

ULOGA OBITELJSKIH PODUZEĆA U RAZVOJU LOKALNE ZAJEDNICE

Barbarić, Darija

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:594944>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-25**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni prijediplomski studij Poduzetništvo

Darija Barbarić

**ULOGA OBITELJSKIH PODUZEĆA U RAZVOJU LOKALNE
ZAJEDNICE**

Završni rad

Osijek, 2023. godine

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni prijediplomski studij Poduzetništvo

Darija Barbarić

**ULOGA OBITELJSKIH PODUZEĆA U RAZVOJU LOKALNE
ZAJEDNICE**

Završni rad

Kolegij: Obiteljsko poduzetništvo

JMBAG: 0010232847

e-mail: darijabarbaric848@gmail.com

Mentor: prof.dr.sc. Mirela Alpeza

Osijek, 2023. godine

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics and Business in Osijek
University Undergraduate Study Entrepreneurship

Darija Barbarić

**THE ROLE OF FAMILY BUSINESSES IN THE
DEVELOPMENT OF THE LOCAL COMMUNITY**

Final paper

Osijek, 2023

IZJAVA
O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI,
PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA,
SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA
I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je _____ završni
(navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*.
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. Izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Darija Barbarić

JMBAG: 0010232847

OIB: 20390909467

e-mail za kontakt: darijabarbaric848@gmail.com

Naziv studija: Preddiplomski smjer Poduzetništvo

Naslov rada: Uloga obiteljskih poduzeća u razvoju lokalne zajednice

Mentor/mentorica rada: Mirela Alpeza

U Osijeku, _____ 13.09.2023. _____ godine

Potpis Barbarić Darija

SAŽETAK

Obiteljsko poduzetništvo kao vlasnički oblik proizvodno-uslužne organizacije poslovanja važno je za cjelokupno gospodarstvo Republike Hrvatske. Oblici obiteljskog poduzeća su: obrti, zadruge, trgovačka društva, djelatnosti slobodnog zanimanja, a najpoznatiji oblik su obiteljsko poljoprivredna gospodarstva. Resursi obiteljskih poduzeća koriste se kao konkurentna snaga, a to su financijski resursi, ljudski potencijali, organizacijski resursi i resursi uvažnosti i dobrog glasa. Svi navedeni resursi pomažu boljem razvitku obiteljskog poduzetništva u Hrvatskoj. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo je kao što i sam naziv govori, gospodarstvo u kojem se poljoprivredom bave članovi obitelji. Djelatnosti OPG-a mogu biti primarne i dopunske. Primarna djelatnost je bavljenje poljoprivredom, a dopunske djelatnosti su sve djelatnosti koje su usko povezane s poljoprivredom. U Hrvatskoj u 2023. godini djeluje preko 160 000 obiteljsko poljoprivrednih gospodarstava, a za potrebe rada proveden je intervju sa jednim obiteljsko poljoprivrednim gospodarstvom iz Vukovarsko-srijemske županije. Intervju je potvrdio važnost poljoprivrede kao djelatnosti u lokalnoj zajednici i u nacionalnom gospodarstvu, te koliko je važno u nju ulagati.

Ključne riječi: obiteljsko poduzetništvo, resursi, obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo, poljoprivreda

ABSTRACT

Family entrepreneurship as a proprietary form of production-service business organization is important for the entire economy of the Republic of Croatia. Forms of family business are: trades, cooperatives, trading companies, self-employed activities, and the most common form are family farms. The resources of family businesses are used as a competitive strength, namely financial resources, human resources, organizational resources and resources of respectability and good reputation. All of the mentioned resources help the better development of family entrepreneurship in Croatia. A family farm is, as the name suggests, a farm where family members are engaged in farming. OPG's activities can be primary and supplementary. The primary activity is farming, and supplementary activities are all activities that are closely related to agriculture. There are currently over 160,000 family farms in Croatia, and for the purposes of the work, an interview was conducted with one family farm from the Vukovar-Srijem County. The interview confirms how important agriculture actually is in the local community and in the country itself, and how important it is to invest in it.

