

Izazovi u uspostavljanju kratkih lanaca opskrbe s osvrtnom na studiju slučaja „Međimurski štacun“

Valentina Hažić¹, Željka Mesić²

¹ *Studentica/Student PDS Agroekonomika, Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet, Svetošimunska cesta 25, Zagreb, Hrvatska (vhazic25@agr.hr)*

² *Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet, Zavod za marketing i inovacije u agrobiznisu, Svetošimunska cesta 25, Zagreb, Hrvatska (zmesic@agr.hr)*

Sažetak

Kratki lanci opskrbe hranom (KLOH) važan su model povezivanja lokalnih poljoprivrednih proizvođača i potrošača jer mogu pridonijeti većoj tržišnoj vidljivosti malih proizvođača, razvoju lokalne ekonomije i jačanju povjerenja u podrijetlo hrane. Cilj rada je, na primjeru Poljoprivredne zadruge Najbolje lokalno i prodavaonice „Međimurski štacun“, prikazati glavne izazove u uspostavi i razvoju organiziranog kratkog lanca opskrbe hranom. U radu je primijenjena metoda studije slučaja, uz analizu stručne i znanstvene literature, zakonodavnog i strateškog okvira Europske unije i Hrvatske, dostupnih sekundarnih i internih podataka o razvoju i poslovanju te javne komunikacije Međimorskog štacuna na društvenim mrežama. Rezultati analize ovog slučaja pokazali su da su ključni izazovi poslovanja članova KLOH-a povezani s administrativnom složenosti, promjenama poslovnih i zakonodavnih uvjeta, ograničenim znanjem o udruživanju, izgradnjom i održavanjem povjerenja, slabijom inicijativom pojedinih proizvođača te potrebom za stalnom edukacijom i jasnom koordinacijom. Dugoročna održivost ovakvih modela zahtijeva kvalitetne partnerske odnose, institucionalnu podršku, kontinuirano učenje proizvođača i prilagodbu tržišnim i okolišnim promjenama.

Ključne riječi: kratki lanci opskrbe hranom, Međimurski štacun, lokalni proizvodi, udruživanje proizvođača, održivo poslovanje, studija slučaja



Radovi se objavljuju pod licencom: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)
/ Articles are published under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license.

Uvod

Kratki lanci opskrbe hranom (KLOH) posljednjih se desetljeća sve češće spominju kao jedan od mogućih odgovora na probleme konvencionalnih lanaca opskrbe hranom. U takvim lancima proizvođači često imaju slabiju pregovaračku poziciju, ostvaruju manji dio dodane vrijednosti, a potrošači imaju ograničene informacije o podrijetlu i načinu proizvodnje hrane. Za razliku od konvencionalnih, kratki lanci opskrbe temelje se na smanjenju broja posrednika, većoj blizini proizvođača i potrošača te jačanju povjerenja, transparentnosti i lokalne povezanosti (Marsden i sur., 2000.; Renting i sur., 2003; Kneafsey i sur., 2013.).

U zakonodavnom okviru Europske unije KLOH se definira kao lanac opskrbe koji uključuje ograničen broj gospodarskih subjekata, posvećen je suradnji, lokalnom gospodarskom razvoju te bliskim zemljopisnim i društvenim vezama između proizvođača, prerađivača i potrošača (Europski parlament i Vijeće Europske unije, 2013.). Dodatno, potpora za uspostavu i razvoj kratkih lanaca opskrbe u okviru ruralnog razvoja odnosi se na lance u kojima se između poljoprivrednika i potrošača nalazi najviše jedan posrednik (Europska komisija, 2014.). Takva definicija pokazuje da kratkoća lanca nije vezana samo uz fizičku udaljenost, nego i uz broj uključenih aktera, razinu suradnje i mogućnost da potrošač dobije jasne informacije o proizvodu.

KLOH-ovi se u literaturi promatraju kao dio šireg koncepta alternativnih prehrambenih mreža i lokalnih prehrambenih sustava. Njihova je posebnost u tome što ne nude samo proizvod, nego i informaciju o podrijetlu, načinu proizvodnje i proizvođaču. Zbog toga se u takvim lancima vrijednost proizvoda ne gradi samo kroz cijenu, nego i kroz povjerenje, lokalni identitet, svježinu i društvenu povezanost (Renting i sur., 2003.; Kneafsey i sur., 2013.). Novija istraživanja također naglašavaju da KLOH-ovi mogu pridonijeti održivosti lokalnih prehrambenih sustava, ali samo ako se istodobno vodi računa o ekonomskim, društvenim i okolišnim aspektima poslovanja (Jarzębowski i sur., 2020.; Bayir i sur., 2022.).

