

Uloga grupa solidarne razmjene u poticaju razvoja lokalnog gospodarstva

Čalić, Mateo

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:551502>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2023-03-21**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

Mateo Čalić

**ULOGA GRUPA SOLIDARNE RAZMJENE U
POTICANJU RAZVOJA LOKALNOG GOSPODARSTVA**

Završni rad

Pula, 2016.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

ULOGA GRUPA SOLIDARNE RAZMJENE U
POTICANJU RAZVOJA LOKALNOG GOSPODARSTVA

Završni rad

Ime i prezime: Mateo Čalić

JMBAG: 0303021039, izvanredan student

Studijski smjer: Financijski management

Kolegij: Gospodarstvo Hrvatske

Mentor: Doc.dr.sc. Kristina Afrić Rakitovac

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Opća ekonomija

Pula, rujan 2016.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani MATEO ČALIĆ, kandidat za prvostupnika POSLOVNE EKONOMIJE ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, rujan, 2016. godine



IZJAVA
o korištenju autorskog djela

Ja, MATEO ČALIĆ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom "ULOGA GRUPA SOLIDARNE RAZMJENE U POTICANJU RAZVOJA LOKALNOG GOSPODARSTVA" koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama. Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 23.09.2016.

Potpis

SADRŽAJ:

1. Uvod	1
2. Grupe solidarne razmjene	2
2.1. Pojmovno određenje	2
2.2. Obilježja grupa solidarne razmjene	2
2.3. Oblici GSR-a u svijetu	7
3. Povijest GSR-a u svijetu	10
3.1. Japan: kolijevka GSR-a	10
3.2. Sjeverna Amerika: Poljoprivreda koju potpomaže zajednica	14
3.3. Europa: Francuska i Italija kao predvodnice europskih zemalja	17
3.3.1. Razvoj GSR-a u Europi	17
3.3.2. Francuske AMAP grupe	18
3.3.3. Talijanske grupe za solidarnu potrošnju	21
4. Grupe solidarne razmjene u Hrvatskoj	23
4.1. Povijest i obilježja grupa solidarne razmjene u Hrvatskoj	23
4.2. Funkcioniranje sustava GSR-a	25
4.2.1. Dobrobiti proizvođača i potrošača	26
4.2.2. Organizacija aktivnosti i interna komunikacija	27
4.2.3. Financiranje, narudžbe i organizacija dostave	28
4.2.4. Formiranje cijene	30
4.3. Odabrani primjeri iz Hrvatske	31
4.3.1. GSRijeda	31
4.3.2. Solidarna Ekološka Grupa Pula	32
4.3.3. GSR Pod Učkun	33
4.3.4. GSR Čakovec	33
5. Zaključak	34
Literatura	35
Popis slika	38
Popis tablica	39
Sažetak	40
Summary	41

1.UVOD

Grupe solidarne razmjene predstavljaju skupine ljudi koji se udružuju kako bi zajedno kupili određene proizvode i usluge. Takav čin kupnje razlikuje se od današnjeg konzumerističkog sustava, a pozornost se skreće na što kraći lanac između posrednika kao i utjecaju njihove kupnje na okoliš i radnička prava. Industrijski model proizvodnje narušava radne uvjete za poljoprivrednike i migrante. Nadalje, ne vodi se računa o klimatskim promjenama, pretjerano se iskorištavaju zemlja i voda kao osnovni prirodni resursi, naglasak je na neobnovljenim izvorima energije dok obnovljivi izvori energije, s druge strane, padaju u drugi plan.

Cilj ovog završnog rada bio je predstaviti grupe solidarne razmjene koje se javljaju kao posljedica modela globalne poljoprivrede. Osim navedenog, kroz primjere ćemo zaključiti kakva je uloga grupa i njihov utjecaj na razvoj lokalnog gospodarstva.

Rad je podijeljen na 6 dijelova. U prvom dijelu ovog završnog rada predstavljene su grupe solidarne razmjene, kako nastaju i zbog čega.

Drugi dio ovog završnog rada opisuje razvoj grupa u svijetu kroz povijest, kao i dobrobiti koje od njega može imati lokalno gospodarstvo. Svakako, nakon predstavljanja grupa u svijetu, u trećem dijelu dotiču se njihovi počeci u Republici Hrvatskoj, nakon čega slijedi dubinska analiza i proučavanje kako te grupe djeluju, plasiranje proizvoda na tržište, distribucija te kako se formiraju cijene u sklopu četvrtog dijela.

Posljednji dio završnog rada donosi zaključak koji je izveden prilikom pisanja rada i istraživanja za potrebe njegova nastanka, a kojim se dobiva jasnija slika o cjelokupnoj temi i radu koji se sagledava u završnom osvrtu.

U ovom završnom radu korištene su metode analize i sinteze podataka preuzetih sa Internet stranica, metode korištenja znanstvenih činjenica preuzetih iz znanstvene literature, kao i metode komparacije različitih podataka, te na kraju neke statističke metode, a ostali podaci korišteni u ovom završnom radu navedeni su u popisu literature na kraju rada.

2. GRUPE SOLIDARNE RAZMJENE

2.1. Pojmovno određenje

Grupe solidarne razmjene su skupine ljudi koje zajedno kupuju i razmjenjuju određene proizvode i usluge.¹ Međutim, ovdje se ne radi o modelu industrijalizirane globalne poljoprivrede, već je naglasak na održivom razvoju i ekološkoj proizvodnji. Grupe solidarne razmjene javljaju se kao reakcija na model industrijalizirane poljoprivrede koju kontrolira nekoliko međunarodnih prehrambenih korporacija, a u čijem je interesu na prvom mjestu zarada. Odmah na početku definirati će se pojmovi konvencionalne i ekološke poljoprivrede. Konvencionalna poljoprivreda definira se kao ona koja uključuje stvaranje visokorodnih kultivatora i hibrida, suvremenu i intenzivnu agrotehniku, te primjenu pesticida i mineralnih gnojiva.² Upravo primjenom mineralnih gnojiva i ostalih agrokemikalija prinosi rastu, a poljoprivrednici mijenjaju mišljenje o njima budući da im isti osiguravaju i veću zaradu. S druge strane, ekološka poljoprivreda predstavlja poljoprivredu koja štiti tlo, vodu, zrak, biljke i životinje, nije de gradirajuća za okoliš, ekonomski je opstojna, tehnički je primjerena, a socijalno prihvatljiva³. Suprotno grupama solidarne razmjene, koje se baziraju na što kraćem lancu između proizvođača i potrošača, u industrijaliziranim sustavima nekoliko korporacija diktira uvjete manjim grupama u maloprodajnom lancu.

2.2. Obilježja grupa solidarne razmjene

Ovaj dio završnog rada objašnjava glavne karakteristike ili obilježja GSR-a. Neke od glavnih karakteristika GSR-a jesu – transparentnost, povjerenje i solidarnost. Dakako, relevantno je njihovo zajedničko djelovanje kako bi se naglasile njihove vrijednosti za ovakav način kupnje. Za početak, uvod u tri najvažnije karakteristike jer se na njima temelje budući odnosi unutar grupa solidarne razmjene.

Transparentnost je preduvjet za buduće povjerenje između proizvođača i potrošača, sa namjenom da se sve informacije o načinu proizvodnje, proizvodima, troškovima, kalkulacijama cijena što točnije prezentiraju potencijalnim potrošačima, te kako bi oni

¹Medić, A. i Pešak, S., *Grupe solidarne razmjene*, Zelena mreža aktivističkih grupa, Zagreb, 2012., str.6, dostupno na: <http://www.zmag.hr/admin/public/javascript/fckeditor/editor/ckfinder/userfiles/files/Nova%20GSR%20br osura%20za%20web.pdf> (16.07.2016.)

²Kisić, I., *Uvod u ekološku poljoprivredu*, Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2014., str. 47

³Ibidem, str. 50

stekli povjerenje na kojemu će izgraditi međusobni odnos. Povjerenje ili iskrenost između potrošača i proizvođača ključna je kako bi se pitanja o cijeni proizvoda razriješila na obostrano zadovoljstvo. Naime, dubioza koja nastaje ukoliko proizvođači navode povećane iznose svojih troškova proizvodnje ogleda se u cijeni konačnog proizvoda. Odnosima koji su građeni na povjerenju i uvidom u stvarne troškove proizvođača nestaje sumnja ili dotadašnje moguće nepovjerenje potrošača. Pretpostavlja se da su nakon upoznavanja potrošači i proizvođači stekli međusobno povjerenje pa mogu biti solidarni ukoliko dođe do rizika proizvodnje. Kako se ovdje radi o ekološkoj proizvodnji pojačan je utjecaj klimatskih i ljudskih učinaka na sam output, pa se pojavom problema prilikom proizvodnje uzajamna pomoć nameće kao prirodna pojava, a nazivamo je solidarnost. Može se dogoditi da potrošači ostanu bez primanja pa mogu dobiti pomoć od strane drugih potrošača ili čak proizvođača. Današnji tržišni uvjeti deregulacije i liberalizacije trgovine poljoprivrednim proizvodima postaju neodrživi za male proizvođače pa su ovakve grupe slamka spasa za njihov opstanak na tržištu, a svakako da se onda i smanjuje problem napuštanja i neobrađivanja seoskih imanja i poljoprivrednih zemljišta.

Motivi zbog kojih se ljudi uključuju u grupe solidarne razmjene su raznoliki isto kao i članovi sa svojim stavovima i potrebama. Prije svega, motivacija dolazi zbog zdravog načina života, sigurne dostave i prihvatljive cijene. Imati izravan kontakt sa proizvođačima danas je neprocjenjiv i upravo ta solidarnost i međusobno povjerenje doprinose uključivanju u grupe. Poklonici ovakvih grupa najčešće su obitelji sa malom djecom kojima je zdrava prehrana bitna jednako kao i prihvatljivost cijena. Međutim, u zadnje vrijeme javljaju se osobe razočarane u neodrživ sustav industrijalizacije. Industrijski model proizvodnje ovisan je o neobnovljivim izvorima fosilnih goriva i uporabi kemikalija, ne prepoznaje ograničenja izvora kao što su zemlja i voda, odgovoran je za gubitke u bio raznolikosti i plodnosti tla, pogoršava uvjete na radnom mjestu i ugrožava načelo održivosti. Moderna poljoprivreda samo je još jedan industrijski proces koji se koristi energijom nafte u obliku gnojiva, pesticida i strojeva kako bi proizveo sintetičku hranu koja je bijedna imitacija prirodne. Poljodjelci su postali najamna radna snaga industrijaliziranog društva.⁴ Starije populacije dolaze do "zova nove mladosti" posebice u Hrvatskoj, budući da su navikli na zajedništvo i solidarnost u nekadašnjoj državi, a teško se prilagođavaju

⁴Fukuoka, M., *U harmoniji s prirodom – teorija i praksa zelene filozofije*, Omega Ian, Biblioteka Novi dokazi, Zagreb, 2015., str. 11

kapitalističkom sustavu današnjice. Jednostavno, ti ljudi nisu navikli na nove tehnologije, teško se prilagođavaju i kad naiđu na takve, ekološke proizvode, oni im pobude zanimanje i vraćaju ih u dane mladosti kada su uživali u proizvodima uzgojenim u vlastitim vrtovima bez kemikalija. Možemo zaključiti kako su potrošači ekoloških proizvoda i ljudi koji se zainteresiraju u takve grupe zapravo oni koji žele nešto mijenjati. Možda je prava riječ za njih alternativci. Ili će se nešto mijenjati i pokušati napraviti za planet Zemlju i njenu održivost ili ćemo i dalje biti vjerni industrijaliziranom svijetu ekonomije koji nam postavlja uvjete kako moramo živjeti. Ljudi koji kupuju takve proizvode predstavljaju jednu stranu, a proizvođači su drugi kotač koji pokreće sustav razmjene. Ulazak u grupe solidarne razmjene proizvođačima pruža priliku za preživljavanje i tu je poveznica sa multinacionalnim kompanijama koje isto žele zaradu.

Međutim, odmah ćemo raspraviti i ograditi se od zarade kao glavnom motiva proizvođača za ulazak u takve grupe. Temelj solidarne razmjene je dogovor između dvije strane, dijalog i povjerenje te dostizanje prehranbenog suvereniteta.

