, unlike intensive farming, which increases yield, but causes severe problems for the environ-

teške probleme u okolišu, ekološki održiva poljoprivreda omogućuje razmjerno dobar prinos usjeva uz minimalan utjecaj na ekološke čimbenike, primjerice na plodnost tla. Iako je unos gnojiva i energije u ekološkom uzgoju smanjen za 34 do 53 %, a pesticida za čak 97 %, prinosi su manji za svega 20 % (Dubois i dr., 2002 prema Pejnović i dr., 2012).

K tomu, konvencionalna poljoprivredna proizvodnja povezana je i s konvencionalnim načinima dostave robe na tržište koji imaju svoja pravila te najčešće uključuju i više od jednoga prekupca koji stoji između proizvođača i krajnjega kupca. Za većinu intervjuiranih proizvođača, koji su pokušali s plasmanom svoje robe na tržište preko prekupaca i trgovačkih lanaca, to se pokazalo kao vrlo neugodno iskustvo. Naime, novac za svoje proizvode dobili bi s kašnjenjem od nekoliko mjeseci pa čak do godinu dana, a bilo je i onih koji su čitav svoj urod prodali na taj način i nikad im nije bilo plaćeno. Osim toga, cijena koju proizvodi postižu vrlo je niska te stoga nezadovoljavajuća za trud koji poljoprivrednici ulažu. Dodatan problem predstavlja i kategorizacija plodova odnosno njihovo svrstavanje u različite klase, najčešće po veličini, pri čemu se oni proizvodi koji ne odgovaraju konvencionalnim mjerilima „savršenosti” plaćaju znatno manje ili ih se čak ne uzimaju u obzir. S obzirom na to da su varijacije u veličini, obliku ili boji uobičajene pri uzgoju, velik dio plodova se nepotrebno podcjenjuje. Ogorčenost ekoloških poljoprivrednika na takav nepošten pristup dobro je izrazio jedan od proizvođača povrća: *Sudjelovanje u prodaji u trgovačkim lancima, to što smo ranije probali kroz specijalizirane i slične trgovine, to je bezlično, to je proizvod bez karaktera, konačnog kupca mi nikad ne vidimo niti upoznamo i ne znamo što on misli o tome. A njihove kontrole i navodi kako su proizvodi čudne boje, grbavi, nagriženi da vam ne pričam, to je apsurd. Znači svrstavaju nas u svoje calibre, tablice, obezvrjeđuju naš proizvod i trud do krajnjih granica. Još kasne s plaćanjem, i zato smo odustali od suradnje s njima!* Negativna iskustva proizvođača s posrednicima nisu tipična samo za Hrvatsku jer sličnu neizvjesnost oko prodaje svojih proizvoda, mogućnost da će im suradnja biti otkazana zbog pojave jeftinijih uvoznih proizvoda, kašnjenja s plaćanjem i veliki postotak proizvoda koji se ne mogu prodati jer ne

ment, environmentally-sustainable farming enables proportionally good yields with minimal impact on environmental factors such as soil fertility. Even though the input of fertilisers and energy in organic farming is reduced by 34%–53%, and pesticides by no less than 97%, yields are only 20% lower (Dubois et al., 2002, according to Pejnović et al., 2012).

In addition, conventional farming is related to conventional distribution methods that have their specific rules and usually include more than one middleman between the producer and the end buyer. For most of the interviewed producers who tried to place their products on the market through resellers and supermarkets, this proved to be a very unpleasant experience. They received money for their products several months or even one year later, and some of them sold their entire yield and never got paid. Moreover, the prices they get for their products is very low and, as such, unsatisfactory for the effort these farmers put in. An additional problem is the categorisation of products, i.e. their classification, which is usually made based on size. Produce that does not fit within conventional “ideal” measurements commands a much lower price or is not even taken into consideration. Since variations in size, shape, or colour are all normal in agriculture, a large amount of produce is unnecessarily underrated (and wasted). One of the fruit producers expressed his bitterness about this fundamentally unfair approach: *“At first, we tried to sell our produce to retail chains, to specialised and similar stores, but this is impersonal, this product has no character, we never see or meet the end buyer and we cannot know how they feel about the product. And their inspections and allegations that products are odd-coloured, odd-shaped, and nibbled, it’s so absurd. They sort us according to their own calibres, tables, they degrade our produce and our efforts beyond reason. And they are late with payment. That’s why we gave up cooperating with them!”* Negative experiences of producers with resellers are not only typical of Croatia. Similar uncertainty regarding the sale of their products, the risk of having their cooperation cancelled due to cheaper imported products, late payments, and the high percentage of products that cannot be sold because they do not fit conventional standards affects farmers in other countries as well (Seyfang, 2006).

odgovaraju konvencionalnim standardima pogađaju i poljoprivredne proizvođače u drugim zemljama (Seyfang, 2006).

Upravo sve to navedeno, odnosno obrada zemlje koja je u skladu s njihovim osobnim vrijednostima, nezadovoljavajuće cijene koje dobivaju kroz konvencionalne prodajne kanale, težnja za boljom kvalitetom života i potreba za novim poslovnim prilikama usmjerilo je poljoprivrednike na suradnju s GSR-ovima. Naime, već samo ime grupa u kojem se pojavljuje riječ solidarnost (S u GSR) implicira da u takvoj suradnji postoji uvažavanje između proizvođača i kupaca te da taj odnos nije između stranaca ili suprotstavljenih strana (Sage, 2003), već između ljudi koji dijele iste vrijednosti. Ključna strategija OPG-ova koji surađuju s GSR-ovima je koncentracija na kvalitetan proizvod, pri čemu se kvaliteta definira na drukčiji način nego u konvencionalnoj proizvodnji. Sezonalnost i lokalno porijeklo glavni su kriteriji kvalitete proizvoda, iz kojih onda proizlazi i niz drugih značajka kao što su: svježina, okus, raznolikost i nutritivna vrijednost (Brunori i dr., 2011). S druge strane, značajke važne u konvencionalnoj proizvodnji kao što su veličina i oblik, boja i homogenost proizvoda ne smatraju se važnima niti određuju vrijednost proizvoda. Kao što su primijetili Brunori i dr. (2011), poljoprivrednici koji surađuju s GAS-ovim (talijanskim GSR-ovim) jače se usredotočuju na vrijednosti. Dok su u konvencionalnoj proizvodnji veličina farme i tehnologija najvažniji faktori jer proizvođača potiču na maksimalnu produktivnost (što je pritom i osnovna mjera uspjeha), za poljoprivrednike koji surađuju s GSR-ovima za uspješno poslovanje važniji su reputacija i povjerenje. Te se vrijednosti razvijaju izravnim kontaktom s kupcima, međusobnom komunikacijom i posvećenošću istim vrijednostima. Svi proizvođači svjesni su važnosti izgradnje povjerenja i kvalitetnoga odnosa sa svojim kupcima jer su te vrijednosti ključna podloga za uspješnu i dugotrajnu suradnju. Proizvođačica ekološkoga mesa naglasila je: *Znala sam da je važno graditi taj odnos, ali mi je u prva tri mjeseca postalo kristalno jasno da je to najbitnije. Mislim, ne znam kako to jasnije definirati, ali je to najbitnija stvar koju radim. Da ja nikad ne smijem kompromitirati svoju riječ jer bih kompromitirala svoju posao. Ako se nešto zariba, a ljudi smo, dogodi*

All of the aforementioned, including cultivation that is not in accordance with farmers' personal values, unsatisfactory prices that can be obtained through conventional sales channels, aspiration for better quality of life, and need for new business opportunities have all driven these farmers to cooperate with GSRs. The very name of these groups, which includes the word "solidary", implies that this cooperation includes mutual respect between producers and buyers. This is not a relationship between strangers or conflicting sides (Sage, 2003), rather between like-minded people. The key strategy of family farms cooperating with GSRs is to focus on high-quality produce (quality here is defined in a different manner than in conventional farming). Seasonality and local provenance are the main criteria for product quality, from which a lot of other characteristics arise, such as freshness, taste, variety, and nutritional value (Brunori et al., 2011). On the other hand, characteristics important in conventional production, such as size, shape, colour, and homogeneity are not considered important nor do they determine product value. As Brunori et al. (2011) noted, farmers cooperating with Italian GASs (Italian GSRs) have a greater focus on these values. While in conventional agriculture, farm size and technology are the most important factors, encouraging the producer to achieve maximum productivity (the main measure of success), reputation and trust are more important for successful operation for farmers cooperating with GSRs. Such values are developed through direct contact with consumers, mutual communication, and commitment to the similar values. All producers are aware of the importance of trust and good relationships with their consumers as these values provide a solid foundation for successful and long-term cooperation. As an organic meat producer pointed out: *"I knew it was important to build this relationship, but in the first three months it became crystal clear that this is the most important. I mean, I don't know how to define this more clearly, but it is the most important thing I'm doing. I must never compromise my word, as doing so would compromise my business. If you mess up, and it happens, we're all human, don't run away from your responsibility. Once you lose your consumers' trust, it's all over. This is a relationship that needs to be built over time and then you can feel the difference."* Likewise,

se, ali nikad ne bježi od odgovornosti. Jer jednom kad izgubiš povjerenje kupaca, onda je gotovo. Znači, to je baš ono odnos koji se gradi i to se osjeti. Također, mnogi kupci kad prepoznaju da je riječ o kvalitetnom proizvodu, postaju odani svom proizvođaču te neće olako zamijeniti njegove proizvode nekim drugima, što proizvođače posebno veseli i motivira za rad: *Puno njih mi kaže, mi druge ne jedemo dok ne dođe vaše. A meni je srce k'o kuća veliko!*