Europski strateški okvir dodatno naglašava važnost održivih prehrambenih sustava. Strategija „Od polja do stola“ dio je Europskog zelenog plana i usmjerena je na stvaranje pravednijeg, zdravijeg i okolišno prihvatljivijeg prehrambenog sustava (Europska komisija, 2020.). U hrvatskom kontekstu, Strateški plan Zajedničke poljoprivredne politike Republike Hrvatske za razdoblje 2023. – 2027. ističe važnost udruživanja proizvođača, brendiranja proizvoda, razmjene znanja, inovacija i digitalizacije u poljoprivredi (Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i ribarstva, 2023.). Ovi dokumenti pokazuju da se kratki lanci opskrbe mogu promatrati kao praktičan instrument razvoja lokalne poljoprivrede, ruralnih područja i održivog poduzetništva.

Ipak, KLOH-ovi se ne mogu promatrati kao automatski uspješno ili održivo rješenje. Istraživanja pokazuju da se takvi modeli često suočavaju s ograničenim logističkim kapacitetima, nedostatkom ljudskih i financijskih resursa, problemima u organizaciji prodaje, administrativnim opterećenjem, neujednačenom ponudom i slabijom marketinškom vidljivošću (Bayir i sur., 2022.). Uz to, socijalne koristi kratkih lanaca, poput povjerenja i osjećaja zajedništva, ovise o kvaliteti odnosa među uključenim akterima. Ako među proizvođačima nema jasnih pravila, komunikacije i međusobnog povjerenja, organizirani modeli vrlo brzo mogu postati nestabilni.

S obzirom na navedene izazove i sve veći interes za razvoj lokalnih prehrambenih sustava, važno je razmotriti konkretne primjere organiziranih kratkih lanaca opskrbe hranom u Hrvatskoj. Jedan od takvih primjera je Poljoprivredna zadruga Najbolje lokalno, koja djeluje kroz

prodavaonicu „Međimurski štacun“. Ovaj model okuplja lokalne proizvođače radi zajedničkog plasmana proizvoda, povećanja njihove tržišne vidljivosti i jačanja lokalne prehrambene ponude. Stoga je cilj rada prikazati glavne izazove koji se javljaju u uspostavi i razvoju organiziranog kratkog lanca opskrbe hranom na primjeru prodavaonice „Međimurski štacun“.

Materijal i metode

U istraživanju je primijenjena metoda studije slučaja, koja se smatra prikladnim istraživačkim pristupom za detaljno razumijevanje specifičnih organizacijskih modela, procesa razvoja te kontekstualnih čimbenika koji oblikuju određeni fenomen (Yin, 2018.). Studija slučaja usmjerena je na Poljoprivrednu zadrugu Najbolje lokalno i prodavaonicu „Međimurski štacun“, koji predstavljaju primjer organiziranog modela kratkog lanca opskrbe hranom razvijenog inicijativom samih poljoprivrednih proizvođača, s ciljem povezivanja lokalne proizvodnje i lokalne potrošnje kroz alternativni model distribucije hrane.

Podaci korišteni u istraživanju prikupljeni su analizom znanstvene i stručne literature koja obrađuje tematiku kratkih lanaca opskrbe hranom, relevantnog zakonodavnog okvira Europske unije, strateških dokumenata povezanih s održivim prehrambenim sustavima i ruralnim razvojem te drugih dostupnih sekundarnih izvora podataka. Dodatno su korišteni organizacijski podaci ustupljeni od strane zadruge, koji se odnose na razvoj, organizaciju i način funkcioniranja prodavaonice „Međimurski štacun“, kao i javno dostupne informacije povezane s poslovanjem i aktivnostima analiziranog slučaja.

U okviru istraživanja analizirani su i javno dostupni komunikacijski sadržaji objavljeni putem digitalnih kanala Međimorskog štacuna, prvenstveno objave na društvenim mrežama povezane s projektom GRAINS, primjenom održive ambalaže, promocijom kupnje proizvoda bez plastične ambalaže te aktivnostima usmjerenima na promociju lokalne i sezone ponude proizvoda (Međimurski štacun, 2025a; 2025b).

