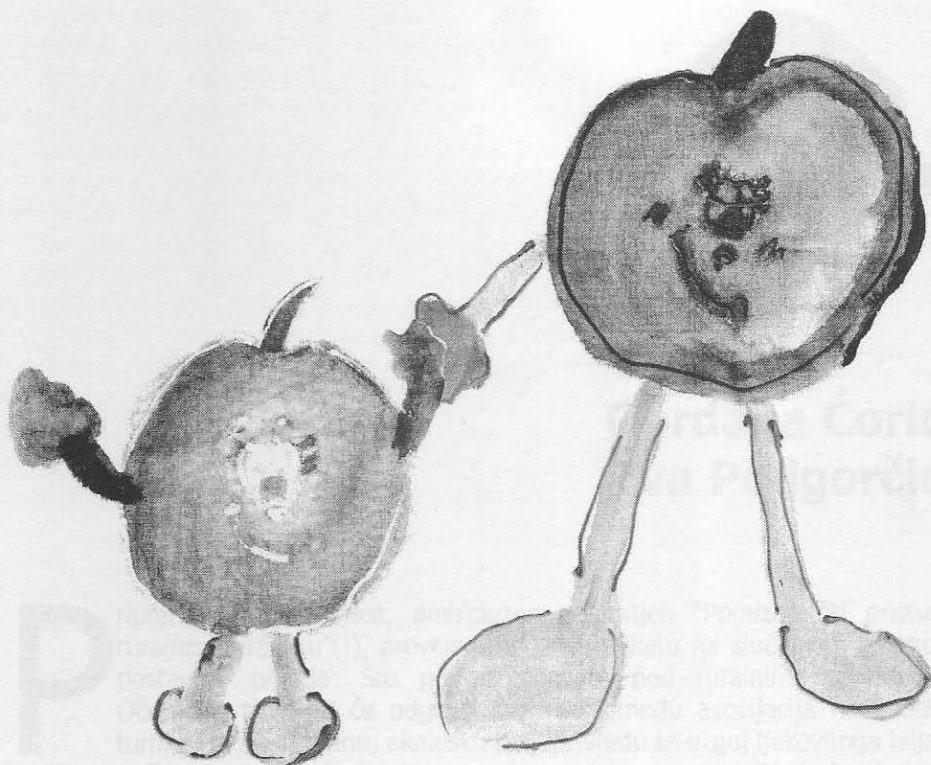
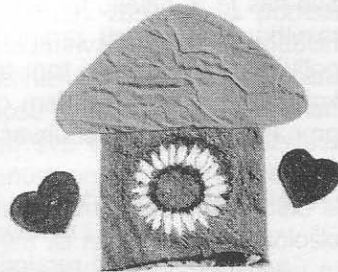




Okvir za ruralni razvitak



5. poduzetnički pristup ruralnom razvitku



Gordana Ćorić Iva Podgorčić

Pripremajući ovaj tekst, ambiciozno naslovljen "Poduzetnički pristup ruralnom razvitku"(!), provele smo malu anketu na slučajnom uzorku, postavivši pitanje: Što podrazumijevate pod ruralnim razvitkom?. Očekivale smo da će odgovori varirati između asocijacija na seoski turizam, zdravu hranu, ekološku poljoprivredu te uzgoj ljekovitoga bilja. Međutim, naši su ispitanici i ispitanice, između ostaloga, spomenuli i modernizaciju poljoprivrede, ulaganje u zemljoradnju, obnovu i gospodarski razvitak sela, uvođenje i razvitak ruralne infrastrukture, održivi razvitak seoskoga prostora, stvaranje uvjeta za edukaciju ljudi koji se bave poljoprivredom, očuvanje okoliša, prirode i zaštitu kulturno-povijesne baštine, gradnju škola u selima, ali i socijalni napredak, zaustavljanje procesa deagrarizacije i deruralizacije, naseljavanje mladim stanovništvom, podizanje nataliteta u takvim područjima(!). No, odgovor najbliži onomu što smo (sudeći prema naslovu) željele pisati je - poticanje stanovništva u ruralnim područjima RH na poduzetničko razmišljanje, tj. edukaciju u smislu pokretanja poslova, razvitak agrobusinessa u cjelini (stočarstvo, ratarstvo, peradarstvo, svinjogojstvo, seoski turizam,...), kako bi mogli živjeti i raditi u ili blizu svojih domova te kako bi se smanjio trend migracija u urbane sredine (posebice na otocima). Dobile smo i jedan neočekivani odgovor: prva asocijacija vezana uz ruralni razvitak bila je vizija da ruralna područja postanu urbana!

Sve nas je to navelo na pomisao da naš "slučajni uzorak" zna dosta o ruralnom razvitku i da ga isti zanima te da je vjerojatno došao u doticaj s razvojnom politikom koja se bavi tom tematikom. Stoga smo malo zavirile i u dokumente¹ koji se bave određivanjem ciljeva ruralnoga razvitka u Hrvatskoj, a tamo smo pronašle da ti ciljevi obuhvaćaju sljedeće:

- o trajno poboljšanje životnoga standarda i kakvoće života ruralnoga stanovništva i njihovo nezaostajanje za onima urbane populacije;
- o u budućnosti ruralne zajednice postaju živa, održiva i atraktivna mjesta za rad i život, s jednakim ekonomskim mogućnostima za sve stanovnike ruralnih zajednica, bez obzira na njihova primanja, položaj ili spol;
- o razvitak ruralnih područja pridonosi razvitku cjelokupne ekonomije održavanjem dinamičnih veza sa selima, malim gradovima i urbanim područjima;
- o ruralna se područja mogu prilagođavati trenutačnim ekonomskim, socijalnim, kulturnim i tehnološkim promjenama te su u cijelosti integrirana u tržišnu ekonomiju.