Konvencionalni proizvođači ne moraju nužno imati dobro razvijene komunikacijske vještine jer prodaju standardizirane proizvode po unaprijed zadanoj cijeni te nemaju izravan doticaj s potrošačima (Brunori i dr., 2011). S druge strane, komunikacija je ključan element poslovanja kod proizvođača koji djeluju u kratkom opskrbnom lancu. Potrebno je pratiti želje i potrebe kupaca da bi se održala ili povećala razina ugleda i povjerenja u OPG. Mnogi intervjuirani proizvođači komuniciraju sa svojim kupcima izravno na isporukama, no vrlo je važna i komunikacija putem interneta, najčešće elektroničkom poštom ili društvenim mrežama. Neki od proizvođača trude se obavještavati svoje kupce o svojim planovima vezanima uz proizvodnju, o tome kako napreduje proizvodnja, kakva je situacija na poljima, kad će biti berba, a nastoje ih i educirati o svom proizvodu u smislu kako se nešto najbolje priprema za jelo ili zimnicu i sl. Članove GSR-ova zanimaju ovakve informacije jer većina njih želi znati više i naučiti nešto novo o proizvodnji i pripremi hrane. Katkad su objave popraćene fotografijama iz voćnjaka ili s polja, fotografijama zrelih plodova, članova obiteljskih gospodarstava u radu i sl. Također, ako su zabrinuti zbog uroda, zbog loših vremenskih uvjeta ili napada nekih štetočina, proizvođači se mogu požaliti svojim kupcima. Jedna od proizvođačica redovito je e-poštom pisala o stanju u svom voćnjaku: *Naš dio Slavonije je tri puta tukao led i nevirijeme do sada. Marelica je stradala, ljetna jabuka je izlupana neposredno pred berbu u fazi kada ni sok od nje ne bi bio dobar za raditi. Topaz i Gold dolaze u berbu za dva do tri tjedna i ako ne bude kijameta, moći će se probati. Dragi moji, čim se berba približi, javit ću vam i dogovoriti ćemo isporuke.* Na ovaj su način kupci dodatno upoznati sa situacijom na poljoprivrednom gospodarstvu te mogu pratiti što se zbiva pa i pomoći proizvođaču ako mogu.

when they recognise a high-quality product, many consumers become loyal to their producers and will not buy the same product from another producer. This makes producers very happy and motivates them to work even harder. *“Many of them say to me ‘we won’t eat anything else until your produce arrives’, and my heart overflows with joy!”*

Conventional producers do not necessarily need good communication skills because they sell standardised products at predetermined prices and do not come into direct contact with consumers (Brunori et al., 2011). On the other hand, communication is a key element for producers operating within short food supply chains. Consumers’ wishes and needs need to be taken into account in order to maintain or increase the family farm’s reputation and level of trust. Most interviewed farmers’ communication is based on face-to-face interactions during deliveries, but online communication, mostly in the form of e-mails and social media, is also very important. Some producers regularly inform their consumers regarding the progress of production, situation in the fields, anticipated harvest times, production plans, and they also try to educate their consumers about their products, e.g. by teaching them how to cook something or preserve and store it for the winter. GSR members are interested in such information since most of them want to learn more and find out something new about the production and preparation of food. These posts are sometimes accompanied by photographs of ripe fruit/crops from an orchard or a field, family members working, etc. Also, if they have any concerns about the yield, for example due to adverse weather or pests, producers can share this with their consumers. One of the producers has been regularly sending e-mails about the conditions in her orchard. *“So far, our part of Slavonia was hit by ice storms three times. Apricots were destroyed, summer apples were battered just before picking, at the stage when they couldn’t even be used to make juice. Topaz and Gold will be ready for picking in two to three weeks, unless they get hit by a storm. My dear consumers, I’ll let you know as the time for picking approaches to arrange for your deliveries.”* This way, consumers are well acquainted with the situation on the family farm and can keep track of what is happening, and even help the producer if they can.

Kratki opskrbeni lanci u Hrvatskoj – perspektiva ekoloških poljoprivrednih proizvođača uključenih u grupe solidarne razmjene

Short food supply chains in Croatia: perspectives of organic food producers involved with groups of solidary exchange

Izravan odnos omogućuje proizvođačima da redovito čuju što kupci misle o njihovim proizvodima, pa tako mogu odmah odgovoriti na pohvale, ali i na prigovore ako ih ima. Povratna informacija omogućuje im da smjesta riješe nesporazum ili bolje pripaze već kod sljedeće isporuke, primjerice da naručene jabuke ne stignu izudarane u transportu ili da ubrano voće bude dovoljno zrelo. Takve povratne informacije prihvaćaju se jednako dobro kao i pohvale jer proizvođače potiču da zadrže razinu kvalitete na kakvu su kupci naviknuli i koju očekuju. Dublji odnosi između proizvođača i kupaca podrazumijevaju određenu razinu odgovornosti, međutim očekuje se da ona bude obostrana. To se sa strane kupaca posebno očituje u redovitosti plaćanja, što je jedna od najčešće spominjanih prednosti izravne prodaje za proizvođače. Ovisno o dogovoru, proizvodi se plaćaju prilikom preuzimanja ili unaprijed. Katkad se plaćanje odvija i naknadno, no kašnjenja s plaćanjem nisu ni u približnoj mjeri usporediva s onima koja su prisutna u dugom opskrbnom lancu gdje se kupac i proizvođač ne poznaju. Pojedine GSR grupe funkcioniraju već nekoliko godina pa su se do sada već razvili posebno bliski odnosi, čak i prijateljstva između kupaca i proizvođača. Samim time je i nekorektnih odnosa, odnosno izbjegavanja odgovornosti jednih prema drugima, puno manje. Također, mogućih nesporazuma između kupaca i proizvođača znatno je manje zbog postojanja zajedničkih vrijednosti i interesa.

Organizacijski izazovi ekoloških poljoprivrednika u kratkom opskrbnom lancu

Kao to su primijetili Brunori i dr. (2011), ekološka poljoprivredna gospodarstva koja surađuju s GSR-ovima radno su intenzivna, ne samo zbog organske proizvodnje koja zahtijeva više truda od konvencionalne nego i zbog kompleksnosti cjelokupne organizacije. S obzirom na to da se moraju baviti drukčijim problemima nego u konvencionalnoj proizvodnji, proizvođači moraju biti inovativni i kreativni. Proizvođači također moraju razvijati poduzetničke vještine zbog različitih proizvoda koje proizvode na svom gospodarstvu te radi odnosa koje je potrebno održavati s različitim kup-

This sort of direct relationship allows producers to get regular feedback from their consumers regarding their products, and to promptly reply to both compliments and complaints. This allows them to immediately resolve any misunderstandings or to correct problems in time for delivery, e.g. to make sure that apples do not get damaged during transport or that fruit is ripe enough. Such feedback is accepted as readily as an acknowledgment because it encourages producers to maintain the level of quality their consumers have come to expect from them. Closer relationships between producers and consumers entail a certain level of responsibility from both producers and consumers. With respect to consumers, this is reflected in regular payments, which is one of the most commonly-mentioned advantages of direct sales for producers. Depending on the sort of agreement, products can be paid upon delivery or in advance. Sometimes payment can be made afterwards, but late payments are not even remotely as common as in long food supply chains, where consumers and producers do not come into direct contact. Certain GSR groups have been operating for several years now, so very close relationships, even friendships, have already developed between consumers and producers. In this respect, cases where agreements regarding either delivery or payment are not honoured are very rare. Likewise, there are fewer potential misunderstandings between consumers and producers due to shared values and interests.

Organisational challenges faced by organic producers within a short food supply chain

As Brunori et al. (2011) noted, running an organic farm that cooperates with GSRs is labour intensive, not only because organic production requires more effort than conventional production, but also due to the general complexity of organisation required to cooperate with this sort of purchasing group. Due to the fact that they have to deal with different problems than those faced by conventional producers, producers have to be innovative and creative. Likewise, producers have to develop their entrepreneurial skills because of the different types of produce they grow on their farms and because of

cima i grupama. K tomu, izravna prodaja podrazumijeva znatna vremenska i novčana ulaganja u logistiku (Brunori i dr., 2011). Uz već spomenutu važnost komunikacije i rada na odnosu s kupcima znatan opseg posla proizvođačima čini praćenje i pripremanje narudžbi te njihovo dostavljanje do kupaca.

Priprema, slaganje i distribucija narudžbi je, kako navode proizvođači, vrlo zahtjevan zadatak. Primjerice, za proizvođače povrća priprema košarica s povrćem prema narudžbi kupaca uključuje niz aktivnosti kao što su branje, čišćenje, sortiranje, vaganje i pakiranje (odnosno slaganje u drvene ili kartonske gajbe/kutije) te označavanje imenom kupaca. Proizvođačica je rekla: *Taj dio je baš jako zahtjevan jer mi sve to sami ručno pakiramo, ručno odvajamo, važemo, slažemo i to je jako puno vremena. I moraš paziti, ako se u berbi nešto prereže, ošteti, ne možeš to staviti.*

Sadržaj košarica kupac nije u mogućnosti birati, nego proizvođači pripremaju povrće za svakoga kupca podjednako prema onome što trenutno imaju u ponudi, dakle ovisno o sezoni. Pritom je za proizvođače vrlo važno to što ne trebaju kategorizirati svoje proizvode (gotovo svaki plod se može staviti u košaricu), što im značajno umanjuje troškove. Kao što je već napomenuto, članovi GSR grupa prihvaćaju nesavršenost proizvoda, odnosno vode se kriterijima kvalitete i svježine, a ne estetskoga izgleda hrane (što ne znači da je ekološki proizvedena hrana nužno ružna, kvrgava i sl.). Putem mjesečne ili sezonske pretplate na košarice iskazuje se najveća solidarnost prema proizvođačima jer se plaća unaprijed i proizvođač je siguran da će tijekom cijele sezone imati osiguranu prodaju svojih proizvoda. Težina košarice unaprijed je dogovorena (npr. 3 ili 5 kg), međutim ona može sezonski varirati. Ljeti, kad je urod najveći, može biti nešto teža nego u jesenskim mjesecima, kad plodova ima manje (po količini i raznolikosti), no cijena uglavnom ostaje ista ona koja je dogovorena na početku sezone. Košarice najbolje odražavaju spremnost kupaca da se prilagode pravilima alternativne potrošnje i pružaju proizvođačima najbolju financijsku podršku (Schnell, 2007; Brunori i dr., 2011). No, upravo nemogućnost biranja sadržaja košarica najčešći je razlog zašto neki kupci odustaju od pretplate (slično je

the relationships with various consumers and groups they need to maintain. Direct sales also imply significant investments in logistics, both in terms of time and money (Brunori et al., 2011). In addition to the aforementioned importance of communication and effort put into relationships with consumers, a significant portion of work consists of tracking and preparing orders followed by delivery to consumers.