Pojam prehranbeni suverenitet označava pravo svakog naroda da sam utvrdi vlastiti sustav prehrane bez ugrožavanja drugih ljudi i okoliša i da očuva osnovne resurse za preživljavanje čovječanstva – plodno tlo, čistu vodu i zrak i narodnu baštinu poljoprivrednih kultura, pasmina stoke i tradicijskih znanja.⁵

Proizvođačima je najvažnije da potrošači budu zadovoljni proizvodima, a često i sami potrošači sudjeluju u sadnji povrća i drugim radovima. Ponekad se dogovori plaćanje proizvoda čak i tri mjeseca unaprijed, ali tu je rizik velik. Budući da se napušta slobodno tržište, povjerenje je karakteristika od iznimne važnosti za grupe. Uključivanje ljudi u grupe može se usporediti sa farmaceutskom industrijom čiji bi cilj zapravo trebao biti proizvodnja lijeka koji će ozdraviti bolesnog čovjeka. Industrijska proizvodnja hrane trebala bi voditi računa o optimalnoj proizvodnji hrane koja je dostupna svima, po što povoljnijim uvjetima, a opet da se održe poljoprivredni posjedi bez migracija i siromaštva. Populacija dobiva upravo suprotno: velike količine hrane se ne prodaju jer nema optimalne proizvodnje, cijene su visoke, a višak hrane se baca u otpad ili se prodaje u maloprodajnim lancima po nižim cijenama. Proizvodi koji dolaze u supermarketu po nižim cijenama automatski postaju konkurencija ekološkim

⁵Prehranbeni suverenitet, Zelena mreža aktivističkih grupa, ZMAG, dostupno na: <http://www.zmag.hr/hr/prehranbeni-suverenitet> (16.07.2016.)

proizvođačima i ugrožavaju njihov opstanak na tržištu. Sve su to motivi i razlozi zbog kojih je potrebno pronaći novo rješenje za opstanak budućih generacija.

Grupe solidarne razmjene spadaju u osviještenu, kritičnu potrošnju. Osnovna razlika pojedinačne kupnje građana i grupne kupnje je u činjenici da se kod grupne kupnje dogovara međusobno. Odluke se donose na temelju konsenzusa. Svi se međusobno dogovaraju, prijedlozi se daju na stol, dok se ne nađe rješenje prihvatljivo svima u grupi. U nastavku ovog završnog rada biti će prikazani neki od najvažnijih kriterija koji su specifični za takve vrste grupa.

Kvaliteta proizvoda. Prvi kriterij i na njemu se temelji svaki daljnji korak. Dakle, od njega nikad ne odustaje niti jedna grupa zato jer je kvaliteta proizvoda, bez kemikalija, cilj grupa solidarne razmjene.

Cijena. Temelji se na transparentnosti. Javnosti ili u ovom slučaju potrošačima se mora razjasniti zbog čega je cijena na određenoj razini, budući da se grupi ne zabranjuje odabir certificiranih ekoloških proizvoda. Međutim, ako se toliko inzistira na povjerenju onda je lakše ostvariti povjerenje sa jednim poljoprivrednikom nego sa institucijama i njezinim certifikatima. Cijena mora biti poštena. Prehrambeni proizvodi uzgojeni ekološki, bez zagađivanja okoliša, pronaći će put do krajnjih potrošača, ali isto tako treba se znati da GSR članovi također vole štedjeti.

Potreba za proizvodnjom sezonskih proizvoda. Ukoliko se radi o ljetnim mjesecima, tada se razmjenjuju proizvodi kao što su krastavci, tikvice i rajčice. Zimi se jedu naranče, u proljeće su to jagode. Dakle, bitno je sa proizvodima postupati na prirodan način, bez grijanih šatora i velikim energetske troškovima jer oni povećavaju cijenu, a s druge strane ne dobivamo sezonski proizvod koji je karakterističan za grupe solidarne razmjene već tradicionalni industrijalizirani proizvod koji se može naći na policama supermarketa.

Mali proizvođači ili OPG (Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo) ključ su opstanka ovakvih grupa. U Hrvatskoj je više od 80% poljoprivrednika sa manje od 5 ha po gospodarstvu. Prema tome, uključivanje malih poljoprivrednika u ekonomske odnose doprinosi održavanju poljoprivrednih imanja i zdravog teritorija koji nije "potrošen" kemikalijama, pesticida i sličnim tvarima. Malim proizvođačima daje se prilika za opstanak, a oni je moraju opravdati jamstvom da će biti moralni. Moralnost u smislu postupanja prema svojoj okolini. Bilo unutarnjoj, bilo vanjskoj. U današnje vrijeme

sama hrabrost za uzgajanje ekološke hrane postaje moralni čin. Unutarnjom okolinom smatraju se radnici ukoliko ih mali poljoprivrednik ima i pravedno postupanje sa njima. Potrošači zahtijevaju da se prema radnicima odnosi sa poštovanjem i brigom, kako se ne bi narušila osnovna ljudska prava kao što je to slučaj u kapitalističkom sustavu. Mogu se smatrati vrijednim potpore: poljoprivrednici koji istražuju nove održive metode zemljoradnje ili vrednuju starinske, koji posjeduju i održavaju banke sjemena starih sorti ili održavaju neke gotovo nestale pasmine domaćih životinja.

Moralni proizvođači. Prepoznaje se u zapošljavanju hendikepiranih, invalidnih osoba i ovisnika. Primjeri iz svijeta mogu nam poslužiti: u Italiji se grupno naručuje kava iz Meksika koju beru radnici čija su radnička prava ugrožena. U južnoj Italiji se kupuju proizvodi iz zadruga koje obrađuju zemlju preuzetu od lokalnih i organiziranih kriminalaca. U Izraelu imamo sličan primjer gdje grupe kupuju proizvode iz okupiranih palestinskih sela. To bi sve predstavljalo dodatnu vrijednost tih proizvoda.

Bliskost proizvođača i potrošača također je preduvjet za bolju komunikaciju. Time se smanjuju troškovi prijevoza i skladištenja robe, ali i zagađivanje okoliša također zbog kratkog prijevoza. Kriterij koji čini razliku industrijalizirane globalne poljoprivrede i ekološki uzgojenih proizvoda u grupama jest ambalaža i pakiranje proizvoda. Dok se u multinacionalnim kompanijama sve svodi na marketing i definitivno je da dobar marketing prodaje proizvod, u grupama solidarne razmjene poželjno je što više smanjiti nepotrebnu ambalažu i pakiranja. Prednosti koje iz toga proizlaze jesu: smanjenje otpada, manja cijena proizvoda. Takvim postupanjem približava se kupcima jer činjenica je i da marketing povećava cijenu proizvoda. Kada se dođe do razine gdje povjerenje prerasta čak i u prijateljstvo između proizvođača i potrošača te kada se kupuje u većim grupama, tada se ambalaža u kojoj proizvođač prodaje proizvod vraća natrag njemu. To je jedan od supstituta recikliranja. ⁶

Neki od navedenih kriterija sami su po sebi proturječni. Primjerice fair trade princip kupovanja kave ne odvija se po kriteriju bliskosti proizvođača. Često se radi i o prekooceanskim sustavima dostave, a takvim se načinom povećavaju troškovi. Međutim, to su sve karakteristike koje se razlikuju od grupe do grupe i različitost im

⁶Medić, A. i Pešak, S., *Grupe solidarne razmjene*, op.cit., str.8,9 dostupno na:<http://www.zmag.hr/admin/public/javascript/fckeditor/editor/ckfinder/userfiles/files/Nova%20GSR%20obrosura%20za%20web.pdf>(16.07.2016.)

daje za pravo da samostalno odlučuju po kojim će se principima zasnivati njihovo funkcioniranje.

Postavlja se pitanje zašto se kupuje u grupama? Selekcija proizvoda i kupnja u grupama može biti zabavna. Kupovina u supermarketima isto kao i u grupama solidarne razmjene povezuje proizvođače i potrošače. Razlika je u tome da se u supermarketima "tjera" odnos jedan na jedan, odnosno supermarketi misle umjesto potrošača.⁷ U grupama solidarne razmjene potrošači se udružuju, stvaraju grupu i razmjenjuju mišljenja dok ne dođu do najboljeg rješenja. Na primjer, pojedinac neće nikada moći sam skupiti dovoljno informacija kao i grupa. U grupama se troši manje energije, učinkovitije su i smanjuju se troškovi. Grupe su širok izbor sposobnosti, znanja i vještina. Ukoliko grupa sačinjava desetak članova sasvim je izvjesno da će se unutar te grupe pojaviti različite struke zanimanja kojima se ljudi unutar grupe bave. Primjerice zanimanja unutar kemije, agronomije, ekonomije i srodnih zanimanja. Tako se mogu evoluirati određene stvari u funkcioniranju grupe. Proizvođačima se mogu dati neki novi savjeti oko inputa kojima raspolažu, a odnose se na zemljište ili vodu gdje se odvija proizvodnja. Ako unutar grupe postoji informatičar tada on postaje koristan u davanju savjeta za narudžbe preko interneta, postavljanje sustava za navodnjavanje i njegovo upravljanje. Ekonomisti su poželjni za obračune računa i vođenje financijskih sfera. Koordinacija nabrojanih znanja, vještina i struka pogoduje stvaranju novih poslovnih odnosa van grupe, a sve je to zapravo rezultat zadobivenog poštovanja i prijateljstva koji su stvoreni unutar grupe. "Dobar glas daleko se čuje" dobra je poslovice koju se trebaju držati grupe što znači otvorenost prema društvu, bilo da se radi o formalnim ili neformalnim grupama, kako bi što više ljudi saznalo za postojanje takvih grupa i time potaknulo nove suradnje i razmjene.

2.3. Oblici GSR-a u svijetu

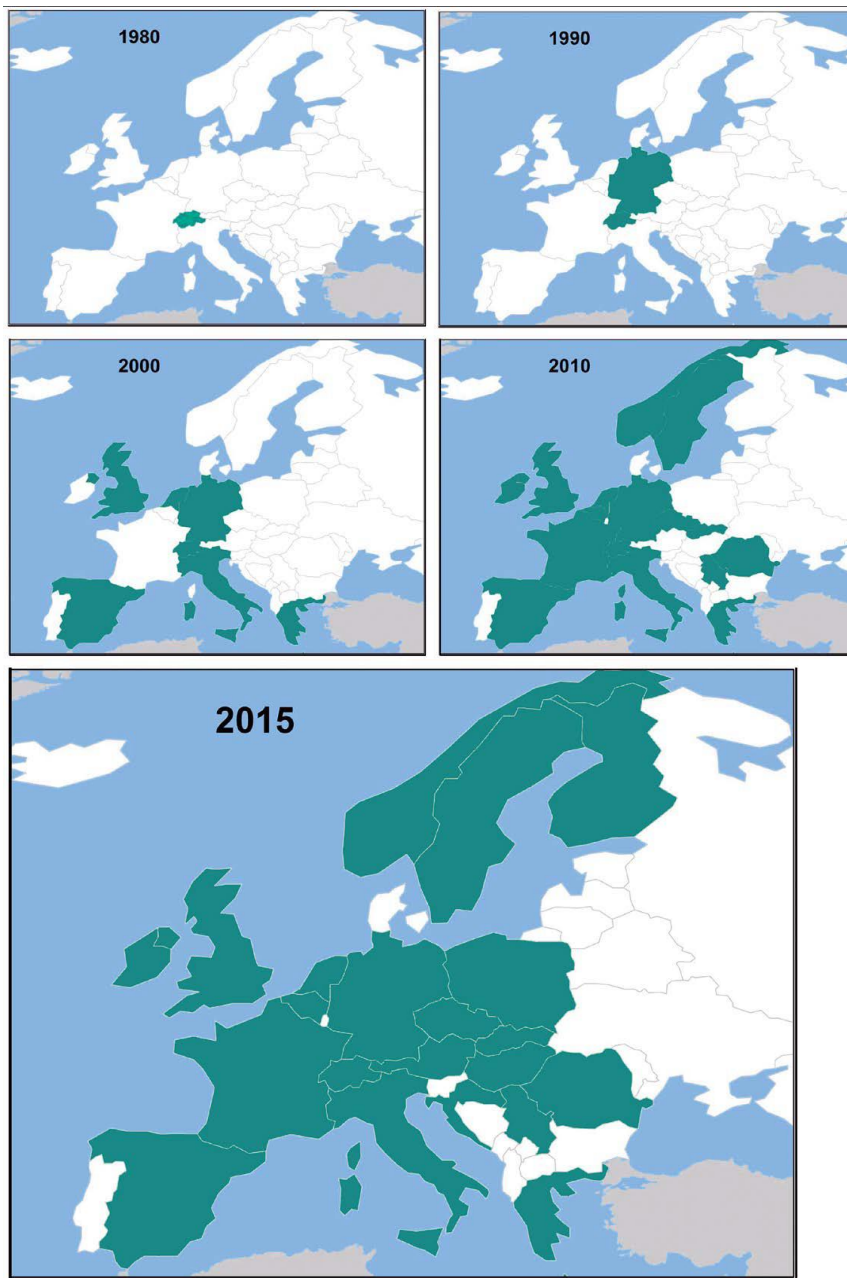
Pokret GSR-a u svijetu različit je bilo gdje da se pojavi. Postoje formalne i neformalne grupe. Vrlo je jaka ekonomska veza u tim grupama, kruženje novca, razmjena proizvoda i usluga. Ovisno o tome gdje nastaju grupe solidarne razmjene tako se i ponašanje unutar tih grupa razlikuje. Kultura doprinosi mnogočemu u odnosima unutar grupa, pa nisu jednaki odnosi u New Yorku, u Francuskoj, Italiji ili u Africi.