Naš sljedeći korak bio je utvrditi kakva ograničenja postoje kao prepreka razvitku ruralnih područja i vidjeti postoji li suglasje između područja koja su naši ispitanici/e dotaknuli. Utvrdile smo da postoji veliki stupanj podudarnosti onoga što su naši ispitanici rekli i onoga što je navedeno kao prepreka ruralnom razvitku (slaba konkurentnost ruralnoga sektora, nedovoljno razvijena ruralna infrastruktura, iseljavanje i nepovoljna dobna i obrazovna struktura stanovništva, pogoršanje okolišnih uvjeta ruralnoga rasta), ali su prisutni i problemi poput nedovoljnoga pristupa ruralne populacije javnim dobrima (telekomunikacijama, javnom prijevozu, obrazovanju i informacijskim sustavima, zdravstvu, službama socijalne sigurnosti, itd.), postojanja ratom pogođenih i depresivnih ruralnih područja, centraliziranoga sustava odlučivanja i političkoga života, lošega rada središnjih i lokalnih institucija odgovornih za ruralni razvitak, nedostatka suradnje među politikama i programima održivoga razvitka ruralnih područja...²

Imperativ se održivoga razvitka proteže kroz sva područja našega života. Susrest ćemo ga kada se govori o gospodarenju vodama, korištenju šuma, gospodarskom

¹ prijevod nacrt «Strategije ruralnog razvitka Republike Hrvatske (2004-2010)», UN FAO i Ministarstvo poljoprivrede i šumarstva Republike Hrvatske, str. 82., Zagreb 2003. godine.

² ibid, str. 88.

razvitku, poljoprivredi... Definiramo ga kao "razvitak koji zadovoljava potrebe današnjih generacija, bez ugrožavanja mogućnosti podmirivanja potreba budućim generacijama"³! No, nažalost, usporedbom ove definicije s onim što se doista događa, vidljivo je da veliki broj suvremenih aktivnosti nije održiv, i to uglavnom iz razloga što se propušta istodobno uzeti u obzir sva tri elementa razvitka: gospodarski, društveni i ekološki⁴. Njihova povezanost postaje sve izraženijom jer je jasno da gospodarski napredak generira temelje za globalni napredak, ali ukoliko propusti uvažavati društvene (kvalitetni uvjeti za rad i život) ili ekološke potrebe (briga o okolišu, obnavljanje prirodnih potencijala), rezat će granu na kojoj sjedi, tj. temeljne uvjete za razvitak i društva i businessa.

No, prije nego krenemo na onu optimističnu stranu naše priče – detektiranje prilika za poduzetničko djelovanje, potrebno je reći još nekoliko činjenica koje bacaju novo svjetlo na težinu upuštanja u pothvat ruralnoga razvitka. Ne postoji razvojna strategija kako na državnoj, tako i na nižim razinama, koja se nije bavila ruralnim razvitkom i, barem izrično, svrstavala ga u sam vrh svojih prioriteta. Ruralnim su se razvitkom bavili "i svi i nitko"⁵, ali je nedostajala koordinacija i komplementarno djelovanje. Ulagana su velika sredstva, iako rezultati parcijalnih i nerijetko dupliranih napora ni izdaleka ne pokazuju da su ona učinkovito potrošena. Riječi poput "sinergija", "izbjegavanje preklapanja", "integrirani pristup" i "promišljeni nastup", čini se, zaobilaze pokušaje osmišljavanja i provođenja strategije ruralnoga razvitka u velikom luku.

Nekoliko riječi o poduzetničkom djelovanju

Ako je općeprihvaćena definicija poduzetništva "proces stvaranja nečega vrijednoga gotovo ni iz čega"⁶, odnosno ako se poduzetnikom smatra osoba koja "neće dopustiti da ju to što ne posjeduje sva potrebna sredstva spriječi u pretvaranju

³ http://www.hrskole.com/jedanrad.afp?l_1HA0RJ7IO&SifraRada=275, Siniša Golub, vanjski suradnik pri Nobilis, Čakovec

⁴ «Agenda 21» objašnjava sva područja održivoga razvitka i nudi mogućnosti suzbijanja degradacije tla, zraka i vode, očuvanja šuma i raznolikosti živih vrsta, bolje zaštite i upravljanja nad ekosustavima, iskorištavanje obnovljivih izvora energije i osnaživanje društvenih skupina. Sve je to moguće postići kako u gradskim, tako i u ruralnim sredinama (isti izvor kao u 3)

⁵ Aleksandar Lukić «10x10 za ruralnu Hrvatsku», članak objavljen 9.10.2004., na http://www.geografija.hr/novosti.asp?id_novosti=418&id_projekta=0&id_stranice=0

⁶ prof. Jeffrey A. Timmons, Babson College, SAD

uočene poslovne prilike u dobar poduzetnički pothvat⁷”, onda su projekti ruralnoga razvitka prava arena za pokazivanje poduzetničke umještosti! Poduzetničko ponašanje podrazumijeva talent za prepoznavanje poduzetničkih prilika, umijeće kombiniranja oskudnih raspoloživih resursa, inovativnost i kreativnost, sposobnost podjele rizika s drugim zainteresiranim stranama te otkrivanje “tržišnih niša”⁸, odnosno prilika koje treba iskoristiti ukoliko posjedujemo proizvod ili uslugu koja zadovoljava otkrivenu prazninu na tržištu. Dakle, ključni su čimbenici za realizaciju poduzetničkoga pothvata poduzetnik i/ili osnivački tim, poduzetnička prilika te potrebna sredstva (ljudski resursi, fizička sredstva, financijska sredstva). Primičemo se opasnom terenu jer u poduzetništvu postoji načelo da je “novac lako pribaviti ako su svi drugi dijelovi pothvata dobro postavljeni”. Odnosno, neuspješni poduzetnici često na prvo mjesto neuspjeha stavljaju nepovoljne uvjete financiranja, dok uspješni poduzetnici, kada navode razloge svojega uspjeha, nikada neće financiranje staviti na prvo mjesto!