According to producers, preparing, arranging, and distributing orders is a very demanding task. For example, for vegetable producers, the preparation of vegetable boxes by order includes a series of activities such as picking, cleaning, sorting, weighing, and packing (i.e. arranging them in crates or boxes) and labelling them with each customer's name. A producer said: *"This part is really demanding since we pack everything manually; we sort, weigh, and arrange everything by hand, which is very time-consuming. And you have to be careful—if something gets cut or damaged during picking, you can't include it."*

Consumers typically cannot select the content of their boxes. Producers prepare various types of vegetables for each customer according to what is seasonally available. It is of immense importance that they do not have to categorise their products (almost every product can be placed in boxes), which significantly reduces their costs. As already noted, GSR members accept imperfections in products (quality and freshness are of primary importance) and aren't put off by the sometimes irregular appearance of the food (which does not mean that organically produced food is necessarily ugly, bumpy etc.). Monthly or seasonal subscriptions to boxes represent the highest level of solidarity towards producers because they get paid in advance and can be sure that their produce will be sold throughout the season. The size of the box is agreed upon in advance (e.g. 3 or 5 kg), but it can vary depending on the season. In summer, when yields are the highest, the boxes are sometimes heavier than in autumn months when there are fewer products (both in terms of quantity and variety), but the price usually remains the same, as agreed upon at the beginning of the season. These boxes best reflect the readiness of consumers to adjust to the rules of alternative consumption and provide producers with the best financial support (Schnell, 2007; Brunori et al., 2011). The lack of choice regarding box content, however, is the most common reason why some

primijetila i Lamine, 2005). Neki od proizvođača prepoznali su to kao problem i prilagodili se potrebama svojih kupaca. Proizvođač povrća i voća iz Slavonije objasnio je kako on nastoji riješiti taj problem: *Uveo sam samoslagajuće košarice kad sam vidio da je to problem. To je baš zbog toga što kupci neki ne jedu sve. Znači ima ih koji ne jedu korjenasto, pa ne jedu ovo, ne jedu ono...danas me jedna zvala, kaže ona sirovo jede, znači ne može krumpir, ne može batat i onda na taj način oni odaberu što hoće. Što se tiče nas proizvođača, košarice su jednostavnije. Imas košaricu, podijeliš jednako što ubereš, ali nekad oni budu nezadovoljni ako je nečega malo, nečeg previše, a ovako u rinfuzi oni naruče koliko trebaju.* Još jedan od problema vezan uz košarice je to što je potražnja najmanja baš kad je proizvodnja najveća. Naime, tijekom ljeta kada proizvođači imaju najveći urod i mogu složiti najbogatije košarice veliki dio kupaca koristi godišnji odmor. Jedan od načina na koji proizvođači spašavaju svoj urod od propadanja jest njegova prerada, npr. kiseljenje, prešanje u sokove, pravljenje pekmeza, sušenje i sl.

Dostava narudžbi na dogovorena mjesta je također zahtjevan dio poslovanja koji proizvođačima oduzima puno vremena, traži odgovarajuća prijevozna sredstva (npr. kombije, kombije hladnjače), ali i prilične novčane izdatke, pogotovo za proizvođače koji putuju do svojih kupaca više stotina kilometara, npr. iz Slavonije do grupa u Istri, Rijeci i Dalmaciji. Proizvođač iz Slavonije požalio se da mu najveći problem predstavlja transport proizvoda, prvenstveno zbog visoke cijene goriva i cestarina koju plaća za svoj kombi: *Najveći mi je problem autoput, preskuo mi je, da barem ima neka vinjeta godišnja, mjesečna...Znači ako gledam da je meni tamo sto eura, nazad sto eura, puta deset puta mjesečno, pa vi računajte.* Neki su se proizvođači organizirali tako da dio svojih proizvoda voze kupcu izravno na kućnu adresu, no u tom slučaju dodatno naplaćuju dostavu kako bi barem djelomično pokrili trošak tolikoga prijevoza. Također, to je vremenski posebno zahtjevno, što pokazuje primjer proizvođačice iz Središnje Hrvatske koja turu do Splita i 40-tak kućnih dostava odradi za 26 sati (bez spavanja). Kako navode proizvođači, i po četiri dana tjedno potrebno je odvojiti na dostavu proizvoda iako treba napomenuti da to uključuje

consumers cancel their subscriptions (this was also observed by Lamine, 2005). Some producers have recognised this problem and adjusted to the needs of their consumers. A fruit and vegetable producer from Slavonia explained how he has been trying to address this problem: *“When I realised this was a problem, I introduced self-arranged boxes. The main reason is that some buyers do not eat everything. There are some that don’t eat root vegetables, they don’t eat this, they don’t eat that . . . today I received a call from a customer, she said she eats raw food, which means she cannot eat potatoes, she cannot eat sweet potatoes. This way they can choose what they want. Of course, if you ask us producers, boxes are simpler. You have a box and you equally distribute the produce you’ve picked, but sometimes they are not satisfied if there’s not enough of one thing, and too much of something else. This way, in bulk, they order the amount they need.”* Another problem related to boxes is that demand is usually much lower in the most productive times of the year. For example, in summer, when the yield is very high and producers can offer the richest boxes, many consumers are on vacation. One of the methods to save their produce from going to waste is to process it, for example by pickling, juicing, drying, making jams, etc.

Delivery to agreed locations is also a demanding part of this business, which takes a lot of time, requires a suitable means of transportation (e.g. vans, refrigerated vans), and also incurs considerable costs, especially for producers who travel hundreds of kilometres to reach their consumers, e.g. from Slavonia to groups in Istria, Rijeka and Dalmatia. A producer from Slavonia complained that the biggest problem for him was the transport of his produce, primarily due to high fuel and toll prices he has to pay: *“The biggest problem for me is the highway. It’s too expensive, I wish there were some kind of annual or monthly vignette . . . Let’s say it costs me €100 to get there, €100 to come back, ten times a month, you do the math”*. Some producers have arranged to deliver some of their products directly to the customer’s home address, but they charge for the delivery in order to cover at least part of their transportation costs. But this is also very time-consuming, as can be seen from the example of a producer from central Croatia, whose delivery run to Split and around 40 homes takes 26 hours (without sleep). According

i dostavu do kupaca koji nisu nužno članovi grupa. Dostava oduzima puno dragocjenoga vremena proizvođačima i skraćuje im vrijeme za rad na gospodarstvu. Stoga je potrebna dobra organizacija i zajednički rad članova obiteljskoga gospodarstva kao i zapošljavanje (makar sezonskih) radnika kako bi se svi zadatci stigli obaviti na vrijeme.

Poteškoće vezane uz izdašne financijske i vremenske izdatke potrebne za dostavu proizvoda potaknule su neke od proizvođača na međusobno povezivanje i pomaganje. Suradnja među proizvođačima za njih ima višestruke koristi jer osim što na taj način dijele troškove prijevoza robe i izmijenjaju se u vožnji, omogućuje im da lakše ostvare kritičnu količinu narudžbi. Također, međusobna komplementarnost proizvoda olakšava im proizvodnju jer, kako su primijetili Brunori i dr. (2011), time su mali proizvođači pod manjim pritiskom da se bave proizvodnjom previše različitih proizvoda na limitiranom prostoru. Proizvođačica mesa iz Središnje Hrvatske koja se udružila s još nekoliko proizvođača pojasnila je kako je i zašto došlo do suradnje u njihovu slučaju: *Prvo sam se udružila sa sestričnom koja ima krave i to. Znači s njom smo prvo krenuli, onda je došao proizvođač koji ima biodinamičko povrće, on je nekih deset kilometara od mene. Znači i onda smo skužili svi troje da osim što su ljudi zadovoljni, da nam se svima trima povećava narudžba! Jer ako neko naručuje povrće, a ima još nešto drugo u ponudi, na primjer meso, može odmah i to naručiti. Onda smo se povezali s još nekoliko lokalnih proizvođača... time i dijelimo troškove puta i ono, puno je tu beneficija.*³ Proizvođači iz ove grupe aktivno rade i na osnivanju zadruga, međutim za sada još nisu uspjeli formalizirati svoju suradnju na taj način. Da bi se olakšalo osnivanje zadruga, potrebna je temeljita revizija hrvatskoga zadrugarstva, ističu Pejnović i dr. (2016; 2017). Prije svega nužno je donijeti odgovarajući zakonodavni okvir (uskладiti različite zakone relevantne za zadružno poduzetništvo), osmisliti poticajnu poreznu politiku te oblikovati strategiju razvoja zadrugarstva u skladu s ponajboljim primjerima u razvijenijim državama Europske unije (Pejnović i dr., 2016).

to the producers, up to four days a week are needed for delivery. Delivery takes a lot of time, leaving them with less time for working in the field. This requires good organisation and joint work of family farm members, as well as employment of (seasonal) workers, so all tasks are completed in time.