Organizacijski podaci korišteni u analizi obuhvaćali su informacije o nastanku i razvoju prodavaonice „Međimurski štacun“, uključujući podatke o godini osnivanja, promjenama u broju uključenih proizvođača, strukturi i sezonalnosti ponude proizvoda, organizaciji prodaje i distribucije svježih proizvoda, provedbi promotivnih aktivnosti, sudjelovanju u projektnim aktivnostima te drugim relevantnim informacijama potrebnima za prikaz i razumijevanje poslovnog modela. U radu nisu analizirani detaljni financijski izvještaji niti kvantitativni pokazatelji prodaje u opsegu koji bi omogućio provođenje financijske ili statističke evaluacije poslovanja.

Analitički okvir istraživanja bio je usmjeren na četiri ključna područja relevantna za razumijevanje funkcioniranja kratkih lanaca opskrbe hranom: organizaciju poslovnog modela, odnose i suradnju među proizvođačima, tržišnu i komunikacijsku vidljivost te dugoročnu održivost poslovanja. U interpretaciji prikupljenih podataka primijenjen je deskriptivno-analitički pristup.

Rezultati i rasprava

Studija slučaja: „Međimurski štacun“

„Međimurski štacun“ djeluje kao prodavaonica lokalnih proizvoda u okviru Poljoprivredne zadruge Najbolje lokalno. Prema dostupnim podacima korištenima u ovoj studiji slučaja, prodavaonica je osnovana u srpnju 2019. godine na inicijativu osam malih poljoprivrednih proizvođača iz Međimurske županije. Proizvođači su se udružili kako bi zajednički upravljali prodajnim prostorom, nastupali na tržištu i omogućili kupcima jednostavniji pristup lokalnoj hrani. Važno je istaknuti da inicijativa nije potekla primarno od institucija ili lokalne vlasti, nego od samih proizvođača, što ovom modelu daje snažan element samorganiziranja.

U ponudi prodavaonice nalazi se više od 300 vrsta svježeg voća, povrća i prerađevina koje se mijenjaju ovisno o sezoni. Svježa roba redovito se dostavlja s poljoprivrednih gospodarstava, a proizvodi koji izgube svježinu uklanjaju se ili zamjenjuju. Time se nastoji održati kvaliteta ponude i povjerenje kupaca.

S obzirom na obilježja modela, Međimurski štacun može se promatrati kao organizirani kratki lanac opskrbe hranom. Proizvođači zajednički koriste prodajni prostor, ali zadržavaju važnu ulogu u određivanju cijena, ponude i načina predstavljanja proizvoda. Na taj se način smanjuje ovisnost o klasičnim posrednicima, a proizvođači zadržavaju veći dio dodane vrijednosti. Takav model odgovara osnovnim obilježjima KLOH-a jer uključuje ograničen broj aktera, povezuje proizvođače i potrošače te potiče lokalni gospodarski razvoj (Europski parlament i Vijeće Europske unije, 2013.; Kneafsey i sur., 2013.).

U usporedbi s pojedinačnom prodajom na gospodarstvu ili povremenom prodajom na tržnici, zajednička prodavaonica ima nekoliko prednosti. Kupcima nudi stalnije mjesto kupnje i širi asortiman, a proizvođačima omogućuje zajedničku vidljivost i podjelu dijela tržišnih aktivnosti. Takav oblik može biti posebno važan za male proizvođače koji sami teško mogu osigurati stalnu prodaju, promociju i komunikaciju s kupcima. Istodobno, zajednički model zahtijeva više koordinacije, dogovora i odgovornosti nego individualna prodaja.

Društvene i ekonomske koristi KLOH-a

Jedna od glavnih vrijednosti KLOH-a jest izgradnja povjerenja između proizvođača i potrošača. Povjerenje se razvija kroz dostupnost informacija, prepoznatljivost proizvođača, kvalitetu proizvoda i ponavljanje pozitivnog iskustva kupnje. U literaturi se naglašava da KLOH-ovi mogu pridonijeti društvenoj povezanosti, boljoj komunikaciji i većem osjećaju zajednice, osobito kada potrošači znaju od koga kupuju hranu i kada proizvođači imaju izravni uvid u potrebe kupaca (Cox i sur., 2008.; Hayden i Buck, 2012.; Kneafsey i sur., 2013.).

