

Oznaka poročila: ARRS-CRP-ZP-2012-05/8

ZAKLJUČNO POROČILO O REZULTATIH CILJNEGA RAZISKOVALNEGA PROJEKTA

A. PODATKI O RAZISKOVALNEM PROJEKTU

1. Osnovni podatki o raziskovalnem projektu

Šifra projekta	V4-1059
Naslov projekta	Analiza stanja in možnosti javno zasebnih partnerstev pri trženju lokalnih prehrabnenih izdelkov iz gorsko hribovskih območij
Vodja projekta	12470 Andreja Borec
Naziv težišča v okviru CRP	5.06.07 Možnosti lokalne oskrbe s hrano v Sloveniji
Obseg raziskovalnih ur	561
Cenovni razred	B
Trajanje projekta	10.2010 - 09.2012
Nosilna raziskovalna organizacija	482 Univerza v Mariboru, Fakulteta za kmetijstvo in biosistemske vede
Raziskovalne organizacije - soizvajalke	
Raziskovalno področje po šifrantu ARRS	4 BIOTEHNIKA 4.03 Rastlinska produkcija in predelava 4.03.08 Ekonomika agroživilstva in razvoj podeželja
Družbeno-ekonomski cilj	08. Kmetijstvo

2. Raziskovalno področje po šifrantu FOS¹

Šifra	4.01
- Veda	4 Kmetijske vede
- Področje	4.01 Kmetijstvo, gozdarstvo in ribištvo

3. Sofinancerji²

	Sofinancerji		
1.	Naziv		
	Naslov		

B. REZULTATI IN DOSEŽKI RAZISKOVALNEGA PROJEKTA

4. Povzetek projekta³

SLO

V sklopu raziskovalnega projekta smo analizirali javno-zasebna partnerstva (v nadaljevanju JZP), ki so namenjena projektom spodbujanja trženja lokalnih prehranskih izdelkov iz gorsko hribovskih območij in se izvajajo v okviru lokalnih akcijskih skupin. V fazi 1 smo analizirali različne oblike JZP za namene trženja v naslednjih evropskih državah: Francija, Avstrija, Norveška. S to analizo smo pridobili veliko primerov dobre prakse, ki so prenosljivi v domače okolje hkrati pa smo identificirali nekaj alternativnih oblik sodelovanja med javnim in zasebnim sektorjem. V nadaljevanju smo selektivno izbrali vzorec 11 LAS-ov, ki so ustrezali geografskemu kriteriju. Sledila je analiza projektov trženja lokalnih proizvodov v izbranih LASih, tako da smo v nadaljnjo analizo vključili projekte trženja desetih lokalnih proizvodov. V vseh projektih trženja, kjer se pojavlja JZ partnerstvo, smo anketirali več akterjev vključenih v partnerstva, prav tako pa smo z simulacijskim modelom ocenili, kateri izmed izbranih izdelkov je bolj ali manj uspešen in v kateri fazi proizvodnje so največji zadržki pri uspešnosti izdelka. Rezultati o uspešnosti posameznega izdelka so bili primerna osnova, da smo ugotavljali v kateri fazi proizvodnje ali trženja se pojavljajo JZP in kakšne so te oblike. Prav tako smo analizirali podobnosti med uspešnostjo trženja in oblikami JZP. Z rezultati pridobljenimi najprej z metodo DEX-i in v nadaljevanju s kvalitativnimi analizami anket, tržnih poti in širšega socio-ekonomskega okolja vezanega na lokalni proizvod, smo uresničili temeljni cilj projekta in sicer, ugotoviti katere oblike JZP se pojavljajo pri trženju lokalnih prehranskih izdelkov in kakšna je njihova učinkovitost/uspešnost. Prav tako smo v poglavju o priporočilih in smernicah zapisali katere od oblik so z vidika rezultatov projekta najprimernejše pri trženju lokalnih prehranskih izdelkov iz gorsko hribovskega območja.

Rezultati naših in tudi drugih predhodnih projektov so pokazali, da predvsem med lokalnimi prebivalci in turisti ti izdelki izražajo dodano vrednost in so visoko cenjeni, vendar ta skoraj praviloma ne presega lokalnih meja.

ANG

In the research project the Public Private Partnerships (further PPP) appropriate for projects on marketing local mountain food and realized in the frame of Local Action Groups (further LAS) where analyzed.

In the Phase 1 the PPP for local food marketing purposes in France, Austria and Norway where analyzed. The aim of this analysis was first to gain good practice examples and to examine how and if they are transferable to Slovenian environment and secondly within this analysis we try to identify alternative forms of cooperation between public and private sector.

To proceed with the research we select 11 LAS in Slovenian mountains. In all selected LAS we looked for marketing projects of local food and according to gathered projects we decide to make a deep analysis of ten projects/ten local food products. The analysis of projects base on in deep and qualitative interviews of actors involved in project realization or/and in actors involved in the local food chain. For food products analysis we make also simulation model to find out if and where along the food chain bottlenecks exist and if they are hampering the marketing success of products. The results of the model were very suitable also to examine where in the food chain PPP were present and in which form. Afterwards we analysed similarities between marketing success and different forms of PPP.

With results obtained with the simulation method (DEX method) quality interviews, analysis of food chain of each local food product and analysis of broader socio-economic environment of the area, we could finally reach the aim of the project: to define what kind of forms of PPP are most common by marketing local food, how is with their efficiency and effectiveness. In the chapter of

Recommendations and Guideliness we define which forms of PPP are most convinient for marketing of local food products.

The results of this and previous research projects are showing that analysed products have an added value for local people and tourists but this is almost always limited only on local area.

5. Poročilo o realizaciji predloženega programa dela na raziskovalnem projektu⁴

V sklopu projekta smo analizirali oblike javno-zasebnih partnerstev (JZP) in drugih oblik sodelovanja med različnimi sektorji pri trženju prehranskih izdelkov iz gorsko-hribovskih območij. Ključni cilj projekta je bil dosežen z identifikacijo pomanjkljivosti vzdolž celotnih verig proizvodnje in trženja prehranskih izdelkov in identifikacijo tistih oblik sodelovanja (neformalnih oblik javno-zasebnega partnerstva) katere so se izkazale za uspešne. Analizirali smo deset lokalnih prehranskih izdelkov iz gorsko hribovskih območij in na podlagi razvitega večkriterijskega modela, ki je služil kot osnova za nadaljnjo analizo, ugotavljali pomanjkljivosti/šibke točke pri proizvodnji in trženju le-teh. Ključni cilj ni bil analizirati posamezne lokalne prehranske izdelke iz gorsko hribovskih območij, temveč so nam rezultati teh analiz služili kot sredstvo, za ugotavljanje uspešnosti proizvoda in vključevanje JZ partnerstev v posamezne faze vzdolž verige.

Ugotovili smo, da se skozi celotno verigo proizvodnje in predvsem trženja pojavljajo različne oblike javnega, civilnega in privatnega med sektorskega sodelovanja. Edina in najbolj tipična oblika JZP ki se pojavlja, je v okviru Lokalnih akcijskih skupin (LAS), ki že same po sebi predstavljajo javno-zasebno partnerstvo na lokalnem območju. Primeri dobre prakse iz tujine potrjujejo naše ugotovitve, da se najpogostejše oblike JZP manifestirajo preko programov LEADER, razen seveda v primeru Norveške.

LAS-i so sestavljeni iz različnih socio-ekonomskih sektorjev in imajo pravno-organizacijsko obliko. V okviru razvojnih projektov, ki jih razpisujejo, se spodbuja tudi trženje in promocija lokalnih prehranskih izdelkov. Vrednosti teh projektov se gibljejo v višini med 15.000€ do 30.000€, kar je v primerjavi z povprečjem nekaterih analiziranih tujih primerov nizko. Nizka vrednost projekta je velikokrat tudi tisti faktor, ki omejuje vzpostavitev ali zainteresiranost posameznikov za JZP (ustni vir B. Ferk, okrogla miza 2011).

V delovanje večine LAS se vključujejo razvojne agencije in občine, torej organizacije, ki imajo v lokalnem okolju podobno vlogo kot LAS. Društva so deležniki večine LASov (skoraj 80 %), sledijo občine (76 %), zavodi (69 %), podjetja (41 %) in le v manjši meri kmetje (37 %) samostojni podjetniki in zadruge (oboje 34 %), v najmanj LAS pa se vključujejo neformalne skupine občanov (Vmesno vrednotenje PRP, 2010).

V obravnavanje je bilo vključenih 10 lokalnih prehranskih izdelkov, katerim smo s pomočjo simulacijskega modela opredelili uspešnost posameznih faz pridelave in trženja ter ugotavljali zainteresiranost civilnih iniciativ, posameznikov, podjetnikov in javnih institucij pri trženju prehranskih izdelkov, ki so najpogostejši nosilci različnih oblik JZ sodelovanja. Najpogostejša oblika sodelovanja pri trženju prehranskih izdelkov, ki se pojavlja skoraj pri vseh analiziranih primerih je javno-civilno partnerstvo, skupaj s kombinacijo lokalnih pridelovalcev. V primerih kjer je aktivno vključen tudi zasebni sektor (zgornjesavinjski želodec, tolminski sir), ki v trženju prehranskega izdelka vidi interes in možnost zaslužka, sta bila oba prehranska izdelka tudi z modelom ocenjena kot najuspešnejša. Ta rezultat nam potrjuje hipotezo, da vključenost zasebnega sektorja in interes lokalnih pridelovalcev omogoča boljše rezultate trženja izdelka in večjo prepoznavnost, ne glede na število vključenih pridelovalcev (kvantiteta izdelka) v proces. Namreč, ugotovili smo, da veliko število akterjev (tudi do 700 pridelovalcev) v fazi proizvodnje zaradi nezainteresiranosti sodelovanja med njimi in zaradi pomanjkanja različnih oblik sodelovanja tudi v fazi trženja, še nujno ne pomeni uspešno prodajo in prepoznavnost prehranskih izdelkov. Takšen primer je bila jetrnica, kjer ni bilo evidentiranega aktivnega

sodelovanja med pridelovalci in predelovalci, rezultat tega pa je nezmožnost pojavljanja in zagotavljanja kontinuiranih in zadostnih količin prehranskega proizvoda na trgu. Zanimiva ugotovitev pri vseh prehranskih izdelkih, ki temelji na rezultatih anket in je neodvisna glede na vključenost posameznih oblik sodelovanja, je visok delež prodaje izdelka (> 95%), kar pomeni, da se večina lokalnih prehranskih izdelkov, ki se proizvede tudi prodaja.

Uspešna promocija in trženje (prodaja izven lokalnih meja, prepoznavnost izdelka širše v regiji ali celo na nacionalnem nivoju) smo zaznali v primerih, kjer se bila stopnja angažiranosti posameznih lokalnih akcijskih skupin višja. Pogosto so LAS-i v okviru svojih projektov zasnovali lastne blagovne znamke (npr. Dedek Jaka in Babica Jerca – LAS loškega pogorja, Dobrote izpod Pece – LAS Mežiške doline, Zakladi Črni Graben – LAS Srce Slovenije) in v sodelovanju ali pa samostojno tudi pod okriljem raznih podjetij (ALP PECA d.o.o., gostinsko podjetje Trojane, ipd...) v sodelovanju z občinami in drugimi javnimi institucijami.

Ugotovili smo, da pridelovalci registrirane blagovne znamke prepoznajo v večini kot alternativo zaščitenim označbam kakovosti (ki pa seveda ne izkazujejo preverjene kakovosti) in kot sredstvo za pomoč pri boljši prepoznavnosti izdelkov. Pri registraciji blagovnih znamk je večinoma prišlo do sodelovanja med civilnim-javnim in privatnim sektorjem.

Na podlagi rezultatov projekta smo ugotovili, da je za uspešno promocijo lokalnih prehranskih izdelkov, nujno sodelovanje pridelovalcev in predelovalcev med seboj. Zaradi majhne velikosti obdelovalnih površin gorsko hribovskih kmetij in razdrobljene strukture kmetijskih zemljišč se pogosto srečujemo tudi s problemom obsega proizvodnje osnovnih surovin. Primer dobre prakse, kako se lahko te ovire premostijo je bil identificiran pri LAS Srce Slovenije, na območju katerega deluje tudi zadruga Jarina. Zadruga združuje podjetnike, gostince in kmete ter deluje na območju LASa Srce Slovenije. V okviru skupnih projektov z LAS-om uspešno lansira proizvode do potrošnikov. Takšna oblika sodelovanja se je izkazala za zelo uspešno.

Zaradi majhnih vrednosti posameznih projektov za spodbujanje trženja in promocije lokalnih živil, smo mnenja, da bi bilo smiselno sodelovanje LAS-ov znotraj določene regije ali zaokroženega geografskega območja. Takšno sodelovanje med LAS-i je smiselno spodbujati tudi na območju zavarovanih območij ali pa celo združevati več LAS-ov v enega na teh območjih. Namreč, primer dobre prakse delovanja LASa iz Savojskih Alp nam kaže, da na celotnem ozemlju 4450ha regionalnega naravnega parka Chartreuse deluje le ena LAS.

Podatki Vmesnega vrednotenja PRP (december 2010) nam potrjujejo naše ugotovitve, da sicer LASi medsebojno sodelujejo, vendar večinoma ne na projektni ravni, ampak si izmenjujejo informacije in se povezujejo za skupne nastope in predstavitev.

V primeru skupnega projekta več LASov lahko tudi pričakujemo, da bi se budget projekta povečal, s tem pa bi se tudi razširila možnost vključevanja več akterjev različnih sektorjev v projekt, predvsem pa bi večji budget bolj privabil zasebni sektor. Takšen pristop je še posebej smiselna na gorsko hribovskih območjih, saj nam pred kratkim uveljavljena označba kakovosti *Neobvezna navedba kakovosti za gorsko hribovske izdelke*, lahko omogoči višjo dodano vrednost izdelka.

Drug razlog za manjšo splošno učinkovitost (tudi na področju projektov trženja) LASov je verjetno tudi v slabi stopnji črpanja sredstev iz 4 osi, saj je pri ukrepu za Izvajanje lokalnih razvojnih strategij bilo do sredine leta 2010 uspešno počrpanih vsega 8,95% (2.115.638,57€ od razpoložljivih 23.632.002,00€), za Vodenje lokalnih akcijskih skupin 13,92% (940.113,40€ od razpoložljivih 6.752.001,00€) in zgolj 0,07% za spodbujanje med regijskega in čezmejnega sodelovanja (2.342,29€ od razpoložljivih 3.376.003,00€) (Vmesno vrednotenje PRP, 2010).