Difficulties related to the considerable costs and time necessary to deliver produce have encouraged some producers to connect and help each other. Cooperation between producers has multiple benefits. They can share their transportation costs and take turns driving, and they can more easily fulfil the critical amount of orders. Likewise, a complementary nature of products facilitates production because, as Brunori et al. (2011) noted, this reduces pressure on small producers to engage in production of too many different products in a limited space. A meat producer from central Croatia who joined forces with several other producers explained how and why they decided to cooperate: *“First I joined forces with my cousin who owns cows. We started with her, then a producer with biodynamic vegetables came, he is about ten kilometres away from me. Then we realised—all three of us—that not only people are satisfied, but we also receive more orders! If someone orders vegetables, and we can offer them something else, for example meat, they can order all of this together. Then we connected with a few more local producers... we also share transportation costs and, you know, there are many benefits”*³. To date, this group of producers has still not managed to formalise their cooperation by founding a cooperative, even though this is an objective on which they are actively working. As results of the study conducted by Pejnović et al. (2016; 2017) showed, a thorough revision of Croatian cooperatives is necessary. In order to facilitate and encourage the formation of cooperatives, it is crucial to adopt an adequate legislative framework (harmonise various legislation relevant to cooperative entrepreneurship), design a stimulating tax policy, and develop a cooperative development strategy in accordance with the best practices from the most developed countries of the European Union (Pejnović et al. 2016).

³ Tijekom procesa objave rada navedena grupa proizvođača odlučila je reorganizirati svoju višegodišnju suradnju u pogledu zajedničke dostave proizvoda. Neki od njih nastavit će dostavljati zajedno, a drugi će naći drukčije načine organizacije.

³ While this paper was in the process of being published, this particular group of producers decided to reorganise their collaboration regarding joint food deliveries. Some of them continue to work together, while others plan to find different organisational models.

Kako bi robu dopremili do svojih kupaca, proizvođačima je potrebno odgovarajuće transportno vozilo. Ako proizvođač ima problema s isporučivanjem proizvoda jer ne posjeduje odgovarajuće prijevozno sredstvo, to se percipira kao zajednički problem proizvođača i kupaca. GSR članovi spremni su pomoći svojim proizvođačima da nadgrade ili poboljšaju proizvodnju i distribuciju robe plaćanjem unaprijed ili davanjem donacija. Solidarnost s proizvođačima jedna je od temeljnih vrijednosti koje se potiču u GSR-ovima (kao i u npr. GAS grupama, Fonte, 2013; Grasseni, 2014). Jedan od proizvođača naglasio je koliko mu je takav odnos značio: *Ja sam osjetio tu solidarnost, recimo prijašnjih godina, dvije-tri godine sam uvijek pretplatu dobivao, godinu prije negoli su dobili robu. Znači to je jedno veliko povjerenje da vi sad nekome uplatite tristo, četiristo kuna, petsto. Ja sam imao slučaj, u Puli su mi recimo, za novi kombi sam trebao otplatiti još jednu ratu, oni su u roku sedam-osam dana skupili te novce. I onda sam im ja za nekih mjesec i pol dana u robu vratio te novce...e to mi je puno pomoglo i olakšalo.* Sličnu situaciju doživjela je i spomenuta udružena grupa proizvođača iz Središnje Hrvatske kojima su kupci donacijama ili pretplatom pomogli kupiti novi kombi hladnjaču. Osim takvih značajnijih financijskih potpora, nekim su proizvođačima članovi GSR-a pomagali u radu na imanju. Solidarnost i podršku kupaca proizvođači osjete i u tzv. malim stvarima: u pomoći prilikom istovara proizvoda, nošenju kutija, vraćanju ambalaže da je mogu ponovno koristiti, prenošenju informacija (za što su najviše zaslužni koordinatori grupa) i sl.

Kao što je navedeno, kratki opskrbni lanac osim prednosti za proizvođače nosi sa sobom i određene organizacijske izazove (praćenje, priprema i dostava narudžbi, dodatna ulaganja u logistiku i dr.). No, proizvođači su suglasni da je izazove s kojima se svakodnevno susreću ipak lakše savladati kad se djeluje u sustavu u kojem se njihov trud i predanost cijene.

Financijske prednosti suradnje s GSR-ovima

Cijena proizvoda jedan je od najvažnijih motiva zašto se proizvođači odlučuju na suradnju s GSR-ovima. GSR-ovi se zalažu za pravedne cijene što znači da se mora uzeti u obzir puni trošak

In order to transport their goods to their consumers, producers need a suitable vehicle. If a producer has difficulties delivering products to a customer because he does not own an adequate means of transportation, this is perceived as a shared problem of both the producer and the customer. GSR members are ready to help their producers to upgrade or improve their production and distribution by paying in advance or making donations. Solidarity with producers is one of the fundamental values promoted by GSRs (as is the case with Italian GASs, Fonte, 2013; Grasseni, 2014). One of the producers pointed out how much such relationship meant to him: *“I felt this solidarity. For example, for the last two or three years I’ve been working based on subscriptions. They would pay for one full year before they got their goods. This means great trust, for you to pay three, four, five hundred kunas in advance. I had this situation in Pula, when I had to pay the last instalment for my new van, and they collected the money in seven or eight days. And then I paid it off in about month and a half in goods . . . this really helped me and made my life easier”.* The aforementioned group of producers from central Croatia had a similar experience. Their consumers helped them buy a new refrigerated van via donations and subscriptions. In addition to such significant financial support, GSR members have helped some producers work on their land. The producers feel the solidarity and support of their consumers in “small things” as well. They help the producers unload the products, carry boxes, return the packaging for reuse, pass on information (for which most of the credit goes to group coordinators), etc.

As already said, in addition to its advantages, the short food supply chain also implies certain organisational challenges for producers (tracking, preparing and delivering orders, additional investments into logistics, etc.). However, producers agree that it is easier to overcome these everyday challenges when they operate within a supporting system where their efforts and commitment are appreciated.

Financial advantages of cooperation with GSRs

The price of products is one of the main reasons why producers decide to cooperate with GSRs. GSRs advocate fair prices, which means that the full cost of production is taken into account (in-

proizvodnje hrane (uključujući rad proizvođača i veće troškove ekološke proizvodnje), odnosno njezina prava vrijednost (Fonte, 2013). Cijene moraju osigurati proizvođačima pravo na pristojan prihod. S obzirom na tu ideju cijene u prosjeku jesu malo više od konvencionalnih iako neki proizvodi imaju istu cijenu kao na tržnici, a neki su čak i povoljniji. O financijskim prednostima suradnje s GSR-ovima proizvođačica mesa je rekla: *Mislim, osim te ljudske, emotivne strane, to je i financijski puno stabilnije. Jer mi to radimo, znači mi živimo od toga, moramo ulagati u to. Ne samo da ovako postizemo puno bolje cijene nego ne ovisimo o jednom otkupljivaču koji nas može držati u šaci.* Okrećući se kratkim opskrbnim lancima, proizvođači sebi osiguravaju stabilnije i bolje cijene, što ujedno utječe i na lokalnu cirkulaciju novca te jača lokalnu ekonomiju. Istraživanje o ekonomskom utjecaju lokalnih sustava hrane koje su proveli Ward i Lewis (2002) pokazalo je da 10 funti koje se potroše kod lokalnoga proizvođača cirkulira dva i pol puta na lokalnoj razini te vrijedi 25 funta u lokalnoj ekonomiji. S druge strane, 10 funta potrošenih u supermarketu napuštaju lokalni prostor puno brže te u lokalnoj ekonomiji vrijede samo 14 funta.

Ispitani proizvođači slažu se da su im GSR-ovi dobro (iako za dio njih ne i jedino) tržište i to iz dva glavna razloga. Prvi je cijena i redovitost plaćanja, a drugi je sam način na koji je prodaja organizirana, a koji smanjuje konkurenciju među proizvođačima i potiče na suradnju. Naime, GSR-ovi u principu štite svoje proizvođače u smislu da ne dopuštaju ulazak u grupu drugim proizvođačima koji nude iste proizvode. Onaj proizvođač s kojim je grupa prvo počela surađivati ima prednost u prodaji. U slučaju da njihov proizvođač nema dovoljno određenih proizvoda tek se tada može uključiti netko novi. Na taj način, putem dugotrajnih i poštenih odnosa, nastoje stvoriti relativno sigurna tržišta za proizvođače (Brunori i dr., 2011). Takav princip odražava se i na tržnicama ekoloških proizvoda koje se održavaju u Rijeci. Primjerice na tržnici Eko Vežica na kojoj se jednom mjesečno okupi 10 do 15 ekoloških proizvođača većinom svatko nudi svoje specifične proizvode. Takav pristup proizvođači cijene. Jedna od proizvođačica primijetila je: *Jako je pozitivna atmosfera. I među proizvođačima, znači, nisam primijetila nikakav konku-*

cluding the work by the producers and higher costs of organic production), i.e. its real value (Fonte, 2013). Prices need to guarantee producers a decent income. Based on this idea, prices are a bit higher on average than conventional ones, even though prices for some products are the same as on the conventional market (and some are lower). When talking about financial advantages of cooperation with GSRs, one producer said: "I mean, besides this human, emotional side, this is also financially more stable. This is what we do for a living, we have to invest. Not only do we get much better prices, but we also avoid depending on a single buyer who could hold us under his thumb". By turning to short food supply chains, producers ensure more stable and better prices, which also impacts the local circulation of money and strengthens the local economy. The research on the economic impact of local food systems conducted by Ward and Lewis (2002) showed that £10 spent at a local producer circulate two and a half times at the local level and are worth £25 for the local economy. On the other hand, £10 spent at a supermarket leave the local area much quickly and are worth only £14 for the local economy.