U slučaju Međimurskog štacuna, povjerenje predstavlja jedan od ključnih elemenata funkcioniranja modela te se ne odnosi isključivo na odnos proizvođača i kupaca, nego i na međusobne odnose unutar same proizvođačke mreže. Tijekom osnivanja i opremanja prodavaonice, proizvođači su zajednički sudjelovali u organizaciji prostora, definiranju načina rada i donošenju operativnih odluka, čime se postupno razvijao osjećaj uključenosti, zajedničke odgovornosti i pripadnosti zajedničkom poslovnom modelu.

Povjerenje među proizvođačima dodatno se razvijalo kroz svakodnevnu suradnju, razmjenu informacija, međusobnu podršku te zajedničko rješavanje organizacijskih i logističkih izazova. S druge strane, povjerenje kupaca gradi se kroz prepoznatljivost lokalnih proizvođača, transparentnost informacija o podrijetlu proizvoda, kontinuiranu dostupnost svježje robe te praksu uklanjanja ili zamjene proizvoda koji ne zadovoljavaju očekivanu razinu kvalitete. Na taj način povjerenje ne predstavlja samo teorijski koncept, već operativni preduvjet uspješnog funkcioniranja ovakvog modela kratkog lanca opskrbe hranom.

S ekonomskog gledišta, organizirani KLOH može pomoći proizvođačima da se bolje pozicioniraju na lokalnom tržištu. Kroz zajednički prodajni kanal proizvođači dobivaju veću vidljivost i mogućnost stalnije prodaje, a kupci dobivaju jednostavniji pristup raznovrsnim lokalnim proizvodima. Ipak, literatura upozorava da ekonomska održivost kratkih lanaca nije zajamčena sama po sebi. Potrebno je riješiti pitanja logistike, radnog vremena, troškova prostora, koordinacije dostave, zaliha, marketinga i pravedne raspodjele obveza (Brown i Miller, 2008.; Jarzębowski i sur., 2020.; Bayir i sur., 2022.).

Važna je i razlika između stvarnog kratkog lanca i marketinškog korištenja pojmova poput „domaće”, „lokalno” ili „od polja do stola”. Neki prodajni kanali koriste jezik lokalnosti, ali u praksi uključuju više posrednika, visoke marže i slabiju vidljivost proizvođača. Kod modela kao što je Međimurski štacun prednost je u tome što kupac može lakše povezati proizvod s proizvođačem, a proizvođači ostaju aktivni sudionici prodajnog procesa. To je važno jer se vrijednost KLOH-a temelji na stvarnoj, a ne samo deklarativnoj blizini proizvođača i potrošača (Renting i sur., 2003.; Kneafsey i sur., 2013.).

Održivo poslovanje, projekt GRAINS

U novijem razvoju Međimurskog štacuna sve je važnija tema održivog poslovanja. Održivost u ovom kontekstu ne znači samo prodaju lokalnih proizvoda, nego i promišljanje o ambalaži, otpadu, sezonalnosti, komunikaciji s kupcima i širem utjecaju prodavaonice na lokalnu zajednicu. To je u skladu s novijim europskim politikama koje naglašavaju potrebu prijelaza prema održivim prehranbenim sustavima i kružnom gospodarstvu (Europska komisija, 2020.; Europski parlament i Vijeće Europske unije, 2025.).

Posebno je važna provedba aktivnosti povezanih s projektom GRAINS – Greening Agrifood in Social Economy. Prema opisu projekta, GRAINS je usmjeren na poticanje prelaska poduzeća u poljoprivredno-prehranbenom sektoru prema održivijem modelu poslovanja, uključujući edukaciju o održivim praksama, smanjenju okolišnog otiska, ekološkoj ambalaži, lokalnim tržištima i održivim prehranbenim navikama (Diesis Network, n.d.). U javnim objavama Međimurskog štacuna navodi se da je projekt „Going Green at the farmer’s shop” povezan s GRAINS projektom (GA N. 101127575), koji je neizravno financiran iz Programa jedinstvenog tržišta Europske unije (Međimurski štacun, 2025a, 2025b).

Projekt GRAINS može se promatrati kao instrument ublažavanja dijela razvojnih i operativnih ograničenja Međimurskog štacuna. Kroz komunikaciju o kupnji bez plastične ambalaže, donošenju vlastite ambalaže i pravilnom recikliranju pridonosi jačanju svijesti kupaca i izgradnji održivog identiteta prodavaonice. Time se KLOH dodatno povezuje s ciljevima održive proizvodnje i potrošnje, što je sve važnije u suvremenim prehranbenim sustavima (Jarzębowski i sur., 2020.; Bayir i sur., 2022.).