Prav tako lahko z rezultati projekta potrdimo, kar je bilo zapisano v Vmesnem vrednotenju PRP (2010), da so Lokalne akcijske skupine slabo prepoznane med prebivalci ter da je pridobivanje in izvajanje projektov tematsko zelo omejeno, kar lahko vpliva na druge osi PRPja. Na primer pri ukrepih 3. osi za izboljšanje zaposlitvenih možnosti na podeželju bi lahko LEADER v večji meri

spodbudil povezave za dopolnjevanje in trženje storitev in izdelkov, prav tako pa bi LEADER lahko odigral pomembno vlogo pri povezovanju akterjev za vključitev v sheme kakovosti (ukrepi 1. osi) ter za predelavo in prodajo pridelkov (ukrepov 2. osi). Glede na številne možnosti, ki jih ponuja LEADER, je smiselno tudi aktivnosti LAS razširiti še na druge ciljne skupine – akterje, da bi se krog sodelujočih razširil preko aktivnosti v zvezi s kmetijstvom, turizmom na podeželju in delovanjem lokalnih ali regionalnih razvojnih agencij. Pomembna ugotovitev projekta je ta, da je trženje prehranskih izdelkov boljše v primerih, ko gre za vključitev zasebnega sektorja in lokalnih prebivalcev v sistem trženja, za kar pa je potrebna dodatna motivacija.

Če strnemo, lahko rezultate projekta obravnavamo v dveh skupinah. Prva skupina rezultatov je vezana na JZ partnerstva in delovanje LASov pri projektih trženja lokalnih izdelkov iz gorsko hribovskih območij, drugo skupino rezultatov pa lahko spremljamo iz razvitega simulacijskega modela za ocenjevanje prehranskih izdelkov. Ta skupina rezultatov, je namenjena širši ciljni skupini uporabnikov (pridelovalcev, predelovalcev, kmetijskih svetovalcev, itd...), ki želi izvedeti katero fazo proizvodnje/trženja morajo izboljšati oz. kje v fazi proizvodnje ali trženja izdelka se pojavljajo ozka grla in zakaj. Podrobneje so rezultati simulacijskega modela predstavljeni v prilogi ter predvideni kot posebno poglavje na javni predstavitvi rezultatov projekta, ki bo sklicana po dogovoru s financerjem.

6. Ocena stopnje realizacije programa dela na raziskovalnem in zastavljenih raziskovalnih ciljev⁵

Predvidevamo, da smo v celoti realizirali predlagan program dela na raziskovalnem projektu v sklopu vseh faz in realizirali predvidene cilje projekta in dodatne cilje, ki so nam bili zastavljeni s strani vsebinske spremljevalke projekta v mesecu decembru 2011. Identificirali smo pojavljanje enotnih javno-zasebnih partnerstev (LAS-ov) na gorsko-hribovskih območjih v Sloveniji. S pomočjo pridobljenih podatkov na terenu smo ocenili posamezne prehranske izdelke in jih povezali z določenimi oblikami med sektorskega sodelovanja. Na zahtevo vsebinske spremljevalke smo dodatno analizirali tiste dejavnike, ki lahko izboljšajo uspešnost proizvoda.

V sklopu projekta smo delne rezultate in končne rezultate projekta implementirali na dveh mednarodnih znanstvenih konferencah, v obliki magistre naloge in dveh izvirnih znanstvenih člankov, med katerimi je eden že sprejet za objavo v znanstveni reviji *Agricultura*, drugi pa v fazi recenzije. Z strokovnim člankom, ki je bil apliciran v strokovno revijo *Kmetovalec* smo rezultate projekta in smernice/priporočila za uspešno trženje in promocijo predstavili širši strokovni javnosti.

7. Utemeljitev morebitnih sprememb programa raziskovalnega projekta oziroma sprememb, povečanja ali zmanjšanja sestave projektne skupine⁶

Ni prišlo do sprememb programa raziskovalnega projekta ali drugih sprememb v zvezi z povečanjem ali zmanjšanjem sestave projektne skupine. Nastale so le manjše vsebinske spremembe - dodatne zahteve, ki so bile določene s strani vsebinske spremljevalke projekta.

Spremembe in dopolnitve vsebine, ki so bile zahtevane so sledeče:

- Ugotoviti pri lokalnih prehranskih izdelkih z označbo kakovosti kdo je bil pobudnik za registracijo izdelka?
- Ugotoviti in definirati "ozka grla" v fazah proizvodnje in trženja prehranskih izdelkov
- Pregled uspešnosti izvajanja programa LEADER v dosedanjem PRP 2007-2013.

8. Najpomembnejši znanstveni rezultati projektne skupine⁷

Znanstveni dosežek			
1.	COBISS ID	3360556	Vir: COBISS.SI
	Naslov	SLO	Vloga javno-zasebnih partnerstev pri trženju lokalnih prehranskih izdelkov iz gorsko-hribovskih območij
		ANG	Role of public-private partnership by marketing of mountain food products
	Opis	SLO	V članku je predstavljena vloga različnih oblik partnerstev pri trženju lokalnih prehranskih izdelkov iz gorsko hribovskih območij v Sloveniji. Glede na to, smo definirali različne oblike partnerstev, v nadaljevanju pa smo identificirali vlogo teh partnerstev pri trženju prehranskih proizvodov iz gorskih območij. Rezultati so pokazali pozitivne učinke na uspešnost trženja prehranskih izdelkov, kjer je bil vključen zasebni sektor.
		ANG	The paper explores the role and different forms of partnership by marketing of mountain food in Slovenia. According to that, first the different forms of partnership where determinate, afterwards we try to indentify the role of different partnership forms in marketing of mountain food. Final results showed the positive link in cases where cooperation of private sector by marketing is present.
	Objavljeno v	International Conference of agricultural engineering, Valencia, July 8-12, 2012; 2012; Avtorji / Authors: Prišenk Jernej, Borec Andreja, Pažek Karmen	
	Tipologija	1.08 Objavljeni znanstveni prispevek na konferenci	
2.	COBISS ID	3365932	Vir: COBISS.SI
	Naslov	SLO	Javno-zasebna partnerstva v kratkih dobavnih verigah
		ANG	Public private partnership in short food supply chains
	Opis	SLO	Rezultati študije so pokazali, da je najpogostejša oblika JZP prisotna v okviru lokalnih akcijskih skupin - preko LEADER programa.
		ANG	The results of this study ponited out that the most common models of public private partnership (further: PPP) still appear almost only within projects supported with LEADER founds and via Local Action Groups (further: LAG).
	Objavljeno v	INRA; The new rural world; 2012; 8 str.; Avtorji / Authors: Prišenk Jernej, Borec Andreja, Pažek Karmen	
	Tipologija	1.08 Objavljeni znanstveni prispevek na konferenci	

9. Najpomembnejši družbeno-ekonomsko relevantni rezultati projektne skupine⁸

Družbenoekonomsko relevantni dosežki			
1.	COBISS ID	3306284	Vir: COBISS.SI
	Naslov	SLO	Razvoj večkriterijskega modela za ocenjevanje prehranskih izdelkov z gorsko-hribovskih območij
		ANG	Development of multi-criteria model for assessment of food products from mountain areas
			Razvit je bil večkriterijski model za kvalitativno oceno ustreznosti proizvodnje in trženja posameznega lokalnega prehranskega izdelka z gorsko-hribovskega območja z uporabo metode DEX, ki predstavlja orodje za identifikacijo pomanjkljivosti v fazi proizvodnje ali trženja lokalnih

	Opis	SLO	prehranskih izdelkov. V raziskavo je bilo vključenih deset analiziranih prehranskih izdelkov z območja Julijskih in Savinjskih Alp ter Pohorja. Razvoj modela je potekal postopoma in je bil na koncu uporabljen na primerih analiziranih prehranskih izdelkov. Rezultati so bili podani v obliki kvalitativnih končnih ocen za fazo proizvodnje in trženja pri individualnih lokalnih prehranskih izdelkih. Z izvedbo analize plus-minus-1 na koroškem rženem kruhu in suhem sadju je bil ugotovljen vpliv osnovnih atributov na končno oceno prehranskega izdelka.	
		ANG	Multi-criteria model for qualitative assessment of appropriateness and selling of the local food products from mountain areas has been developed applying DEX method, a methodological tool for identification of deficiencies in the phase of production or marketing of the local food products. Ten analysed items of the local food products included into research were from the Julian and Savinja Alps, and the Pohorje range. Development of the model was carried out successively and finally applied to the analysed local food products. Results were given in the form of qualitative final evaluation for the phase of production and selling. Applying plus-minus-1 analysis on the rye bread and dry fruit from Koroška region, influence of the basic attributes on the final evaluation of the local food products was found out.	
	Šifra	D.11 Drugo		
	Objavljeno v	[J. Prišenk]; 2012; XII, 87 f., [1] f. pril.; Avtorji / Authors: Prišenk Jernej		
	Tipologija	2.09 Magistrsko delo		
2.	COBISS ID	3397420	Vir: COBISS.SI	
	Naslov	SLO	Lokalni prehranski izdelki na gorsko hribovskih območjih	
		ANG	Local food products from mountain areas	
	Opis	SLO	Delni rezultati projekta, predstavljeni v strokovnem članku razkrivajo velik potencial lokalnih prehranskih izdelkov in smiselnost ohranjanja in nadaljnjega spodbujanja njihove proizvodnje na teh območjih.	
		ANG	Preliminary results of the model, presented in this proffesional article, show high potential and good reason for further support of local food production on mountain areas in Slovenia.	
	Šifra	D.11 Drugo		
	Objavljeno v	Kmetijska založba; Kmetovalec; 2012; Letn. 80, št. 10; str. 11-12; Avtorji / Authors: Prišenk Jernej, Borec Andreja, Pažek Karmen		
	Tipologija	1.04 Strokovni članek		

10. Drugi pomembni rezultati projektne skupine⁹

1. Rezultati projektne skupine, kot rezultat raziskovalnega dela na projektu, sta dva izvirna znanstvena članka, pri čemer je eden že sprejet in pripravljen za objavo v znanstveni reviji Agricultura, drugi pa je v fazi recenzije.
2. Rezultati projektne skupine so v povečanem sodelovanju z LASi, ki so bili vključeni v analizo ter pripravo predavanj z prikazom rezultatov projektov za posamezne LASE.
3. Projektna skupina je rezultate predstavila tudi mednarodni organizaciji EUROMONTANA in se dogovorila za morebitno projektno sodelovanje na temo JZ partnerstva.

11. Pomen raziskovalnih rezultatov projektne skupine¹⁰

11.1. Pomen za razvoj znanosti¹¹

SLO

Projekt ima pomen za aplikativno znanost.
Znanstveni dosežek projekta je predvsem v uporabi DEX metode za relevantno ocenjevanje

lokalnih prehranskih izdelkov in ugotavljanje ključnih pomanjkljivosti v fazah proizvodnje in trženja. Z uporabo metode, ki je bila že aplicirana za reševanje različnih problemov v kmetijstvu, smo sedaj prvi razvili model za namen ocenjevanja prehranskih izdelkov. Znanstveni dosežki so objavljeni v znanstvenem članku ki je v tisku (naslov: "A combination of the multi-criteria approach and SWOT analysis for the identification of shortcomings in the production and marketing of local food"), kjer smo ugotavljali in identificirali pomanjkljivosti, ki so skupne vsem prehranskim izdelkom in za vsak LPI posebej. Drugi znanstveni članek, ki je v fazi recenzije (naslov: "A Multi-Criteria assesment of the production and marketing systems of local mountain food") pa opisuje natančen razvoj modela, uporabljeno metodologijo, njegovo aplikativno uporabo in primernost uporabe v praksi. Ostali rezultati projekta so aplikativni in primerni za vključitev v znanstveni pristop k analizi delovanja LAS-ov. To je tudi tema s katero bi želeli nadaljevati v naslednjih letih.

ANG

The results of the project are important for applicative sciences. Scientific achievement of the project is especially important in use of DEX method. DEX method was used for assessment of local food products and for identifying the main bottlenecks in production and marketing system of LFP. This method was already used for solving different "real-life" agriculture problems, but the method was first implicated in food system. Scientific outputs of the project are published in the scientific Journal Agricultura (title: "A combination of the multi-criteria approach and SWOT analysis for the identification of shortcomings in the production and marketing of local food"). The aim of the study was to identify the main common bottlenecks of different food products included in the project. The second scientific article which is in the review procedure (title: "A Multi-Criteria assesment of the production and marketing systems of local mountain food") deals with exact development of the model and his application in the "real-life" food sector. Others project`s results are important for analysis of local action groups activities. Nevertheless, we would like to continue with studying the LAG activities in the future.

11.2.Pomen za razvoj Slovenije¹²

SLO

Rezultati so uporabni na dveh ravneh:

1. Za ugotavljanje ozkih grl pri proizvodnji ali trženju z enostavno DEX metodo, in simulacijskim modelom, ki smo ga za potrebe projekta razvili v raziskovalni skupini. Model je enostaven in uporaben za vse akterje, ki se vključujejo v katerem koli delu lokalne prehranske verige. Rezultati so prikazani na enostaven kvalitativen način in preprosto razumljivi za vsakega uporabnika.
2. Za uspešnejše vzpostavljanje JZ partnerstev. Rezultati projekta nam jasno kažejo na naslednja dejstva, ki jih v naslednjem obdobju PRP ne bi smeli prezreti:
 - prisotnost JZP pri projektih trženja lokalnih izdelkov je eden izmed pomembnih dejavnikov za uspešnejše trženje izdelka.
 - vzpostavljanje različnih oblik sodelovanja je bolj prisotno in spodbujeno pri projektih, ki so ekonomsko bolj vzdržna.
 - sodelovanje večih LAS-ov na projektni ravni bi pozitivno vplivalo na rezultate trženja lokalnih izdelkov.
 - razmisliti bi bilo smiselno tudi v smeri združevanja LAS-ov.
 - večji pozitivni učinek lahko pričakujemo tudi v primerih, ko se LAS povezujejo z združenji, zadrugami ipd. ki delujejo na istem geografskem območju.