Keywords: family business, resources, family farm, agriculture

Sadržaj

| | |
|--|----|
| 1. UVOD | 1 |
| 2. CILJ I METODOLOGIJA RADA | 2 |
| 3. OBITELJSKO PODUZETNIŠTVO | 3 |
| 3.1. Što su obiteljska poduzeća i zašto su važna? | 4 |
| 3.2. Specifične karakteristike obiteljskih poduzeća | 7 |
| 3.3. Važnost obiteljskih poduzeća u razvoju lokalne zajednice i njihova društvena odgovornost..... | 8 |
| 4. OBITELJSKO POLJOPRIVREDNO GOSPODARSTVO | 10 |
| 4.1. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva u Hrvatskoj | 11 |
| 4.2. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva u Vukovarsko-srijemskoj županiji | 14 |
| 5. ANALIZA PRIMJERA OBITELJSKO POLJOPRIVREDNOG GOSPODARSTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ | 16 |
| 6. ZAKLJUČAK | 18 |
| LITERATURA..... | 19 |

1. UVOD

Poduzetništvo je proces stvaranja nečeg novog te traženje predanosti u obliku vremena i truda. Poduzetništvo ne mora nužno podrazumijevati gospodarsku aktivnost. Poduzetničke karakteristike se mogu pronaći i u društvenim područjima gdje osobe mogu biti poduzetne (kreativne, inovativne, odgovorne) i ne moraju biti dio nekog poduzeća.

Obiteljsko poduzetništvo još uvijek u Republici Hrvatskoj nije službeno definirano, ali u praksi je veoma često. Sama riječ obiteljsko u obiteljskom poduzetništvu govori da je obitelj kao zajednica najvažniji čimbenik u poslovanju. Obiteljsko poduzeće pokreće obitelj i obitelj kao zajednica (ili „glava“ obitelji) vode posao i odluke donose zajednički. U obiteljskom poduzeću jasno je definirano tko su zaposlenici i tko su vlasnici. Najčešće su zaposlenici članovi obitelji, ali mogu biti i ljudi koji nisu dio obitelji.

Završni rad podijeljen je u šest cjelina. Prve dvije cjeline čine uvod i cilj i metodologija rada, a posljednja cjelina je zaključak. Središnji dio rada sastoji se od poglavlja: obiteljsko poduzetništvo, obiteljska poljoprivredna gospodarstva i analiza primjera obiteljsko poljoprivrednog gospodarstva u Republici Hrvatskoj.

U poglavlju o obiteljskom poduzetništvu opisana je povijest nastanka obiteljskih poduzeća te njihov razvoj kroz povijest. Objašnjava se zašto su važna u gospodarstvu i koje su njihove specifične karakteristike. U posljednjem pod poglavlju objašnjava se njihova važnost u razvoju lokalne zajednice i njihova odgovornost u zajednici.

Sljedeće poglavlje pod nazivom „obiteljska poljoprivredna gospodarstva“ obuhvaća pojam obiteljsko poljoprivrednih gospodarstava i na koji način se oni mogu registrirati. U radu su opisani najvažniji OPG-ovi u Republici Hrvatskoj, posebice u Vukovarsko-srijemskoj županiji.

Posljednje poglavlje središnjeg dijela rada je analiza obiteljsko poljoprivrednog gospodarstva u Republici Hrvatskoj u kojem se analizira obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Duvnjak.

2. CILJ I METODOLOGIJA RADA

Cilj završnog rada je analizirati utjecaj obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava na lokalnu zajednicu i cijelu Hrvatsku.

U završnom radu korištene su metoda analize koja se koristila u poglavlju obiteljsko poduzetništvo gdje su se definirala i istražila obiteljska poduzeća, metoda klasifikacije koja počiva na razvrstavanju određenih pojmova i povijesna metoda koja se na bazi podataka upoznaje s događajima iz prošlosti (Biličić, 2005).