Producers agree that GSRs are a good market (although for some of them not the only one), and there are two main reasons for this. The first consists of prices and regular payments, and the second is the manner in which the sales are organised, reducing the competition among producers and promoting the cooperation. GSRs generally protect their producers, in the sense that they do not let other producers offering the same products enter the group. The producer who joined the group first is given priority. A new producer can join only when an existing producer cannot consistently offer a sufficient quantity of a certain product. This way, through long-term and fair relations, they try to create relatively stable markets for the producers (Brunori et al., 2011). This principle is also reflected in farmers' markets held in Rijeka. For example, at the "Eko Vežica" farmers' market, where 10 to 15 organic producers gather each month, each of them offering their specific products. Such an approach is appreciated by the producers. One of the producers noted: *"The atmosphere is very positive. Among producers as well, I haven't noticed any competition. Each*

Kratki opskrbni lanci u Hrvatskoj – perspektiva ekoloških poljoprivrednih proizvođača uključenih u grupe solidarne razmjene

Short food supply chains in Croatia: perspectives of organic food producers involved with groups of solidary exchange

rentski odnos. Svatko od nas ima svoje proizvode i ne poklapamo se previše, to mi se evo baš sviđa!

of us has their own products and we don't overlap too much, and I really like this!"

Domaća hrana ≠ ekološka hrana

Svoje kupce proizvođači opisuju u prvom redu kao osviještene ljude koji cijene takve proizvode, koji vode računa o prehrani i koji žele podržati cjelokupnu priču o lokalno proizvedenoj ekološkoj hrani. Ujedno primjećuju da je riječ uglavnom o ljudima koji su bolje obrazovani, što je već primijećeno i u istraživanjima koja su proveli Orlić (2014) i Sarjanović (2014), kao i onima izvan Hrvatske (Fonte, 2013; Grasseni, 2014). Također, ti su kupci svjesni razlike između hrane koja se prezentira kao *domaća* od one koje je ekološka. Često izjednačavanje pojmova *domaće* i *ekološko* u javnosti izrazito smeta ekološkim proizvođačima. Hrana koja se oglašava i prodaje kao *domaća* ne znači automatski da u njezinu uzgoju nisu korišteni pesticidi i herbicidi, odnosno *domaći* proizvod ne bi se trebao poistovjećivati s ekološkim proizvodom. Pojam *domaće* je konstrukt kojim se određeni proizvod nastoji povezati s poznatim mjestom proizvodnje (i samim time implicirati njegovu kvalitetu), međutim on zapravo ne prenosi nikakvu informaciju o načinu njegove proizvodnje. *Domaći*, lokalni proizvodi i lokalni sustavi hrane ne mogu se *a priori* smatrati „dobra” ili progresivnima (Hinrichs, 2003; Jarosz, 2008) jer se mogu temeljiti na konvencionalnom načinu poljoprivredne proizvodnje, eksploataciji radne snage, intenzivnom uzgoju životinja i sl. Proizvođačica je na temu komentirala: *Diže mi se kosa na glavi kad čujem od drugih proizvođača to: pa i ja imam domaće. Ali moje nije samo domaće, moje je ekološko. Domaće ne znači ništa! Zbog toga neki od intervjuiranih proizvođača prodaju svoje proizvode isključivo na tržnicama ekoloških proizvoda. Smatraju da ih prodaja na ostalim tržnicama stavlja u nepravedan položaj jer ih kupci u tom slučaju mogu lako pomiješati s proizvođačima koji nude domaće proizvode (bez certifikata). S obzirom na to da prosječan kupac većinom nije svjestan razlike između ovih dvaju pojmova (domaće/ekološko), proizvođači također smatraju da je potrebno više prostora u medijima posveti edukaciji o ekološkoj hrani i njezinoj proizvodnji.*

Home-grown ≠ organic food

Producers describe their consumers primarily as people who are aware of and appreciate such products, who care about what they eat, and who want to support locally produced organic food. They also noticed that these are usually better educated people, and this was also observed in research conducted by Orlić (2014) and Sarjanović (2014), as well as in research in other countries (Fonte, 2013; Grasseni, 2014). Likewise, these consumers are aware of the difference between food presented as “home-grown (or local)” and “organic” food. The terms, home-grown and organic, are often used interchangeably by the (Croatian) public, which bothers organic producers. Food advertised and sold as “home-grown” does not necessarily mean that pesticides and herbicides have not been used in its production. Therefore, a home-grown, local product is not the same as an organic product. The term home-grown or local is a construct used to link a certain product with its place of origin (and thereby imply its inherent quality), but it doesn't transfer any information on its mode of production. Home-grown, local products and local food systems cannot be considered *a priori* “good” or progressive (Hinrichs, 2003; Jarosz, 2008) because they can be based upon conventional food production, work labour exploitation, intensive animal breeding, etc. One of the producers said on the topic: *“I makes my blood boil when I hear other producers say they have local, home-grown food as well. Mine is not just local, it's organic. Local or home-grown doesn't mean anything!”* For this reason, some of the interviewed producers sell their products exclusively on markets intended for producers of certified organic food. They believe that selling their products on other markets puts them in an unfair position because buyers can easily confuse them with producers offering local, home-grown (but not certified) products. Since the average customer is usually not aware of the difference between these two terms, the producers believe more media attention should be given to education regarding organic food and how it is produced.

Slabe točke kratkoga opskrbnog lanca

Tržište koje se otvorilo preko GSR-ova te preko tržnica ekoloških proizvoda (primjerice u Rijeci i Puli, koje su inicirali i volonterski održavaju GSR-ovi) izrazito je važno za proizvođače jer dio svojih proizvoda prodaju na taj način (uz prodaju na kućnom pragu, dostavom do kupaca, ili po drugim različitim sajmovima).

Porast potražnje za ekološkim proizvodima potaknuo je neke od proizvođača da ulažu dalje u proizvodnju. No, dio njih kao ograničavajuće čimbenike za daljnji razvoj ovakva lokalnoga sustava hrane ističe nedostatak sustavne političke podrške na lokalnoj i državnoj razini, kao i neizvjesnost koja proizlazi iz nereguliranoga i neformalnoga statusa GSR-ova. Primjerice, proizvođači smatraju da lokalne uprave ne podržavaju u dovoljnoj mjeri inicijative GSR-ova i proizvođača za osnivanje i održavanje tržnica ekoloških proizvoda na gradskom prostoru. Tržnice ekoloških proizvoda ili seljačke ekotržnice razlikuju se od postojećih gradskih tržnica po tome što na njima svoje proizvode (proizvedene po ekološkim principima) prodaju isključivo sami proizvođači, a ne prekupci kao što je to često slučaj na gradskim tržnicama. Osim toga, takve tržnice karakteriziraju i popratne manifestacije koje se odvijaju uz samu prodaju (poput nastupa lokalnih bendova, DJ-eva, mađioničara, izložbe dječjih likovnih radova i dr.). Jedan od proizvođača komentirao je: *Pa bojim se malo te situacije u kojoj radim jer na primjer mi možemo sutra ostati bez prostora tržnice. Znači nama je trebalo 5 godina za sve ovo, tamo smo si stvorili tržište, tamo smo stvorili grupu, ali mi sutra možemo ostati bez tog gradskog prostora ako netko iz grada kaže dosta, hvala. Mi nemamo nikakvu garanciju za to. I što ćemo onda?* Atmosfera u kojoj proizvođači ne osjećaju dovoljnu potporu lokalnih politika koči neke od njih da više ulažu u posao: *Jer da bi nešto više ulagao i sve, onda bi ti trebao biti siguran da ćeš moći u budućnosti raditi, makar da će ti prostor za prodaju biti osiguran.* Ekološkim poljoprivrednim proizvođačima koji svoje proizvode distribuiraju kroz kratki opskrbni lanac potrebna je veća pomoć i razumijevanje lokalnih institucija koje bi im trebale izaći ususret i osigurati im javni prostor (poput gradskih trgova i to ne nužno u središtu grada, nego i u različitim susjedstvima) na kojem mogu prodavati svoje proizvode. Primjeri iz drugih

Weak points of short food supply chains

The markets that have opened up via GSRs and farmers' markets in Rijeka and Pula (also initiated and managed by GSRs on a voluntary basis) are particularly important for producers because they can sell some of their products there (in addition to on-farm selling or at various fairs).

An increase in demand for organic products has encouraged some producers to keep investing in production. However, some of them mention the lack of systematic political support on both the local and national levels, and uncertainty arising from the unregulated, informal status of GSRs as factors limiting further development of such local food systems. For example, producers believe that local governments do not sufficiently support GSRs' and producers' initiatives for establishing and holding farmers' markets in public spaces. Farmers' markets differ from the existing city markets because products (produced according to organic principles) are sold exclusively by producers themselves, and not by resellers, as it is often the case in city markets. In addition, such markets are characterised by various accompanying events (for example, performances by local bands, DJs, magicians, exhibitions of children's art, etc.). One of the producers commented: *"I am a bit afraid of the situation in which I work, because we could all lose our market space overnight. I mean, it took us 5 years to achieve all of this, we created our market there, we formed a group, but we could lose that public space overnight if someone from the city administration says it's over. We don't have any guarantees. What would we do then?"* An atmosphere in which producers do not feel supported by their local governments hinders some of them from investing more into their business: *"To be able to invest more and everything, there should be some kind of guarantee that you will be able to work in the future, at least that you will have your selling space."* Organic farmers who distribute their products through the short food supply chain need assistance and understanding, primarily by local governments who should be cooperative and ensure them public spaces (such as various city squares, not necessarily in the city centre, but in different neighbourhoods as well) to sell their products. Examples from other countries show that the assistance of national institutions

Kratki opskrbni lanci u Hrvatskoj – perspektiva ekoloških poljoprivrednih proizvođača uključenih u grupe solidarne razmjene

Short food supply chains in Croatia: perspectives of organic food producers involved with groups of solidary exchange

zemalja pokazuju da je pomoć državnih institucija i lokalnih vlasti nezaobilazna u organiziranju malih seljačkih tržnica i u razvoju lokalnih sustava hrane. U Litvi, Češkoj i Mađarskoj (zemljama u kojima je razvoj alternativnih mreža hrane započeo unazad nekoliko godina kao i u Hrvatskoj) postoji podrška za osnivanje seljačkih tržnica koja dolazi od najviših državnih institucija kao i kroz nove zakone koji definiraju i omogućuju funkcioniranje kratkih opskrbnih lanaca u praksi (Balázs, 2012; Zagata, 2012; Spilková i Perlín, 2013; Blumberg, 2014). U Hrvatskoj već nekoliko godina postoje tzv. certificirane seljačke tržnice te se postupno stvara brend „Proizvodi hrvatskog seljaka”. Međutim, seljačke ekološke tržnice (koje se redovito održavaju) za sad funkcioniraju tek u nekoliko gradova zahvaljujući, u najvećoj mjeri, volonterskom angažmanu članova GSR-ova.