ANG

The results of the project are important in two levels:

1. For identify the bottlenecks in the production and marketing system of the local food products the DEX method was used for developing simulation model. The model could be used by different actors included into local food chain. The qualitative results are presented in the simple and understandable way.
2. For more successful operation of PPP. The project`s results are showing at least four important facts that should not be overlooked in the next RDP:
 - Including the PPP into the local food chain is the key for the more successful marketing of local food.
 - The restoring of different types of collaboration between different sectors is more common if

the projects are economically more sustainable (higher budget).
- The cooperation between LAGs has the positive impact on the results of the local food marketing.
- The joining of the LAGs from the same region could also be seen as positive for different projects.
- The positive effects appear in the cases, where the LAGs cooperate with private and civil sector.

12. Vpetost raziskovalnih rezultatov projektne skupine.

12.1. Vpetost raziskave v domače okolje

Kje obstaja verjetnost, da bodo vaša znanstvena spoznanja deležna zaznavnega odziva?

- ☒ v domačih znanstvenih krogih
☒ pri domačih uporabnikih

Kdo (poleg sofinancerjev) že izraža interes po vaših spoznanjih oziroma rezultatih?¹³

Za rezultate ciljno raziskovalnega projekta izražajo interes predvsem v projekt vključene lokalne akcijske skupine in ostali LAS-i, katerim so bili predstavljeni delni rezultati projekta (na okrogli mizi) v mesecu januarju 2012 ter na sprotih srečanjih v času projekta. Interesi po določenih rezultatih projekta so bili izraženi tudi s strani posameznih združenj in pridelovalcev posameznih prehranskih izdelkov, na okrogli mizi LAS Srce Slovenije 15. februarja 2012.

12.2. Vpetost raziskave v tuje okolje

Kje obstaja verjetnost, da bodo vaša znanstvena spoznanja deležna zaznavnega odziva?

- ☐ v mednarodnih znanstvenih krogih
☒ pri mednarodnih uporabnikih

Navedite število in obliko formalnega raziskovalnega sodelovanja s tujini raziskovalnimi inštitucijami:¹⁴

Pri tem projektu ni bilo formalnega raziskovalnega sodelovanja s tujimi raziskovalnimi inštitucijami.

Kateri so rezultati tovrstnega sodelovanja:¹⁵

Ni rezultatov.

C. IZJAVE

Podpisani izjavljam/o, da:

- so vsi podatki, ki jih navajamo v poročilu, resnični in točni
- se strinjamo z obdelavo podatkov v skladu z zakonodajo o varstvu osebnih podatkov za potrebe ocenjevanja in obdelavo teh podatkov za evidence ARRS
- so vsi podatki v obrazcu v elektronski obliki identični podatkom v obrazcu v pisni obliki
- so z vsebino letnega poročila seznanjeni in se strinjajo vsi soizvajalci projekta
- bomo sofinancerjem istočasno z zaključnim poročilom predložili tudi študijo ali elaborat, skladno z zahtevami sofinancerjev

Podpisi:

*zastopnik oz. pooblaščen oseba
raziskovalne organizacije:*

in

vodja raziskovalnega projekta:

Univerza v Mariboru, Fakulteta za

Andreja Borec

kmetijstvo in biosistemske vede

ŽIG

Kraj in datum:

Hoče,	8.10.2012
-------	-----------

Oznaka prijave: ARRS-CRP-ZP-2012-05/8

¹ Zaradi spremembe klasifikacije je potrebno v poročilu opredeliti raziskovalno področje po novi klasifikaciji FOS 2007 (Fields of Science). Prevajalna tabela med raziskovalnimi področji po klasifikaciji ARRS ter po klasifikaciji FOS 2007 (Fields of Science) s kategorijami WOS (Web of Science) kot podpodročji je dostopna na spletni strani agencije (<http://www.arrs.gov.si/sl/gradivo/sifranti/preslik-vpp-fos-wos.asp>). [Nazaj](#)

² Podpisano izjavo sofinancerja/sofinancerjev, s katero potrjuje/jo, da delo na projektu potekalo skladno s programom, skupaj z vsebinsko obrazložitvijo o potencialnih učinkih rezultatov projekta obvezno priložite obrazcu kot priponko (v skeniranem PDF formatu) in jo v primeru, da poročilo ni polno digitalno podpisano, pošljite po pošti na Javno agencijo za raziskovalno dejavnost RS. [Nazaj](#)

³ Napišite povzetek raziskovalnega projekta (največ 3.000 znakov v slovenskem in angleškem jeziku) [Nazaj](#)

⁴ Napišite kratko vsebinsko poročilo, kjer boste predstavili raziskovalno hipotezo in opis raziskovanja. Navedite ključne ugotovitve, znanstvena spoznanja, rezultate in učinke raziskovalnega projekta in njihovo uporabo ter sodelovanje s tujimi partnerji. Največ 12.000 znakov vključno s presledki (približno dve strani, velikosti pisave 11). [Nazaj](#)

⁵ Realizacija raziskovalne hipoteze. Največ 3.000 znakov vključno s presledki (približno pol strani, velikosti pisave 11) [Nazaj](#)

⁶ V primeru bistvenih odstopanj in sprememb od predvidenega programa raziskovalnega projekta, kot je bil zapisan v predlogu raziskovalnega projekta oziroma v primeru sprememb, povečanja ali zmanjšanja sestave projektne skupine v zadnjem letu izvajanja projekta (obrazložitev). V primeru, da sprememb ni bilo, to navedite. Največ 6.000 znakov vključno s presledki (približno ena stran, velikosti pisave 11). [Nazaj](#)

⁷ Znanstveni in družbeno-ekonomski dosežki v programu in projektu so lahko enaki, saj se projektna vsebina praviloma nanaša na širšo problematiko raziskovalnega programa, zato pričakujemo, da bo večina izjemnih dosežkov raziskovalnih programov dokumentirana tudi med izjemnimi dosežki različnih raziskovalnih projektov.

Raziskovalni dosežek iz obdobja izvajanja projekta (do oddaje zaključnega poročila) vpišete tako, da izpolnite COBISS kodo dosežka – sistem nato sam izpolni naslov objave, naziv, IF in srednjo vrednost revije, naziv FOS področja ter podatek, ali je dosežek uvrščen v A" ali A'. [Nazaj](#)

⁸ Znanstveni in družbeno-ekonomski dosežki v programu in projektu so lahko enaki, saj se projektna vsebina praviloma nanaša na širšo problematiko raziskovalnega programa, zato pričakujemo, da bo večina izjemnih dosežkov raziskovalnih programov dokumentirana tudi med izjemnimi dosežki različnih raziskovalnih projektov.

Družbeno-ekonomski rezultat iz obdobja izvajanja projekta (do oddaje zaključnega poročila) vpišete tako, da izpolnite COBISS kodo dosežka – sistem nato sam izpolni naslov objave, naziv, IF in srednjo vrednost revije, naziv FOS področja ter podatek, ali je dosežek uvrščen v A" ali A'.

Družbenoekonomski dosežek je po svoji strukturi drugačen, kot znanstveni dosežek. Povzetek znanstvenega dosežka je praviloma povzetek bibliografske enote (članka, knjige), v kateri je dosežek objavljen.

Povzetek družbeno ekonomsko relevantnega dosežka praviloma ni povzetek bibliografske enote, ki ta dosežek dokumentira, ker je dosežek sklop več rezultatov raziskovanja, ki je lahko dokumentiran v različnih bibliografskih enotah. COBISS ID zato ni enoznačen izjemoma pa ga lahko tudi ni (npr. v preteklem letu vodja meni, da je izjemen dosežek to, da sta se dva mlajša sodelavca zaposlila v gospodarstvu na pomembnih raziskovalnih nalogah, ali ustanovila svoje podjetje, ki je rezultat prejšnjega dela ... - v obeh primerih ni COBISS ID). [Nazaj](#)

⁹ Navedite rezultate raziskovalnega projekta iz obdobja izvajanja projekta (do oddaje zaključnega poročila) v primeru, da katerega od rezultatov ni mogoče navesti v točkah 7 in 8 (npr. ker se ga v sistemu COBISS ne vodi). Največ 2.000 znakov vključno s presledki. [Nazaj](#)

¹⁰ Pomen raziskovalnih rezultatov za razvoj znanosti in za razvoj Slovenije bo objavljen na spletni strani: <http://sicris.izum.si/> za posamezen projekt, ki je predmet poročanja [Nazaj](#)

¹¹ Največ 4.000 znakov vključno s presledki [Nazaj](#)

¹² Največ 4.000 znakov vključno s presledki [Nazaj](#)

¹³ Največ 500 znakov vključno s presledki (velikosti pisave 11) [Nazaj](#)

¹⁴ Največ 500 znakov vključno s presledki (velikosti pisave 11) [Nazaj](#)

¹⁵ Največ 1.000 znakov vključno s presledki (velikosti pisave 11) [Nazaj](#)

Obrazec: ARRS-CRP-ZP/2012-05 v1.00c

E0-A2-43-0A-32-C0-02-0E-82-9C-5D-9F-25-34-3F-C8-8D-58-12-07



Univerza v Mariboru

*Fakulteta za kmetijstvo in
biosistemske vede*

ANALIZA STANJA IN MOŽNOSTI JAVNO-ZASEBNIH PARTNERSTEV PRI TRŽENJU LOKALNIH PREHRANSKIH IZDELKOV IZ GORSKO HRIBOVSKIH OBMOČIJ

(KONČNO POROČILO CILJNEGA RAZISKOVALNEGA PROJEKTA V4-1059)

Pripravila:

Vodja projekta: Izr. prof. dr. Andreja Borec

Asistent: Jernej Prišenk, mag. agrar. ekon.

Kraj in datum: 8.10.2012

1. UVOD

Lokalni prehranski izdelki (v nadaljevanju LPI) iz gorsko hribovskih območij imajo pomembno vlogo pri ohranjanju in trajnostnem razvoju teh območij, tako na okoljskem kakor tudi na socio-ekonomskem področju. Njihova pridelava in predelava predstavlja pomembno dodano vrednost lokalnemu prostoru, predvsem zaradi poudarjene identitete lokalno značilnih in edinstvenih proizvodnih sestavin in metod. Lokalni prehranski sistemi podpirajo lokalno in regionalno gospodarstvo ter zagotavljajo delovna mesta v pridelavi in predelavi hrane, pri distribuciji in trženju. Ti prehranski sistemi so še posebej pomembni za oddaljena podeželska, gorska in druga marginalna območja ter so pogosto tudi edini dejavnik pri izboljšanju stanja na teh območjih.

V skladu z evropsko zakonodajo so hribovska in gorska območja tista območja, za katere so značilne slabše naravne in socialno-ekonomske danosti za kmetijstvo. Hribovsko in gorsko območje pokriva okoli 72,3 % površine Slovenije in vključuje gorske predele Julijskih Alp, Kamniško-Savinjskih Alp, Karavank, Pohorja ter hribovita in gričevnata območja osrednje Slovenije. Kmetovanje na takšnih območjih je zahtevnejše, zato tudi pridelava in predelava predstavljata velik izziv kmetom. Prehranski izdelki oziroma živila z omenjenih območij so pogosto višje kakovosti, ki lahko izvirajo iz načina pridelave in predelave ter uporabljenih osnovnih surovin. Pridelava in predelava na gorsko-hribovskih območjih pa ni pomembna samo kot dejavnost, ki prispeva h kakovostnejši in pestrejši ponudbi prehranskih izdelkov, temveč je pomembna tudi pri ustvarjanju boljših zaposlitvenih možnosti, pri povečanju različnih gospodarskih dejavnosti in ne nazadnje pri izboljšanju ekonomskega stanja tamkajšnjega prebivalstva. Predvsem imajo lokalni prehranski izdelki z gorsko-hribovskih območij velik potencial, saj potrošniki tem izdelkom pripisujejo dober okus, visoko hranilno vrednost, lokalno poreklo, čistost (niso GSO), avtentičnost in tradicionalni način proizvodnje (EuroMARC, 2010).

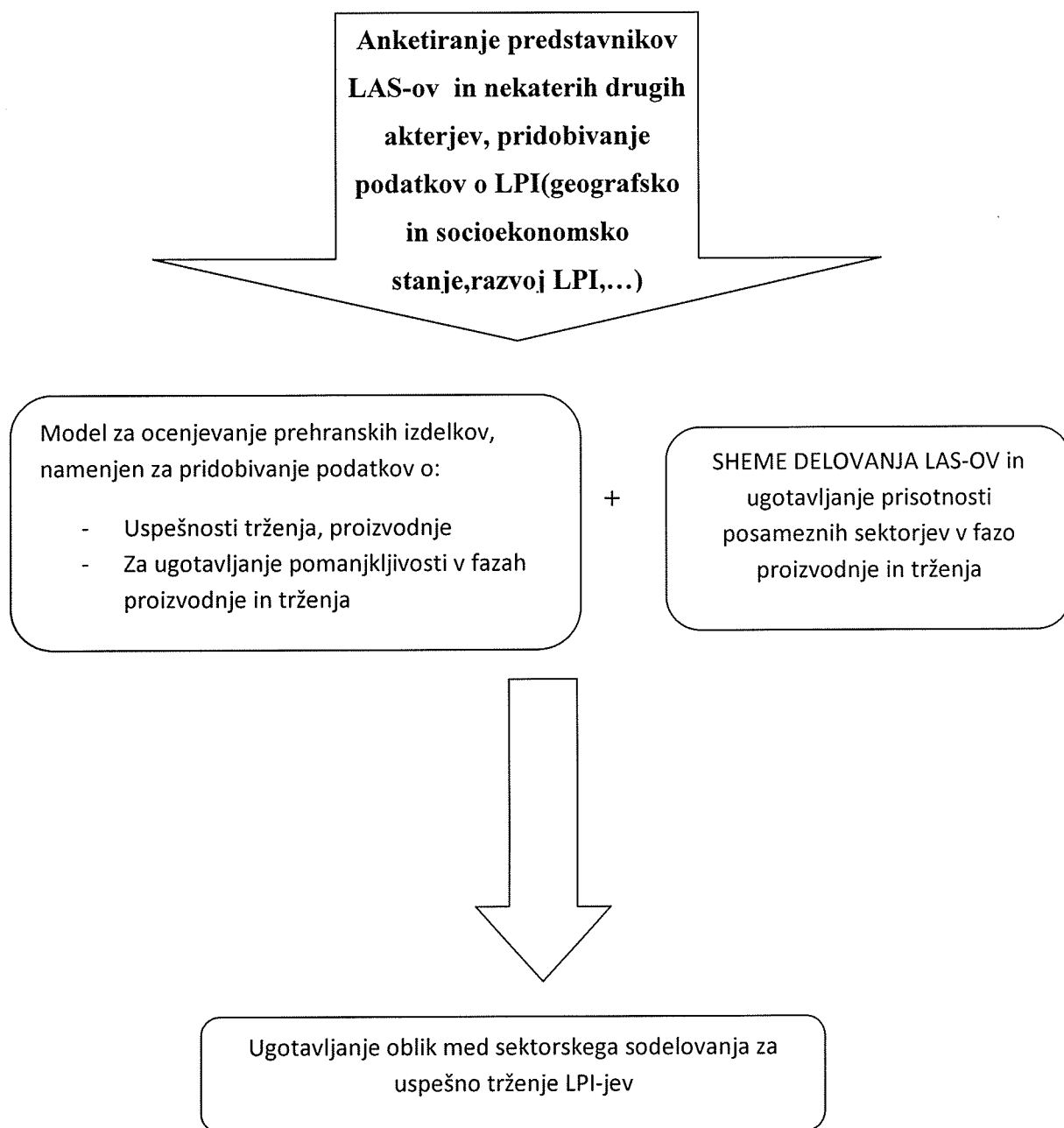
Velik pomen lokalnim prehranskim izdelkom, ki izhajajo iz gorsko hribovskih območij potrjuje neobvezna navedba kakovosti za prehranske izdelke iz gorsko hribovskih območij Omenjena označba, ki so jo potrdili v Evropskem parlamentu v Bruslju 1. decembra 2011, označuje, potrjuje in spodbuja predelavo gorskih kakovostnih živilskih izdelkov in s tem prispeva k trajnostnem razvoju in izboljšanju ekonomskega stanja gorskih območij po vsej Evropi. Podpisana listina je