Uz metode analize i klasifikacije, korištena je metoda polustrukturiranog intervjua (Biličić, 2005). Polustrukturirani intervjui su fleksibilni jer se ne koriste set strogo formuliranih pitanja koja se konstantno ponavljaju tijekom svakog intervjua. Pitanja se unaprijed pripremaju, ali u formi tema za razgovor kako bi se više informacija dobilo od ispitanika. Ovakav oblik intervjua se preporuča jer se ispitaniku da dovoljno vremena da se spontano izrazi i da izrazi svoje mišljenje o nekoj temi (Halmi, 2005).

3. OBITELJSKO PODUZETNIŠTVO

Obiteljsko poduzetništvo je imovinski oblik proizvodne i uslužne organizacije poslovanja čiji nastanak je nemoguće ustanoviti i ne može se odrediti vremenski, ali pretpostavlja se da ima veliku i bogatu povijest (Kružić, 2004). Kroz povijest se poduzetništvo razvijalo u velikim kulturama i provodili su ga stari Arapi, Egipćani, Grci, Židovi, Rimljani, Feničani, itd., koji su kroz povijest poznati kao veliki trgovci i sposobne zanatlije. U srednjem vijeku kada se razvija zanatstvo, bankarstvo, pomorstvo, trgovina i poljoprivredu, dolazi i do pojavljivanja obiteljskih poduzeća koja su se prvobitno formirala unutar plemićkih obitelji (Bakotić i dr., 2016).

Obiteljska poduzeća zadržala su svoju dominaciju i za vrijeme trajanja prve industrijske revolucije koja je zagovarala društvenu podjelu rada i razvoj brojnih djelatnosti od strane obitelji (Bakotić i dr., 2016). Razvoj tehnoloških inovacija, proizvodnje i transporta koji su potaknuli drugu industrijsku revoluciju, doveo je do toga da se obiteljska poduzeća fokusiraju na djelatnosti iz kemijske i električne industrije, preradu nafte te djelatnosti proizvodnje hrane (Bakotić i dr., 2016). U tom su slučaju obiteljska poduzeća predstavljala jedini oblik vlasničke organizacije poslovanja sve dok se nisu pojavila dionička društva i dok se nije razvilo tržište kapitala. Daljnji razvoj tehnologija usmjerio je obiteljska poduzeća na telekomunikaciju i računarstvo i bez obzira koju vrstu djelatnosti obavljaju, uvijek moraju biti fokusirani na postizanje komparativne prednosti (Bakotić i dr., 2016).

Kružić navodi kako je obiteljsko poduzetništvo „...kreativna, inovativna i rizična aktivnost članova obitelji usmjerena na ulaganje i kombiniranje proizvodnih faktora kojom se nastoje ostvariti željeni ciljevi i ekonomski efekti za poduzeće i za obitelj“ (Kružić u Bakotić i dr., 2016: 62). Obiteljsko poduzetništvo, obiteljski biznis, odnosno obiteljsko poduzeće, zajedno predstavljaju pojmove koji opisuju uključenost obitelji u pokretanje poduzetničkog pothvata i u obavljanje određenih gospodarskih djelatnosti s ciljem ostvarivanja dobiti.

Obiteljsko se poduzetništvo manifestira u raznim poslovnim formama (obrti, zadruge, trgovačka društva, obiteljska poljoprivredna gospodarstva, djelatnosti slobodnih zanimanja). Prema Kuvačiću (1999) obiteljski biznis je svaki oblik poduzetništva u kojem su zaposlenici isključivo iz jedne obitelji i njihovi supružnici.

3.1. Što su obiteljska poduzeća i zašto su važna?

Prema definiciji Europske komisije¹ - obiteljsko poduzeće je poduzeće koje je u vlasništvu obitelji i u njegove aktivnosti uključen je jedan ili više članova obitelji. Većinu glasova unutar poduzeća ima osnivač poduzeća (ili osoba koja je kupila poduzeće), supruga osnivača, djeca ili članovi proširene obitelji (npr. roditelji osnivača) i najmanje jedan član obitelji je uključen u upravljanje i administriranje poduzeća. U slučaju da se radi o obiteljskom poduzeću koje se nalazi na burzi, kao uvjet se postavlja to da osnivač poduzeća ili član obitelji ima najmanje 25% glasačkih prava i najmanje jedan član obitelji je zastupljen u upravi ili nadzornom odboru.