Okviri za ruralni razvitak

OECD definira ruralna područja kao zajednice s gustoćom stanovništva ispod 150 stanovnika na 1 kvadratni kilometar. Na temelju te definicije Hrvatska kao zemlja pokazuje visok stupanj ruralnosti: 14 od 21 županije kvalificirane su kao pretežno ruralne jer više od 50% stanovništva živi u ruralnim zajednicama. U šest se županija postotak stanovništva koji živi u ruralnim zajednicama kreće od 15-20%, što ih svrstava u značajno ruralne, dok je samo jedna županija (grad Zagreb) pretežno urbana jer manje od 15% stanovništva živi u ruralnim zajednicama. Ruralni prostor u Hrvatskoj, stoga, predstavlja ona područja u kojima gospodarski prevladavaju poljoprivredne djelatnosti i šumarstvo te seoska naselja s nerazvijenom komunalnom i drugom infrastrukturom. Čini ga oko 90% kopnenoga dijela Hrvatske (ili 61 % naseljenoga dijela Hrvatske) i u njemu živi oko 47% ukupnoga stanovništva Hrvatske. Ta činjenica upozorava na značaj problema koji ima svoju demografsku, socijalnu, gospodarsku, infrastrukturnu, agrarnu i ekološku dimenziju⁹. Taj prostor, naime, gospodarski zaostaje za urbanim, što treba zaustaviti cjelovitom višedimenzionalnom

⁷ prof. Howerd Stevenson, Harvard Business School, SAD

⁸ Tržišna niša (engl. market niche) je nedostatak proizvoda ili usluge na tržištu koji bi zadovoljio važne potrebe kupaca i istodobno poduzetniku omogućio stvaranje dodane vrijednosti; praznina na tržištu.

⁹ Prijedlog projekta «Organizacija sustava za ruralni razvoj», mr. sc. Željko Mataga i mr.sc. Milan Zupančić, objavljen 2003 na http://www.hzs.hr/p_projekti.htm

strategijom razvitka, u kojoj je poljoprivreda samo jedan, ali vrlo značajan dio.

Iako se nerazvijenost seoskih područja najčešće pripisuje orijentiranosti na poljoprivredu, te promašajima i nedostacima agrarne politike i odnosa prema seljacima u prošlosti, jasno je da sama poljoprivreda i poljoprivredno stanovništvo, čak i uz dodatne prihode iz drugih djelatnosti, ne mogu osigurati potrebnu razinu društvenoga standarda u selu. Za to su potrebni drukčija, diverzificirana gospodarska osnova i znatno raznovrsniji i pripremljeniji nositelji ruralnoga razvitka. Poduzetništvo se u seoskoj sredini može temeljiti na uključivanju nepoljoprivrednih resursa, promjeni načina korištenja zemlje ili drugim načinima proizvodnje osim one koja je vezana samo uz poljoprivredu. Ono može predstavljati nov način rada (zanatstvo, strojarstvo, ručni rad, tradicionalni obrti i dr.), novo korištenje zemlje, nove tehnologije, nove proizvode koji prije nisu postojali na tom području (npr. organska proizvodnja, sušenje voća). Nadalje, to može biti ugostiteljstvo, turizam (seoski, sportski, rekreacijski, kulturni, vinski, religijski i dr.), trgovina, upotreba drugih resursa, vode, šume, zgrade...

Ruralni je prostor značajni prirodni resurs koji zahtijeva pažljivo održavanje i upravljanje te svrsishodnu uporabu na dobrobit sadašnjih i budućih naraštaja. Osim potrebe postojanja nacionalne strategije ruralnoga razvitka, potrebno je, prema načelu supsidijarnosti¹⁰, na razini regija praviti regionalne operacijske planove. Međutim, nedostatak cjelovite koncepcije razvitka ruralnih područja na nacionalnoj razini, nipošto ne bi smio obeshrabriti potencijalne nositelje ruralnoga razvitka da počnu djelovati u smjeru pokretanja procesa s lokalne razine (pristup "odozdo prema gore"¹¹). Iako je jasno da se održivi razvitak tih područja ne može pokrenuti parcijalnim projektima ili izoliranim proizvodnim djelatnostima (poput poljoprivrede), postoje brojna iskustva koja govore u prilog tomu koliko su lokalne zajednice moćne. "Uspješna strategija lokalnoga ekonomskog razvitka je ona strategija koja je nastala kao rezultat prepoznatih potreba u lokalnoj zajednici i koju aktivno podržavaju i lokalne vlasti i ostali lokalni čimbenici. Također je bitno da postoji dugoročna spremnost na suradnju te mobilizacija potrebnih resursa".¹²

¹⁰ Namjena načela supsidijarnosti je osigurati učinkovito donošenje odluka što bliže građanima, odnosno onima kojih se to neposredno tiče. Osim toga, primjena ovoga načela osigurava i neprekidnu provjeru provedbe aktivnosti na razini zajednice i njezine opravdanosti u odnosu na mogućnost njene provedbe na nacionalnoj ili regionalnoj razini. Bit je u formulaciji i provođenju plana i programa koji prvenstveno spadaju u djelokrug nadležnosti regionalnih i lokalnih jedinica (rješavati problem tamo gdje je i nastao!)

¹¹ eng. «bottom-up» pristup

¹² iz tematskog izvještaja «Ekonomski razvoj, osnaživanje i razvoj zajednice u Hrvatskoj» u sklopu projekta Mobilizacija i razvoj zajednice, MAP Savjetovanja, veljača 2005 (Gordana Čorić)

Ciljevi koji se postavljaju pred potencijalne nositelje ruralnoga razvitka su: zadržati stanovništvo u tim ruralnim prostorima, izjednačiti kakvoću života u urbanim i ruralnim prostorima te omogućiti povratak stanovništva iz urbanih u ruralna područja.