nastala na pobudo rezultatov raziskovalnih projektov o kakovostnih prehranskih izdelkih med leti 2002 in 2010.

Namen in cilji raziskovalnega projekta V4-1059 so tesno povezani z spodbujanjem in uspešnim trženjem lokalnih prehranskih izdelkov iz gorsko hribovskih območij v Sloveniji, kjer smo želeli analizirati posamezne možne oz. že obstoječe oblike javno-zasebnega partnerstva pri trženju LPI ter njihove bodisi pozitivne ali negativne učinke. Za potrebe projekta smo analizirali 10 lokalnih prehranskih izdelkov iz gorsko hribovskih območij v Sloveniji z različnimi načini trženja in prodaje. Obravnavani prehranski izdelki so bili mesni, pekovski, mlečni in sveži (kuhani). Izhajajo iz različnih območij, z različno »zgodovino« in imajo različne kratke dobavne verige (razen sira), vsi pa so vključeni v projekte LAS-ov – kar pa je bila tudi naša osnovna hipoteza in sicer, da se osnovne oblike JZP pojavljajo v okviru LAS-ov. V sklopu raziskave je bil razvit večkriterijski odločitveni model za ocenjevanje prehranskih izdelkov, ki je predstavljal osnovo za nadaljnjo delo s pomočjo katerega smo z nadaljnjimi analizami rezultatov lahko identificirali posamezne pomanjkljivosti v obeh fazah (proizvodnje in trženja) lokalnega izdelka. Pri analizi trženja prehranskih izdelkov smo poskušali identificirati različne oblike javno-zasebnega partnerstva (v nadaljevanju JZP), ki bi lahko odločilno vplivali na uspešno prodajo hkrati pa smo identificirali najpogostejše ovire pri trženju prehranskih izdelkov. Podatki za nadaljnjo obravnavo v projektu so bili pridobljeni z vprašalniki odprtega tipa, s pomočjo katerih smo anketirali posamezne vodje lokalnih akcijskih skupin (v nadaljevanju LAS) iz katerih izhajajo lokalni prehranski izdelki ter različne akterje vzdolž prehranske verige.

2. MATERIAL IN METODE DELA

Z zbiranjem podatkov na terenu smo pričeli v mesecu juliju 2011 ki je trajalo vse do konca meseca oktobra. Opravili smo ankete odprtega tipa pri vodjih posameznih lokalnih akcijskih skupinah, ki so bile zajete v raziskavo. Podatke o posameznem prehranskem proizvodu smo prav tako pridobivali v obliki terenskih ogledov prodajnih mest. Na sliki ena je prikazan shematski prikaz opisa metodologije in pristopa k raziskavi.



Slika 1: Poenostavljen prikaz metodološkega pristopa k reševanju zastavljenega problema v sklopu projekta

2.1 Obravnavano območje in vzorec

Vzorec je sestavljalo deset lokalnih prehranskih izdelkov (zgornjesavinjski želodec, solčavski sirnek, jetrnica, pohorski lonec, pehtranova potica, suho sadje, sir Tolminc, bovški sir, mošt in koroški rženi kruh), za katere smo zbirali podatke v osmih lokalnih akcijskih skupinah (LAS Mežiške doline, LAS za razvoj Zasavja, LAS Srce Slovenije, LAS loškega pogorja, LAS Od Pohorja do Bohorja, LAS za razvoj in LAS Zgornje Savinjske doline in LAS Šaleške doline)

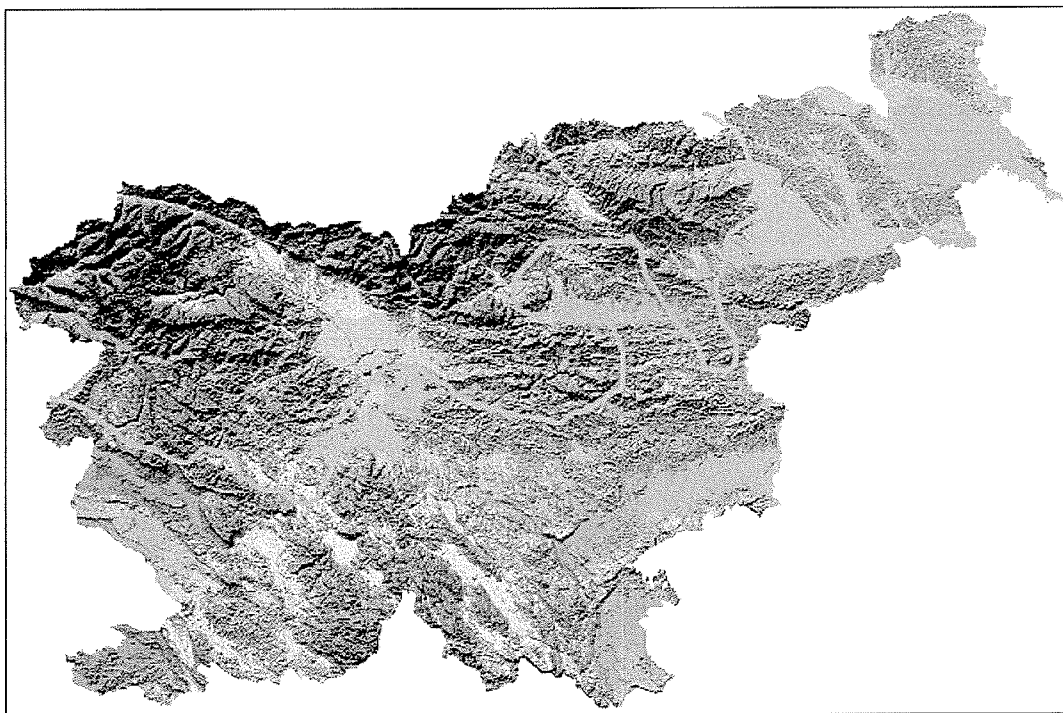
(preglednica 1) z gorsko-hribovskega območja v Sloveniji, ki obsega predvsem Julijske in Savinjske Alpe ter Pohorje (slika 2).

Preglednica 1: Pregled analiziranih lokalnih prehranskih izdelkov po posameznih lokalnih akcijskih skupinah

Lokalna akcijska skupina (LAS)	Lokalni prehranski izdelek (LPI)
LAS Zgornje Savinjske doline in LAS Šaleške doline	zgorñjesavinjski želodec
	solčavski sirnek
LAS za razvoj	bovški sir
	tolminski sir (sir Tolminc)
LAS za razvoj Zasavja	jetrnica
LAS Srce Slovenije	suho sadje
LAS loškega pogorja	pehtranova potica
LAS Od Pohorja do Bohorja	pohorski lonec
LAS Mežiške doline	koroški kruh
	mošt

Vir: Prišenk (2012)

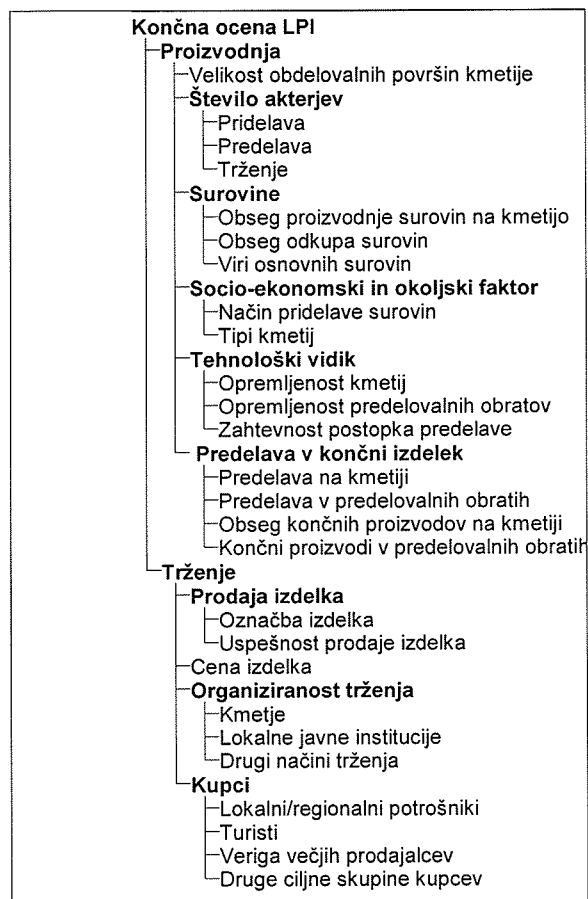
Omenjeno obravnavano območje bi lahko opredelili tudi kot slovenski del območja Alpske konvencije. Izmed vseh 33 LAS-ov na področju celotnega slovenskega ozemlja, smo v raziskavo vključili 8 LAS-ov ki se nahajajo na obravnavanem področju.



Slika 2: Obravnavano gorsko-hribovsko območje v Sloveniji (označeno z rumeno)

2.2 Razvoj večkriterijskega modela za ocenjevanje lokalnih prehranskih izdelkov

V sklopu raziskave je bil razvit večkriterijski model za ocenjevanje lokalnih prehranskih izdelkov iz gorsko hribovskih območij z namenom, da pridobimo osnovne podatke o LPI-ju. Uporabili smo metodologijo DEX-i, ki se je v veliko primerih izkazala za uporabno metodo pri ocenjevanju in podpori odločanju v različnih »real-life« situacijah. Z razvitim modelom smo želeli pridobiti relevantne (kvalitativne) ocene o obstoječi proizvodnji in o uspešnosti trženja analiziranih prehranskih izdelkov ter identificirati morebitne pomanjkljivosti (»ozka grla« - ang. bottlenecks) v obeh fazah. Rezultati anket so predstavljali vhodne (input) podatke za model na katerih je temeljil razvoj hierarhičnega drevesa prikazanega na sliki 3.



Slika 3: Drevo atributov razvitega modela za ocenjevanje lokalnih prehranskih izdelkov

Razviti model smo kasneje nadgradili z SWOT analizo za potrebe ugotavljanja pomanjkljivosti v fazah proizvodnje in trženja prehranskih izdelkov. Z metodo SWOT smo tako transparentno predstavili in identificirali pomanjkljivosti, ki predstavljajo nevarnosti in slabosti trženja prehranskega izdelka.

2.3 Identificirane oblike javno-zasebnega partnerstva pri trženju LPI v Sloveniji in ostalih državah EU

Ugotovili smo, da so najpogostejše oblike JZP pojavljajo v LAS-ih preko programov LEADER. Predhodno, glede na zastavljeno hipotezo smo analizirali primere dobre prakse, ki se pojavlja pri

trženju mandljestega krompirja s pomočjo ustanovljene zadruge Oppdal na Norveškem, kjer gre za primer **javno-naročniškega partnerstva (v primeru izvajanja storitev)**, vendar ne gre za LEADER program. Primer uspešnega trženja preko lokalne verige supermarketov smo ugotovili tudi v Avstriji, kjer pridelovalci na gorskem območju pridelujejo pod skupno blagovno znamo Bio Vom BERG in delujejo v sklopu ekološke zadruge BioAlpin, ta pa deluje kot krovna organizacija za posamezna kmetijska podjetja in zadruga prve stopnje. Prav tako smo veliko zanimivih oblik sodelovanja evidentirali tudi v Franciji, predvsem pri mlečnih proizvodih. Poleg v projektu opredeljenih držav, smo pri pregledu literature zasledili tudi veliko za nas relevantnih primerov iz Italije in UK (Hingley s sod. 2010; Tregear s sod. 2007; Renting 2003; Weatherell s sod. 2003). Razen v primeru Norveške lahko v primeru ostalih EU držav govorimo o posebnih oblikah sodelovanja (partnerstvih) ne moremo pa govoriti o tipičnih oblikah javno-zasebnega partnerstva, ki se v formalni obliki pojavlja le v obliki LAS-ov.

V Sloveniji je bilo največ primerov dobre prakse javno-zasebnega partnerstva in ostalih oblik sodelovanja analiziranih znotraj lokalnih akcijskih skupin. LAS predstavlja lokalno javno-zasebno partnerstvo na opredeljenem podeželskem območju in je sestavljena iz različnih predstavnikov socio-ekonomskih sektorjev. Najpogosteje se tukaj pojavljajo predstavniki javnih institucij (občine), gospodarstva in civilne družbe (katero v večini zastopajo društva). Različne oblike sodelovanja pa smo najpogosteje identificirali pri izvajanju posameznih projektov LAS-ov za namene trženja prehranskih izdelkov (na relaciji nosilec-izvajalec projekta), ki bodo predstavljeni v nadaljevanju.