Digitalna komunikacija i promocija lokalnih proizvoda

Digitalni komunikacijski kanali imaju sve važniju ulogu u poslovnim modelima prehrambenih lanaca jer omogućuju bržu komunikaciju s kupcima, promociju ponude i stvaranje prepoznatljivosti brenda. Digitalizacija i inovacije u poslovnim modelima prehrambenog sektora posebno su važne za male proizvođače i lokalne prodajne kanale jer im omogućuju veću vidljivost bez velikih marketinških troškova (Nosratabadi i sur., 2020.).

Važnu ulogu u razvoju i promociji Međimurskog štacuna imaju i digitalni komunikacijski kanali, posebice Facebook i Instagram, putem kojih se promoviraju lokalni proizvodi, predstavljaju proizvođači i informiraju potrošači o sezonskoj ponudi i događanjima. Takav oblik komunikacije doprinosi većoj vidljivosti lokalnih proizvođača, jačanju povjerenja potrošača te stvaranju prepoznatljivosti brenda na lokalnom tržištu (Nosratabadi i sur., 2020.; Međimurski štacun, 2025a, 2025b).

U objavama Međimurskog štacuna vidljivo je da se digitalna komunikacija ne koristi samo za prodaju, nego i za edukaciju potrošača. Poruke o sezonskim proizvodima, ekološkoj ambalaži i odgovornom ponašanju pri kupnji povezuju tržišnu i društvenu funkciju prodavaonice. Takav pristup odgovara načinu na koji KLOH-ovi stvaraju vrijednost: proizvod se predstavlja zajedno s pričom, podrijetlom, sezonom, proizvođačem i vrijednostima koje stoje iza njega (Kneafsey i sur., 2013.).

Ključni izazovi u uspostavi i razvoju modela

Unatoč pozitivnim učincima, uspostava i održavanje organiziranog kratkog lanca opskrbe pokazali su se zahtjevnim procesom. Jedan od prvih izazova bile su česte promjene poslovnih i zakonodavnih uvjeta. Prema iskustvu Međimurskog štacuna, tijekom razvoja modela mijenjali su se različiti poslovni oblici putem kojih su proizvođači plasirali proizvode na tržište. Takve promjene mogu biti posebno zahtjevne za male proizvođače jer traže dodatno administrativno znanje, pravno razumijevanje i spremnost na prilagodbu.

U konkretnom slučaju Međimurskog štacuna, administrativna složenost ne odnosi se samo na općenito praćenje propisa, nego i na pronalaženje i prilagodbu odgovarajućeg poslovnog oblika za zajednički nastup proizvođača, uređivanje odnosa između pojedinih proizvođača i zajedničke prodavaonice, organizaciju prodaje proizvoda različitih proizvođača te usklađivanje poslovanja s obvezama povezanim s označavanjem proizvoda, ambalažom i komunikacijom prema kupcima. Za male proizvođače takvi zahtjevi mogu biti opterećujući jer se, uz primarnu proizvodnju, od njih očekuje i razumijevanje tržišnih, administrativnih i organizacijskih aspekata zajedničkog poslovanja.

Drugi važan izazov odnosi se na svijest proizvođača o prednostima i obvezama udruživanja. Udruživanje ne znači samo zajednički nastup na tržištu, nego i preuzimanje dijela odgovornosti za zajednički sustav. U praksi se mogu pojaviti problemi povezani s individualnim interesima, nejednakom razinom angažmana, slabijom samoinicijativom, nedostatkom međusobnog povjerenja i nejasnom raspodjelom obveza. Ovi problemi nisu specifični samo za Međimurski štacun, nego su povezani s općim izazovima kratkih lanaca, osobito kada mali proizvođači zajednički preuzimaju funkcije koje su u konvencionalnim lancima često prepuštene posrednicima (Bayir i sur., 2022.).

Treći izazov je organizacijsko-upravljačke naravi. Za uspješno funkcioniranje zajedničke prodavaonice potreban je koordinator ili upravljačka struktura koja razumije proizvodnju, prodaju, komunikaciju s kupcima, odnose među članovima, administrativne obveze i financijsku održivost. Takva osoba ili tim mora imati i komunikacijske vještine, jer se problemi među članovima često ne rješavaju samo pravilima, nego i razgovorom, povjerenjem i sposobnošću posredovanja.