Drugi aspekt neizvjesnosti, koji navode proizvođači, proizlazi iz neformalnoga statusa GSR-ova. Rad grupa ovisi o članovima volonterima koji te grupe vode i pokreću pa je uvijek otvoreno pitanje hoće li se u jednom trenutku najaktivniji članovi umoriti i zasititi i hoće li se naći neki drugi član koji bi bio spreman preuzeti dio zadataka važnih za funkcioniranje grupe (poput koordinacije proizvođača, vođenje članarina i edukacija novih članova i dr.). Sličnih slučajeva je već bilo pa su se pojedini GSR-ovi ugasili zbog unutarnjih razmirica. Zanimljivo, i sami članovi GSR-a imaju strah od neizvjesnosti i gubitka GSR-a, kao što je navela jedna od koordinatorica iz riječke grupe: *I evo iskreno, malo me hvata panika kad pomislim da bi se to moglo raspast. Jer ja sam počela ovisiti o GSR-u kao o izvoru hrane. Počela sam temeljiti svoje planiranje svega po tim isporukama. Pomisao da bi nestao, zbog naših unutarnjih nedogovora i pasivnosti, il politike, njihova neshvaćanja o čemu se ovdje radi, muka mi dođe.*

Nedovoljno jaka podrška lokalnih uprava te nedovoljan broj aktivnih članova GSR-ova kritični su čimbenici koji se mogu negativno odraziti na funkcioniranje ovakvih lokalnih sustava hrane. No, primjeri sličnih inicijativa iz drugih europskih zemalja pokazuju da su takve inicijative, usprkos sličnim problemima, uspjele pronaći svoju nišu te da se i dalje razvijaju. Primjerice, broj AMAP grupa u

and local governments is irreplaceable for organising small farmers' markets and in developing local food systems. In Lithuania, the Czech Republic, and Hungary (countries where the development of alternative food networks began in the last couple of years, same as in Croatia), the support for establishing farmers' markets is coming from central national institutions as well as from new legislation that defines and enables the operation of short food supply chains in practice (Balázs, 2012; Zagata, 2012; Spilková and Perlín, 2013; Blumberg, 2014). In Croatia, so-called certified farmers' markets have existed for several years, and the brand "Products by Croatian farmers" is being gradually built. However, organic farmers' markets that are held regularly are present only in few cities, and their organisation relies mostly on the volunteer work of GSR members.

Uncertainty, which is the second aspect that producers often mention, arises from the informal status of GSRs. The operation of GSRs depends on volunteers who initiate and lead them, so the question is whether the most active members will eventually become tired of it and if there will be someone ready to take over part of the tasks necessary for the group to function (such as coordination of producers, collection of membership fees, education of new members, etc.) when that happens. Similar cases have occurred before, and certain GSRs have collapsed due to internal disputes. It is interesting that GSR members themselves have fears of uncertainty and losing their GSRs, as one of the coordinators of Rijeka GSR said: *"And honestly, when I think of it falling apart, I start panicking. I have started to depend on our GSR as a source of food. Now I plan everything according to its deliveries. An idea that it could fall apart due to our internal disagreements and passivity, or politics and their lack of understanding of what's going on here, it makes me sick to my stomach."*

The lack of political support and an insufficient number of active GSR members are critical factors that could negatively affect the function of local food systems. However, examples of similar initiatives from other European countries show that they managed to find their niche and keep developing, despite similar problems. For example, the number of AMAP groups in France and GAS groups in Italy

Francuskoj i GAS grupa u Italiji raste od početka 2000-ih, kad su osnovane prve grupe te ih danas ima preko 1600 (Lamine i dr., 2012; Renting i dr., 2012). Osim toga, GAS grupe su proširile svoju ponudu i na energetiku, obuću, odjeću i druge proizvode (Grasseni, 2014). U Hrvatskoj su GSR krenule s razvojem gotovo deset do petnaest godina kasnije nego u spomenutim zemljama Europe, pa iako neke od njih djeluju već nekoliko godina, proizvođače i kupce očekuje još zajedničkoga truda na razvoju ovoga modela opskrbe hranom. Za sada su proizvođači općenito zadovoljni smjerom u kojem se njihova suradnja s GSR-ovima odvija, a nadu da će se suradnja i dalje razvijati dobro je sročila jedna proizvođačica: *Vjerujem da je budućnost u tome. To je super pokret i mislim da je to pokret koji će mijenjati svijet i svijest potrošača!*

Zaključak

Posljednjih deset godina u Hrvatskoj se razvijaju alternativne mreže hrane, odnosno kratki opskrbni lanci u kojima potrošači dolaze u izravan kontakt s ekološkim poljoprivrednim proizvođačima. Kao primjer takvih inicijativa u kojima većinom potrošači imaju važnu i aktivnu ulogu u oblikovanju drukčijih odnosa između potrošača i ekoloških proizvođača ističu se grupe solidarne razmjene. Te inicijative predstavljaju pomak od uloge konzumenata kao pasivnih krajnjih korisnika hrane prema proaktivnijim potrošačima koji nastoje vratiti kontrolu nad načinom na koji je hrana proizvedena i distribuirana (Renting i dr., 2012). Kao rezultat takva *grassroot* pokreta razvija se drukčiji diskurs o hrani, koji u sebi sadržava pitanja etike i pravde, brigu za lokalne zajednice, lokalnu ekonomiju i okoliš. Grupe solidarne razmjene zajedno s ekološkim poljoprivrednim proizvođačima stvaraju drukčiji sustav opskrbe hranom koji je ekonomski i društveno pravedniji, lokalno ukorijenjen i okolišno održiv. Lokalni sustavi hrane zamjenjuju industrijski i masovno proizvedenu hranu, odnosno „bezličnu i bezmjesnu hranu” (Goodman i Goodman, 2009), kvalitetnim lokalnim proizvodima za koje je poznato tko ih je proizveo, gdje i na koji način.

Provedeno istraživanje pokazalo je da suradnja s GRS-ovima, odnosno distribucija proizvoda

has been growing since the beginning of 2000s, when the first groups were formed, and today there are over 1,600 such groups (Lamine et al., 2012; Renting et al., 2012). In addition, GAS groups have expanded their offerings to the energy sector, footwear, clothes, and other products (Grasseni, 2014). In Croatia, GSRs started to develop almost 10 to 15 years later than in France or Italy, and even though some of them have been operating for a few years now, both producers and consumers will need to put additional efforts to further develop this model of food supply. For now, producers are generally satisfied with the direction in which their cooperation with GSRs is going. One of the producers expressed her hope that this cooperation will keep developing by saying: *I believe this is our future. It's a great movement that will change the world and the awareness of consumers!*

Conclusion

In recent years, there has been growth in the development of alternative food networks, i.e. short food supply chains through which consumers come into direct contact with organic farmers. As an example of such initiatives, in which consumers have an important and active role in defining new relationships between consumers and organic producers, groups of solidary exchange hold a special place. These initiatives represent a shift away from the role of consumers as passive end users towards more proactive consumers who are trying to regain control over the ways in which food is produced and distributed (Renting et al. 2012). As a result of this grassroots movement, a different food discourse has started to develop, encompassing the concepts of ethics and justice, and care for local communities, local economy, and the environment. Groups of solidary exchange, together with organic farmers, create a different food supply system, which is economically and socially more just, locally-grounded, and environmentally sustainable. Local food systems can replace industrial and mass-produced food, which is “faceless and placeless” (Goodman and Goodman 2009), with high-quality local food that is produced transparently.

This research shows that cooperation with GSRs, i.e. distribution of products through short

Kratki opskrbni lanci u Hrvatskoj – perspektiva ekoloških poljoprivrednih proizvođača uključenih u grupe solidarne razmjene

Short food supply chains in Croatia: perspectives of organic food producers involved with groups of solidary exchange

u kratkom opskrbnom lancu ima niz prednosti za proizvođače. GRS-ovi čine tržište za ekološke proizvode te osiguravaju poštene i stabilne cijene, izravno plaćanje proizvoda na isporuci (često i unaprijed) te veću autonomiju proizvođača koji stoga nije primoran ovisiti o otkupljivaču. Osim materijalnih prednosti to je sustav koji potiče jačanje društvenih veza i razvijanje dugoročnoga odnosa s kupcima te sustav u kojem proizvođači osjećaju da ih potrošači cijene, poštuju i podupiru.

Nadalje, istraživanje je pokazalo da takav oblik suradnje u kratkom opskrbnom lancu zahtijeva od proizvođača niz prilagodba i specifičnu organizaciju rada, primjerice diversifikaciju poslova na imanju, pripremu narudžbi, redovito organiziranje dostave proizvoda, ekološko certificiranje (iako nije nuždan uvjet za sve GSR-ove, npr. za SEG-ove jest), usvajanje novih znanja i vještina (primjerice: razvijanje komunikacijskih sposobnosti te prezentiranje na društvenim mrežama u svrhu približavanja sebe i svojega imanja kupcima) i dr.