2.4 Evidentirane reprezentativne/tipične oblike javno-zasebnih partnerstev in oblike kratkih dobavnih verig prehranskih proizvodov

Oblike javno-zasebnega partnerstva smo za potrebe projekta opredelili glede na vključenost posameznih akterjev v fazo trženja in/ali proizvodnje prehranskih izdelkov. S pomočjo vprašalnika smo ugotavljali kateri izmed spodaj navedenih sektorjev so najpogosteje sodelovali v okviru LAS-ov:

- Privatni sektor
- Javni sektor
- Civilni sektor

Zgoraj zapisane sektorske oblike se pojavljajo že pri sami strukturi LAS-ov, vendar pa vsi ne sodelujejo pri trženju lokalnih prehranskih izdelkov oz. natančneje pri projektih trženja. Dodatno smo s pomočjo anket ugotavljali še vpliv oz. **interes posameznih lokalnih prebivalcev** za ohranitev in sodelovanje pri promociji prehranskega izdelka, ki se trži v njihovem kraju. Analizirali smo tudi oblike kratkih dobavnih verig, ki jih opisujejo tuji avtorji, in se prav tako pojavljajo pri nas:

- Javno-privatno (oblike znotraj LAS) partnerstvo
- Javno-civilno partnerstvo
- Partnerstvo sestavljeno iz javnega in privatnega sektorja ter posameznih lokalnih prebivalcev

V okviru F 1.3 faze projekta, smo na podlagi pregleda znanstvene in strokovne literature identificirali tudi različne tipe kratkih dobavnih verig, ki jih opisujejo različni avtorji. Tako smo identificirali tri oblike kratkih dobavnih verig:

- »Face to face«; prodaja izdelka temelji na neposrednem stiku med ponudnikom lokalnega prehranskega izdelka in kupcem. Takšna oblika prodaje se največkrat odvije na kmetiji ali v obliki kulinarčne ponudbe na turističnih kmetijah.
- »Spatial proximity«; prodaja izdelka poteka znotraj specifičnega območja iz katerega prehranski izdelek izhaja, največkrat na lokalnih tržnicah, sejmi in specializiranih trgovinah znotraj regije.
- »Spatial extended«; prodaja izdelka poteka zunaj specifičnega območja iz katerega prehranski izdelek izhaja, največkrat se prehranski produkt trži v okviru restavracij zunaj matičnega območja in preko spletnih trgovin.

Po identifikaciji zgoraj zapisanih oblik je s pomočjo vprašalnika sledilo ugotavljanje ponudbe analiziranih prehranskih izdelkov in identifikacija oblike kratkih dobavnih verig posameznega lokalnega živila iz gorsko-hribovskih območjih v Sloveniji (preglednica 2).

Preglednica 2: Identificirane oblike dobavnih verig glede na način prodaje lokalnih prehranskih proizvodov

Način prodaje in ponudbe lokalnega prehranskega izdelka	Tip kratke dobavne verige živila
Prodaja na kmetiji	“Face-to-face”
V sklopu turističnih kmetij/kmečkih turizmov	“Face-to-face”
Lokalne tržnice	“Spatial proximity”
Lokalni dogodki (sejmi in druge prireditve v kraju)	“Spatial proximity”
Specializirane trgovine v kraju	“Spatial proximity”
Restavracije in ostali gostinski lokali zunaj matičnega kraja	“Spatial extended”
Spletna trgovine	“Spatially extended”

Ugotavljanja osnovnih karakteristik kratkih dobavnih verig prehranskih proizvodov v Sloveniji smo se lotili na način združevanja dobljenih podatkov glede na načine trženja prehranskih produktov in vključenost različnih akterjev v fazo proizvodnje in/ali trženja. Rezultati so predstavljeni v poglavju 3.

2.5 Vpetost in zainteresiranost akterjev v začetek proizvodnje in trženja prehranskih izdelkov

Na željo in pobudo vsebinske spremljevalke projekta, smo dodatno analizirali in ugotavljali zainteresiranost posameznih sektorjev pri začetku proizvodnje in/ali trženja prehranskih izdelkov. Ugotavljali smo celotno zgodbo prehranskih izdelkov in poskušali ugotoviti kdo so bili glavni pobudniki za pridobitev bodisi zaščitene oznake ali lastne blagovne znamke. Glede na vpliv posameznih akterjev pri začetkih proizvodnje in trženja prehranskih izdelkov smo jih razdelili na posamezne sektorje kot prikazuje preglednica 3.

Preglednica 3: Organizacijske oblike akterjev

Akterji	Organizacijska oblika akterja
Lastna pobuda s strani pridelovalcev/predelovalcev	Zasebni sektor/partner
Javne institucije	Javni sektor/partner
Združenja pridelovalcev	Civilni partner

Pri tem vprašanju so imeli anketiranci možnost ocenitve vpliva glede na njihovo vlogo pri posameznem partnerju/sektorju, kjer smo dodatno vključili tudi možnost ocenitve vpliva medijev, pritiska kupcev/zainteresiranosti kupcev, zainteresiranosti prodajalcev ob začetku proizvodnje in trženja prehranskih izdelkov. Podrobnejši rezultati so predstavljeni v naslednjem poglavju.

3. REZULTATI

3.1 Ocene lokalnih prehranskih izdelkov ocenjenih z metodo DEXi

Rezultati modela DEX za ocenjevanje prehranskih izdelkov so podani kot končne/skupne ocene za posamezen izdelek, kakor tudi posamično kot individualni oceni proizvodnje in trženja posameznega izdelka. Končni rezultati vrednotenja so podani v obliki opisnih kvalitativnih ocen posameznih lokalnih prehranskih izdelkov razvidnih iz slik 4, 5, 6 in 7. Lestvica kvalitativne ocene ima 5 stopenj:

- slab,
- zadosten,
- manj uspešen,
- uspešen in
- odličen.

Rezultati vrednotenja			
Kriterij	Zg. Savinjski želodec	Suho sadje	Solčavski sirnik
Končna ocena LPI	Odličen	Zadosten; Manj uspešen	Zadosten
Proizvodnja	Velika	Majhna; Povprečna	Majhna
Velikost obdelovalnih površin kmetije	3,1-6,5 ha	3,1-6,5 ha	3,1-6,5 ha
Število akterjev	Veliko	Malo	Malo
Pridelava	nad 350	0-150	0-150
Predelava	nad 350	0-150	0-150
Trženje	51-75	0-25	0-25
Surovine	Povprečna	Povprečna	Majhna
Obseg proizvodnje surovin na kmetijo	Dober	Nizek	Nizek
Obseg odkupa surovin	0-25	76-100	0-25
Virni osnovnih surovin	Lasten	Lasten	Lasten
Socio-ekonomski in okoljski faktor	Dober	Slab	Slab
Način pridelave surovin	6,1-18	0-3	0-3
Tipi kmetij	Čiste	Čiste	Čiste
Tehnološki vidik	Dobra	Dobra; Odlična	Dobra
Opremljenost kmetij	Dobra	Povprečna	Dobra
Opremljenost predelovalnih obratov	Odlična	*	*
Zahtevnost postopka predelave	Zelo zahteven	Nezahteven	Srednje zahtev
Predelava v končni izdelek	Odličen	Majhen	Majhen
Predelava na kmetiji	76-100 %	76-100 %	0-25 %
Predelava v predelovalnih obratih	76-100 %	0-25 %	0-25 %
Obseg končnih proizvodov na kmetiji	Odličen	Nizek	Nizek
Končni proizvodi v predelovalnih obratih	DA	NE	NE
Trženje	Uspešno	Delno uspešno	Delno uspešno
Prodaja izdelka	Odlično	Odlično	Dobro
Označba izdelka	ZOP ali ZGO	Ni označbe	Ni označbe
Uspešnost prodaje izdelka	> 95%	> 95%	61-95 %
Cena izdelka	1-20%	< 1%	1-20%
Organiziranost trženja	Dobro	Dobro	Dobro
Kmetije	DA	DA	DA
Lokalne javne institucije	DA	DA	NE
Drugi načini trženja	NE	NE	DA
Kupci	Veliko	Malo	Zadostno
Lokalni/regionalni potrošniki	DA	DA	DA
Turisti	DA	NE	DA
Veriga večjih prodajalcev	DA	NE	NE
Druge ciljne skupine kupcev	NE	NE	NE

Slika 4: Končne ocene zgornjesavinjskega želodca, suhega sadja in solčavskega sirneka

Slika 4 prikazuje rezultate vrednotenja zgornjesavinjskega želodca, suhega sadja in solčavskega sirneka. Najboljšo oceno pri prodaji izdelka sta prejela zgornjesavinjski želodec in suho sadje, medtem ko je solčavski sirnek prejel povprečno oceno dobro. Najboljšo skupno oceno proizvodnje in trženja »odlično« je prejel zgornjesavinjski želodec in tolminski sir (slika 6) pri katerih je tudi proizvodnja bila ocenjena kot »velika«.

Kriterij	Koroški rženi kruh	Mošt	Bovški sir
Končna ocena LPI	Zadosten; Manj uspešen	Slab	Zadosten
Proizvodnja	Majhna; Povprečna	Majhna	Povprečna
Velikost obdelovalnih površin kmetije	3,1-6,5 ha	3,1-6,5 ha	3,1-6,5 ha
Število akterjev	Malo	Malo	Malo
Pridelava	0-150	151-350	0-150
Predelava	0-150	151-350	0-150
Trženje	0-25	0-25	0-25
Surovine	Majhna	Majhna	Velika
Obseg proizvodnje surovin na kmetijo	Srednji	Dober	Odličen
Obseg odkupa surovin	0-25	0-25	26-50
Viri osnovnih surovin	Kombiniran	Kombiniran	Lasten
Socio-ekonomski in okoljski faktor	Slab	Povprečen	Povprečen
Način pridelave surovin	0-3	6,1-18	3,1-6
Tipi kmetij	Mešane	Mešane	Čiste
Tehnološki vidik	Dobra; <i>Odlična</i>	Dobra	Dobra
Opremljenost kmetij	<i>Odlična</i>	Povprečna	Dobra
Opremljenost predelovalnih obratov	*	*	*
Zahtevnost postopka predelave	<i>Nezahteven</i>	Srednje zahteven	Srednje zaht.
Predelava v končni izdelek	Srednji	Majhen	Majhen
Predelava na kmetiji	76-100 %	51-75 %	76-100 %
Predelava v predelovalnih obratih	0-25 %	0-25 %	0-25 %
Obseg končnih proizvodov na kmetiji	<i>Odličen</i>	Dober	Srednji
Končni proizvodi v predelovalnih obratih	NE	NE	NE
Trženje	Delno uspešno	Neuspešno	Neuspešno
Prodaja izdelka	<i>Odlično</i>	Dobro	<i>Odlično</i>
Označba izdelka	Lastna blagovna znamka	Lastna blagovna znamka	<i>ZOP ali ZGC</i>
Uspešnost prodaje izdelka	> 95%	61-95 %	61-95 %
Cena izdelka	1-20%	1-20%	< 1%
Organiziranost trženja	Slabo	Slabo	Slabo
Kmetje	DA	DA	DA
Lokalne javne institucije	NE	NE	NE
Drugi načini trženja	NE	NE	NE
Kupci	<i>Veliko</i>	Zadostno	Zadostno
Lokalni/regionalni potrošniki	DA	DA	DA
Turisti	DA	DA	DA
Veriga večjih prodajalcev	DA	NE	NE
Druge ciljne skupine kupcev	NE	NE	NE

Slika 5: Končne ocene koroškega rženega kruha, mošta in bovškega sira

Kriterij	Tolminski sir	Pohorski lonec	Pehtranova potica
Končna ocena LPI	<i>Odličen</i>	Manj uspešen	Zadosten
Proizvodnja	<i>Velika</i>	Majhna	Majhna
Velikost obdelovalnih površin kmetije	3,1-6,5 ha	1-3 ha	3,1-6,5 ha
Število akterjev	Povprečno	Malo	Malo
Pridelava	151-350	0-150	0-150
Predelava	0-150	0-150	0-150
Trženje	<i>nad 75</i>	0-25	0-25
Surovine	<i>Velika</i>	Majhna	Majhna; Povprečna
Obseg proizvodnje surovin na kmetijo	Dober	Nizek	*
Obseg odkupa surovin	51-75	0-25	0-25
Viri osnovnih surovin	<i>Lasten</i>	<i>Lasten</i>	Kombiniran
Socio-ekonomski in okoljski faktor	<i>Dober</i>	Povprečen	Povprečen
Način pridelave surovin	<i>nad 18</i>	6,1-18	3,1-6
Tipi kmetij	<i>Čiste</i>	Mešane	Mešane
Tehnološki vidik	<i>Odlična</i>	Dobra	Dobra
Opremljenost kmetij	<i>Odlična</i>	Povprečna	<i>Odlična</i>
Opremljenost predelovalnih obratov	<i>Odlična</i>	Dobra	*
Zahtevnost postopka predelave	Srednje zahteven	<i>Nezahteven</i>	Zelo zahteven
Predelava v končni izdelek	<i>Odličen</i>	Majhen; Srednji	Majhen
Predelava na kmetiji	76-100 %	0-25 %	76-100 %
Predelava v predelovalnih obratih	76-100 %	0-25 %	0-25 %
Obseg končnih proizvodov na kmetiji	<i>Odličen</i>	*	Srednji
Končni proizvodi v predelovalnih obratih	<i>DA</i>	<i>DA</i>	<i>NE</i>
Trženje	Uspešno	Uspešno	Delno uspešno
Prodaja izdelka	<i>Odlično</i>	<i>Odlično</i>	<i>Odlično</i>
Označba izdelka	<i>ZOP ali ZGO</i>	Ni označbe	Lastna blagovna znamka
Uspešnost prodaje izdelka	> 95%	> 95%	> 95%
Cena izdelka	< 1%	21-50%	1-20%
Organiziranost trženja	<i>Odlično</i>	Dobro	<i>Odlično</i>
Kmetije	<i>DA</i>	<i>DA</i>	<i>DA</i>
Lokalne javne institucije	<i>DA</i>	<i>NE</i>	<i>DA</i>
Drugi načini trženja	<i>DA</i>	<i>DA</i>	<i>DA</i>
Kupci	<i>Veliko</i>	Zadostno	Malo
Lokalni/regionalni potrošniki	<i>DA</i>	<i>DA</i>	<i>DA</i>
Turisti	<i>DA</i>	<i>DA</i>	<i>NE</i>
Veriga večjih prodajalcev	<i>DA</i>	<i>NE</i>	<i>NE</i>
Druge ciljne skupine kupcev	<i>NE</i>	<i>NE</i>	<i>NE</i>

Slika 6: Končne ocene tolminskega sira, pohorskega lonca in pehtranove potice

Velika proizvodnja obeh najbolj ocenjenih prehranskih proizvodov (Tolminski sir in zgornjsavinjski želodec) je glede na rezultate skupnih ocen povezana predvsem z visokim številom kmetij, ki se ukvarjajo s pridelavo in predelavo ter z vključenostjo Mlekarnice Planika in večjega mesarskega obrata (mesarstvo Forti) v proizvodnjo in predelavo obeh izdelkov, ki predstavljajo zasebni interes v verigi. Prav tako pa je bilo trženje obeh LPI-jev ocenjeno z oceno uspešno, saj pri trženju in promociji sodelujejo tako civilni (npr. Združenje pridelovalcev zgornjesavinjskega želodca), kot tudi javni in zasebni sektor (mlekarna Planika, mesarstvo Forti).