Prema Dyeru, svako obiteljsko poslovanje s vremenom razvija i prerasta mogućnosti jedne obitelji, te dolazi do tog da postoje tri osnovna tipa obiteljskih poduzeća (Dyer u Bakotić i dr., 2016: 67):

1. **AKTIVNA OBITELJSKA PODUZEĆA**- vlasništvo poduzeća je u rukama članova obitelji i oni su uključeni u proces poslovanja te su zaposleni u poduzeću. Ovaj tip poduzeća često zapošljava i brojne radnike koji nisu članovi obitelji.
2. **OBITELJSKA PODUZEĆA S ODSUTNIM VLASNIKOM**- poduzeća koja su u vlasništvu i pod kontrolom od strane članova obitelji koji nisu zaposlenici poduzeća i ne upravljaju poslovanjem. Poduzeće vode zaposlenici koji nisu članovi obitelji u ime i za račun obitelji.
3. **LATENTNA (PRITAJENA) OBITELJSKA PODUZEĆA**- poduzeća u kojima je samo jedan član obitelji, najčešće vlasnik ili zakonski nasljednik, uključen u proces poslovanja ili vođenja poduzeća, u pravilu kao predsjednik uprave. Ostali članovi obitelji će se možda naknadno uključiti u obiteljski posao.

Shanker-Carey i Astrachan (1996) razgraničili su kriterije koji se koriste u definiranju obiteljskog poduzeća u tri grupe, odnosno tri pristupa gledanja: široka definicija, srednja i uska definicija obiteljskog poduzeća (Shanker-Carey, Astrachan, 1996). Ova klasifikacija ukazuje na izazovnost jednostavne kategorizacije obiteljskih poduzeća, zbog čega se primjenjuju različiti kriteriji koji su navedeni dalje u tekstu.

- a) **NAJŠIRA DEFINICIJA OBITELJSKOG PODUZEĆA**- obitelj raspolaže određenim stupnjem efektivne kontrole prilikom strateškog odlučivanja i želi poduzeće zadržati unutar obitelji. U ovom obliku obiteljskog poduzeća su članovi obitelji koji nisu

¹ https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/supporting-entrepreneurship/family-business_en, pristupljeno 11.09.2023.

konstantno unutar poduzeća, ali mogu utjecati na donošenje odluka. Navedeni kriteriji pokazuju da se u najširoj definiciji obiteljskog poduzeća nizak stupanj direktne obiteljske uključenosti.

- b) SREDNJA DEFINICIJA OBITELJSKOG PODUZEĆA- uključuje prije naveden kriterije u najširoj definiciji, uz dodatni zahtjev, a to je da osnivač poduzeća ili njegov nasljednik vode poduzeće. Za razliku od najšire definicije, ova definicija uključuje određeni stupanj obiteljske uključenosti uz mogućnost da ostali članovi obitelji i dalje imaju utjecaj na donošenje odluka.
- c) NAJUŽA DEFINICIJA OBITELJSKOG PODUZEĆA- obitelj je direktno uključena i angažirana u svakodnevnom vođenju poduzeća, a više članova obitelji uključeno je u menadžersku odgovornost u obiteljskom poduzeću.

Poduzeća imaju razne načine organiziranja poslovanja kao i specifične resurse koje obiteljska poduzeća korištenjem mogu pretvoriti u svoju konkurentsku snagu.