Mnogo je izazova s kojima se susreću ekološki poljoprivredni proizvođači, no promatrano iz perspektive njihove suradnje s GSR-ovima i distribucije proizvoda u kratkom opskrbnom lancu, proizvođači posebno ističu dvije kritične točke. Naime, lokalne uprave još nisu u dovoljnoj mjeri prepoznale vrijednost lokalnih sustava hrane za male domaće proizvođače i širu zajednicu. Ta se činjenica primjerice odražava u nemogućnosti dobivanja dozvola (ili s puno komplikacija i bez jamstva dugoročnije suradnje) za održavanje tržnica ekoloških proizvoda na javnim gradskim prostorima. Dio problema proizlazi i iz neformalnoga statusa GSR-ova koji se oslanjaju na volontersku radnu snagu pa se postavlja pitanje dugoročna opstanka pojedinih grupa u slučaju da se aktivni članovi zasite, a nitko od ostalih članova ne preuzme njihovu ulogu. Također, GSR-ovi nisu dovoljno prepoznati u javnosti, a ne postoji ni jasno definiran zakonski okvir za njihovo djelovanje. Primjer iz Italije pokazuje da se regulativa ipak može promijeniti. Naime, talijanske GAS grupe uspjele su postići da ih se zakonom defini- ra kao neprofitnu organizaciju osnovanu s ciljem obavljanja kolektivne kupovine i distribucije hrane i drugih proizvoda (Fonte, 2013). To je smjer u kojem bi se u budućnosti trebali razvijati i hrvat-

food supply chains, has a series of advantages for producers. GSRs represent a market for organic products and guarantee fair and stable prices, immediate payment of products upon delivery (or even in advance), and greater autonomy for producers who are not forced to depend on a single buyer. In addition to its financial advantages, this is a system that fosters social ties and relationships with consumers, and in which producers feel appreciated, respected, and supported.

Furthermore, research has shown that this form of cooperation within a short food supply chain requires certain adjustments from producers and their specific organisation, e.g. diversifying farm activities, preparing orders, organising regular product deliveries, organic certification (even though this is not a requirement for all GSRs), as well as acquisition of new knowledge and skills (e.g. developing communication skills, presenting themselves and their products via social media, etc.).

There are many challenges organic farmers need to face, but with respect to their cooperation with GSRs and distribution of products through short food supply chains, producers emphasise two critical issues. The first part of the problem is that local governments (in Croatia) still have not sufficiently recognised the value of local food systems for small local producers and the wider community. This fact is reflected in the extreme difficulty (or impossibility in some circumstances) in obtaining permits (and with no guarantee of long-term cooperation) for holding farmers' markets in public spaces. The other part of the problem is caused by the informal status of GSRs that rely on voluntary work force, making pertinent the question of whether such groups can survive in the long run (i.e. what happens in the event that active members step back and no one steps forward to pick up the slack). Furthermore, GSRs are neither properly recognised among the public nor there is a clearly-defined legal framework for their operation. The Italian example, however, proves that legislation can be changed. Italian GAS groups managed to become legally recognised as non-profit organisations founded with the aim of performing collective provision and distribution of food and other products (Fonte, 2013). This is the direction in which Croatian GSRs should develop in the future, as this would contribute

ski GSR-ovi jer bi to doprinijelo jačanju tržišta za ekološke proizvode. No, to isto tako implicira jače formaliziranje statusa GSR-ova što, barem za sada, nije tendencija grupa.

Konačno, kao što primjećuju i priželjkuju ispitani ekološki poljoprivredni proizvođači, potrebna je intenzivnija institucionalna podrška i edukacija javnosti o ekološkim proizvodima i mogućnostima njihove distribucije kroz kratke opskrbe lance te o mnogim prednostima ekološke proizvodnje i lokalnih sustava hrane za zajednicu u ekonomskom, socijalnom i okolišnom smislu.

Istraživanje za ovaj rad financiralo je Sveučilište u Zagrebu u okviru financijske potpore IPOO6 i 108-F19-00009

to the strengthening of the market for local organic produce. However, this also implies the stronger formalisation of GSR status, and this tendency has not been noticed among the groups, at least for now.

Finally, as organic producers have noticed and are hoping for, the public should be more educated about organic products and possibilities for their distribution through short food supply chains, as well as about various advantages of organic production and local food systems for the community in economic, social, and environmental terms.

Research for this article was supported by the University of Zagreb under grants IPOO6 i 108-F19-00009

- Balázs, B., 2012: Local food system development in Hungary, *International Journal of Sociology of Agriculture and Food* 19 (3), 403-421.
- Blumberg, R., 2014: Placing alternative food networks Farmers' markets in Post-Soviet Vilnius, Lithuania, in: Jung, Y., Klein, J., Caldwell, M. L. (eds.): *Ethical Eating in the Postsocialist and Socialist World*, University of California Press, Berkeley, 69-92.
- Brunori, G., Rossi, A., Guidi, F., 2012: On the New Social Relations around and beyond Food. Analysing Consumers' Role and Action in Gruppi di Acquisto Solidale (Solidarity Purchasing Groups), *Sociologia Ruralis* 52 (1), 1-30, DOI: 10.1111/j.1467-9523.2011.00552.x.
- Brunori, G., Rossi, A., Malandrini, V., 2011: Co-producing Transition: Innovation Processes in Farms Adhering to Solidarity-based Purchase Groups (GAS) in Tuscany, Italy, *Journal of Sociology of Agriculture and Food* 18 (1), 28-53.
- Buttel, F. H., 2006: Sustaining the Unsustainable: Agro-Food Systems and Environment in the Modern World, in: Cloke, P., Marsden, T., Mooney, P. (eds.): *The Handbook of Rural Studies*, SAGE Publications Ltd, London, 213-229, DOI: 10.4135/9781848608016.
- Clarke, N., Barnett, C., Cloke, P., Malpass, A., 2007: Globalising the consumer: Doing politics in an ethical register, *Political Geography* 26 (3), 231-249. DOI: 10.1016/j.polgeo.2006.10.009.
- Clarke, N., Cloke, P., Barnett, C., Malpass, A., 2008: The spaces and ethics of organic food, *Journal of Rural Studies* 24 (3), 219-230, DOI: 10.1016/j.jrurstud.2007.12.008.
- Darolt, M.R., Lamine, C., Brandenburg, A., Alencar, M. D. C. F., Abreu, L. S., 2016: Alternative food networks and new producer-consumer relations in France and in Brazil, *Ambiente & Sociedade* 19 (2), 1-22, DOI: 10.1590/1809-4422ASOC121132V1922016.
- DiVito Wilson, A. D., 2013: Beyond Alternative: Exploring the Potential for Autonomous Food Spaces. *Antipode* 45 (3), 719-737, DOI: 10.1111/j.1467-8330.2012.01020.x.
- Državni zavod za statistiku (DZS), 2018: Priopćenje, Ekološka proizvodnja u 2018. https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/01-01-19_01_2019.htm (13. 12. 2019.).
- Feagan, R., 2007: The place of food: mapping out the 'local' in local food systems, *Progress in Human Geography* 31 (1), 23-42, DOI: 10.1177/0309132507073527.
- Fendrychová, L., Jehlička, P., 2018: Revealing the hidden geography of alternative food networks: The travelling concept of farmers' markets, *Geoforum* 95, 1-10, DOI: 10.1016/j.geoforum.2018.06.012.
- Fonte, M., 2013: Food consumption as social practice: Solidarity Purchasing Groups in Rome, Italy, *Journal of Rural Studies* 32, 230-239, DOI: 10.1016/j.jrurstud.2013.07.003.
- Friedmann, H., 2007: Scaling up: Bringing public institutions and food service corporations into the project for a local, sustainable food system in Ontario, *Agriculture and Human Values* 24, 389-398. <https://doi.org/10.1007/s10460-006-9040-2>.
- Goodman, D., 2000: Organic and conventional agriculture: Materializing discourse and agro-ecological managerialism, *Agriculture and Human Values* 17 (3), 215-219, DOI: 10.1023/A:1007650924982.
- Goodman, D., Goodman, M. K., 2009: Alternative Food Networks, in: Kitchin, R., Thrift, N. (eds.): *International Encyclopedia of Human Geography*, Elsevier, London, 1-13.
- Goodman, D., DuPuis, E. M., Goodman, M. K., 2012: *Alternative Food Networks: Knowledge, Practice, and Politics*, Routledge, London.
- Grasseni, C., 2013: *Beyond Alternative Food Networks, Italy's Solidarity Purchase Groups*, Bloomsbury Academic, London.