Temelji ruralnoga razvitka

Ruralna su se područja našla u procjepu svjetskih trendova: val globalizacije je (kako pozitivno, tako i negativno!) zahvatio gotovo svako, pa i najmanje selo na svijetu, ali je donio i trendove zdravoga života, odmora izvan urbanih područja te povratka prirodi koji ih čine iznimno poželjnim. Nadalje, činjenici da svjetskim tržištima 'haraju' veliki igrači, hlabro se suprotstavljaju trendovi prodaje proizvoda u malim serijama ili individualiziranih usluga koje pružaju mala i srednja poduzeća. U tim se paradoksima krije potencijal za ruralni razvitak. Zašto bi jedno ruralno područje činjenicu da je malo moralo doživljavati kao svoj nedostatak? Upravo to može biti shvaćeno kao njihov poseban šarm i predstavljati komparacijsku prednost!

Prilike koje leže pred ruralnim područjima su u premošćivanju jazova izazvanih brzim promjenama u načinu života te popunjavanju praznina koje postoje na tržištu. Potrebno je među ruralnim stanovništvom osvijestiti koliku vrijednost imaju "nedirnuti okoliš, raznolikost prirodnih resursa, očuvana tradicija (od gastronomije, preko rukotvorina pa do načina života), prepoznatljivost proizvoda..." te u kojoj mjeri je, primjerice "organska poljoprivreda dugoročno isplativo ulaganje, a tržište zdravlja najbrže rastuće tržište na svjetskoj razini"¹³. Najveći potencijal trenutačno leži u uzgoju posebnih proizvoda poput bilja, voća i bobica, gdje potražnja nadilazi zalihe (što se tiče domaćega i inozemnoga tržišta). Isto je tako bitno naglasiti državnu potporu za organsku proizvodnju u iznosu od 3000 kn po hektaru, što je više nego u mnogim zemljama EU.¹⁴

¹³ SWOT analiza ruralnih područja izvedena na radionici «Ruralni razvitak», održana 1.7.2005. u SLAPu, Osijek

¹⁴ prijevod nacrtu «Strategije ruralnog razvitka Republike Hrvatske (2004.-2010.)», UN FAO i Ministarstvo poljoprivrede i šumarstva Republike Hrvatske, str. 38., Zagreb 2003. godine.

Prilike su svakako u razvitku organske poljoprivrede, ekoturizma, miru kojega nudi ruralna sredina, razvitku starih zanata, nadopuni ponude turističke zajednice, kombinaciji novoga i staroga, stvaranju clustera u proizvodnji, preradi i distribuciji zdrave hrane... Iz samo nekoliko ovako određenih prilika, razvidno je da ima dosta prostora za rast i razvitak ruralnih područja. No, bitno je upozoriti da se u projekt razvitka ne bi smjelo ući na temelju precijenjenoga potencijala otkrivenih mogućnosti. Brojni su primjeri u kojima se naglo željelo temeljiti ruralni razvitak na suvremenim (iako nedovoljno prihvaćenim) tehnologijama¹⁵ te su usljed nepripremljenosti onih koji su ih koristili doživljavali propast.

¹⁵ Međutim, postoje i zanimljivi primjeri uspješnoga oslanjanja na suvremenu tehnologiju. Jedna od takvih priča je i poduzetnički pothvat uzgoja zdrave hrane u okolici Zagreba s organiziranom prodajom i komunikacijom s kupcima putem Interneta, te prodaje smještajnih kapaciteta seoskog domaćinstva putem Interneta (<http://www.istra.com/agroturizam/cro/>), 16.02.2004.

SWOT ANALIZA RURALNIH PODRUČJA U HRVATSKOJ *

SKUPINA I

SNAGE (STRENGTHS)

- OČUVANI OKOLIŠ
- TRADICIJA (KULTURNA, POLJOPRIVREDNA, RUKOTVORINE, NAČIN ŽIVOTA, KUHINJA)
- KOMPARACIJSKI RESURSI (LOV, RIBOLOV, PROMATRANJE PTICA...)

SKUPINA II

- RAZNOLIKOST PRIRODNIH RESURSA
- TRADICIONALNA ZNANJA
- POSJEDOVANJE ALATKI I STROJEVA ZA RAD
- PREPOZNTLJIVOST PROIZVODA
- DOLAZAK ZAINTERESIRANOGA STANOVNIŠTVA IZ DRUGIH SREDINA
- ZAINTERESIRANOST STRANACA ZA RURALNA PODRUČJA

SLABOSTI (WEAKNESSES)

- LOŠA DOBNA STRUKTURA (65+)
- NIZAK PRIRODNI PRIRAST
- KONZERVATIVNO, ZATVORENO STANOVNIŠTVO
- NEDOSTATAK INFORMACIJA
- NEDOSTATAK TEHNIČKIH RESURSA
- NEDOSTATAK KVALIFICIRANOGA LJUDSKOG POTENCIJALA

- USITNJENOST POLJOPRIVREDNIH GOSPODARSTAVA
- NEPOSTOJANJE ZAJEDNIČKE UPORABE
- NEDOSTATAK OBRAZOVANJA
- NEDOSTATAK INFORMACIJA
- ZAKONI NE PRATE STVARNOST
- NEPOZNAVANJE MOGUĆNOSTI PLASMANA
- STRAH OD ZADUŽIVANJA (NEPOVOLJNI NAČINI KREDITIRANJA)
- NEDOVOLJNO PRAĆENJE LOKALNE ZAJEDNICE
- ZATVORENOST RURALNIH SREDINA ZA PRIDOŠLICE
- SLABA PROMETNA POVEZANOST (JAVNI PRIJEVOZ)
- NEPOZNAVANJE PRUŽANJA USLUGA IZ TURISTIČKIH DJELATNOSTI
- PATRIJARHALNOST

SKUPINA I**MOGUĆNOSTI
(OPPORTUNITIES)**

- NEISKORIŠTENI PRIRODNI I LJUDSKI RESURSI
- RAZVITAK EKOTURIZMA, EKO-POLJOPRIVREDE
- MIR
- TRADICIONALNA ARHITEKTURA, IZGLED SELA