Kriterij	Jetrnica
Končna ocena LPI	Zadosten
Proizvodnja	Povprečna
Velikost obdelovalnih površin kmetije	3,1-6,5 ha
Število akterjev	Malo
Pridelava	<i>nad 350</i>
Predelava	<i>nad 350</i>
Trženje	0-25
Surovine	Majhna; Povprečna
Obseg proizvodnje surovin na kmetijo	*
Obseg odkupa surovin	0-25
Viri osnovnih surovin	<i>Lasten</i>
Socio-ekonomski in okoljski faktor	Povprečen
Način pridelave surovin	6,1-18
Tipi kmetij	Mešane
Tehnološki vidik	Dobra
Opremljenost kmetij	Povprečna
Opremljenost predelovalnih obratov	Dobra
Zahtevnost postopka predelave	<i>Nezahteven</i>
Predelava v končni izdelek	Srednji
Predelava na kmetiji	26-50 %
Predelava v predelovalnih obratih	26-50 %
Obseg končnih proizvodov na kmetiji	Nizek
Končni proizvodi v predelovalnih obratih	<i>DA</i>
Trženje	Neuspešno
Prodaja izdelka	<i>Odlično</i>
Označba izdelka	Ni označbe
Uspešnost prodaje izdelka	> 95%
Cena izdelka	< 1%
Organiziranost trženja	Slabo
Kmetje	NE
Lokalne javne institucije	NE
Drugi načini trženja	NE
Kupci	Povprečno
Lokalni/regionalni potrošniki	<i>DA</i>
Turisti	NE
Veriga večjih prodajalcev	<i>DA</i>
Druge ciljne skupine kupcev	NE

Slika 7: Končna ocena jetrnice

Jetrnica in Zasavja je bila ocenjena z končno oceno zadostno, glede na rezultate ocene je vzrok predvsem v neuspešnem trženju prehranskega izdelka. Izsledki raziskave na terenu so pokazali, da je vzrok za tako neuspešno trženje predvsem v nepovezanem in neorganiziranem nastopu pridelovalcev in predelovalcev na trgu. Številčno je takih kmetij, ki se ukvarjajo s proizvodnjo jetrnice veliko (ocene se gibljejo okoli 700), vendar pa so individualne proizvodne količine tako majhne, da zadostujejo le prodajnim potrebam na kmetijah.

3.2 Rezultati nadgrajenega modela DEX s SWOT analizo za identifikacijo pomanjkljivosti v fazah proizvodnje in trženja

V nadaljevanju analize rezultatov modela DEX smo s pomočjo plus-minus-1 analize modela nadgradili model s SWOT analizo proizvodnje in trženja prehranskih izdelkov, s pomočjo katere smo želeli identificirati pomanjkljivosti in ozka grla v obeh fazah. Rezultati SWOT analize so predstavljeni na sliki 8.

PREDNOSTI:

- Velik obseg proizvodnje surovin na kmetiji
- Lasten vir osnovnih surovin
- Večinoma ekološki in integriran način pridelave osnovnih surovin
- Tipi kmetij (večina kmetij je čistih)
- Dobra opremljenost kmetij
- Dobra opremljenost predelovalnih obratov
- Večinoma nezahtevni oz. malo zahtevni postopki predelave
- Veliko LPI-jev ima zaščitene označbe
- Uspešna prodaja
- Primernost cene
- Večina trženja poteka na kmetijah
- Ciljne skupine potrošnikov: lokalni/regionalni potrošniki, turisti in ostali ciljne skupine kupcev

SLABOSTI:

- Majhno število kmetij pri proizvodnji/predelavi in trženju LPI-jev
- Majhno število predelovalnih obratov
- Majhna predelava v končni izdelek v predelovalnih obratih in na kmetijah

PRILOŽNOSTI:

- Alternativne oblike trženja: s pomočjo lokalnih javnih institucij, lokalne trgovine in večji trgovinski centri, alternativne oblike trženja

NEVARNOSTI:

- Majhna do povprečna velikost obdelovalnih površin na kmetijah
- Predelava na kmetijah

Slika 8: Rezultati SWOT analize

Glede na rezultate SWOT analize imajo lokalni prehranski izdelki velik potencial predvsem pri oglaševanju in trženju. Število dejavnikov zapisanih pod Prednosti je veliko večje kot pri ostalih atributih. Rezultati so tudi pokazali, da so kmetije na katerih se proizvajajo lokalni prehranski izdelki v dobrem stanju in tehnološko sodobno opremljene. Prehranski izdelki ki so opredeljeni z višjo ceno, se prodajajo in ponujajo turistom na lokalni ravni.

Če pogledamo dejavnike, ki so identificirani pod Slabosti je razvidno, da so glavne pomanjkljivosti v zvezi z proizvodnjo in trženjem lokalnih proizvodov povezane s številom kmetij, ki so usmerjene v pridelavo osnovnih surovin, predelavo v končni prehranski produkt in trženjem le-teh. To pomeni, da je ena izmed pglavitnih slabosti majhno število kmetij, ki se ukvarja s proizvodnjo lokalnih prehranskih izdelkov na gorsko-hribovskih območjih v Sloveniji. Ta slabost je lahko še večja, če je povezana z upadom velikosti obdelovalnih površin na kmetijah. V nekaterih primerih se zaradi majhnosti kmetij lahko pojavi problem nizke proizvodnje. Uspešnost prodaje je bila izražena z odstotkom prodaje končnih prehranskih izdelkov in je v veliki meri bila 95% ali celo več, kar je pravzaprav presenetljiv in zanimiv rezultat. Sklepamo lahko, da je prodaja večine LPI-jev iz gorsko-hribovskih območij v Sloveniji uspešna in predstavlja izziv za morebitne nove pridelovalce in predelovalce. Čeprav so ti atributi opisani kot slabosti, bi se le-ti lahko obravnavali tudi kot atributi priložnosti, saj je glede na rezultate analize na trgu še veliko prostora za bodisi nove prehranske produkte ali za povečanje in razširitev proizvodnje že obstoječih. To značilnost ali dejstvo bi bilo smiselno izkoristiti še posebej zaradi možnosti ki jo ponuja nova označba kvalitete za izdelke iz gorski hribovskih kmetij.

»Ozka grla« posameznih prehranskih izdelkov so bila identificirana s pomočjo dodatne opcije modela »plus-minus-1« analize in bodo podrobneje predstavljena na javni predstavitvi rezultatov projekta.

3.3 Karakteristike kratkih dobavnih verig prehranskih izdelkov iz gorsko-hribovskih območij v Sloveniji

Različni sektorji, ki so vključeni v verige LPI-jev in so bili prepoznani kot partnerji v procesu proizvodnje analiziranih prehranskih izdelkov, so opisani in predstavljeni v preglednici 4. Partnerstva med kombinacijami teh sektorjev so zelo različna. Oblika javno-zasebnega partnerstva se pojavlja samo v primerih ko je vključen zasebni sektor kar se je najbolj evidentno pojavilo pri pohorskem loncu, zgornjesavinjskem želodcu in deloma pri tolminskem siru. Rezultati so pokazali, da so bili ti prehranski izdelki v povprečju ocenjeni z višjo kvalitativno oceno modela DEX, kar nakazuje na pozitiven vpliv, ki ga ima zasebni sektor pri uspešni uveljavitvi prehranskega izdelka. Tako zgornjesavinjski želodec kot sir Tolminc sta prejela najvišji možni oceni, medtem ko je pohorski lonec prejel končno oceno za eno stopnjo nižje, vendar je kljub temu odstopala od povprečja ostalih ocen LPI-jev. V primerih, kjer se pojavlja kombinacija med posamezniki iz lokalnega okolja in javnimi ustanovami smo poimenovali kot »pogojno« javno-zasebno partnerstvo. V primerih kjer pa so vključeni samo civilni in javni sektor pa se takšna oblika partnerstev ne opredeljuje kot javno-zasebno. Vsa zgoraj zapisana JZP so podprta s programi LEADER in se realizirajo v okviru LAS-ov. Nobena druga oblika JZP ni bila identificirana (preglednica 4).

Preglednica 4: Karakteristike kratkih dobavnih verig lokalnih prehranskih proizvodov z gorsko-hribovskih območij

Ime prehranskega izdelka	Oblika kratke dobavne verige			Prisotnost različnih sektorjev	Končna ocena produkta
	“Face-to-face”	“Spatial proximity”	“Spatially extended”		
Zgornjesavinjski	Da	Da	Ne	Zasebni,	Odličen

želodec				civilni, javni in posamezniki	
Jetrnica	Da	Da	Ne	Posamezniki	Zadosten
Pehtranova potica	Da	Da	Ne	Javni in posamezniki	Zadosten
Koroški rženi kruh	Da	Da	Ne	Javni in posamezniki	Zadosten do manj uspešen
Tolminski sir	Da	Da	Da	Civilni, javni in posamezniki	Dober/odličen
Bovški sir	Da	Da	Ne/Da	Civilni, javni in posamezniki	Zadosten
Solčavski sirnek	Da	Da	Ne	Javni in posamezniki	Zadosten
Pohorski lonec	Da	Da	Ne	Zasebni, javni in posamezniki	Manj uspešen
Mošt	Da	Da	Ne	Civilni, javni in posamezniki	Slab
Suho sadje	Da	Da	Ne	Zasebni, javni in posamezniki	Zadosten do manj uspešen

Rezultati so pokazali da se le dva (tolminski in bovški sir) od desetih prehranskih izdelkov tržišča izven območja iz katerega izhajata (oblika »Spatially extended«). Pri tolminskem siru je k temu vsekakor pripomogla visoka proizvodnja osnovne surovine (mleka), ki je bila ocenjena na 2,5 do 3 milijone litrov mleka letno, oziroma na 600 ton sira Tolminc. Pri doseganju takšnih količin končnih produktov pa je v veliki meri zaslužna mlekarna Planika, ki predstavlja zasebni interes v verigi proizvodnje in trženja. Pri bovškem siru, pa je mlekarna Planika v manjši meri vključena v fazo proizvodnje, kar se kaže tudi v manjših proizvedenih količinah sira, ki pa znaša cca. 55 ton na letni ravni. Vendar pa je po drugi strani bilo trženje tega izdelka po modelu DEX ocenjeno z odlično kar

pa lahko argumentiramo s tem, da se prehranski proizvod prodaja in trži tudi zunaj matičnega območja.

Podobno velja za Pohorski lonec, kjer se večina končnih količin proizvoda proizvede v podjetju UNI-TUR d.o.o., medtem ko je proizvodnja Pohorskega lonca na kmetijah ocenjena kot zelo majhna. Prav tako ni ne v fazo proizvodnje in ne v fazo trženja vključena kakršnakoli civilna iniciativa – združenje ali društvo, vendar podjetje odkupuje surovine za pripravo tovrstnega prehranskega produkta in v lastni režiji skrbi tudi za uspešno trženje. Proizvodnja v tem predelovalnem obratu ne prispeva takšnih količin, da bi proizvodnja pohorskega lonca bila ocenjena kot »velika«.

3.4 Primeri certificiranja lokalnih prehranskih izdelkov pod zaščitene označbe ali lastne blagovne znamke

- Koroški rženi kruh

Danes se Koroški rženi kruh prodaja pod blagovno znamko »Dobrote izpod Pece« katero je registriralo podjetje A.L.P. Peca. Pekovski izdelek pa je možno kupiti na tržno usmerjenih kmetijah, na lokalnih tržnicah in specializiranih trgovinah na tem območju.

Podjetje **A.L.P. PECA d.o.o.** (Aktiviranje Lokalnih Potencialov) je bilo ustanovljeno 22. novembra 1994 zaradi potrebe po celovitem prestrukturiranju Mežiške doline. Prišlo je do povezovanja lokalnih skupnosti in gospodarstva, ki so združili svoje napore v skupno razvojno aktivnost. ALP PECA je nevladna in neprofitna organizacija. Med družbeniki podjetja so štiri občine Mežiške doline (Ravne na Koroškem, Prevalje, Mežica in Črna na Koroškem), svetovalne in razvojne organizacije v dolini in posamezna podjetja ter podjetniki, ki so v povezovanju videli priložnost za skladnejši in pospešen razvoj doline.

- Zgornjesavinjski želodec

Leta 1996 je novo nastalo združenje – **Združenje izdelovalcev zgornjesavinjskega želodca** prevzelo dejavnost ocenjevanja, promocije in strokovnega dela za geografsko zaščito želodca. Združenje povezuje izdelovalce celotnega območja, ki ga geografsko pokrivajo občine Mozirje, Nazarje, Rečica, Gornji Grad, Ljubno, Luče in Solčava. Sedež združenja je na Rečici ob Savinji. Združenje je aprila, leta 2004 vložilo specifikacijo za priznanje geografske označbe Zgornjesavinjski želodec pri Ministrstvu za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano Republike Slovenije. Specifikacijo so pripravili Marija Bezovšek, Silvester Zdolšek, Stanislav Renčelj, Štefka Goltnik in Bernarda Brezovnik. Zgornjesavinjski želodec je predstavljen v ediciji slovenski zaščiteni posebni kmetijski pridelki oziroma živila, ki je izšla leta 2005. Za dolgoletna prizadevanja pri zaščiti izdelka so zaslužni predvsem domačini.