Četvrti izazov povezan je s održavanjem stalne i kvalitetne ponude. Kod lokalnih i sezonskih proizvoda ponuda se prirodno mijenja tijekom godine. To može biti prednost jer kupci dobivaju svježije i sezonske proizvode, ali i ograničenje jer asortiman nije uvijek jednako širok. Potrebno je dobro planirati dostavu, rokove, količine, zamjenu svježije robe i komunikaciju prema kupcima. Literatura pokazuje da su logistika, distribucija, zalihe i planiranje među najčešćim operativnim i strateškim izazovima kratkih lanaca opskrbe (Bayir i sur., 2022.).

Kod Međimurskog štacuna ovaj se izazov konkretno očituje u potrebi planiranja dostave svježih proizvoda, pravodobne nadopune asortimana, zamjene robe koja izgubi svježinu, usklađivanja sezonske ponude s očekivanjima kupaca te dogovora među članovima oko toga tko, kada i u kojoj količini dostavlja proizvode. Dodatni organizacijski izazov predstavlja i zajednička promocija, jer digitalna komunikacija zahtijeva stalno ažuriranje informacija o ponudi, sezonskim proizvodima, proizvođačima i promotivnim aktivnostima. Time se pokazuje da kratki lanac opskrbe ne zahtijeva samo proizvodnju lokalne hrane, nego i kontinuiranu koordinaciju, komunikaciju i upravljanje zajedničkim prodajnim kanalom.

Peti izazov odnosi se na ravnotežu između ekonomskih, društvenih i okolišnih ciljeva. Međimurski štacun mora istodobno biti koristan proizvođačima, prihvatljiv kupcima i usklađen s vrijednostima lokalnosti i održivosti. Ako su cijene previsoke, dio potrošača može ostati isključen. Ako su cijene preniske, proizvođači ne mogu ostvariti održiv prihod. Slične dvojbe prepoznate su i u ranijim istraživanjima lokalnih tržišta i zajednicom podržane poljoprivrede, gdje se pokazuje da kratki lanci imaju značajne koristi, ali i ograničenja vezana uz dostupnost i priuštivost (Brown i Miller, 2008.; Macias, 2008.).

Zaključak

Kratki lanci opskrbe hranom predstavljaju važan model razvoja lokalne poljoprivrede, posebno za male proizvođače koji teško mogu samostalno ostvariti stabilnu tržišnu vidljivost. Studija slučaja „Međimurski štacun” pokazuje da organizirani model zajedničke prodavaonice može pridonijeti boljem plasmanu lokalnih proizvoda, jačanju povjerenja između proizvođača i potrošača te stvaranju prepoznatljivog lokalnog brenda.

Istodobno, analiza upućuje na to da uspjeh ovakvog modela ne ovisi samo o kvaliteti proizvoda i postojanju tržišne potražnje. Veliku ulogu imaju odnosi među proizvođačima, spremnost na suradnju, jasna pravila, međusobno povjerenje, organizacijske sposobnosti i koordinacija. Najveći izazovi odnose se na administrativnu složenost, promjene poslovnih uvjeta, ograničenu svijest o obvezama udruživanja, neujednačen angažman članova i potrebu za kontinuiranom edukacijom.

Posebna vrijednost Međimurskog štacuna vidljiva je u tome što se model ne zaustavlja samo na prodaji lokalnih proizvoda, nego sve više uključuje i elemente održivog poslovanja. Aktivnosti povezane s projektom GRAINS, poruke o ekološki prihvatljivoj ambalaži, kupnji bez plastike i korištenju vlastite ambalaže pokazuju da lokalna prodavaonica može imati i edukativnu ulogu.

Digitalni komunikacijski kanali dodatno pomažu u promociji sezonske ponude, predstavljanju proizvođača i stvaranju povjerenja kod kupaca.

Zaključno, Međimurski štacun može se promatrati kao vrijedan primjer organiziranog kratkog lanca opskrbe hranom u Hrvatskoj. Njegova dugoročna održivost ovisit će o sposobnosti proizvođača da održavaju partnerske odnose, prilagođavaju se novim tržišnim i okolišnim zahtjevima, razvijaju digitalnu komunikaciju i koriste institucionalnu podršku.