SKUPINA II

- RAZVITAK RURALNOGA TURIZMA
- RAZVITAK STARIH ZANATA
- RAZVITAK ORGANSKE POLJOPRIVREDE
- STVARANJE JEDINSTVENE PONUDE
- OSNIVANJE ZADRUGA (UDRUŽIVANJE)
- OBRAZOVANJE NA NEKOLIKO RAZINA
- DOPUNA AKTIVNOSTI TURISTIČKIH ZAJEDNICA
- STVARANJE BRANDA
- DOBIVANJE BESPOVRATNE POMOĆI MINISTARSTVA
- PLASMAN SVOJIH PROIZVODA KROZ SEOSKO GOSPODARSTVO
- KOMBINACIJA NOVOGA I STAROGA
- KORIDOR 5C I AUTOKAMP BELI MANASTIR - BOLJA ORGANIZACIJA PROMETA

**PRIJETNJE
(THREATS)**

- LOŠA DOBNA STRUKTURA (65+)
- NIZAK PRIRODNI PRIRAST
- KONZERVATIVNO, ZATVORENO STANOVNIŠTVO
- NEDOSTATAK INFORMACIJA
- NEDOSTATAK TEHNIČKIH RESURSA
- NEDOSTATAK KVALIFICIRANOGA LJUDSKOG POTENCIJALA

- IZUMIRANJE (ODLJEV STANOVNIŠTVA)
- IZUMIRANJE/ZABORAVLJANJE STARIH ZNANJA
- GUBITAK IMOVINE
- NERAZMINIRANO ZEMLJIŠTE
- NEPRIHVATANJE I ODLAZAK ZAINTERESIRANIH
- ODLAZAK ZAINTERESIRANIH STRANACA ZBOG NEZADOVOLJAVAJUĆE USLUGE

**SNAGE
(STRENGTHS)**

- ORGANSKA PROIZVODNJA KAO SVJETSKI TREND
- OČUVANJE OKOLIŠA
- MOGUĆNOST PRIMJENE TRADICIONALNIH METODA I TEHNOLOGIJA
- MOGUĆNOST UPOŠLJAVANJA SVIH DOBNIH, SOCIJALNIH I OBRAZOVNIH RAZINA
- RURALNE SU SREDINE ČESTO POSEBNE PREMA ETIČKOM IZRAŽAJU => AFIRMIRANJE INTERKULTURALNOSTI
- (ORGANSKA) POLJOPRIVREDA JE TEMELJ GOSPODARSTVA OPĆENITO => DUGOROČNO NAJISPLATIVIJE ULAGANJE
- (ORGANSKA) POLJOPRIVREDA JE TEMELJ PROIZVODNJE TZV. ZDRAVE HRANE, A TRŽIŠTE ZDRAVLJA (U NAJŠIREM SMISLU) JE NAJBRŽE RASTUĆE TRŽIŠTE NA SVJETSKOJ RAZINI
- SLAVONIJA I BARANJA IMAJU IZVRSNE PRIRODNE PREDUVJETE ZA RAZVITAK PROIZVODNJE HRANE IZ ORGANSKOGA UZGOJA

**SLABOSTI
(WEAKNESSES)**

- NESPREMNOST (NEPRIPREMLJENOST) I POJEDINACA I ŠIRE ZAJEDNICE NA DUGOROČNE PROJEKTE
- KONVENCIONALNA POLJOPRIVREDA DONOSI KRATKOROČNO BOLJE PRINOSE
- U JAVNOSTI SE NEDOVOLJNO JASNO ISKAZUJU I PROMOVIRAJU PREDNOSTI ORGANSKE POLJOPRIVREDE
- NEMA ORGANIZIRANE DISTRIBUCIJE OSNOVNIH PROIZVODA IZ ORGANSKE POLJOPRIVREDE
- IZVOZIMO VISOKOKVALITETNE SIROVINE ORGANSKE POLJOPRIVREDE, A UVOZIMO VRLO SKUPE GOTOVE PROIZVODE SA ZAŠTIĆENIM MARKICAMA (BIO)
- NE POSTOJI OSMIŠLJEN PLAN I PROGRAM NA REGIONALNOJ RAZINI FINALIZACIJE PROIZVODNJE ORGANSKIH PROIZVODA
- ORGANSKA POLJOPRIVREDA «NE TRPI» EKSTENZIVNU PROIZVODNJU, PA ZA «VELIKE» NIJE ATRAKTIVNA, A «MALI» SU PRESLABI POJEDINAČNO PRIVESTI PROJEKT KRAJU...

* SWOT analizu sastavili su sudionici radionice na temu „Ruralni razvitak“, organizirane od strane Udruge poticanje održivosti udruge kroz neprofitno poduzetništvo

MOGUĆNOSTI
(OPPORTUNITIES)

- STVARANJE REGIONALNOGA BRANDA I CLUSTERA MALIH I SREDNJIH PODUZETNIKA U PROIZVODNJI, PRERADI I DISTRIBUCIJI TZV. ZDRAVE HRANE
- RJEŠAVANJE NEZAPOSLENOSTI
- DUGOROČNA PERSPEKTIVA RAZVITKA

PRIJETNJE
(THREATS)

- SKUPINA SE NIJE PISMENO IZJASNILA

SWOT ANALIZA RURALNIH PODRUČJA U HRVATSKOJ **

SNAGE (STRENGTHS)

- PRIRODNI UVJETI: KLIMA, PRIRODNE LJEPOTE
- TRADICIONALNE VJEŠTINE I PROIZVODI
- KAPACITETI ZA ORGANSKU PROIZVODNJU

SLABOSTI (WEAKNESSES)