⁷Medić, A. i Pešak, S., *Grupe solidarne razmjene*, op.cit., str.8,9, dostupno na: <http://www.zmag.hr/admin/public/javascript/fckeditor/editor/ckfinder/userfiles/files/Nova%20GSR%20br osura%20za%20web.pdf>(16.07.2016.)

Otvorenost ili zatvorenost pojedinih nacija veže se uz poticanje ideja unutar grupa. Pa tako u Italiji ideju pokreću potrošači, u Francuskoj proizvođači, poljoprivrednici. U Japanu se veličaju seljaci ili seoska populacija. Čak do te mjere da se sadašnji procvat Japana duguje radu seoske populacije koja je stavljena u službu urbane civilizacije. Neformalne se grupe sastaju na različitim mjestima, od parkinga pa do kućnih posjeta. Ukoliko je grupa veća, formalnost se može širiti unutar ogranka nekih političkih stranaka, crkve, ovisno opet o struci članova i veličini same zadruge. Mogu to biti male skupine ljudi od desetak članova koje zajedno kupuju od jednog manjeg proizvođača, do nekoliko grupa od desetak članova pa oni zajednički kupuju od većih zadruga.

Zaključak prvog dijela ovog završnog rada je da su grupe solidarne razmjene različite diljem svijeta i ovisno o klimi, okolini i uvjetima, odlučuje se što će se proizvoditi, kako će se proizvoditi pa o tome zavisi i interes potrošača. Na kraju prvom dijela ovog završnog rada prikazati će se slika koja opravdava rastući trend pojave grupa solidarne razmjene na teritoriju Europe.

Slika 1 i 2. Rastući trend grupa solidarne razmjene u Europi



Izvor: Volz, P., et al., *Overview of Community supported agriculture in Europe*, Creative Commons, Urgenci, 2016., str.9, dostupno na: <http://urgenci.net/the-csa-research-group/>(18.07.2016.)

Do 1980. godine Švicarska je jedina imala posjede iz koje se razvio američki tip grupa solidarne razmjene. tek 1984. model je stigao u Francusku gdje se i razvio, a zatim proširio na ostale dijelove Europe.

3. POVIJEST GSR-A U SVIJETU

Procjene govore kako ovakvih i sličnih grupa ima preko pet tisuća u cijelom svijetu.⁸ Neke od njih su se proširile sa pojedinih krajeva svijeta u druge, neke tek niču. Trenutačno su zastupljene na gotovo svim kontinentima, a u ovom završnom radu obrađene su grupe u Japanu (Teikei grupe) koje se nameću kao svjetska kolijevka grupa solidarne razmjene, SAD-u gdje su nastale kao Community supported agriculture te onih u Europi gdje glavnu riječ vode Francuska i Italija. Vidjeti ćemo kako su nastale, zbog čega i kako funkcioniraju. Nije jednostavno govoriti općenito o takvim grupama budući da su nastajale i razvijale se u različitim dijelovima svijeta. Kao što je u prvom poglavlju napomenuto, takve grupe mogu biti formalne ili neformalne, sa većom ili manjom povezanošću između proizvođača i potrošača, ali paralela koja ih povezuje svakako postoji. Jedna je ključna činjenica koja ih povezuje, a to je da potrošači kupuju od proizvođača bez posrednika. Međutim, da bi se istinski shvatilo funkcioniranje sustava potrebno je krenuti od početka i prvih grupa iz Japana.

3.1. Japan: kolijevka GSR-a

Početak i ideja današnjih grupa solidarne razmjene vuku korijene iz Japana i njihovih Teikei grupa.⁹ Japanska udruga organske agrokulture ili JOAA je udruženje koje je osnovano u listopadu 1971. godine.¹⁰ To je neprofitna dobrovoljna organizacija. Članovi udruge su proizvođači i njihovi potrošači koji su željeli razvijati i proširiti pokret organske agrokulture. U ekonomskom smislu, udruga je sasvim samostalna i nije subvencionirana od strane političkih vlasti ili korporacija. Da bi shvatili važnost takvih grupa u Japanu potrebno je ispričati događaje iz povijesti japanske poljoprivrede koji su i doveli do njihova osnivanja. Ubrzo nakon 2. Svjetskog rata Japan je doživio preobražaj u ekonomskom i gospodarskom smislu. Zemlja se podigla iz ruševina rata i postala je bitna točka na karti svjetskih gospodarskih sila. Međutim, paralelno s tim smanjivalo se poljodjelsko i ribarsko stanovništvo sa

⁸Medić, A. i Pešak, S., *Grupe solidarne razmjene*, op.cit., str.14, dostupno na:<http://www.zmag.hr/admin/public/javascript/fckeditor/editor/ckfinder/userfiles/files/Nova%20GSR%20Obrosura%20za%20web.pdf> (16.07.2016.)

⁹Japan Organic Agriculture Association, "*TEIKEI*" system, dostupno na: <http://www.joaa.net/english/teikei.htm#ch3-1> (16.07.2016.)

¹⁰Japan Organic Agriculture Association, *Out line of the JOAA*, dostupno na: <http://www.joaa.net/english/teikei.htm#ch1> (16.07.2016.)

pedeset na svega dvadeset posto. Nove poljoprivredne metode i tehnologije dovele su do prelijevanja viška radne snage u gradove i naglu urbanizaciju, a time i deagrarizaciju. Da ne bude sve tako crno, za vrijeme poslijeratne okupacije Japana, Amerikanci su sa sobom donijeli nove poljoprivredne metode razvijene u prijašnje vrijeme na svom tlu. Nove poljoprivredne metode stvorile su proizvode koji su se tretirali raznim kemijskim aditivima što je dovelo do pobune gradskog stanovništva. U gradu Minamati 1956. godine dogodio se ekocid kada se velika količina žive izlila u jedan zaljev i onečistila ga. To je bilo još izraženije obzirom na činjenicu da Japanci konzumiraju puno morskih plodova u svojoj prehrani. U 1980-im godinama prošlog stoljeća svijest o ekološki uzgojenim proizvodima naglo je porasla, a jedan od razloga bila je i nuklearna katastrofa u Černobilu 1986. godine. Nakon toga ljudi su sve više tražili proizvode koji imaju na sebi etikete kao što su "organski uzgojena hrana", "bez kemikalija" i slično što je naravno povećavalo potražnju za takvim proizvodima i njihovu cijenu. Vlade su nakon toga odlučile kontrolirati certifikate i regulirati sustav ekološke poljoprivrede.

Mnogi potrošači u urbanim sredinama postali su zabrinuti i nesigurni u hranu koju konzumiraju što ih je navelo da se založe za proizvodnju jaja, mlijeka i ostalih obrađenih namirnica bez kemijskih aditiva. Regulacija i legalizacija proizvoda sa etiketama "bez kemikalija" odvijala se pod utjecajem profitnih organizacija i velikih korporacija industrijaliziranih proizvoda. Isto tako certifikati nisu bili striktno definirani. Proces legalizacije organski uzgojenih proizvoda u Japanu razlikuje se od američkog modela ili onog u EU. U tim zemljama su ekološki uzgajivači i njihovi pobornici preuzeli vođenje na način da su ponudili svoje vještine i znanje koje su stekli kroz svoje djelovanje i iskustvo, a standardi su napravljeni po demokratskoj proceduri. U Japanu je sustav drugačiji. Ako sustav nije napravljen na demokratski način ugrožava se razvoj organski uzgojenih proizvoda koji bi mogli doći pod komercijalnu kontrolu.

Sa druge strane, seoski farmeri i proizvođači koji su ostali živjeti u ruralnim sredinama shvatili su da je pređena granica industrijske proizvodnje po pitanju zdravlja građana te su se mnogi od njih okrenuli organskoj ili ekološkoj proizvodnji hrane. „Yuki“ je pojam koji se odnosi na verziju japanske udruge organskih proizvođača, odnosno način na koji se oni odnose prema prirodnim procesima.¹¹ Ono

¹¹Japan Organic Agriculture Association, *Out line of the JOAA*, dostupno na: <http://www.joaa.net/english/teikei.htm#ch1> (16.07.2016.)

vodi ka vjerovanju da se proizvođači poljoprivrednici moraju prilagoditi tim zakonima i principima koji će im pomoći u proizvodnji. Kultura „Yuki“ se bori protiv industrijalizirane poljoprivrede koja je poremetila sklad s prirodom te kulturna i društvena pravila.¹² Masanobu Fukuoka jedan od pokretača japanske organske proizvodnje. On se zalagao za ekološku poljoprivredu i sklad sa prirodom i često je naglašavao kako moderna poljoprivreda nije stvorila ništa iz prirode. Ona je samo kvantitativno i kvalitativno mijenjajući neke njene oblike uspjela stvoriti sintetičku hranu koja je neprobavljiva, skupa i po njemu još više udaljuje čovjeka od prirode. Masanobu Fukuoka je postavio 4 načela prirodnog poljodjelstva koja se zasniva na "ne-djelovanju" a sa prinosima kao i onim dobivenim znanstvenim metodama, a to su:¹³

- Bez obrade tla (oranja)
- Orađivanje tla bez gnojiva
- Orađivanje tla bez plijevljenja
- Orađivanje tla bez pesticida

Sve je započelo sa "Teikei" grupama pa se i JOAA bazira na njihovom principu. Teikei je ideja koja vodi ka alternativnim distribucijskim sustavima, koji nisu ovisni o konvencionalnim supermarketima. Teikei ideje variraju, ali zapravo se baziraju na direktnom distribucijskom sustavu. Proizvođači i potrošači zajednički se dogovaraju i ulažu rad i kapital na obostrano zadovoljstvo kako bi poticali vlastitu distribuciju. Rizik proizvodnje se dijeli obostrano. Distribucija se odvijala na takozvanim "stanicama isporuke", a u početku se radilo o manjim grupama od 3 do 10 obitelji, dok se neke grupe nisu proširile i do tisuću. Teikei nije samo praktična ideja nego dinamička filozofija kroz koju se proizvođače i potrošače tjera da razmjenjuju mišljenja kroz međusobnu interakciju. U studenom 1978. godine postavljeni su principi ili pravila na kojima se baziraju Teikei grupe.

¹²Japan Organic Agriculture Association, *Out line of the JOAA*, dostupno na: <http://www.joaa.net/english/teikei.htm#ch1> (16.07.2016.)

¹³Fukuoka, M., *U harmoniji s prirodom – teorija i praksa zelene filozofije*, op.cit., str. 78

Teikei principi slični su i međusobno povezani, a služe za učvršćivanje veza između proizvođača i potrošača. Principa ima 10, a to su:¹⁴

1. Princip uzajamne pomoći – cilj partnerstva ne leži samo u ekonomskom, već u prijateljskom odnosu između proizvođača i potrošača. Prema tome, uzajamna pomoć na bazi razumijevanja proizašlog iz prijašnjih iskustava.
2. Princip namjerne proizvodnje – proizvođači moraju u dogovoru sa svojim potrošačima maksimalizirati proizvodnju i raznolikost proizvoda u skladu sa kapacitetom svojih farmi.
3. Princip prihvaćanja proizvoda –potrošač treba prihvatiti sve proizvode koji su proizvedeni po njihovom prethodnom dogovoru unutar grupe, a sve u cilju što manjeg bacanja na taj način proizvedene hrane. Potrošač bi svoju prehranu trebao bazirati na proizvođačevim proizvodima.
4. Princip obostrane koncesije u određivanju cijena –u određivanju cijene proizvoda, proizvođači trebaju uzeti u obzir svaku moguću uštedu rada i završne cijene. Ambalaža i pakiranje trebaju se svesti na što je moguće manju mjeru, a potrošač mora maksimalizirati koristi od dobivanja svježih, zdravih i ukusnih namirnica.
5. Princip produbljivanja prijateljskih odnosa –kontinuirani razvoj ovog partnerstva bazira se na produbljivanju prijateljskih odnosa između proizvođača i potrošača. Kontinuirani kontakti među njima ključ su opstanka.
6. Princip autonomne distribucije – ovaj princip isključuje bilo kakvo uključivanje profesionalnih dostavljača u proces distribucije proizvoda do potrošača. Jedini koji trebaju organizirati prijevoz proizvoda su proizvođač ili potrošač.
7. Princip demokratske uprave ili demokratskog managementa – naglašava se demokratsko upravljanje i oslanjanje na grupnu odgovornost članova. Sve kreće od grupe. Suprotno od autokratskog vođenja organizacije, ovim se načinom vođenja odluke stavljaju na grupu ili tim. Ukoliko se neka obitelj nalazi u teškoj situaciji isto se grupno moraju podržavati.
8. Princip učenja unutar grupa –proizvođači i potrošači međusobno mogu puno naučiti iz svog odnosa, jedni u drugima mogu pronaći inspiracije, nove mogućnosti, a njihov odnos ne smije se ograničiti samo na distribuciju

¹⁴Medić, A. i Pešak, S., *Grupe solidarne razmjene*, op.cit., str. 16, dostupno na:<http://www.zmag.hr/admin/public/javascript/fckeditor/editor/ckfinder/userfiles/files/Nova%20GSR%20obrosura%20za%20web.pdf>(16.07.2016.)

proizvoda i usluga. Kroz razgovore i odnose proširuje se spektar njihova djelovanja.