Ograničenja istraživanja proizlaze iz primjene metode studije slučaja i analize samo jednog modela kratkog lanca opskrbe hranom, zbog čega rezultate nije moguće generalizirati. Dodatno, u radu nije provedeno primarno empirijsko istraživanje, već se analiza temeljila na sekundarnim i organizacijskim podacima te javno dostupnim izvorima. Također, zbog nedostupnosti detaljnih financijskih i prodajnih pokazatelja nije bilo moguće provesti detaljniju evaluaciju poslovanja.

Na temelju analizirane studije slučaja mogu se izdvojiti preporuke koje se prvenstveno odnose na Međimurski štacun i slične organizirane lokalne prodajne modele, a ne na sve kratke lance opskrbe hranom u Hrvatskoj. Zbog ograničenja studije slučaja, preporuke treba promatrati kao praktične smjernice proizašle iz konkretnog primjera, a ne kao opće primjenjive zaključke.

Prvo, potrebno je razvijati jasna pravila zajedničkog poslovanja. Ona trebaju obuhvatiti kriterije ulaska novih članova, pravila o podrijetlu proizvoda, način određivanja cijena, odgovornosti u prodajnom prostoru, komunikaciju s kupcima i postupke rješavanja mogućih nesporazuma. Jasna pravila ne uklanjaju sve probleme, ali smanjuju prostor za nejednaka očekivanja među članovima.

Drugo, proizvođačima je potrebna kontinuirana edukacija. Edukacija ne bi trebala biti usmjerena samo na proizvodnju, nego i na marketing, financijsko planiranje, upravljanje zalihama, komunikaciju, održivu ambalažu, digitalne alate i timski rad. To je u skladu sa strateškim naglaskom na znanju, inovacijama, Sustavu poljoprivrednog znanja i inovacija (engl. Agricultural Knowledge and Innovation System – AKIS) i savjetodavnoj podršci u hrvatskom SP ZPP-u (Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i ribarstva, 2023.).

Treće, potrebno je nastaviti jačati digitalnu komunikaciju. Društvene mreže mogu se koristiti za predstavljanje proizvođača, sezonske ponude, priča o proizvodima, promotivnih događanja, edukacije o ambalaži i recikliranju te poticanje kupaca na održivije navike. Takva komunikacija treba ostati jednostavna, lokalno prepoznatljiva i vjerodostojna, jer upravo vjerodostojnost razlikuje stvarne kratke lance od površne marketinške upotrebe pojma lokalnosti.

Četvrto, preporučuje se daljnje povezivanje s institucijama, obrazovnim ustanovama, turističkim sektorom i lokalnom zajednicom. Lokalna i regionalna podrška može biti važna u promociji, administrativnom savjetovanju, prijavi projekata, ulaganjima u opremu i razvoju novih tržišnih mogućnosti. Poseban potencijal postoji u povezivanju Međimurskog štacuna s gastronomskim turizmom, školama, lokalnim manifestacijama i programima održive potrošnje.

Buduća istraživanja trebala bi uključiti više studija slučaja iz različitih hrvatskih regija kako bi se usporedili različiti modeli KLOH-a i jasnije utvrdili čimbenici njihove uspješnosti.

Iako Međimurski štacun predstavlja uspješan primjer organiziranog kratkog lanca opskrbe u Hrvatskoj, dugoročna održivost ovakvih modela zahtijeva kontinuiranu edukaciju proizvođača, institucionalnu podršku, razvoj partnerskih odnosa i prilagodbu tržišnim promjenama.