Kratki opskrbni lanci u Hrvatskoj – perspektiva ekoloških poljoprivrednih proizvođača uključeni u grupe solidarne razmjene

Short food supply chains in Croatia: perspectives of organic food producers involved with groups of solidary exchange

**Zahvala
Acknowledgement**

**Literatura
Literature**

- Grasseni, C., 2014: Seeds of Trust. Italy's Gruppi di Acquisto Solidale (Solidarity Purchase Groups), *Journal of Political Ecology* 21 (1), 178–192, DOI: 10.2458/v21i1.21131.
- Grupe solidarne razmjene (GSR), 2012.: Grupe solidarne razmjene brošura, https://4f057d46-3f61-4b6b-a86b-08c0c3d26da0.filesusr.com/ugd/c058b2_86af6c891e0040e3a2e0ffeee7f-97dce.pdf (4. 8. 2019.).
- Gugić, J., Grgić I., Dorbić, B., Šuste, M., Džepina, M., Zrakić, M., 2017: Pregled stanja i perspektiva razvoja ekološke poljoprivrede u Republici Hrvatskoj, *Glasnik zaštite bilja* 3, 20–30.
- Guthman, J., 2002: Commodified Meanings, Meaningful Commodities: Re-thinking Production–Consumption Links through the Organic System of Provision, *Sociologia Ruralis* 42 (4), 295–311, DOI: 10.1111/1467-9523.00218.
- Guthman, J., 2003: Fast food/organic food: Reflexive tastes and the making of “yuppie chow.” *Social & Cultural Geography* 4 (1), 45–58, DOI: 10.1080/1464936032000049306
- Guthman, J., 2004a: *Agrarian Dreams: The Paradox of Organic Farming in California*, University of California Press.
- Guthman, J., 2004b: The Trouble with ‘Organic Lite’ in California: a Rejoinder to the ‘Conventionalisation’ Debate, *Sociologia Ruralis* 44 (3), 301–316, DOI: 10.1111/j.1467-9523.2004.00277.x.
- Guthman, J., 2008: Bringing good food to others: investigating the subjects of alternative food practice, *Cultural geographies* 15 (4), 431–447, DOI: 10.1177/1474474008094315.
- Harris, E. M., 2010: Eat Local? Constructions of Place in Alternative Food Politics, *Geography Compass* 4 (4), 355–369, DOI: 10.1111/j.1749-8198.2009.00298.x.
- Hinrichs, C. C., 2003: The practice and politics of food system localization. *Journal of Rural Studies*, International Perspectives on Alternative Agro-Food Networks: Quality, Embeddedness, *Bio-Politics* 19 (1), 33–45, DOI: 10.1016/S0743-0167(02)00040-2.
- Ilbery, B., Maye, D., 2005: Alternative (Shorter) Food Supply Chains and Specialist Livestock Products in the Scottish–English Borders, *Environment and Planning A*, 37 (5), 823–844, DOI: 10.1068/a3717.
- Jarosz, L., 2008: The City in the Country: Growing Alternative Food Networks in Metropolitan Areas, *Journal of Rural Studies* 24 (3), 231–244, DOI: 10.1016/j.jrurstud.2007.10.002.
- Kirwan, J., 2004: Alternative Strategies in the UK Agro-Food System: Interrogating the Alterity of Farmers’ Markets, *Sociologia Ruralis* 44 (4), 395–415, DOI: 10.1111/j.1467-9523.2004.00283.x.
- La Trobe, H., 2001: Farmers’ markets: consuming local rural produce, *International Journal of Consumer Studies* 25 (3), 181–192, DOI: 10.1046/j.1470-6431.2001.00171.x.
- Lamine, C., 2005: Settling Shared Uncertainties: Local Partnerships Between Producers and Consumers, *Sociologia Ruralis* 45 (4), 324–345, DOI: 10.1111/j.1467-9523.2005.00308.x.
- Lamine, C., Renting, H., Rossi, A., Wiskerke, J. S. C., Brunori, G., 2012: Agro-Food systems and territorial development: innovations: new dynamics and changing governance mechanisms, in: Darnhofer, I. (eds): *Farming Systems Research into the 21st Century: The New Dynamic*. Springer, Dordrecht, 229–256, DOI: 10.1007/978-94-007-4503-2_11.
- Lang, T., Gabriel, Y., 2005: A Brief History of Consumer Activism, in: Harrison, R., Newholm, T., Shaw, D. (eds.): *The Ethical Consumer*, SAGE Publications Ltd, London, 39–54, DOI: 10.4135/9781446211991.
- Little, R., Maye, D., Ilbery, B., 2010: Collective Purchase: Moving Local and Organic Foods beyond the Niche Market. *Environment and Planning A* 42 (8), 1797–1813, DOI: 10.1068/a4262.
- Lutz, J., Schachinger, J., 2013: Do Local Food Networks Foster Socio-Ecological Transitions towards Food Sovereignty? Learning from Real Place Experiences, *Sustainability* 5 (11), 4778–4796, DOI: 10.3390/su5114778.
- Maye, D., Holloway, L., Kneafsey, M., 2007: *Alternative Food Geographies: Representation and Practice*, Elsevier, Bingley, U.K.
- Maye, D., Kirwan, J., 2010: Alternative food networks, <http://www.sagepub.net/isa/resources/pdf/Alternative%20Food%20Networks.pdf> (8. 6. 2019.).
- Ministarstvo poljoprivrede, 2016: Hrvatska poljoprivreda u brojkama 2016. https://poljoprivreda.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/poljoprivredna_politika/poljoprivreda_u_brojkama/Hrvatska_poljoprivreda_2016.pdf (12. 12. 2019.).
- Murdoch, J., Marsden, T., Banks, J., 2000: Quality, Nature, and Embeddedness: Some Theoretical Considerations in the Context of the Food Sector, *Economic Geography* 76 (2), 107–125, DOI: 10.1111/j.1944-8287.2000.tb00136.x.
- Orlić, O., 2014: Grupe solidarne razmjene. Počeci ekonomije solidarnosti u Hrvatskoj, *Etnološka tribina: Godišnjak Hrvatskog etnološkog društva* 44 (37), 72–88, DOI: 10.15378/1848-9540.2014.37.02.
- Orlić, O., 2015: Grupe solidarne razmjene kao pokret za postizanje prehrambenog suvereniteta, in: Rubčić, T., Gulin Zrnić, V. (eds.): *Vrtovi našega grada: Studije i zapisi o praksama urbanog vrtlarenja*, Biblioteka etnografija, Zagreb, 231–240.
- Orlić, O., Bokan, N., 2017: Prakse održivosti: tko radi ono o čemu mi maštamo?, u: Bušljeta Tonković, A., Holjevac, Ž., Brlić, I., Šimunić, N. (eds.): *Koga (p) održava održivi razvoj? Prinosi promišljanju održivosti ruralnih područja u Hrvatskoj*, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Područni centar Gospić, 109–129.
- Pejnović, D., Ciganović, A., Valjak, V., 2012: Ekološka poljoprivreda Hrvatske: problemi i mogućnosti razvoja, *Hrvatski geografski glasnik* 74 (1), 141–159, DOI: 10.21861/HGG.2012.74.01.08.
- Pejnović, D., Radeljak Kaufmann, P., Lukić, A., 2016: Razvoj i suvremena obilježja poljoprivrednoga zadugarstva na prostoru Hrvatske, *Hrvatski geografski glasnik* 78 (2), 5–48, DOI: 10.21861/HGG.2016.78.02.01.
- Pejnović, D., Radeljak Kaufmann, P., Lukić, A., 2017: Utjecaj zadugarstva na regionalni i ruralni razvoj Hrvatske, *Hrvatski geografski glasnik* 79 (2), 51–85, DOI: 10.21861/HGG.2017.79.02.03.
- Pudak, J., Bokan, N., 2011: Ekološka poljoprivreda – indikator društvenih vrednota, *Sociologija i prostor* 49/190 (2), 137–163, DOI 10.5673/sip.49.2.2.
- Renting, H., Marsden, T. K., Banks, J., 2003: Understanding Alternative Food Networks: Exploring the Role of Short Food Supply Chains in Rural Development, *Environment and Planning A* 35 (3), 393–411, DOI: 10.1068/a3510.

- Renting, H., Schermer, M., Rossi, A., 2012: Building Food Democracy: Exploring Civic Food Networks and Newly Emerging Forms of Food Citizenship, *International Journal of Sociology of Agriculture and Food* 19 (3), 289-307.
- Sage, C., 2003: Social embeddedness and relations of regard: alternative 'good food' networks in south-west Ireland, *Journal of Rural Studies*, 19 (1), 47-60, DOI: 10.1016/S0743-0167(02)00044-X.
- Schnell, S. M., 2007: Food with a Farmer's Face: Community-Supported Agriculture in the United States, *Geographical Review* 97 (4), 550-564, DOI: 10.1111/j.1931-0846.2007.tb00412.x.
- Sarjanović, I., 2014: Uloga grupa solidarne razmjene u razvoju ekološke poljoprivrede u Hrvatskoj. *Geoadria* 19 (19), 1-25, DOI: 10.15291/geoadria.37.
- Seyfang, G., 2006: Ecological citizenship and sustainable consumption: Examining local organic food networks, *Journal of Rural Studies* 22 (4), 383-395. DOI: 10.1016/j.jrurstud.2006.01.003.
- Smithers, J., Furman, M., 2003: Environmental farm planning in Ontario: exploring participation and the endurance of change, *Land Use Policy* 20 (4), 343-356, DOI: 10.1016/S0264-8377(03)00055-3.
- Spilková, J., Perlín, R., 2013: Farmers' markets in Czechia: Risks and possibilities, *Journal of Rural Studies* 32, 220-229, DOI: 10.1016/j.jrurstud.2013.07.001.
- Venn, L., Kneafsey, M., Holloway, L., Cox, R., Dowler, E., Tuomainen, H., 2006: Researching European "Alternative" Food Networks: Some Methodological Considerations, *Area* 38 (3), 248-258.
- Ward, B., Lewis, J., 2002: Plugging the leaks: making the most of every pound that enters your local economy, *New Economics Foundation*, http://www.i-r-e.org/fiche-analyse-76_en.html (14. 5. 2019.).
- Watts, D. C. H., Ilbery, B., Maye, D., 2005: Making reconnections in agro-food geography: alternative systems of food provision, *Progress in Human Geography* 29 (1), 22-40. DOI: 10.1191/0309132505ph526oa.
- Zagata, L., 2012: We Want Farmers' Markets! Case Study of Emerging Civic Food Networks in the Czech Republic, *International Journal of Sociology of Agriculture and Food* 19 (3), 347-364.

Kratki opskrbeni lanci u Hrvatskoj – perspektiva ekoloških poljoprivrednih proizvođača uključenih u grupe solidarne razmjene

Short food supply chains in Croatia: perspectives of organic food producers involved with groups of solidary exchange