- NIŽA KVALITETA ŽIVOTA U USPOREDBI S URBANIM PODRUČJIMA
- SLABA INFRASTRUKTURA (TJ. LOŠE CESTOVNE VEZE, SLAB NAPON ELEKTRIČNE ENERGIJE, LOŠIJE ZDRAVSTVENE USLUGE, LOŠ PRISTUP JAVNOM PRIJEVOZU)
- NEUČINKOVITO UPRAVLJANJE OTPADOM
- NEDOVOLJNO RAZVIJENI INFORMACIJSKI SUSTAVI
- VELIKI DIO RURALNIH PODRUČJA PREKRIVEN MINSKIM POLJIMA
- PREMALE I NEUČINKOVITE LOKALNE ADMINISTRATIVNE JEDINICE
- NEDOVOLJNO RAZVIJENE RURALNE FINANCIJE
- NERAZVIJENE PROFESIONALNE (SOCIJALIZIRANE) AGENCIJE KOJE BI PODRŽAVALE VLADINE INSTITUCIJE I IMPLEMENTIRALE POJEDINE MJERE
- NEDOSTATAK POD-REGIONALNIH CENTARA:
- POLJOPRIVREDNICI NISU DOBRO ORGANIZIRANI
- NIŽI RADNI POTENCIJAL U RURALNIMA U USPOREDBI S URBANIM REGIJAMA (VELIKI UDIO STARIJIH LJUDI, MALI UDIO EKONOMSKI AKTIVNE POPULACIJE, MALI UDIO ŽENA U POROĐAJNOJ DOBI)
- NISKI OBRAZOVNA RAZINA RURALNOGA STANOVNIŠTVA I LOŠA KVALITETA OBRAZOVANJA U RURALNIM PODRUČJIMA
- SPOR PROCES PRIVATIZACIJE (NPR. ZEMLJE, BIVŠIH AGROKOMBINATA, ITD)
- TRŽIŠTE ZEMLJE KOJE LOŠE FUNKCIONIRA
- ZEMLJIŠNI REGISTAR S NETOČNIM PODACIMA O DRŽAVNOM I PRIVATNOM ZEMLJIŠTU
- NEDOSTATAK POUZDANIH STATISTIČKIH PODATAKA O RURALNIM PODRUČJIMA

MOGUĆNOSTI (OPPORTUNITIES)

- . NOVI TRENDovi U TURISTIČKOJ POTRAŽNJI (NPR. KOMBINACIJA PRIRODE - TURIZMA - POLJO-PRIVREDE KOJA NE ZAGAĐUJE OKOLIŠ)
- . NOVA MREŽA AUTOCESTA U PROCESU GRADNJE
- . RURALNI STANOVNICI - KOJI PREFERIRAJU TRADICIONALNE VRIJEDNOSTI
- . BOLJA UPORABA POSTOJEĆIH SREDSTAVA
- . RAZVITAK RAZNOLIKIH SUSTAVA POLJOPRIVREDNE PROIZVODNJE (INTENZIVNE, ODRŽIVO EKOLOŠKE)
- . DOBRE MOGUĆNOSTI ZA RAZVITAK RURALNOGA I AGROTURIZMA (PODRUČJA S BOGATIM KULTURNIM NASLJEDEM I ZAŠTIĆENIM OKOLIŠEM)

PRIJETNJE (THREATS)

- SPOR PROCES POBOLJŠAVANJA UČINKOVITOSTI LOKALNE ADMINISTRACIJE
- SPOR NAPREDAK U POBOLJŠAVANJU RURALNE INFRASTRUKTURE
- SPOR PROGRES U RAZVITKU KONKURENTNIH TRŽIŠTA «RURALNIH» PROIZVODA

** SWOT analiza preuzeta iz Strategije ruralnog razvitka Republike Hrvatske (2004. - 2010.)

Iz predstavljenih SWOT analiza ruralnih područja, možemo primijetiti kako čak ni detaljne analize, u okviru strategije razvitka ruralnih područja RH, ne mogu nadomjestiti svjesnost lokalnih ljudi u svakodnevnom suživotu s ruralnim područjima. Sudionici radionice na temu Ruralni razvitak prepoznali su jakosti, ali i slabosti ruralnih područja koje prelaze granice analiza bilo kakvog stručnog tima analitičara koji ne mogu na isti način osjetiti sredinu sa svim svojim prednostima i nedostacima.

Zanimljiv je različit pristup svake skupine pri analizi ruralnih područja i prepoznavanja njihovih potencijala. Tako se jedna okrenula organskoj poljoprivredi (proizvodnji, preradi i distribuciji zdrave hrane), druga ruralnom turizmu i davanju novoga značaja starim zanatima, a treća, pak, vraćanju i osvješćivanju tradicije (u vidu kulture, arhitekture i načinu života uopće). Smatrali su da je bitno pronaći nešto što će na neki način vezati ljude za ruralna područja, osobito sada kada je prodaja potpuno iseljenih sela postala trend u Hrvatskoj.¹⁶ SWOT analize koje su pripremili predstavnici spomenutih udruga, izvrstan su primjer dobrog početka ispravnoga razmišljanja o kvalitetnom ruralnom razvitku.

Što se moglo naučiti iz različitih programa za poticanje ruralnoga razvitka¹⁷?

I na kraju, umjesto zaključka, prenosimo neka od iskustava (lessons learned) iz različitih inicijativa¹⁸ poticanja ruralnoga razvitka:

- o Procesi uključivanja građana u procese donošenja odluka dugotrajni su procesi i rezultate nije moguće očekivati odmah. Međutim, potrebno je uključiti sve strane u planiranje i provedbu aktivnosti, što daje prostora za izgradnju odnosa i razvijanje zajedničkih projekata.
- o Treba započeti s "malim" stvarima i "malim" rezultatima jer su oni realniji i brže ostvarivi. Vidljivi uspjesi daju poticaj svima i najbolja su motivacija za nove ciljeve.

¹⁶ Primjer pitoresknog sela Benčići u Istri s 35 kuća koje se kompletno prodaje za četiri milijuna eura. Većina mještana je napustila selo još prije 30-ak godina. (Fable, S.: „Prodaje se selo Benčići sa 35 kuća za četiri milijuna eura“, Jutarnji list, 22.04.2005.)