9. Princip održavanja odgovarajuće veličine grupa –svi gore navedeni principi neće se moći provesti u praksi ukoliko se članstvo nekih grupa pretjerano poveća. Ili ako određeni teritorij ne može više trpjeti svoje resurse te postane preopterećen.
10. Princip postupnog razvoja – od početka rada u grupama, niti proizvođačima niti potrošačima neće biti stvoreni idealni uvjeti za rad kao što smo to opisali u prijašnjim principima. Zbog toga je potrebno pronaći obećavajuće partnere, željne kontinuiranog učenja, pa čak i ako njihova trenutna situacija nije zadovoljavajuća i na tome graditi buduću međusobnu suradnju.

3.2. Sjeverna Amerika: Poljoprivreda koju potpomaže zajednica

Community supported agriculture (CSA) je američka inačica "teikei" pokreta. Hrvatski slobodni prijevod mogao bi biti Poljoprivreda koju potpomaže zajednica. Relativno je nova pojava u SAD-u i Kanadi.¹⁵ U vrijeme nastanka prvih "teikei" grupa u Japanu, pojavile su se njezine inačice diljem Europe. Pojava grupa u Japanu nije uzrokovala širenje u ostatku svijeta, već su se paralelno osnivale grupe diljem svijeta da bi se tek nakon nekoliko godina povezale interkontinentalno. Za razliku od japanskog modela kojeg su pokrenuli zabrinuti potrošači, u Europi je pokret zaživio zahvaljujući biodinamičkom uzgoju kojeg je razvio Rudolph Steiner u 20.stoljeću. Biodinamički uzgoj hrane temelji se na ideji da svi živi organizmi u procesu – zemlja, biljke i životinje – zavise jedno o drugome. Zadruga farmera u Švicarskoj i Nizozemskoj tako su stvorile prve modele slične današnjem CSA-u. U Ženevi je 1973. godine osnovana zadruga Les Jardins de Cocagne, inspirirana farmama iz Čilea. Članstvo se postupno povećavalo sa 50-ak članova na više od 400 u novije vrijeme. Potrošači su dužni podupirati aktivnosti zadruge tako da minimalno četiri puta godišnje odrade pola radnog vremena na farmi. Ako neki od potrošača ne žele raditi plaćaju dodatnih 40 dolara za svoju dokolicu (pola radnog vremena). Na farmi od 17 hektara se uzgaja raznovrsno voće, povrće, a jedan posto proračuna farme se izdvaja za projekt razvojne kooperacije u sjevernoj Africi.

¹⁵Just Food, Community Supported Agriculture, *History of CSA*, dostupno na: <http://www.justfood.org/csa/history> (20.07.2016.)

1984. godine, Jan Vander Tuin donio je model europskog uzgoja u SAD. On je bio suosnivač projekta zadruge Topanimbur blizu Zuricha u Švicarskoj, a svoju je ideju predstavio Robynu Van Enu koji je radio na Indian Line farmi u saveznoj državi Massachusetts na sjeveroistoku SAD-a i tako je rođen model CSA u Sjevernoj Americi.¹⁶Njih su dvojica zajedno sa nekoliko partnera činili jezgru ovog pokreta, a CSA je započeo sa svojom proizvodnjom "podijele žetve" u zajednici na plantaži voćnjaka, gdje su se uzgajale jabuke. Do 1986. godine već im se pridružio Hugh Ratcliff, farmer, te su zajedno počeli sa ponudom zajedničke proizvodnje. U razdoblju od 4 godine Indian Line CSA je od 30 stigao do 150 grupa. Danas je CSA rasprostranjen diljem SAD-a i broji preko 1000 grupa koji prehranjuju oko 150 tisuća ljudi. CSA je započeo svoju aktivnost u New Yorku 1991. godine, nakon što je Roxbury farma započela distribuciju na Union Square zelenoj tržnici. Distribucija je vremenom sve više rasla, kao i potražnja pa je Roxbury farma prerasla u CSA sa svojim sjedištem na Upper West Sideu. Može se reći kako je to strateški važna lokacija obzirom da se radi o Manhattanu gdje se na dnevnoj bazi cirkulacija ljudi mjeri u milijunima.

Jean Paul Courtens bio je farmer sa Roxburya koji je Just Foodu pomogao koristeći početni model u kojem se razvilo 6 CSA do 1996. godine. Od tada pa do danas, osnovano je preko 100 CSA diljem šireg metropolitanskog područja New Yorka.

Just Food je neprofitna udruga koja okuplja zainteresirane potrošače ekoloških proizvoda uvodeći ih u svijet razmjene takvih proizvoda pronalazeći im proizvođače. Zapravo Just Food okuplja farmere proizvođače, pronalazeći im kupce koji se formiraju u grupe te se tako stvaraju dugoročni ekonomski odnosi. Osim toga, Just Food podiže svijest građana o ekološkim proizvodima, održivom razvoju i prije svega radi se o društveno odgovornom marketingu.¹⁷

U nastavku ćemo objasniti kako funkcioniraju CSA grupe u New Yorku. Tijekom cijele godine potrošači dobivaju sezonsko voće i povrće. Količine su dovoljne za prosječnu obitelj. Just Food je formiran na način da ima svoje ogranke diljem grada, budući da se radi o velikoj urbanoj sredini. Svaki potrošač je član određenog ogranka ovisno o mikrolokaciji na kojoj se nalazi. To je jedan od načina kako se smanjuju troškovi i

¹⁶Just Food, Community Supported Agriculture, *History of CSA*, dostupno na: <http://www.justfood.org/csa/history> (20.07.2016.)

¹⁷Just Food, Community Supported Agriculture, *About us*, dostupno na: <http://www.justfood.org/about-us> (20.07.2016.)

ekološki uzgojena hrana postaje dostupnija građanima. Članovi svoje košarice sa proizvodima dobivaju u ograncima, aktivno prate distribuciju, računovodstvo, komuniciraju sa proizvođačima, a dalje se i širi članstvo. Cijena koja se godišnje plaća unaprijed iznosi oko 400 dolara za potrošače.

Početakom 2014. godine, započeo je novi strateški plan Just Food pod nazivom Center for Sustainable Community Food Projects (Centar za održivost hrane u zajednici).¹⁸ Centar predstavlja resurs na kojem se pružaju raznovrsne, opsežne usluge koje podržavaju partnere, ali i širok spektar projekata zajednice kako bi se povećala dostupnost svježih i zdrave hrane od lokalnih proizvođača. Organiziraju se uvodni treninzi o hrani, educiranja o kulinarstvu i agrokulturi, koordinacija napora propagiranja projekta i razvijanje infrastrukture projekta. Just Foodu je u cilju kroz sljedećih 5 godina pokretanje 100 novih projekata hrane u zajednici, povećanje članova za minimalno 25 tisuća, uz zadržavanje postojećih članova i partnera. Smatra se da će rezultat toga biti pristup više od 200 tisuća građana New Yorka svježoj, lokalnoj, ekološki uzgojenoj održivoj hrani svake godine.

U sklopu postizanja tih ciljeva Just Food će koristiti sljedeće taktike i strategije:¹⁹

1. Razvijanje planova i programa, kalendar treninga za voditelje projekta, management projekti, evaluacija, prikupljanje sredstava, organiziranje zajednice
2. Edukacija voditelja ogranka u cilju poticanja na zdrav život, širenje znanja i vještina u sezonskom kulinarstvu, podržavanje sustava održivosti sa članovima ogranka
3. Proširivanje osiguranja, izgradnja fiskalne infrastrukture, budžeta, stvaranje legalnog sustava za projekte u zajednici
4. Razvijanje marketinga i promidžbenog sustava diljem New Yorka

Da se ne zadržimo samo na poljoprivredi, Amerikanci su svoje djelovanje proširili i na ribarstvo. Novost u posljednje vrijeme je nastanak Community supported fisheries sustava.²⁰ Diljem SAD-a ribari se okupljaju u zadruge, svoj ulov prodaju lokalnim

¹⁸Just Food, Community Supported Agriculture, *About us*, dostupno na: <http://www.justfood.org/about-us> (20.07.2016.)

¹⁹Just Food Group, *Executive Summary 2014-2016 Strategic Plan*, Just Food, 2014., dostupno na: http://justfood.org/sites/default/files/strategic_plan_executive_summary.pdf (20.07.2016.)

²⁰Local Catch, Community Supported Fisheries, *About us*, dostupno na: <http://www.localcatch.org/about/> (20.07.2016.)

restoranima i stanovništvu te se na taj način potiče lokalno gospodarstvo. Ovakav sustav ribarenja u SAD-u proširio se na mnoge savezne države, a između ostalih tu spadaju Aljaska, Oregon, Maine, Massachusetts, Iowa. Sustav CSA proširio se i diljem Kanade gdje je zanimljivost i ulazak grupe u školske ustanove budući da u nekim dijelovima zemlje postoji manjak poljoprivrednika. Na taj se način želi potaknuti ulazak u poljoprivredu i srednjom školom stvoriti nove, mlade farmere.

Lov ribe razlikuje se od klasičnog industrijaliziranog lova, gdje se riba prerađuje i izlovljava. U ovom slučaju radi se o održivom načinu ulova, gdje se pazi na ekološki sustav, a garancija je zdrava i svježja riba. Potrošači koji su zainteresirani mogu kupiti ribu čim se brod vrati u luku na pristanište što znači da je razmjena direktna što karakterizira grupe solidarne razmjene. Novac koji potrošači daju za kupnju ribe služi kao potpora lokalnom ribarstvu, za obnovu flote, ribarskih mreža, a zauzvrat potrošači dobivaju ulaznice za degustacijske događaje kada se organiziraju, izlete sa brodovima i edukacije. Dobrobit od ovakvih zadruga je obostrana: potrošači dobivaju kvalitetan proizvod, a lokalno gospodarstvo osnažuje se i spašava svoj opstanak na tržištu.

3.3. Europa: Francuska i Italija kao predvodnice europskih zemalja

3.3.1. Razvoj GSR-a u Europi

Prve grupe solidarne razmjene koje su se pojavile na američkom teritoriju zapravo su preslika švicarskog modela. Nadalje, grupe iz Švicarske temelje svoj rad na farmama iz Čilea u vrijeme vladavine predsjednika Salvadora Allendea (1970.-1973.) koji se zalagao za radnu klasu, poljoprivrednike, a ujedno je bio i prvi predsjednik Čilea i Južne Amerike izabran na demokratski način. Po svojoj ideološkoj svijesti bio je marksista, a prema tome se borba poljoprivrednika može usporediti sa klasnom borbom kao odrednicom društva za koju se zalažu grupe solidarne razmjene. Paralelno sa pojavom prvih grupa u SAD-u javljaju se prvi modeli u Europi, da budemo određeni, u Francuskoj, 1984. godine. Zdrav razum govori i ukazuje nam kako su se grupe geografski disperzirale diljem Europe na potezu Švicarska-Francuska-Italija. Preko Italije su se osnovale i prve zadruge u Republici Hrvatskoj, međutim o tome ćemo nešto kasnije u sljedećem dijelu ovog završnog rada. Dakle, Francuska je predvodnik što se tiče europskih zemalja u smislu osmišljenog i ekonomski značajnog projekta grupa solidarne razmjene, a odmah nakon nje dolazi Italija kojoj je trebalo 10-ak godina da se pokrenu projekti, točnije 1994.godine. U

nastavku ovog dijela završnog rada detaljnije će se prikazati djelovanje i obilježja grupa solidarne razmjene koja su specifična za Francusku i Italiju.