Literatura

- Bayir, B., Charles, A., Sekhari, A., & Ouzrout, Y. (2022). Issues and challenges in short food supply chains: A systematic literature review. *Sustainability*, 14(5), 3029. <https://doi.org/10.3390/su14053029>
- Brown, C., & Miller, S. (2008). The impacts of local markets: A review of research on farmers markets and community supported agriculture (CSA). *American Journal of Agricultural Economics*, 90(5), 1296–1302. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8276.2008.01220.x>
- Cox, R., Holloway, L., Venn, L., Dowler, E., Hein, J. R., Kneafsey, M., & Tuomainen, H. (2008). Common ground? Motivations for participation in a community-supported agriculture scheme. *Local Environment*, 13(3), 203–218. <https://doi.org/10.1080/13549830701669153>
- Diesis Network. (n.d.). GRAINS – Greening Agrifood in Social Economy. Retrieved June 1, 2026, from <https://www.diesis.coop/grains>
- Europska komisija. (2014). Delegirana uredba Komisije (EU) br. 807/2014 od 11. ožujka 2014. o dopuni Uredbe (EU) br. 1305/2013 Europskog parlamenta i Vijeća o potpori ruralnom razvoju iz Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj. Službeni list Europske unije. https://eur-lex.europa.eu/eli/reg_del/2014/807/oj
- Europska komisija. (2020). Komunikacija Komisije: Strategija „od polja do stola” za pravedan, zdrav i ekološki prihvatljiv prehrambeni sustav (COM/2020/381 final). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:52020DCo381>
- Europski parlament i Vijeće Europske unije. (2013). Uredba (EU) br. 1305/2013 od 17. prosinca 2013. o potpori ruralnom razvoju iz Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj (EPFRR). Službeni list Europske unije. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2013/1305/oj>
- Europski parlament i Vijeće Europske unije. (2025). Uredba (EU) 2025/40 od 19. prosinca 2024. o ambalaži i ambalažnom otpadu, izmjeni Uredbe (EU) 2019/1020 i Direktive (EU) 2019/904 te stavljanju izvan snage Direktive 94/62/EZ. Službeni list Europske unije. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2025/40/oj>
- Hayden, J., & Buck, D. (2012). Doing community supported agriculture: Tactile space, affect and effects of membership. *Geoforum*, 43(2), 332–341. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2011.08.003>
- Jarzębowski, S., Bourlakis, M., & Bezat-Jarzębowska, A. (2020). Short Food Supply Chains (SFSC) as local and sustainable systems. *Sustainability*, 12(11), 4715. <https://doi.org/10.3390/su12114715>
- Kneafsey, M., Venn, L., Schmutz, U., Balázs, B., Trenchard, L., Eyden-Wood, T., Bos, E., Sutton, G., & Blackett, M. (2013). Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU: A state of play of their socio-economic characteristics. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2791/88784>
- Macias, T. (2008). Working toward a just, equitable, and local food system: The social impact of community-based agriculture. *Social Science Quarterly*, 89(5), 1086–1101. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6237.2008.00566.x>
- Marsden, T., Banks, J., & Bristow, G. (2000). Food supply chain approaches: Exploring their role in rural development. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 424–438. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00158>
- Međimurski štacun. (2025a, 16. lipnja). Vrijeme je za mladi krumpir, svestranu namirnicu koju možete pripremiti na bezbroj ukusnih načina [Facebook objava]. Facebook.
- Međimurski štacun. (2025b, 18. lipnja). Ekološko ponašanje poduzeća u Hrvatskoj postaje sve važniji aspekt poslovanja [Facebook objava]. Facebook.
- Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i ribarstva. (2023). Strateški plan Zajedničke poljoprivredne politike Republike Hrvatske 2023. – 2027. <https://ruralnirazvoj.hr/strateski-plan-zajednicke-poljoprivredne-politike-republike-hrvatske-2023-2027/>

- Nosratabadi, S., Mosavi, A., & Lakner, Z. (2020). Food supply chain and business model innovation. *Foods*, 9(2), 132. <https://doi.org/10.3390/foods9020132>
- 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: Economy and Space*, 35(3), 393–411. <https://doi.org/10.1068/a3510>
- Saltmarsh, N., Meldrum, J., & Longhurst, N. (2011). The impact of community supported agriculture. *Soil Association*.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Challenges in the Establishment of Short Food Supply Chains: A Case Study of Međimurski štacun

Abstract

Short food supply chains (SFSCs) represent an important model for the connection of local agricultural producers and consumers, as they can contribute to a greater market visibility of small-scale producers, support local economic development, and strengthen consumer trust in food origin. The aim of this paper is to present, through the case of the agricultural cooperative Najbolje lokalno and the store Međimurski štacun, the main challenges involved in the establishment and organization of an organized, short food supply chain. The study applies a case study approach, supported by an analysis of scientific and professional literature, the legislative and strategic framework of the European Union and Croatia, available secondary and organizational data on the development and operation of the initiative, as well as publicly available communication published by Međimurski štacun on social media. The results show that the key challenges faced by the SFSC members are related to administrative complexity, changes in business and regulatory conditions, limited knowledge of cooperative organization, building and maintaining trust, unequal engagement among producers, and the need for continuous education and clear coordination. The long-term sustainability of such models requires strong partnerships, institutional support, continuous learning by producers, and adaptation to market and environmental changes.

Keywords: short food supply chains, Međimurski štacun, local products, producer cooperation, sustainable business, case study