¹⁷ Osječko – baranjska županija trenutačno potiče razvitak gospodarstva kroz četrdeset različitih mjera poticaja za poljoprivrednu i prerađivačku djelatnost. (http://www.glas-slavonije.hr/rubrika.asp?rub=1&ID_VJESTI=47939)

¹⁸ <http://www.odraz.hr/stranice/tehpo.html>, http://www.zoe-centar.hr/o_nama.htm

- o Za bolju učinkovitost takvih inicijativa, potrebno je održavati transparentnost svih sastanaka i radionica jer će tek tako imati pozitivan utjecaj na sudjelovanje i kooperativnost uključenih.
- o Lokalna vlast treba uključivati poslovni sektor, udruge i inicijative građana u neposredno planiranje i provedbu aktivnosti ruralnoga razvitka.
- o Sama poljoprivreda ne može biti dovoljna za razvitak gospodarstva u ruralnim područjima, neophodan je razvitak novih industrija, djelatnosti i usluga.
- o Modeli poticanja poduzetništva koji funkcioniraju u urbanim područjima ne mogu se samo preslikati u ruralne sredine. Umjesto toga potreban je pristup koji uvažava različitosti i komparacijske prednosti ruralnih sredina.
- o Razvojna politika sela treba uključivati poticanje samoinicijative, znanja i ambicija stanovnika, pristup "odozdo prema gore", što znači unošenje kapitala, znanja, programa, uz uvažavanje lokalnih autohtonih potencijala.
- o Temeljni preduvjet za kvalitetnu provedbu svih planiranih projekata je i razvitak partnerstva, kako horizontalnih (među partnerima na lokalnoj razini), tako i vertikalnih (npr. povezivanjem lokalnih institucija s resornim ministarstvima). Upravo zbog toga razvitku partnerstva, kao i praćenju i prijenosu najnovijih svjetskih trendova na području rada s ruralnim zajednicama, posvećuje se posebna pozornost.
- o Ono što se najčešće smatra poticanjem poljoprivrede, poput raznih subvencija, zapravo je kontraproduktivno za poduzetništvo jer je dugoročno rješenje konkurentna, a ne subvencionirana poljoprivreda!

Dodatak #1: PRIMJERI POTICANJA RURALNOGA RAZVITKA

ZOE¹⁹

Kao primjer dobre procjene potencijala za ruralni razvitak, poslužit će projekt «Poticanje lokalnih inicijativa na temelju očuvanja tradicije i prirodnih resursa», u kojem je udruga ZOE napravila popis 100 seoskih domaćinstava u Lici, s pregledom ponude na kojoj se može temeljiti značajna temeljna ili dopunska gospodarska djelatnost tih domaćinstava, te tako doprinijeti razvitku turizma u regiji, a samim time – i razvitku same regije.

Proces usvajanja ove metode, zajedno s usvajanjem koncepta višesektorske suradnje, zahtijeva stanovito vrijeme, ali nakon toga postaje vrlo rado korišten «alat» i omogućava podizanje transparentnosti, podizanje sinergije i utječe na bolju povezanost svih uključenih dionika. Dragocjena su iskustva u procjeni konkurentnosti lokalne zajednice koja je Centar za održivi ruralni rast – ZOE prikupio radeći u Lici u nekoliko manjih općina.

Pri odabiru relevantnih (važnih) podataka, potrebno je znati što više o sljedećim kategorijama unutar lokalne zajednice:

- o odlike zajednice
- o demografski trendovi
- o fizička infrastruktura
- o raspoloživi prirodni resursi
- o lokalne geografske značajke
- o aktualne ekonomske aktivnosti i trendovi
- o popis poslovnih djelatnosti
- o poslovna kultura
- o tijek lokalnog razvitka i sposobnost upravljanja njime
- o lokalno vodstvo
- o kapaciteti lokalnih vlasti.
- o raspoloživi kadrovi, njihove kvalifikacije i sposobnosti
- o postojanje, vrste i kvaliteta lokalnih mogućnosti za različite oblike edukacije
- o raspoloživost financija

¹⁹ <http://www.zoe-centar.hr>

- o lokalno istraživanje i razvitak
- o ostali lokalni uvjeti koji utječu na poslovanje.

Osim toga, za stvaranje slike o potencijalima promatranih lokalnih zajednica, te njihovo pozicioniranje u odnosu na druge, jako su važne i informacije o resursima i aktivnostima susjednih ili drugih regionalnih, nacionalnih, ili međunarodnih zajednica. Za potpunu procjenu potencijala jedne zajednice neophodno je snimiti i detektirati sve prilike za ekonomski razvitak koje se otvaraju u svim sektorima – javnom, privatnom, ali i nevladinom.

MIKROKREDITNE INSTITUCIJE

U nerazvijenim područjima, mikropoduzeća mogu poslužiti kao začetnik razvitka. Budući da je financijski sektor tradicionalno skloniji kreditiranju većih poduzeća, nego nesigurnih «mikropočetak», ljudi u ruralnim područjima imaju manji pristup sredstvima financiranja te su slabije upoznati s radom banaka. U Hrvatskoj je 1996. godine, uz financijsku pomoć Američke agencije za međunarodni razvitak (USAID), počela s radom prva mikrokreditna institucija, a nakon toga su joj se pridružile još dvije. Djelovale su na područjima od posebne državne skrbi²⁰, koja su uglavnom bila uništena ratom, te su imale ulogu ublažavanja socijalnih i ekonomskih problema koji su se javljali na tim područjima²¹.

Dok se u svijetu pod mikrokreditima podrazumijevaju krediti od 1000-2500 dolara (najveći iznosi su do 5-10.000 dolara), u Hrvatskoj je situacija drukčija: visina kredita ide i do 50.000 eura, a najčešći su grupni krediti od oko 5000 eura. S približavanjem Hrvatske Europskoj uniji, pretpostavlja se da će mikrokreditne institucije postajati specijaliziranije, tj. orijentirati se prema određenim djelatnostima i segmentima (nišama), te biti prisiljene profilirati se kao davatelji specijaliziranih financijskih usluga.²²

S razvitkom financijske industrije u Hrvatskoj, mikrokreditne institucije će se obraćati onim segmentima čije potrebe formalni financijski sektor ne pokriva - za kreditima manjima od 8000 dolara, te klijentima s nedostatkom nekretnina kao jamstva kreditu.