3.3.2. Francuske AMAP grupe

U Francuskoj se koncept direktne razmjene proizvoda ekološke poljoprivrede naziva AMAP (Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne). U slobodnom prijevodu to bi značilo "Udruga za održavanje seljačke poljoprivrede". Kao što je prethodno naglašeno, svaka od grupa ili zadruga baziraju se na sličnim principima, ali opet razlike postoje. Daniel Vuillon je pokretač AMAP-a, francuske inačice grupa solidarne razmjene. Sve je počelo 1984. godine kada je Daniel zajedno sa svojom suprugom preuzeo obiteljsko gospodarstvo Les Olivades u blizini Marseillea, na jugu Francuske.²¹ U početku svoje proizvodnje većina se odnosila na veleprodaju, dok se samo mali udio proizvodnje odnosio na direktne lokalne kupce. U jednom trenutku čak je došao u pitanje njihov opstanak budući da se povećala konkurencija, a širenje urbanizacije ubrzalo je procese koji nisu išli na ruku ruralnom stanovništvu. Prilikom jednog posjeta New Yorku, Daniel Vuillon odlučuje promijeniti koncept svog gospodarstva. Novi koncept baziran je kao i američki CSA model. Ekološki orijentirani građani iz urbanog područja na jugu Francuske, posebno iz Marseillea i Toulona, zainteresirali su se i organizirali prvu potrošačku grupu. 2000. godine Daniel potpuno napušta veleprodaju i okreće se u potpunosti ekološkoj proizvodnji. Zapošljava 5 osoba na svom gospodarstvu, a stvara prvu Udrugu AMAP. Do danas ih ima preko 2000 diljem Francuske i ona se nalazi na prvom mjestu u Europi.

²¹Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne, AMAP, dostupno na: <http://www.reseau-amap.org/amap.php> (20.07.2016.)

Tablica1. Procjena broja grupa solidarne razmjene u Europi po državama

RED.BR.	DRŽAVA	BROJ GSR-A
1.	Francuska	2000
2.	Belgija	138
3.	Italija	104
4.	Njemačka	92
5.	UK	80
6.	Španjolska	75
7.	Švicarska	60
8.	Nizozemska	47
9.	Norveška	35
10.	Austrija	26
11.	Češka	23
12.	Hrvatska	20
13.	Rumunjska	15
14.	Mađarska	12
15.	Švedska	12

Izvor: Volz, P., et al., *Overview of Community supported agriculture in Europe*, Creative Commons, Urgenci, 2016., str.9, dostupno na: <http://urgenci.net/the-csa-research-group/>(18.07.2016.)

AMAP funkcionirana način da se direktno razmjenjuju proizvodi između proizvođača i potrošača. Unutar košarica koje potrošači dobivaju jednom tjedno, nalaze se proizvodi kao što su sezonsko voće, povrće, jaja, sirevi i meso. Francuzi naglasak daju na raznovrsnosti košarica. Moguća je i razmjena proizvoda ovisno o preferencijama potrošača. Za razliku od supermarketa AMAP potrošači ne daju naglasak na standardizaciji hrane, već sve što se proizvede istodobno se i konzumira. Ako se ne vodi brige o racionalizaciji, čak i do 60% usjeva može ostati neiskorišteno u polju. Time se smanjuju troškovi proizvodnje, cijena proizvoda ostaje pristupačna potrošačima, a proizvođači postaju sigurni da će sve što su proizveli prodati. Potrošači i proizvođači se dogovaraju oko agronomskih metoda kojima će se uzgajati proizvodi. Metode se temelje na specifikacijama koje ekološki proizvođači imaju kao svoje logotipe. Za AMAP grupe to je logotip AB. AMAP se bori protiv zagađenja i rizika u poljoprivrednoj industriji. Promiče se odgovorno i zajedničko upravljanje resursima.

Cijena košarice je fiksna i formira se na fair principu: pokriva proizvođaču troškove proizvodnje, omogućava im pristojan prihod, a isto tako im osigurava da sve što proizvedu i prodaju. Košarica se ne razlikuje pretjerano od one iz supermarketa, ali dobrobiti dobivene ostvarene u nutritivnoj vrijednosti, okusu i kvaliteti hrane neusporedive su. Cijena košarice na imanju Les Olivades kreće se od 23 eura zimi do 27 eura ljeti. Cijene su konkurentne onim istovjetnim proizvodima u širokoj distribuciji. Varijante plaćanja pogodne su za sve karakteristike potrošača, pa tako postoji mjesečno plaćanje ili na rate za one sa nižim prihodima, popusti na košaricu što zauzvrat znači dobrovoljnu pomoć potrošača. Potrošači se tako mogu uključiti u proizvodnju, a to može smanjiti troškove proizvođaču na način da ne mora zapošljavati radnike na svom poljoprivrednom imanju.

Mjesto distribucije ovisi o blizini proizvođača i potrošača. O tome zavisi da li će se razmjena proizvoda izvršiti na samoj farmi ili u gradovima gdje postoje udruge, tržnice ili mjesta gdje se postigne dogovor. Vrijeme razmjene se također dogovara, a da bi se omogućilo proizvođačima što kvalitetniju i nesmetanu proizvodnju bez fokusa na administraciju, AMAP grupe organiziraju volonterski odbor koji se mijenja svake godine. Volonterski odbor zadužen je za međusobnu komunikaciju, koordinaciju i on predstavlja tijelo potrošača. Tako se proizvođaču olakšava komunikacija jedan na jedan. Francuzi takvo partnerstvo nazivaju socijalnim dijalogom na relaciji selo-grad, naglašavajući konzistentnost odnosa kao i održivost ruralnih područja i poljoprivrednih imanja.

Ulaskom u AMAP grupe potrošači i proizvođači obvezuju se ispunjavanju svojih obveza koje su striktno definirane.

Obveze potrošača:²²

- Plaćanje jednog dijela proizvodnje unaprijed, opravdavajući to kao podjelu rizika proizvodnje i zarade sa proizvođačem, za nadolazeću sezonu
- Preuzimanje košarice na dan i vrijeme kad je dogovoreno; ukoliko je potrošač spriječen (radni odnos, putovanje, bolest) mora se javiti, a raspored se slaže sa mogućnostima koje su uspostavljene na početku sezone

²²Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne, AMAP, dostupno na: <http://www.reseau-amap.org/amap.php> (20.07.2016.)

- Sloboda i otvorenost odnosa; eventualni prigovori, pitanja i koordinacija odnosa obavlja se preko volonterskih odbora
- Podjela inicijative i ideje sa proizvođačem i partnerima za poboljšanje projekta

Obveze proizvođača:²³

- Proizvodnja različitih vrsta povrća, kako bi se sastavile raznovrsne košarice
- Isporuka košarica na dan i u vrijeme kada je dogovoreno
- Obavijestiti partnere i potrošače u slučaju problema koji utječe na isporuku ili neku drugu aktivnost; bolesti, klimatske nepogode
- Otvorenost u pružanju svih informacija partnerima o radu na farmi
- U slučaju da se ne može zadovoljiti želje i potrebe potrošača potrebno je dati objašnjenje; na kraju sezone provodi se procjena aktivnosti

3.3.3. Talijanske grupe za solidarnu potrošnju

Talijanski model javio se nešto malo kasnije nego francuski, točnije 1994. godine u gradu Fidenci pod nazivom Gruppo d'acquisto solidare (Grupa za solidarnu potrošnju).²⁴U ovom će završnom radu biti korištena skraćenica GAS za talijanske grupe solidarne razmjene koja je standardizirana u Italiji. GAS je udruženje građana koji u grupama kupuju hranu i zajednički djeluju, na principu solidarnosti, što ih dovodi do malih, lokalnih proizvođača. Kao i drugim zemljama, također se radi o neposrednom odnosu potrošača i proizvođača.

GAS karakteriziraju tri pridjeva: mala, lokalna i solidarna proizvodnja. Mala označava jednostavnu organizaciju i lakšu komunikaciju sa partnerima. Lokalna predstavlja jačanje veze između građana, a solidarna je najvažnija karakteristika jer označava zajedništvo. Solidarnost čini raspodjelu bogatstva pravednijom i brani ljude od nepoštenih posljedica kapitalizma.²⁵Po mnogo čemu se GAS grupe povezuju sa CSA ili AMAP grupama, ali postoje i određene razlike. Pozitivne i negativne. Međusobno su svakako povezane, ali bitna razlika između njih je da se GAS grupe nisu zaustavile samo na razmjeni poljoprivrednih proizvoda nego su se proširile na širi spektar proizvoda kao što su higijenski proizvodi – sapuni i slično. 2008. godine,

²³Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne, AMAP, dostupno na: <http://www.reseau-amap.org/amap.php> (20.07.2016.)

²⁴Medić, A. i Pešak, S., *Grupe solidarne razmjene*, Zelena mreža aktivističkih grupa, Zagreb, 2012., op.cit., str.21, dostupno na: <http://www.zmag.hr/admin/public/javascript/fckeditor/editor/ckfinder/userfiles/files/Nova%20GSR%20br osura%20za%20web.pdf> (16.07.2016.)

²⁵Rete di Economia Solidale, GAS, dostupno na: <http://www.economiasolidale.net/> (20.07.2016.)

nakon ekspanzije diljem Italije (u Milanu je pređena granica od 100 grupa), GAS grupe su se povezale sa proizvođačem obuće Astorflex. Kako je globalna ekonomska kriza započinjala, ali i zbog sve izraženije konkurencije azijskih zemalja, Astorflex je počeo prodavati cipele GAS grupama u Padovi. Započeo je projekt "Razmišljajmo nogama" u koji su se uključile mnoge grupe potrošača sa ciljem da se certificira sirovina, da ljepilo bude na bazi vode, zapošljavanje novih radnika i transparentna cijena krajnjeg proizvoda.²⁶ Projekt je uspješan i Astorflex danas zapošljava 100-tinu radnika, povezan je sa ekološkim proizvođačima mesa koji im daju kvalitetan input u smislu kože, a proces proizvodnje se odvija na održivom razvoju. Ovaj primjer je pozitivna razlika, a što se tiče negativne ona se odnosi na neplaćanje unaprijed sa strane potrošača. Osim toga potrošači nemaju naviku potpomagati u radu na farmama, a razlog tome može ležati u činjenici da grupe u Italiji nisu potaknuli proizvođači nego potrošači.

²⁶Medić, A. i Pešak, S., *Grupe solidarne razmjene*, Zelena mreža aktivističkih grupa, Zagreb, 2012., op.cit., str.21, dostupno na: <http://www.zmag.hr/admin/public/javascript/fckeditor/editor/ckfinder/userfiles/files/Nova%20GSR%20br osura%20za%20web.pdf> (16.07.2016.)

4. GRUPE SOLIDARNE RAZMJENE U HRVATSKOJ

4.1. Povijest i obilježja grupa solidarne razmjene u Hrvatskoj

Četvrti dio ovog završnog rada odnosi se na grupe solidarne razmjene koje djeluju u Hrvatskoj. Već je prethodno definirano što su grupe solidarne razmjene, a u Hrvatskoj se javljaju u dva oblika:²⁷

- GSR (Grupe solidarne razmjene)
- SEG (Solidarne ekološke grupe)

Neznatna je razlika u imenima, ali njihovo djelovanje je slično i zajedničko obilježje je da su to neformalne udruge građana koje razmjenjuju proizvode i usluge na principu transparentnosti, povjerenja i solidarnosti.²⁸

Prve Grupe solidarne razmjene javile su se u Hrvatskoj 2010. godine, a ozbiljan razvoj grupa započeo je 2012. godine u sklopu projekta "Fine niti lokalnih razvoja" kada su i osnovane neke grupe. Možemo reći da je ideja potekla od sličnih inačica diljem svijeta kao što su CSA grupe iz SAD-a i AMAP grupe iz Francuske. Sve u cilju očuvanja lokalnih ekoloških proizvođača, njihovog opstanka i rješavanja problema precijenjenosti organskih proizvoda u smislu njihovog cjenovnog izražavanja. Danas ih prema popisu ima 7, a pretpostavlja se da ih na cijelom teritoriju Hrvatske ima 20.²⁹ Prema popisu koji je obuhvatio 7 grupa solidarne razmjene zastupljenost je oko 1500 ljudi koji se hrane ekološki uzgojenom hranom. Sveukupan broj ljudi koji se u Hrvatskoj hrani ekološki uzgojenom hranom iz 20-ak grupa koje djeluju iznosi 4000 prema procjenama, što nas stavlja na 10. mjesto u Europi.

Ako znamo da je u Hrvatskoj prema zadnjim podacima 4.238.000 stanovnika³⁰, udio stanovnika koji se hrani ekološki proizvedenim proizvodima je 0,07% što je mali postotak u odnosu na Europu gdje primjerice samo u Francuskoj ima preko 2000 grupa, a prema tom pokazatelju Hrvatska zauzima 12.mjesto u Europi (Tablica 1.). Farme na kojima se uzgajaju ekološki poljoprivredni proizvodi okarakterizirane su kao

²⁷Volz, P., et al., *Overview of Community supported agriculture in Europe*, Creative Commons, Urgenci, 2016., str.24, dostupno na: <http://urgenci.net/the-csa-research-group/> (18.07.2016.)

²⁸loc.cit.

²⁹Volz, P., et al., *Overview of Community supported agriculture in Europe*, Creative Commons, Urgenci, 2016., str.25, dostupno na: <http://urgenci.net/the-csa-research-group/> (18.07.2016.)