Želodec s certifikatom se prodaja v centru Rinka v Solčavi in na tržnicah v Mozirju, Nazarjah in Velenju. Večinoma pa se želodec trži na turističnih kmetijah Zgornje Savinjske doline, vendar gre pri tem mnogokrat za mesni izdelek brez zaščitene označbe (receptura je znana lokalnim predelovalcem).

- Tolminski sir

Začetki izdelave sira v Zgornjem Posočju se povezujejo z začetki pašništva v vinskogorskih planinah kar je razumljivo saj je bilo takrat sirarstvo edini način konzerviranja mleka v planinskih razmerah. Prvi zapisi o siru Tolmenc segajo v 13. stoletje, ko je bil sir naveden kot plačilno sredstvo dajatev takratni zemljiški gospodi. Prvič se je pod imenom Formaggio di Tolmino pojavil leta 1756 na ceniku za sire v Vidmu.

Potem ko je Evropska komisija 8.3.2012 objavila registracijo sira Tolmenc v register zaščitениh označb porekla, bodo morali pridelovalci, vključno z največjim, kobariško Mlekarno Planika, pridobiti certifikat. Posamezni proizvajalci brez certifikata za proizvodnjo, omenjenega sira ne bodo smeli več prodajati pod blagovno znamko sir Tolmenc. Postopek za zaščito je vodil g. Davorin Koren iz službe za razvoj iz Kobariške enote Triglavskega narodnega parka, medtem ko je nosilec označbe Sirarsko društvo sir Tolmenc. Po uspešni registraciji je izjavil: *»Po desetih letih prizadevanj smo prišli do cilja. To pomeni veliko prednost pri promociji in prodaji sira. Seveda pa je od proizvajalcev odvisno, kako bodo to izkoristili.«*

- Bovški sir

Objava vloge na podlagi člena 6(2) Uredbe Sveta (ES) št. 510/2006 o zaščiti geografskih označb in označb porekla za kmetijske proizvode in živila:

UREDBA SVETA (ES) št. 510/2006

„BOVŠKI SIR“

ES št.: SI-PDO-0005-0423-29.10.2004

ZOP (X)

Vlagatelj:

Naziv: **Društvo rejcev drobnice Bovške**

Naslov: Soča 50

SI-5232 Soča

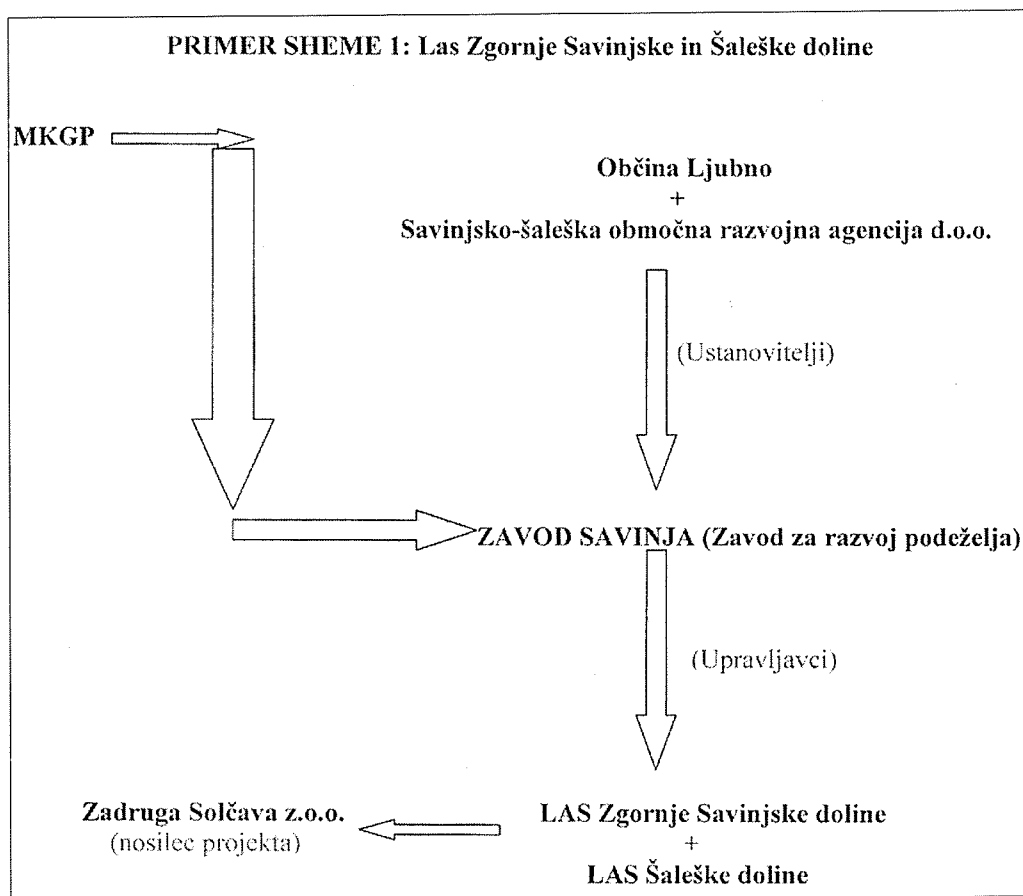
Zaščiteni označba porekla za bovški sir še čaka na potrditev evropske komisije tako kot tudi še 9 ostalih prehranskih produktov iz Slovenije.

- Pehtranova potica

Pehtranova potica se prodaja in trži pod blagovno znamko »Dedek Jaka in Babica Jerca«, katere pobudnik za ustanovitev je **Razvojna agencija Sora d.o.o., ki so tudi upravljalec lokalne akcijske skupine Loškega pogorja**. V okviru razvojnih projektov (eden izmed takih je bil »Celostna promocija produktov in nosilcev blagovnih znamk Dedek Jaka in Babica Jerca – Naravni izdelki iz škofjeloških hribov«) so razvili in združili prodajo pekovskih, mlečnih in ostalih izdelkov.

Zgoraj analizirani primeri so pokazali, da je bila pobuda za certifikacijo zgornjesavinjskega želodca, bovškega sira in sira Tolmenc pri evropski komisiji, sprožena s strani lokalnih pridelovalcev, ki navadno enotno nastopijo pri uveljavljanju svojih interesov v okviru civilnih iniciativ-združenj. To kaže na ozaveščenost pridelovalcev in na dejstvo, da se zavedajo pomembnosti prehranskih izdelkov višje kakovosti, ki jih proizvajajo na svojih kmetijah. V tem vidijo priložnost za dodatni

zaslužek in izboljšanje ekonomskega stanja na kmetijah. Edini obliki javno-zasebnega sodelovanja pri promociji prehranskega izdelka sta bili identificirani v primeru koroškega rženega kruha in pehtranove potice, kjer so člani neprofitne organizacije ALP PECA d.o.o. in razvojne agencije Sora d.o.o., ki so upravljalci tamkajšnjih lokalnih akcijskih skupin. Ugotovili smo, da so lokalne akcijske skupine večinoma aktivne v smeri združevanja in spodbujanja trženja prehranskih izdelkov pod lokalnimi blagovnimi znamkami. Rezultat takšnih projektov je večinoma usmerjen v doseganje višjih cen lokalnih izdelkov in k enotnemu pristopu na trgu in ne zagotavljanje višje kakovosti živil. Za potrebe tega, se razpisujejo razni projekti za namene spodbujanja trženja prehranskih izdelkov znotraj katerih navadno prihaja do oblik partnerstev med javnim in zasebnim. Delovanje obravnavanih lokalnih akcijskih skupin je v večini primerov enotno in je prikazano na sliki 8.



Slika 8: Shema delovanja lokalne akcijske skupine v zgornjesavinjske in šaleške doline

Ugotovili smo, da vse lokalne akcijske skupine delujejo po enotnem shemi funkcioniranja pri čemer so nosilci in izvajalci projektov v večini primerov zadruga in podjetja.

3.5 Zainteresiranost in vpliv akterjev pri pobudi za začetek proizvodnje in trženja prehranskih izdelkov iz gorsko hribovskih območij

V preglednici 5 so predstavljene ocene vplivov posameznih akterjev za začetek proizvodnje in zainteresiranost za vključitev v fazo trženja prehranskih izdelkov.

Preglednica 5: Ocena vplivov posameznih akterjev na začetek proizvodnje prehranskega produkta in njegovo trženje

Lokalni prehranski izdelek	Začetek proizvodnje	Zainteresiranost za trženje in promocijo	Legenda – pretvorba ocen	
			Kvalitativna ocena	Kvantitativna ocena
Zgornjesavinjski želodec	Civilne iniciative =3	Civilne iniciative =3		
	Javni partner = 0	Javni partner = 0		
	Zasebni partner =5	Zasebni partner =5		
Jetrnica	Civilne iniciative =0	Civilne iniciative =0	Velik	5
	Javni partner = 0	Javni partner = 0		
	Zasebni partner	Zasebni partner		

	=3	=3						
Pehtranova potica	Civilne iniciative =0	Civilne iniciative =0	Srednji	3				
	Javni partner = 5	Javni partner = 5						
	Zasebni partner =5	Zasebni partner =5						
Koroški rženi kruh	Civilne iniciative =0	Civilne iniciative =0	Majhen	1				
	Javni partner = 3	Javni partner = 1						
	Zasebni partner =1	Zasebni partner =5						
Tolminski sir	Civilne iniciative =3	Civilne iniciative =5	Ni vpliva/ne vem	0				
	Javni partner = 5	Javni partner = 5						
	Zasebni partner =5	Zasebni partner =5						
Bovški sir	Civilne iniciative =3	Civilne iniciative =3						
	Javni partner =3	Javni partner = 3						
	Zasebni partner =5	Zasebni partner =5						
Solčavski sirnek	Civilne iniciative =0	Civilne iniciative =0						
	Javni partner = 0	Javni partner = 0						
	Zasebni partner =5	Zasebni partner =5						
Pohorski lonec	Civilne iniciative =0	Civilne iniciative =0						
	Javni partner = 3	Javni partner = 3						
	Zasebni partner =1	Zasebni partner =3						
Mošt	Civilne iniciative =5	Civilne iniciative =5						

Suho sadje	Javni partner = 5	Javni partner = 1	
	Zasebni partner =5	Zasebni partner =5	
	Civilne iniciative =0	Civilne iniciative =0	
	Javni partner = 0	Javni partner = 0	
	Zasebni partner =5	Zasebni partner =5	

Rezultati tovrstne analize potrjujejo naše prejšnje ugotovitve, namreč, da sta ključnega pomena za uspešno trženje kombinaciji civilnih iniciativ in zasebnega sektorja, kar se je pokazalo pri zgornjesavinjskem želodcu. Samo zainteresiranost individualnih pridelovalcev, ki se ne vključujejo in povezujejo v posamezna društva ne zadostuje, kar dokazujeta tudi primera pehtranove potice in jetrnice. Kot posebnost lahko izpostavimo mošt, ki je bil kot individualni prehranski izdelek ocenjen najslabše. V tem primeru je k temu pripomogla izrazito majhna proizvodnja in tudi neuspešno trženje, kljub temu da je prisotna zainteresiranost tamkajšnjega sadjarskega društva.

3.6 Vrednosti projektov LAS

V okviru razvojnih projektov, ki jih razpisujejo, se spodbuja tudi trženje in promocija lokalnih prehranskih izdelkov. Vrednosti teh projektov se gibljejo v višini med 15.000€ do 30.000€, kar je v primerjavi z povprečjem (več 100.000€) nekaterih analiziranih tujih primerih nizko. Nizka vrednost projekta je velikokrat tudi tisti faktor, ki omejuje vzpostavitev ali zainteresiranost posameznikov za JZP (ustni vir B. Ferk, okrogla miza 2011).

3.7 Pregled uspešnosti izvajanja programa LEADER v dosedanjem PRP 2007-2013

Na željo vsebinske spremljevalke smo prav tako pripravili pregled uspešnosti in vrednotenje izvajanja programa LEADER v dosedanjem razvoju programa podeželja 2007-2013. Glede na

vmesno vrednotenje programa razvoja podeželja iz decembra 2010 so Lokalne akcijske skupine slabo prepoznane med prebivalci, analiza letnih izvedbenih načrtov pa je pokazala, da je pridobivanje in izvajanje projektov tematsko zelo omejeno (posledično lahko to negativno vpliva na druge osi). Na primer pri ukrepih 3. osi za izboljšanje zaposlitvenih možnosti na podeželju bi lahko LEADER v večji meri spodbudil povezave za dopolnjevanje in trženje storitev in izdelkov, prav tako pa bi LEADER lahko odigral pomembno vlogo pri povezovanju za sheme kakovosti (ukrepi 1. osi) ter za predelavo in prodajo pridelkov upravičencev ukrepov 2. osi. Glede na številne možnosti, ki jih ponuja LEADER, je smiselno tudi aktivnosti LAS razširiti še na druge ciljne skupine – akterje, da bi se krog sodelujočih razširil preko aktivnosti v zvezi s kmetijstvom, turizmom na podeželju in delovanja lokalnih ali regionalnih razvojnih agencij.

Izvajanju pristopa LEADER je namenjena 4. os PRP, kjer največjo vlogo odigrajo ukrepi 41 – izvajanje lokalnih razvojnih strategij, 421 – Spodbujanje med regijskega in čezmejnega sodelovanja in 431 -vodenje lokalnih akcijskih skupin, pridobitev strokovnih znanj in animacija območja. Pri ukrepu za izvajanje lokalnih razvojnih strategij je bilo do sredine leta 2010 uspešno porabljenih vsega 8,95% (2.115.638,57€ od razpoložljivih 23.632.002,00€), za vodenje lokalnih akcijskih skupin 13,92% (940.113,40€ od razpoložljivih 6.752.001,00€) in zgolj 0,07% za spodbujanje med regijskega in čezmejnega sodelovanja (2.342,29€ od razpoložljivih 3.376.003,00€).