²⁰ danas se koristi termin «područja od posebnog državnog interesa»

²¹ «SME Access to Finance in Croatia – Is There a Problem?», Porter Chilsen & Company, srpanj 2003. godine, izvještaj priređen za Američku agenciju za međunarodni razvoj (USAID)

²² «The Case Study of Croatia», Mario Švigir, Institut za međunarodne odnose objavljen u «Code of Best SME Finance Practices in South Eastern Europe», Center for Economic Development, 2001. (CIPE, Open Society Institute)

EKOCENTAR «ZLATNA GREDA»²³

Projekt Eko-centar «Zelena Greda», nastao je kao rezultat četverogodišnjega rada Ekološkog društva Zeleni Osijek na projektima edukacije učenika i lokalnoga stanovništva, razvitka ekoturizma na području Parka prirode Kopački rit i Baranje, poticanju civilnih inicijativa, zaštiti prirode, ekoturističkim posjetima području i promociji održivo-razvojnih rješenja. 2003. godine su od Hrvatskih šuma dobili na uporabu objekt bivše upravne zgrade pustare²⁴ Zlatna greda, te ga obnovili i stavili u funkciju ekocentra. Zbog obujma posla, u lipnju 2004. godine, osnovana je udruga Zlatna greda, koja je postala nositelj ovoga projekta. Ovaj projekt govori u prilog pristupu «odozdo prema gore» i teži da se rješenja ne moraju čekati samo s «viših instanci», već da su rješenja moguća ukoliko se kvalitetno mobiliziraju zainteresirane strane s terena.



Zlatna Greda

Zeleni su bivšu upravnu zgradu pustare pretvorili u eko-centar.

”

²³ Izvor www.zlatna-greda.org i istraživanje Sandre Uccellini, Zagrebačka škola za menadžment, studij turizma

²⁴ Pustara je pojam za ekonomsko-stambene cjeline koje su se prvi put pojavile sredinom 19. stoljeća i predstavljaju jedinstveni graditeljski kompleks u Hrvatskoj. Na pustarama su građeni najprije gospodarski objekti, a kasnije i stanovi za radnike. Pustare su danas vrijedni spomenici jer svjedoče o ranoj kapitalističkoj poljoprivredi i kulturi života i rada u njoj.

Dodatak #2: CHECK-LISTA ZA RAZVITAK RURALNOGA TURIZMA²⁵

U nastavku je lista koja može skupinama zainteresiranima za osmišljavanje lokalnih projekata razvitka poslužiti kao inicijalni podsjetnik pri analizi mogućnosti:

Tradicionalni oblici ruralnoga turizma²⁶ uključuju:

- o smještaj (hotel, B&B, hostel, samoposluživanje, kampiranje i sl.);
- o agroturizam (smještaj uz ponudu vlastitih proizvoda)
- o gastronomiju (u vidu različitih ugostiteljskih objekata - pubovi, restorani, kafići i sl.);
- o razgledavanje zanimljivosti i znamenitosti (na primjer: vinograda, vrtova, kuća, parkova, starih spomenika i dvoraca,...);
- o ponudu usmjerenu na neformalno uživanje (parkovi, putovi, staze za hodanje, jahanje ili vožnja biciklom)

Kako je turizam napredovao, pojavio se širok spektar drugih, novih mogućnosti za privlačenje zanimanja turista:

- o vanjska rekreacija (npr. golf ili jahanje)
- o tematske zanimljivosti (atrakcije) poput centara za uzgoj životinja, životinje u prirodnom staništu, farme, arboretumi, muzeji, parne željeznice...
- o lokalna hrana, piće, i ručni radovi koji se prodaju na ulazu u farme/ domaćinstva, tržnica, seoskih prodavaonica ili prodavaonica za turiste²⁷;
- o kušaonice tradicionalnih lokalnih domaćih specijaliteta (s prodajnim prostorom)
- o aktivnosti bazirane na lokalnom nasljeđu (npr. crkve ili prirodne znamenitosti, s očuvanom prirodom i parkovima)
- o ruralne kuće za odmor
- o tradicionalne ladanjske zabave s lovom i ribolovom, s rastućim brojem sudionika
- o aktivno sudjelovanje u životu lokalnoga seoskog stanovništva (obavljajući obveze tipičnoga seoskoga stanovništva: od obrade zemlje do ubiranja plodova²⁸...)
- o lokalne seoske svečanosti, festivali i zabave...

²⁵ http://www.ruraltourism.org.uk/index.php?s=2&p=rural_tourism

²⁶ HGK (2002.): U Hrvatskoj ima ukupno 177 registriranih agroturističkih domaćinstava, od čega ih je najviše, 68, u Istarskoj županiji. Slijede Dubrovačko-neretvanska županija s 39 registriranih domaćinstava, Zadarska s 15 i Zagrebačka s 13, dok ih je u ostalima manje od deset. Međutim, podaci Turističke zajednice Istarske županije govore o 126 gospodarstava koja se bave tom djelatnošću, od čega su 32 definirana kao »obiteljska poljoprivredna gospodarstva koja nude turističke proizvode i usluge«, a 94 kao »obiteljska gospodarstva koja pružaju usluge ruralnoga turizma«, od čega 78 nudi usluge smještaja, a 16 samo prehrane. (<http://www.novilist.hr/>)

²⁷ Zastupljenost autohtone kuhinje u hrvatskim hotelima iznosi 20 – 23%, a da bi se plasirala na tržište potrebno je osposobiti kadar, postaviti gastronomske standarde i stvoriti regionalno prepoznatljive brandove. (<http://www.hgk.hr/>)

²⁸ u Slavoniji bi jedna od takvih aktivnosti sudjelovanja gostiju bila vezana uz pečenje rakije, izrade domaćih pekmeza, kolača, sokova, mesnih prerađevina...