³⁰DZS, Publikacije, *Statističke informacije 2016.*, Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Zagreb, 2016., dostupno na: http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/StatInfo/pdf/StatInfo2016.pdf (20.07.2016.)

male naspram prosjeka EU; prosječna veličina posjeda 2010.godine iznosila je 5,6 ha u Hrvatskoj, a istovremeno prosjek EU-27 bio je 14,4 ha po posjedu.³¹Od toga je 52% posjeda u Hrvatskoj bilo manje od 2 ha, a 89,4% svih posjeda bilo je manje od 10 ha. Zbog malih veličina tih posjeda većina domaćinstava namijenjena je samo vlastitoj proizvodnji, a ne za usluge ponude vlastitih proizvoda na tržištu, bilo u sklopu grupa solidarne razmjene ili slično. Jednostavno veličina posjeda je često ta koja ograničava uvjete prilikom ostvarivanja prava za upis u registar OPG-a. Bilo kako bilo, ipak je vidljivo da od 2003.godine pa do 2011. godine broj organskih farmi u Hrvatskoj ubrzano raste i to sa 130 na brojku od 1450 farmi.³²Hrvatska je jedna od rijetkih zemalja sa potencijalom koji je izuzetan, pa od cjelokupnog zemljišta koji se obrađivao 68% spada u obradive površine.

Zaposlenost u poljoprivrednom sektoru (poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo) u zemljama članicama EU u prosjeku je 2013. godine iznosila 5,2%. Cjelokupna radna snaga zaposlena na hrvatskim farmama iznosila je preko 513.000 ljudi, a 229.000 ljudi u dobi iznad 15 godina je bilo zaposleno u poljoprivrednom sektoru, što je 15% hrvatske radne snage iznad 15 godina starosti. Problem je u tome što ova zaposlenost nije relevantan pokazatelj budući da je većina te radne snage samo pomagala na obiteljskom gospodarstvu, a paralelno su bili zaposleni na drugim radnim mjestima koji su im bili primarni. Shodno tome, dolazi se do zaključka da su hrvatske farme još uvijek većinom obiteljskog karaktera, slabo orijentirane prema potencijalnom tržištu.

Ekološka proizvodnja smatra se odgovorom konvencionalnoj poljoprivredi, a u svijetu je postala rastući trend. U Hrvatskoj je 2012. godine samo 2,3 % obradivih površina bilo namijenjeno ekološkoj poljoprivrednoj proizvodnji.³³ To je dovoljan znak za zabrinutost jer ekološka poljoprivredna proizvodnja donijela bi nova radna mjesta budući da je nezaposlenost u Hrvatskoj u posljednje vrijeme znak za alarm. Hrvatska ima kapaciteta da bude samodostatna u poljoprivrednoj proizvodnji i prehrani vlastitog stanovništva, a da ne ovisi toliko o uvozu. Razlozi ovakvog stanja

³¹Volz, P., et al., Overview of Community supported agriculture in Europe, Creative Commons, Urgenci, 2016., str.24, dostupno na: <http://urgenci.net/the-csa-research-group/> (18.07.2016.)

³²loc. cit

³³Sarjanović, I., Uloga grupa solidarne razmjene u razvoju ekološke poljoprivrede u Hrvatskoj, Osnovna škola Horvati, Zagreb, 2013., str.14, dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=190740 (15.07.2016.)

mnogobrojni su: nedovoljno poticanje i ulaganje u poljoprivrednu proizvodnju, neobrazovanost i ekološka svijest potrošača. Interakcija poljoprivrednika koji imaju svoje posjede ili farme u okviru OPG-a (Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo) i Ministarstva poljoprivrede sa druge strane u početku je nailazila na poteškoće. Razlog tih poteškoća bila je upravo neusklađenost sa postojećim zakonodavnim sustavom farmi. Kako su rasle brige poljoprivrednika zajedno sa paralelnim osnivanjem grupa solidarne razmjene u Hrvatskoj, tako su započinjali pregovori sa Ministarstvom što je dovelo do sveobuhvatne promjene u funkcioniranju OPG-ova. Od 4000 ljudi koliko po statističkim podacima konzumira hranu u sklopu grupa solidarne razmjene u Hrvatskoj, svi su voljni uložiti svoje vrijeme i energiju u funkcioniranje grupa i zadruga ovisno kako su iste koncipirane, projekata prehrane, dane otvorenih vrata i slično, ali isto tako i proizvođači moraju potražiti pomoć i zajedničkim snagama stvarati novu dodanu vrijednost koja će biti održiva.

Od strane državnog aparata potrebno je donijeti održivi plan razvoja ekološke poljoprivrede u Hrvatskoj, a ne sve prepustiti u ruke pojedincima "fanaticima". Dakle, jedan o ključnih problema je nepostojanje strateškog dokumenta koji će jasno definirati probleme, ali i potaknuti proizvodnju na kojoj će se temeljiti budućnost poljoprivrede u Hrvatskoj.

4.2.Funkcioniranje sustava GSR-a

Teoriju o grupama solidarne razmjene i razvoj kroz povijest smo anticipirali. Ono što predstoji u nastavku ovog završnog rada odnosi se na samo funkcioniranje sustava GSR-a u Hrvatskoj. Aktivnosti hrvatskih grupa na europskim konferencijama izrazito su značajne. Tako je Zelena mreža aktivističkih grupa (ZMAG) u kolovozu 2012. Godine bila predstavnik hrvatske delegacije na forumu Nyeleni 2011: forum za prehrambeni suverenitet u Europi.³⁴ Na forumu je donesena deklaracija o prehrambenom suverenitetu. Ovaj dio završnog rada prezentirati će kakve su dobrobiti za potrošače i proizvođače, organizaciju aktivnosti članova grupa prilikom osnivanja, financiranje grupa i naručivanje košarica, formiranje cijena i distribucija košarica. Najvažnija stvar unutar grupe je jednostavnost odnosa. Svaka grupa uobičajeno se razlikuje ovisno o ljudima koji su zastupljeni unutra, ali pretjeranim kompliciranjem gube se dobrobiti koje svakako imaju i potrošači i proizvođači.

³⁴Prehrambeni suverenitet, Zelena mreža aktivističkih grupa, ZMAG, dostupno na: <http://www.zmag.hr/hr/prehrambeni-suverenitet> (16.07.2016.)

4.2.1. Dobrobiti proizvođača i potrošača

Potrošači i proizvođači uvjet su za stvaranje grupe. Prilikom stvaranja grupe poželjno bi bilo imati odmah u dijalogu i proizvođače kako bi se raspravljalo o eventualnim željama i potrebama potrošača. Nekako je prirodno da će se potrošači zajednički moći dogovoriti pa potom tražiti proizvođače, a proizvođači sa druge strane teško mogu započeti svoju priču bez potražnje. Bez obzira na sve, dobrobiti imaju sve strane u procesu. U nastavku ćemo se dotaknuti dobrobiti za potrošače i proizvođače koje proizlaze iz međusobnog odnosa.

Dobrobiti potrošača:³⁵

- Pristupačnost – proizvođač i potrošač stvaraju direktnu razmjenu proizvoda, pa tako nema posrednika unutar razmjene što dovodi do smanjenja cijena koje bi inače bile uvećane za posredničke usluge ili troškove čekanja. Osim toga, kvaliteta koju potrošač dobiva od proizvoda nije ništa manje kvalitetna od onih u supermarketima, dapače u najmanju je ruku ravnopravna.
- Druženje – razmjena proizvoda, usluga i izravni kontakti stvaraju društveno zajedništvo. Danas živimo u vremenu kada je porasla potreba za tehnologijom, a ljudi se sve manje druže. Ovaj segment dobrobiti koji proizlazi iz ljudskih odnosa i razmjena iskustava, nemjerljiv je i neopipljiv kao i mnoge usluge. Osobnim kontaktom, a ne onim preko telefona, društvenih mreža i slično stvara se i povjerenje jer se ljudi međusobno upoznaju, procjenjuju i na temelju toga ostvaruju zajedništvo.
- Aktivno sudjelovanje – ova dobrobit proizlazi iz činjenice da pomaganje stvara satisfakciju čovjeka. Moralna ekonomija djeluje na način da činom kupnje od proizvođača, kojem ta ista kupnja garantira preživljavanje njegovoj obitelji, zasigurno pruža zadovoljstvo. Dobar glas daleko se čuje, a širenje dobrih djela unutar zajednice stvara pozitivan duh i boljitak za društvo.

³⁵Medić, A. i Pešak, S., *Grupe solidarne razmjene*, Zelena mreža aktivističkih grupa, Zagreb, 2012., op.cit., str.23, dostupno na: <http://www.zmag.hr/admin/public/javascript/fckeditor/editor/ckfinder/userfiles/files/Nova%20GSR%20br osura%20za%20web.pdf> (16.07.2016.)

Dobrobiti proizvođača:³⁶

- Rast primanja – možda je nepoželjno naglašavati zaradu i to još na prvom mjestu, međutim istina je kako prodajom svojih proizvoda poljoprivrednici preživljavaju. Posebno zbog toga jer je solidarnost snaga ovakvih grupa, pa će potrošači plaćati manje nego što je finalna cijena u dućanu, ali se sa druge strane potrošačima garantira da će količinu koju proizvedu i prodati. Mali proizvođači se danas moraju boriti protiv globalnih kompanija što nije lako ako usporedimo uvjete na tržištu.
- Predvidivost dohotka – ovisnost o klimatskim promjenama ne garantira uvijek berbu kakva se očekivala. Troškovi proizvodnje i zarada nisu jednako raspoređeni tijekom godine dok im nagli izdaci tijekom godine otežavaju situaciju. Grupe solidarne razmjene organizirane su uglavnom na način da se proizvođačima plaća unaprijed za buduće isporuke. Njima to garantira sigurnost na tržištu, ali i obvezu opravdavanja povjerenja od strane potrošača.
- Pojednostavljanje proizvodnje – mali proizvođači nemaju običaja, a niti pretjeranog znanja za marketing. Stoga im jednostavna proizvodnja, sa minimalnom ambalažom i pakiranjem te izravnom distribucijom stvara dobrobit. Marketing malom proizvođaču jednostavno remeti rad na zemlji, nije fokusiran, a ljudi bi trebali imati svu svoju slobodu u radu prema onom što znaju i u čemu su talentirani. GSR stvara pouzdane potrošače, što umanjuje važnost marketinga koji inače danas u suvremenoj ekonomiji predstavlja važan faktor prilikom prodaje. Nerijetko se događa da su mali poljoprivrednici ljudi starije životne dobi kojima je često potrebna pomoć društva. Kada se stvori povjerenje i prijateljstvo unutar grupe, potrošači će osobno pomoći u radu na zemlji ukoliko zatreba, zajmom i sličnim volonterskim potrebama.

4.2.2. Organizacija aktivnosti i interna komunikacija

Same aktivnosti unutar grupe razlikuju se zavisno o veličini grupe. Ukoliko je pojedinac voljan osnovati novu grupu prvi korak je postavljanje jasne ideje što se želi učiniti. Prvi korak je okupljanje grupe potrošača te proizvođača ako ih ima na

³⁶Medić, A. i Pešak, S., *Grupe solidarne razmjene*, Zelena mreža aktivističkih grupa, Zagreb, 2012., op.cit., str.24, dostupno na: <http://www.zmag.hr/admin/public/javascript/fckeditor/editor/ckfinder/userfiles/files/Nova%20GSR%20br osura%20za%20web.pdf> (16.07.2016.)

zajedničkom prvom sastanku. Prilikom dolaska na prvi sastanak, potrebno je napraviti plan kako bi se grupa pokrenula. Plan je temelj na kojem će se grupa bazirati prilikom budućih akcija. Odluke bi se po mogućnosti trebale donositi konsenzusom posebno ako je riječ o manjoj grupi, ali ako grupa sačinjava 40 ili više članova, onda je potrebno napraviti odbore koji će biti glasnici za članove. U slučaju konsenzusa, članovima se omogućuje iskorištavanje prava na veto – stopiranje odluke dok se ne postigne cilj. Naravno da se neke odluke koje su važne za grupu moraju donositi zajednički. Tu se prije svega misli na demokratski sustav glasovanja, gdje se većinskim odabirom određene opcije ista i usvaja. Kako bi se striktno držali pravila unutar grupa koje su najčešće neformalne, poželjno je utemeljiti norme ili pravila ponašanja po uzoru na Teikei grupe³⁷ iz Japana i njihovih principa.

Interna komunikacija trebala bi se uspostaviti direktnim kontaktom. To se prikazalo najučinkovitijim, a na taj se način i članovi grupe međusobno bolje upoznaju. U prvom dijelu ovog završnog rada koji je opisivao obilježja grupa solidarne razmjene spomenute su transparentnost, povjerenje i solidarnost. Upravo direktnim kontaktom se stječe to povjerenje koje je nužno potrebno za jačanje veza unutar grupe, osobito u prvom stadiju gdje je vrlo vjerojatno da se neki članovi grupe međusobno ne poznaju ako se radi o većoj grupi. Ostali mediji su pomoćni alati komunikacije kao što su:³⁸ novine, radio, elektronska pošta i drugi kanali komunikacije koji su poželjni ako se ne radi o donošenju važnih odluka.