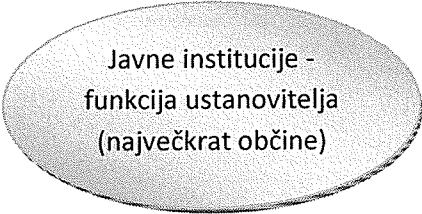
Rezultati vmesnega vrednotenja so pokazali, da večina LAS sodeluje z drugimi LAS, vendar večinoma ne na projektni ravni ampak si izmenjujejo informacije in se povezujejo za skupne nastope in predstavitve, kar lahko potrdimo tudi z rezultati projekta. V delovanje večine LAS se vključujejo razvojne agencije in občine, torej organizacije, ki imajo v lokalnem okolju podobno vlogo kot LAS. Društva so deležniki večine LAS (skoraj 80 %), sledijo občine (76 %), zavodi (69 %), podjetja (41 %) in le v manjši meri kmetje (37 %) samostojni podjetniki in zadruga (oboje 34 %), v najmanj LAS pa se vključujejo neformalne skupine občanov. Naše ugotovitve v sklopu projekta potrjujejo zgoraj zapisano dejstvo, da so rezultati uspešnega trženja prehranskih izdelkov vidnejši in prepoznavnejši v primerih, ko gre za vključitev zasebnega sektorja in lokalnih prebivalcev v sistem trženja prehranskih izdelkov.

3.8 Smernice in priporočila za uspešno trženje prehranskih izdelkov z gorsko-hribovskih območij v Sloveniji

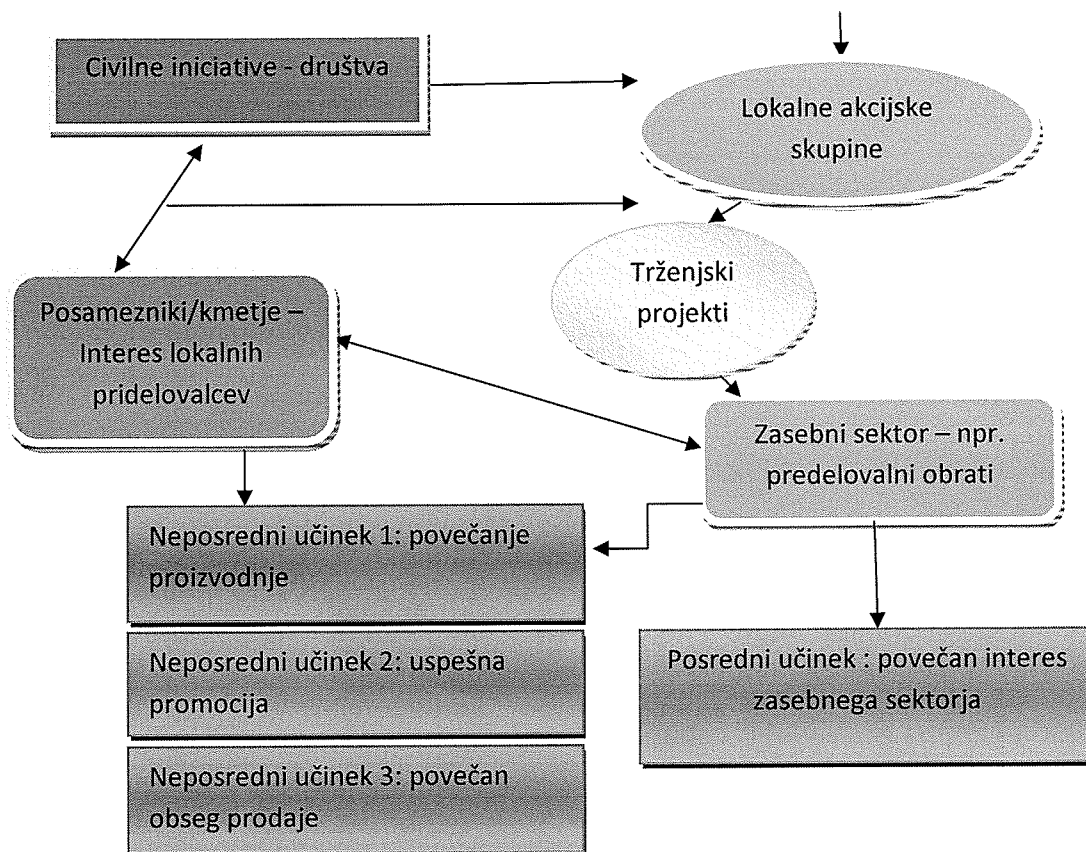
Rezultati projekta so pokazali, da je začetni problem pri lokalnih prehranskih izdelkih iz gorsko-hribovskih območij velikost in obseg proizvodnje surovin. S tega vidika bi bilo primerno, da bi se pridelovalci in predelovalci medsebojno povezovali in združevali ter tako omogočili večji skupni obseg proizvodnje in enoten pristop na trgu. Glede na aktivnosti v zvezi z uveljavitvijo katere od označb kvalitete za izdelke iz gorsko hribovskih kmetij predlagamo, da se proizvodnja usmeri k pridelavi in predelavi proizvodov višje kakovosti. S tem bodo dosegali višje cene in boljše finančne rezultate, pri čemer si morajo prizadevati za zmanjšanje skupnih stroškov kar bi pomenilo zmanjšanje lastne cene prehranskega izdelka.

Pri doseganju ciljev uspešnejšega trženja je pomembno povezovanje v eno izmed že opisanih oblik partnerstev. Uspehi so večji že pri vključitvi posameznikov v različna društva, ki delujejo v tej smeri. Ugotovljeno je, da sodelovanje med društvi in LASi (v okviru projektov namenjenih trženju LPI) bolj spodbudi zanimanje in zainteresiranost zasebnega sektorja tako za pridelavo kakor tudi za trženje. Prikaz sheme predvidenega uspešnega trženja glede na rezultate projekta lokalnih prehranskih proizvodov iz gorsko-hribovskih območij je prikazan na sliki 9.

Glede na izkušnje iz terena podajamo v sklopu tega projekta priporočilo, da se kmetje/predelovalci povezujejo in enotno nastopajo na trgu, morebiti tudi preko določenih kmetijskih zadrug in si tako zagotovijo kontinuiran odkup lokalnih prehranskih izdelkov. V celoti naj izkoristijo prednosti zaščitene označbe ali blagovnih znamk prehranskih izdelkov za doseganje višjih prodajnih cen živil. Zadruga naj bodo v pomoč kmetom pri iskanju novih tržnih poti, kot je bilo evidentirano v primeru zadruga Jarina, ki deluje v okviru LAS Srce Slovenije. V okviru zadrug je smiselno, da se pridelovalci vključujejo v izvajanje trženjskih projektov, ki jih razpisujejo lokalne akcijske skupine.



Javne institucije -
funkcija ustanovitelja
(največkrat občine)



Slika 9: Shema predvideno uspešnega trženja in proizvodnje lokalnih prehranskih izdelkov s predvidenimi dolgoročnimi učinki.

Zaradi majhnih vrednosti posameznih projektov za spodbujanje trženja in promocije lokalnih izdelkov, pa menimo, da bi bilo smiselno tudi spodbujanje sodelovanja LAS-ov znotraj določene regije ali zaokroženega geografskega območja. Tako bi se ob morebitnem skupnem nastopu pri projektih njihova skupna vrednost povečala, saj kot je bilo ugotovljeno so projekti višjih vrednosti bolj privlačni za različne akterje, tudi za zasebni sektor.

Glede na analizo primerov iz tujine bi bilo smiselno razmisliti o združevanju LASov. Pri izvajanju projekta smo namreč ugotovili, da sta majhno geografsko območje in meje LAS pogosto omejitveni dejavnik pri izvajanju posameznih projektov, saj se npr. že pri zagotavljanju samih količin osnovnih surovin pojavi problem nezadostnosti znotraj ene LAS. Prav tako smo tekom izvajanja projekta

zaznali veliko LAS, ki so bile precej pasivne in niso opravljale svoje vloge. V zvezi s tem bi bilo smiselno ovrednotiti delovanje posameznih LAS in tiste, ki bi prejeli nizko oceno priključiti uspešnejšim.

4. ZAKLJUČEK

Zdi se in ni moč trditi brez nadaljnjih analiz, da imajo različne kombinacije partnerstev pozitiven učinek na prodajo lokalnih izdelkov z gorsko-hribovskih območij. Vsekakor pa imajo vpliv na velikost proizvodnje in na nekatere attribute trženja kot so tudi pokazali rezultati modela. V analiziranih primerih smo identificirali kombinacijo sodelovanja različnih sektorjev, pri čemer pa se je najpogosteje pojavljalo partnerstvo med javnim in civilnim sektorjem. To kombinacijo je mogoče pojasniti z dejstvom, da so to predvsem projekti z relativno majhnim proračunom in zato niso toliko zanimivi za večje zasebne investicije. Tipičnih oblik javno-zasebnih partnerstev opredeljenih po zakonu (razen znotraj lokalnih akcijskih skupin -LEADER oblike) v primeru trženja prehranskih izdelkov ni zaznal in evidentiral niti g. Boštjan Ferk iz inštituta za javno-zasebno partnerstvo, ki je na okrogli mizi pojasnil vzrok, ki ga gre iskati v smeri velikih stroškov sklepanja javno-zasebnih partnerstev in lahko znašajo do več 100.000€. Naslednja razlaga pa bi bila lahko povezana z dejstvom, da JZP še v večini primerov niso pripravljena/usposobljena za izvajanje takšnih projektov. Glede na rezultate lahko sklepamo, da ima prisotnost in interes zasebnega sektorja učinek predvsem na proizvodnjo prehranskih izdelkov, medtem ko ima vključitev civilnih iniciativ (tudi posameznikov) predvsem pozitivni učinek na trženje prehranskih izdelkov, na kar kaže tudi dejstvo, da je večina uspešno certificiranih prehranskih izdelkov nastala pod njihovim okriljem. Ne moremo trditi, da obstaja univerzalna shema uspešnega trženja prehranskih izdelkov in univerzalna uspešna oblika JZP, v večini primerov je uspeh povezan tudi z zgodovinskimi, socioekonomskimi in okoljskimi razmerami v lokalnem okolju. Po naši presoji pomembno vlogo odigrajo predvsem posamezniki in njihova angažiranost za razvoj lokalnega okolja.

V zvezi s tem bi želeli predlagati izziv za nadaljnje delo in sicer, izdelavo modela, s katerim bi lahko na enostaven in hiter način kvalitativno ovrednotili delovanje posameznih LASov.

5. DESIMINACIJA REZULTATOV PROJEKTA

Diseminacija delnih rezultatov projekta je potekala v okviru okrogle mize in delovnega sestanka s financerjem projekta, ki ga je organiziral vodja projekta dne 17.1.2012 na Fakulteti za kmetijstvo in bisositemske vede, Univerze v Mariboru na Pivoli 10 v Hočah. Vodja projekta prof. dr. Andreja Borec je predstavila dotedanje rezultate projekta in analizirane primere dobrih praks trženja prehranskih izdelkov na okrogli mizi lokalne akcijske skupine Srce Slovenije dne 14.2.2012 na Brdu pri Lukovici.

Prav tako pa so v okviru projekta nastala različna znanstvena dela: magistrsko delo Jerneja Prišenka v letu 2012, dva objavljena znanstvena prispevka na mednarodnih konferencah; v Lizboni in Valencii, in dva izvirna znanstvena članka, med katerim je eden še v recenzijem postopku za objavo. Članek v recenzijem postopku je poslan v revijo »Renewable Agriculture and Food Systems – naslov članka: A Multi-Criteria assesment of the production and marketing systems of local mountain food«. Drugi članek je v tisku pri znanstveni reviji »Agricultura – naslov članka: A combination of the multi-criteria approach and SWOT analysis for the identification of shortcomings in the production and marketing of local food«. Rezultati projekta in nasveti za kmetovalce, kako in kakšen pristop za uspešno trženje prehranskih izdelkov naj uporabijo, pa so bili podani v obliki strokovnega članka v strokovni reviji »Kmetovalec – naslov članka: Lokalni prehranski izdelki na gorsko hribovskih območjih«. V nadaljevanju so navedeni bibliografski zapisi trenutnih bibliografskih enot (zapisi ostalih bibliografskih enot bodo zavedeni ko publikacije izidejo) znanstvenih dosežkov raziskovalne skupine, nastalih v sklopu tega projekta:

2.09 Magistrsko delo

PRIŠENK, Jernej. *Razvoj večkriterijskega modela za ocenjevanje prehranskih izdelkov z gorsko-hribovskih območij : magistrsko delo*. Maribor: [J. Prišenk], 2012. XII, 87 f., [1] f. pril., ilustr. <http://dkum.uni-mb.si/Dokument.php?id=28799>. [COBISS.SI-ID 3306284]

1.08 Objavljeni znanstveni prispevek na konferenci

PRIŠENK, Jernej, BOREC, Andreja, PAŽEK, Karmen. Role of public-private partnership by marketing of mountain food products. V: *International Conference of agricultural engineering, Valencia, July 8-12, 2012 : CIGR-Ageng 2012*. Valencia, 2012. [COBISS.SI-ID [3360556](#)]

PRIŠENK, Jernej, BOREC, Andreja, PAŽEK, Karmen. Public private partnership in short food supply chains : (Case study Slovenian mountain region). V: *The new rural world : from crisis to opportunities*. Lisbon: INRA, 2012, 8 str. <http://www.chil.org/document/2971>. [COBISS.SI-ID [3365932](#)]

1.02. IZVIRNI ZNANSTVENI ČLANEK

PRIŠENK, Jernej, BOREC, Andreja. A combination of the Multi-criteria approach and SWOT analysis for the identification of shortcomings in the production and marketing of local food. *Agricultura* – v tisku.

1.04 Strokovni članek

PRIŠENK, Jernej, BOREC, Andreja, PAŽEK, Karmen. Lokalni prehranski izdelki na gorsko hribovskih območjih. *Kmetovalec*, 2012, letn. 80, št. 4. [COBISS.SI-ID [3397420](#)]

Ostali dogodki

Okrogla miza. 17. januar 2012. Predstavitev delnih rezultatov projekta CRP V4-1059.