Prema Dollingeru (1995) resursi obiteljskih poduzeća su:

1. FINANCIJSKI RESURSI- članovi obitelji zajedno povezuju svoje financijske resurse kako bi realizirali nove projekte u obiteljskom poduzeću. Također, članovi se mogu odreći svojeg dijela dividende i pristati na niže stope povrata od tržišnih dividendi te omogućiti poduzeću reinvestiranje dobiti. Članovi obitelji mogu se pojavljivati kao jamci za kredit poduzeću i zajedničku imovinu mogu stavljati pod hipoteku i time mogu značajno doprinijeti povećanju mogućnosti zaduživanja obiteljskog poduzeća i povećanju mogućnosti financiranja njegovog rasta (Dollinger u Bakotić i dr., 2016: 72).
2. LJUDSKI POTENCIJALI- ljudski potencijali unutar obiteljskih poduzeća jako su važni kao i u svakoj drugoj organizaciji. U obiteljskim poduzećima postoji izrazita razlika u komunikaciji jer članovi obitelji koji su zaposleni unutar obiteljskog poduzeća imaju posebnu vrstu odnosa i povjerenja, nego što bi to imali u nekoj drugoj organizaciji gdje bi bili samo zaposlenici (Dollinger u Bakotić i dr., 2016: 72).
3. ORGANIZACIJSKI RESURSI- i obiteljski i poslovni podsustav nastoji unaprijediti i kontrolirati organizaciju i ponašanje članova obitelji unutar poduzeća. Obitelj koja je usmjerena na uspjeh i postignuća i čiji su članovi međusobno lojalni i vode brigu jedni o drugima, utječe na kreiranje organizacijske kulture poduzeća u kojoj se i zaposlenici koji nisu članovi obitelji osjećaju ugodno (Dollinger u Bakotić i dr., 2016: 72).

4. RESURSI UVAŽENOSTI I DOBROG GLASA- obiteljsko poduzeće povezuje ime i reputaciju obitelji i posjeduje visok stupanj povjerenja i pouzdanja (Dollinger u Bakotić i dr., 2016: 72).

Obiteljska poduzeća široko su zastupljena u svijetu, a neka od njih posluju već dugi niz godina, što prikazuju i podaci iz sljedeće tablice 1.

Tablica 1. Najstarija svjetska obiteljska poduzeća

| Redni broj | Naziv | Godina osnivanja | Država | Generacija |
|------------|-------------------------------|------------------|------------------|------------|
| 1. | Kongo Gumi Ltd (do 2006.) | 578. | Japan | 40-ta |
| 2. | Hoshi | 718. | Japan | 46-ta |
| 3. | Chateau de Goulaine | 1000. | Francuska | / |
| 4. | Barone Ricasoli | 1141. | Italija | / |
| 5. | Barovier & Toso | 1295. | Italija | 28-ta |
| 6. | Hotel Pilgrim Haus | 1304. | Njemačka | / |
| 7. | Richard de Bas | 1326. | Francuska | / |
| 8. | Torrini Firenze | 1369. | Italija | / |
| 9. | Antinori | 1385. | Italija | 26-ta |
| 10. | Camuffo | 1438. | Italija | 18-ta |
| 11. | Barronnie de Coussergues | 1495. | Francuska | 16-ta |
| 12. | Grazia Deruta | 1500. | Italija | / |
| 13. | Fabrica D'Armi Pietro Beretta | 1526. | Italija | 14-ta |
| 14. | John Brooke & Sons | 1541. | Velika Britanija | 15-ta |
| 15. | Codorniu | 1551. | Španjolska | / |

Izvor: Bakotić i dr., (2016). Obiteljsko poduzetništvo. Ekonomski fakultet u Mostaru

Obiteljska poduzeća u svijetu izrazito su važna i neka od njih postoje više stotina godina. U Tablici 1. vidi se kako je najstarije obiteljsko poduzeće nastalo 578. godine u Japanu i trenutno je 40-ta generacija koja vodi poduzeće.