4.2.3. *Financiranje, narudžbe i organizacija dostave*

Naručivanje košarica odvija se najčešće na tjednoj ili mjesečnoj bazi. Tjedne narudžbe odvijaju se dok su grupe još uvijek male, a proizvođače dovode u stisku sa vremenom, pa su najučinkovitije one na mjesečnoj bazi. Svaka grupa ima člana koji ima zadatak da kontaktira proizvođača te sa njim dogovori nabavu košarica za cijelu grupu. U nekim europskim zemljama uspostavljene su pretplate na košarice tijekom cijele sezone, dok je u Hrvatskoj takav sustav još uvijek upitan i manje zastupljen

³⁷Japan Organic Agriculture Association, Out line of the JOAA, dostupno na:
<http://www.joaa.net/english/teikei.htm> (16.07.2016.)

³⁸Medić, A. i Pešak, S., *Grupe solidarne razmjene*, Zelena mreža aktivističkih grupa, Zagreb, 2012., op.cit., str.24, dostupno na:
<http://www.zmag.hr/admin/public/javascript/fckeditor/editor/ckfinder/userfiles/files/Nova%20GSR%20br osura%20za%20web.pdf> (16.07.2016.)

budući da su pojedine grupe tek počele sa svojim djelovanjem i potrebno je vrijeme za napredak u funkcioniranju i uspostavljanju povjerenja.

U razvijenim zemljama proizvođači se orijentiraju na proizvodnju za jedan ili samo nekoliko GSR-ova i time koriste prednosti takvog tržišta. Prednost je izražena u smislu da je proizvođač pronašao sigurne kupce za svoj proizvod u određenom vremenskom razdoblju. Sa druge strane kupci, potrošači su zadovoljni jer imaju siguran, zdrav proizvod za sebe i svoju obitelj. Moguće je i udruživanje više proizvođača koji si raspodjele proizvodnju ovisno o tome što bolje uspijeva na njegovom posjedu. Ponekad cijela jedna površina zasađena namirnicama odlazi samo jednoj grupi. Solidarnost kao jedna od 3 glavna obilježja grupa solidarne razmjene onda dolazi na vidjelo pa tako potrošači volontiraju i sudjeluju u berbi proizvoda ili nekim drugim poljoprivrednim radovima koji koriste svima. Proizvodnja i sastav košarica dogovaraju se na jesen ili zimu kada se planira proizvodnja za iduću sezonu. Sastav košarica potrošači samostalno mogu odabrati što im daje pogodnosti i sami potrošači se osjećaju ugodnije i zadovoljnije. Svaki kupac ima svoje preferencije pa eventualne namirnice koje ne konzumira može isključiti iz svoje košarice. Planska proizvodnja razlikuje se od kapitalističkog sustava i globalne ekonomije koja se bazira na maksimalizaciji proizvodnje i prodaje, a kod grupa solidarne razmjene proizvođači na takav način znaju preferencije svojih potrošača pa se viškovi pokušavaju svesti na najmanju moguću mjeru. Dakle, vodi se računa o optimalnosti proizvodnje.

Organizacija dostave lokalnih proizvoda mora biti brza i sa što manje transporta. Ambalaža bi također trebala biti minimalna. Blizina proizvođača i potrošača ključna je za brz i učinkovit transport i dostavu. Mjesto isporuke košarica trebalo bi biti i mjesto druženja, interakcije između proizvođača i potrošača. Time se dobiva simboličko značenje, a grupe ispunjavaju svoju svrhu osnivanja. Kada je grupa stekla povjerenje unutar svojih članova, tada nije problem da jedna osoba dostavlja košarice svim članovima grupe ili da po dogovoru zbog eventualne nemogućnosti transporta proizvođača članovi grupe dođu po svoje košarice na njegovo gospodarstvo. Ponekad proizvođač sam dostavlja svim članovima grupe košarice ukoliko na jednom većem geografskom području opskrbljuje više grupa solidarne razmjene. Opcija skladištenja proizvoda također je aktualna, a kao skladište može poslužiti nečija garaža, podrum ili bilo koji drugi prostor uslužen od strane člana grupe. Skladište

ipak mora zadovoljavati određene higijenske uvjete, krov i temperaturne uvjete kako se namirnice ne bi kvarile unutar vremena koje provedu u tim prostorima.

4.2.4. Formiranje cijene

U društvu je percepcija kako su ekološki proizvodi skuplji od komercijalnih. Zbog toga neki lokalni proizvođači koji nisu navikli na alternativne ideje na kojima se baziraju grupe solidarne razmjene formiraju cijene prema cijenama na otvorenom tržištu. Time se postaje konkurent takvim proizvodima što nije primarna ideja GSR-a. Grupe su formirane sa svrhom da se dobivaju "popusti" na proizvode. Cijene ekoloških proizvoda biti će manje što je grupa veća i ako zajednički naručuje proizvode. Opet je zastupljeno zajedništvo i povjerenje. Nadalje, plaćanjem unaprijed i prihvaćanjem zelenih košarica, očuvanjem već korištene ambalaže, odnosi između proizvođača i potrošača se produbljuju i stvaraju se veze temeljene na prijateljstvu. U nastavku ćemo prikazati tablicu formiranih cijena jedne zelene košarice kao primjer kako se iste formiraju.

Tablica 2. Primjer jedne zelene košarice

PROIZVOD	CIJENA ZA GRUPU (VELEPRODAJA)	TRŽIŠNA CIJENA
Blitva	1 kg – 12 kn	1 kg – 20 kn
Mrkva	1 kg – 12 kn	1 kg – 20 kn
Krumpir	2 kg – 10 kn	2 kg – 20 kn
Rukola	170 g – 8 kn	170 g – 10 kn
Luk	1 kg – 8 kn	1 kg – 15 kn
Batat	1 kg – 10 kn	1 kg – 20 kn
Salata	½ kg – 6 kn	½ kg – 10 kn
Rotkvice	Vezica – 4 kn	Vezica – 6 kn
Mahunarke (grah)	1 kg – 12 kn	1 kg – 20 kn
Prerađevine	Tegla – 12 kn	Tegla – 20 kn
Ukupno	100 kn	166 kn

Izvor: Medić, A., Pešak, S., *Grupe solidarne razmjene*, Zelena mreža aktivističkih grupa, Zagreb, 2012., str.28, dostupno na: http://www.zmag.hr/admin/public/javascript/fckeditor/editor/ckfinder/userfiles/files/Nov_a%20GSR%20brosura%20za%20web.pdf (16.07.2016.)

Cijene proizvoda se formiraju po proizvodu ili po košarici. Neke grupe kao što je i prethodno opisano, naprave plan proizvodnje zajedno sa proizvođačem, a drugi opet rade na povjerenje. Cijena košarica može biti različita iz mjeseca u mjesec ovisno o tome što se nalazi unutra ili može biti fiksna pa se košarice pakiraju za 50 ili 100 kn sa količinom proizvoda unutar košarice u tim protuvrijednostima. U razvijenim zemljama košarice uključuju i širi spektar proizvoda kao što su: pivo, cipele, određena odjeća i slično. U cijenu može biti uračunat i trošak putovanja proizvođača do tržnice. Grupe dijele troškove skladištenja, najma prostora i prijevoza, a kako bi si olakšali uvode se članarine kako bi se grupa samofinancirala. Unutar funkcioniranja grupe posebno se mora voditi računa o socijalnom statusu članova. Kupci sa slabijim socijalnim statusom i neredovitim primanjima košarice plaćaju u varijabilnim cijenama u rasponu od minimuma do maksimuma gdje potrošači plate koliko misle da je uredu obzirom na njihova primanja.

4.3. Odabrani primjeri iz Hrvatske

Nakon što su opisane aktivnosti, komunikaciju i formiranje cijena unutar grupa solidarne razmjene, pozornost će se u ovom dijelu usmjeriti na 4 najaktivnije grupe u našoj državi, a one su raspoređene tako da pokrivaju praktički cijeli teritorij Hrvatske pa na taj način možemo pratiti razvoj i zastupljenost istih ovisno o geografskom položaju. Grupe koje ćemo upoznati jesu: GSRijeda, Solidarna Ekološka Grupa Pula, GSR Pod Učkun i GSR Čakovec.

4.3.1. GSRijeda

Kao što smo i u prijašnjim dijelovima ovog završnog rada naglašavali, svaka od grupa solidarne razmjene je različita i specifična. Naziv grupe u skladu je sa danom kada se članovi zajednice sastaju. Grupa djeluje na širem zagrebačkom području. Ideja je bila prezentirati različite modele alternativne ekonomije, malih obrta, zajedničkih vrtova koji mladima mogu dati drukčiju razvojnu perspektivu nego tadašnje društvo u jeku ekonomske krize. Fokus je na skladnim međuljudskim odnosima, razvijanje zajedničkih vrtova i prakticiranje darivanja naglašavajući solidarnost. Ova je grupa osnovana 2010. godine, pod utjecaj talijanskih GAS grupa, prezentiranih u prethodnom dijelu ovog rada. Talijani su organizirali posjet zainteresiranim građanima iz Hrvatske na vlastiti trošak donacijama članova iz GAS-a. Unutar grupe narudžbe su šarolike: od agruma i orašastih plodova, pa sve do buće i ječma. Naravno da su zastupljeni i tradicionalno sezonsko voće i povrće. Ova grupa

je specifična jer je unutar nje zastupljena i proizvodnja kozmetičkih proizvoda. Aktivnosti druženja naglašene su kao jako važne. Dije se mišljenja, znanja i vještine, potrebni kako bi se grupa razvijala.

4.3.2. Solidarna Ekološka Grupa Pula

Solidarna ekološka grupa je naziv za pokret neformalne inicijative građana koji se okupljaju na lokalnoj razini te utječu na društvene i ekonomske promjene vodeći se načelima transparentnosti, povjerenja i solidarnosti. Kroz povjerenje između potrošača i proizvođača cilj je proizvesti dovoljno ekološki proizvedene hrane, koja će se razmjenjivati po transparentnim cijenama bez posrednika.³⁹ SEG je nastao po uzoru na prije opisane grupe solidarne razmjene kao što su CAS i AMAP. Solidarne ekološke grupe su nastale početkom 2015. godine u Puli, Rovinju, Osijeku i Višnjanu sa drukčijom praksom od dotadašnjih grupa solidarne razmjene (GSR). Grupa iz Pule postoji od 2012. godine kada je osnovana, ali novi val započeo je osnivanjem Solidarnih Eko Tržnica na kojima se nude certificirani ekološki proizvodi. U radu paralelno sudjeluju potrošači i proizvođači. Zajednički planiraju i prate uzgoj ekološki proizvedene hrane. Odluke se donose zajednički, a administracija grupe brine o funkcioniranju i radu radi lakše raspodjele poslova. Proizvodi se naručuju putem interneta, gdje se naruči količina i cijena koja je niža od one u slobodnoj prodaji na SET-u (Solidarna eko tržnica). Većina članova na tjednoj bazi naručuje proizvode sezonskog voća i povrća. Jedna obitelj – jedan član, princip je članstva, a o veličini košarice ovisi cijena. Proizvodi se plaćaju mjesečnom pretplatom koja osigurava kontinuiranu proizvodnju i opstanak proizvođača iz grupe. Članovi su uključeni u rad grupe kroz dežurstva prilikom predaje košarica, kao i onih koje dolaze iz drugih dijelova Hrvatske. Članarine na godišnjoj razini su sredstvo financiranja solidarnih ekoloških grupa, a svrha njihova uvođenja je pomoć proizvođačima kako bi se osigurao njihov opstanak, pokrivanje troškova puta proizvođača u udaljenije dijelove zemlje, troškovi puta prilikom osnivanja novih grupa, susreti grupa, najam prostora, troškovi promidžbe, troškovi za održavanje radionica, edukacija i predavanja.

³⁹Solidarna Ekološka Grupa Pula, O nama, dostupno na: <https://solidarnaekopula.wordpress.com/o-nama-2/> (21.07.2016.)

4.3.3. GSR Pod Učkun

GSR Pod Učkun osnovana je u Opatiji, a već je na uvodnoj radionici sudjelovalo četrdesetak zainteresiranih ljudi. Već sljedeći dan osnovana je grupa. Članovi su otvorili forum na internetu, dogovorili mjesto i vrijeme kada će se nalaziti, a sve u cilju konzumiranja zdrave hrane. Bojazan kako neće pronaći proizvođača brzo je nestala kada su pronađeni prvi eko proizvođači iz obližnje Istre. Petkom se vršila isporuka košarica. Proizvođači su gostovali na predavanjima grupe, međusobno su se upoznali i počeli sa razvojem grupe. Četvrtak je postao dan za predavanja o prehrani, ekološkoj hrani, vrtlarstvu, urbanim vrtovima i drugim sličnim temama. Forum služi kao mjesto razmjena iskustva sa ostalim grupama iz Hrvatske. Već do sada ima 100-inu forum korisnika, a grupa nastavlja sa svojim aktivnostima i projektima.