3.2. Specifične karakteristike obiteljskih poduzeća

Kao izvorni oblik obiteljskog poslovanja pretpostavlja se takav oblik poduzetništva u kojem su radno angažirani isključivo članovi obitelji i njihova šira obitelj, što se može iskazati pomoću nekoliko karakteristika izvornog obiteljskog poduzeća (Bakotić i dr., 2016):

- a) U poslovanje su uključeni članovi uže obitelji, odnosno bračni par i njihova djeca koja nemaju svoju vlastitu obitelj (otac, majka, sin i kćer)
- b) U poslovanje je uključena šira obitelj, odnosno bračni par i uža obitelj njihove djece (otac-djed, svekar-punica, sin i nevjesta, kćer i zet, te unučad)
- c) U poslovanje su uključeni članove i uže i šire obitelji te prvi srodnici po ocu ili majci (nećaci ili nećakinje).

Svaka vrsta poslovne organizacije ima svoje prednosti i mane, pa tako imaju i obiteljska poduzeća. Bakotić i dr. (2016.) navode najčešće prednosti obiteljskih poduzeća:

- Obiteljsko zajedništvo i čuvanje onog što je zajedno stečeno
- Obitelj je spremna na većinsko odricanje u korist poduzeća
- Očuvanje ljudskosti radnog mjesta i briga za sve zaposlenike poduzeća
- Poduzeće se može fokusirati na dalju budućnost jer se u obitelji ostaje trajno
- Naglašavanje kvalitete poduzeća kako bi se sačuvala briga o vrijednostima kupca
- Pruža identitet i mogućnost motiviranja za članove obitelji i zaposlenike koji nisu članovi obitelji, u njihovoj predanosti za postizanje zajedničkih ciljeva
- Obitelj omogućava vođenje usmjereno dugoročnijim interesima
- Obitelj omogućava educiranje djece postojeće generacije članova razvijajući u njima filantropski osjećaj, uključivo razvijanje njihovog društvenog značaja i doprinosi izgradnji njihove uvažnosti
- Zajedništvo obitelji
- Razvoj pojedinačnih osobina obiteljskih članova.

Bakotić i dr. (2016) navode da su ograničenja obiteljskih poduzeća:

- Članovi obitelji istodobno izvršitelji obiteljskog posla, menadžeri u obiteljskom poduzeću i njegovi vlasnici, što često dovodi do neprofesionalnosti i improvizacije u poslu
- Povezanost članova u obiteljskom poduzeću nije bazirana na stručnim osobinama već krvnom srodstvu, zbog čega postoji mogućnost nedostatak znanja, vještina i iskustva

- Miješanje obiteljskih i poslovnih odluka, što može dovesti do poremećaja u upravljanju, teškoća u razgraničavanju dužnosti i odgovornosti pojedinih članova obitelji i čestoj pojavi nepotizma
- Nesuglasice između članova obitelji, obiteljske želje i očekivanja znaju dovesti do pada motivacije od strane pojedinih članova obitelji gdje se član obitelji odluči napustiti obiteljsko poslovanje
- Visoki rizik poslovanja za svakog člana obitelji. Postoji mogućnost bankrota poduzeća i bez financijskih sredstava može ostati cijela obitelj što povećava nemir i svakodnevni stres među članovima obitelji (Bakotić i dr., 2016: 91).

Kada se obiteljsko poduzeće nalazi u teškim trenucima, a naročito ako je uzrok tome poslovni neuspjeh, moguća je pojava nezadovoljstva članova obitelji, nesuglasica, razmirica, sukoba, pa čak i raspada obitelji. U slučaju stečaja, članovi obitelji ostaju bez zaposlenja i bez upravljačkih prava u društvu, ali najčešće i bez svoje imovine koja je uložena u poduzeće. Kako bi spriječili mogućnost lošeg poslovanja, obiteljska poduzeća prvo započnu kao malo poduzeće koje se fokusira na lokalnu zajednicu.

3.3. Važnost obiteljskih poduzeća u razvoju lokalne zajednice i njihova društvena odgovornost

Jedna od prednosti obiteljskih poduzeća već spomenuta u prethodnom poglavlju je odgovornost prema lokalnoj zajednici. Najbolji primjeri društveno odgovornog poslovanja su kad se poduzeća uključe u sufinanciranje projekata, humanitarne akcije, pomoć nezbrinutima i sl. Poduzeća kroz ovakve projekte unaprjeđuju živote ljudi i djece kojima je potrebna pomoć. Obiteljska poduzeća koja posluju u Hrvatskoj i koja se brinu o društveno odgovornom poslovanju su: Atlantic Grupa i Lidl.