4.3.4. GSR Čakovec

GSR Čakovec je posljednja, ali ne i manje bitna grupa koja će biti obrađena u ovom završnom radu. Osnovana je 2012. godine, uz potporu Udruge ZMAG preko koje je organizirana radionica na kojoj se rodila ideja osnivanja. Grupa okuplja nekoliko proizvođača i potrošača. Broj članova nije definiran, a kako je grupa relativno zatvorena jer nema pristupa na internet stranicu, sve dogovore obavljaju preko Facebook profila. Iako nisu prisutni puno u javnosti, grupa surađuje i ponuditelji se sastaju sa potrošačima. Uvjet ponude u ovom GSR-u nije isključivo ekološki certifikat. Od svih GSR-a koje sam obradio, GSR Čakovec je najskromniji po članstvu i otvorenosti. Svakako je bitno da grupa u sjevernom djelu Hrvatske postoji, a buduće generacije prepoznati će projekt i svakako bi se grupa trebala proširiti.

5. ZAKLJUČAK

Ovaj rad nastojao je objasniti i naznačiti ulogu grupa solidarne razmjene u poticaju razvoja lokalnog gospodarstva. Zaključak je izveden temeljem upoznavanja sa različitim kulturama diljem svijeta na kojem su ponikle grupe solidarne razmjene. Uloga koju grupe solidarne razmjene imaju u svijetu različita je ovisno o uvjetima u kojima nastaje i koji joj je cilj. Analiza grupa solidarne razmjene kroz ovaj završni rad pokazala je da su karakteristike takvih grupa slične kao i njihovi principi rada bilo gdje da su formirane. Zastupljenost grupa solidarne razmjene u Hrvatskoj veže se uz izrazito urbana područja kao što su: Zagreb, Istra, Međimurje i Dalmacija. Populacija stanovništva utječe na pristupanje takvim grupama u određenoj sredini kao i obrazovni status (najčešće su to osobe visoke stručne spreme), a u takvim je osobama nadasve razvijen osjećaj za ekološku svijest.

Pojam grupe solidarne razmjene ne zaustavlja se samo na skupini ljudi koja se udružuje kako bi razmjenjivali proizvode i usluge, već se daje naglasak na obnovljivim izvorima koji u ovo suvremeno doba mogu imati značajan doprinos društvu. Klimatske promjene i zagađenje okoliša problem su koji dovodi u opasnost opstanak današnje civilizacije. Nagomilani su problemi iskorištavanja radne snage, klasno društvo, a grupe solidarne razmjene daju nadu u poštenje, zajedništvo i prijateljske odnose koji su narušeni u globalnoj ekonomiji i poljoprivredi.

Samodostatnost jedne države u proizvodnji zdrave hrane za svoje stanovnike trebao bi biti temelj na kojem će se bazirati agrarna politika. Hrvatska kao zemlja ima dovoljno obradivih površina za to, što je i spomenuto u ovom završnom radu, ali je uloga države kao temeljnom poticatelju na poljoprivrednu proizvodnju još uvijek nedovoljna u smislu ulaganja u infrastrukturu, navodnjavanje, poticaja i drugih inputa.

Ipak, rastući trend osnivanja grupa solidarne razmjene u svijetu pokazuje kako je svijest ljudi o problemu industrijalizirane poljoprivrede akceptirana. Razvoj lokalnog gospodarstva baziran na ekološkim proizvodima znak je zdravog društva, a Hrvatska ulaganjem u znanje i uvjete poljoprivrednika svakako može i treba postati dijelom takvog društva.

LITERATURA

Knjige

1. Fukuoka, M., *U harmoniji s prirodom – teorija i praksa zelene filozofije*, Omega Ian, Biblioteka Novi Dokazi, Zagreb, 2015.
2. Kisić, I., *Uvod u ekološku poljoprivredu'*, Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2014.
3. Rubić, T. i Gulin Zrnić V., *Vrtovi našeg grada - studije i zapisi o praksama urbanog vrtlarenja*, Institut za etnologiju i folkloristiku, Hrvatsko etnološko društvo, Zagreb, 2015.

Internet izvori

1. Albertone, G., et al., *Agriculture, forestry and fishery statistics – 2013 edition*, Eurostat, Luksemburg, 2013. dostupno na: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3930297/5968754/KS-FK-13-001-EN.PDF> (16.07.2016.)
2. Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne, AMAP, Francuska, dostupno na: <http://www.reseau-amap.org/amap.php> (20.07.2016.)
3. DZS, Publikacije, *Statističke informacije 2016.*, Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Zagreb, 2016., dostupno na: http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/StatInfo/pdf/StatInfo2016.pdf (20.07.2016.)
4. Eko Udruga Izvor, dostupno na: <http://www.ekoudrugaizvor.hr/> (03.09.2016.)
5. Helminger, W., et al., *Agriculture, forestry and fishery statistics – 2015 edition*, Eurostat, Belgija, 2015., dostupno na: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/7158355/KS-FK-15-101-EN-N.pdf/79470e8c-abf3-43d3-8cd4-84880962cdd4> (16.07.2016.)
6. Istarski Eko Proizvod, dostupno na: <http://iep.com.hr/> (02.09.2016.)
7. Japan Organic Agriculture Association, JOAA, dostupno na: <http://www.joaa.net/english/teikei.htm> (16.07.2016.)
8. Just Food Group, *Executive Summary 2014-2016 Strategic Plan*, Just Food, 2014., dostupno na:

- http://justfood.org/sites/default/files/strategic_plan_executive_summary.pdf
(20.07.2016.)
9. Just Food, *About us*, SAD, dostupno na: <http://www.justfood.org/about-us> (20.07.2016.)
10. Local catch, *Community supported fisheries*, SAD, dostupno na: <http://www.localcatch.org/> (20.07.2016.)
11. Medić, A. i Pešak, S., *Grupe solidarne razmjene*, Zelena mreža aktivističkih grupa, Zagreb, 2012., dostupno na: <http://www.zmag.hr/admin/public/javascript/fckeditor/editor/ckfinder/userfiles/files/Nova%20GSR%20brosura%20za%20web.pdf> (16.07.2016.)
12. Meredith, S. i Willer H., *Organic in Europe – prospects and developments 2016*, IFOAM EU Group, Belgija, 2016. dostupno na: <http://www.ifoam-eu.org/> (01.09.2016.)
13. Nyeleni Europe, *European Food Sovereignty Forum 2011*, Nyeleni, 2011., dostupno na: http://nyelenieurope.net/sites/default/files/2016-06/NYELENI_Declaration_Croatian.pdf (15.07.2016.)
14. Orlić, O., *Grupe solidarne razmjene - počeci ekonomije solidarnosti u Hrvatskoj*, Institut za antropologiju, Zagreb, 2014., dostupno na: <http://hrcak.srce.hr/130665?lang=en> (15.07.2016.)
15. Pešak, S., *Fine niti lokalnog razvoja*, Zelena mreža aktivističkih grupa, Tiskara Zelina, Sv. Ivan Zelina, vol.1, veljača, 2014. dostupno na: http://www.zmag.hr/admin/public/javascript/fckeditor/editor/ckfinder/userfiles/files/fine%20niti_LR_br1_web.pdf (01.09.2016.)
16. Rete di Economia Solidale, GAS, Italija, dostupno na: <http://www.economiasolidale.net/> (20.07.2016.)
17. Sarjanović, I., *Uloga grupa solidarne razmjene u razvoju ekološke poljoprivrede u Hrvatskoj*, Osnovna škola Horvati, Zagreb, 2013., dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=190740 (15.07.2016.)
18. Solidarna Ekološka Grupa Pula, dostupno na: <https://solidarnaekopula.wordpress.com/> (21.07.2016.)
19. Urgenci, *The International Network for CSA*, dostupno na: <http://urgenci.net/> (15.07.2016.)

20. Volz, P., et al., *Overview of Community supported agriculture in Europe*, Creative Commons, Urgenci, 2016., dostupno na: <http://urgenci.net/the-csa-research-group/> (18.07.2016.)
21. Zelena mreža aktivističkih grupa, ZMAG, dostupno na: <http://www.zmag.hr/> (16.07.2016.)

Popis slika

Slika 1 i 2., Rastući trend grupa solidarne razmjene u Europi.....9

Popis tablica

Tablica 1., Procjena broja grupa solidarne razmjene u Europi.....	19
Tablica 2., Primjer jedne zelene košarice.....	30

Sažetak

Grupe solidarne razmjene predstavljaju skupine ljudi koje zajedno kupuju i razmjenjuju raznovrsne proizvode i usluge bez posrednika. Razlog nastanka takvih grupa uvjetuje globalna poljoprivreda koja narušava socijalne standarde i radnička prava. Timski rad unutar grupa obogaćuje resurse i daje bolje povratne informacije o proizvodu nego što je to slučaj kod multinacionalnih kompanija gdje se ne dolazi u kontakt sa proizvođačem.

Temeljna obilježja grupa solidarne razmjene su – transparentnost, povjerenje i solidarnost. U ove 3 temeljne karakteristike stane sve ono što bi trebao sačinjavati fer odnos između potrošača i proizvođača. Motivi ulaska potrošača u takve grupe jesu zdravi i provjereni proizvodi po pristupačnoj cijeni, dok sa druge strane proizvođač ulazi na stabilno tržište koje se sa vremenom može i širiti. Blizina proizvođača i potrošača je preduvjet za dobro funkcioniranje grupe, a osim toga pridonosi lakšem osobnom kontaktu članova grupe sa proizvođačima.

Procjene govore kako u svijetu ima preko 5000 takvih grupa. Iako su se grupe proširile diljem svijeta, neke od njih tek se probijaju na scenu i počinju sa svojim djelovanjem. Japan je kolijevka GSR-a, a za tu su zemlju specifične Teikei grupe koje su se razvile 1970. godine. Teikei na japanskom jeziku znači "uzajamnost", "partnerstvo", a Japanci ističu kako to nije samo određena praksa, već da je to filozofija života kojom se poboljšavaju moralne i ine vrijednosti čovjeka kao individue. Teikei grupe imaju i svoja pravila kako bi se potencijalne konfliktne situacije riješile. U ostalim dijelovima svijeta zastupljene su Sjedinjene Američke Države koje su svoje grupe razvile od europskih zemalja, točnije, Švicarske. Od europskih zemalja lideri su Francuska i Italija gdje djeluje najveći broj grupa.

U Hrvatskoj su prve grupe krenule sa djelovanjem 2010. godine, a značajniji napredak bio je projekt "Fine niti lokalnog razvoja" koji je zaživio 2012. godine u organizaciji ZMAG-a. Do danas je već zastupljeno 20-ak grupa neformalnog udruženja koje uključuju 4000 članova sa stalnim porastom.

Ključne riječi: grupe solidarne razmjene, transparentnost, povjerenje, solidarnost, timski rad

Summary

Community supported agriculture (CSA) is a group of people which buy and share between each others agriculture products and other services. There are included no intermediaries. The reason for the foundation of such groups is global agriculture, which underestimates social standards and worker rights. Teamwork and dialog between costumer and producer provides feedback better than ones from multinational corporations where there are no direct contacts between consumers and producers.

The main characteristics of CSA are transparency, trust and solidarity. In these 3 fundamental characteristics fit all what should constitute a fair relationship between consumers and producers. Motivation for consumers entering into such groups are healthy and tested products that come along with fair prices on the one hand and on the other hand, producers enter on a stable market with a potential of growth.

There are more than 5000 CSA groups all around the world according to estimations. Although those groups are spread all around the world, some of them have just begun their activities. Japan is the cradle of CSA groups, therefore they have the most specific and well known Teikei groups started their activities back in 1970. Teikei in Japanese means "reciprocity" and "partnership", but from Japanese point of view the meaning of the word is not just a practise. They call it philosophy of life which inhances individual and moral values of a human beign. Teikei groups have their own rules of conduct in a situations of possible conflicts between producers and costumers, so those conflict could be resolved smoothly. In other parts of the world CSA groups are represented in United States of America where groups were found by the influence of European countries such as Switzerland, but nowadays the main leaders in Europe are France and Italy with largest number of groups.

Croatian groups started their activities back in 2010. Iniciative related to establishing CSA groups came in 2012 when ZMAG organisation run a project "Fine Threads of Local Development". Nowadays, in Croatia there have been 20 groups of informal association which include around 4000 members with a constant growth.

Keywords: community supported agriculture, transparency, trust, solidarity, teamwork