Društvena odgovornost navedena je kao prednost obiteljskih poduzeća, a predstavlja dobro poslovanje poduzeća i dobar glas o poduzeću. *„Nekoliko je stvari zajedničko svim uspješnim primjerima dobre prakse u svijetu. Prva, i najvažnija, jest da mora postojati čvrsta odluka da se društvena odgovornost preuzme kao način ponašanja poduzeća u čitavom rasponu njegovog djelovanja. Ta odluka mora biti donesena od strane najvišeg vodstva poduzeća, te kao obvezujuća prenesena svima unutar nje. Ova praksa bi trebala biti integrirana u cjelokupno poslovanje, i postati, u neku ruku, «stanje duha», oblikujući pritom ponašanje poduzeća u odnosu na korporativno upravljanje, njegovo ponašanje na tržištu, prema zaposlenicima,*

prema okolišu, te prema društvenoj zajednici. Odluka o društvenoj odgovornosti najčešće se izražava i u izjavi o misiji konkretnog poduzeća.“ (odgovorno, 2015).

Društvena odgovornost se u Hrvatskoj najviše ističe u marketinške svrhe, bez želje za kreiranjem stvarne potrebe. Zbog toga se društveno odgovorno poslovanje promovira i ima za cilj kreirati promjene kako bi poduzeće vidjelo potrebu za poslovanjem koje će imati svrhu za društvo i okoliš. Glavna prednost poticanja društvene odgovornosti kroz donacije je ta da donacije umanjuju osnovicu za oporezivanje porezom na dobit. Poduzeća koja implementiraju DOP u svoje poslovanje najčešće imaju zadovoljnije zaposlenike, a što se u konačnici svakako odražava na motiviranost zaposlenika te na smanjenje fluktuacija zaposlenih (Vrdoljak Raguž, Hazovac, 2014).

Atlantic Grupa kao svoje temeljne vrijednosti navodi strast, rast, otvorenost i brigu. Glavni zadatak kod održivog razvoja je gospodarenje otpadom i poboljšanje energetske učinkovitosti. Postavili su ekološke otoke na trideset lokacija unutar sedam zemalja. Ekološki otoci sastoje se od kutija za razvrstavanje otpada u kojima se godišnje skupi oko 4.500 tona razvrstanog otpada. Atlantic Grupa zaštiti okoliša pristupa sustavno i ozbiljno i nastoji što više ulagati u nju te planiraju još ekoloških otoka izgraditi (Atlantic Grupa, n.d.).

Trgovine Lidl usmjerile su korporativnu održivost stalnom poboljšavanju društvenih i ekoloških standarda. Uz ekologiju, uključeni su u razne inicijative koje zagovaraju osiguravanje poštenih plaća i zaštitu okoliša diljem globalnih lanca opskrbe. Njihovi svi zaposlenici imaju jednake uvjete. Kako brinu o svojim zaposlenicima i ljudskim pravima općenito, zabranili su rad nedjeljom iz razloga što im se taj dan zaposlenici odmaraju i imaju slobodan dan kako bi proveli sa svojim obiteljima (Lidl, n.d.).

4. OBITELJSKO POLJOPRIVREDNO GOSPODARSTVO

Prema (Puljiz, 1994) poljoprivredno gospodarstvo je pravna ili fizička osoba, ili više fizičkih osoba koje obavljaju poljoprivredne djelatnosti, a mogu djelovati kao:

- Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo
- Obrt registriran za obavljanje poljoprivredne djelatnosti
- Trgovačko društvo ili zadruga registrirana za obavljanje poljoprivredne djelatnosti
- Druga pravna osoba.

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (OPG) je poduzeće u kojem punoljetni članovi obitelji obavljaju poljoprivrednu djelatnost, a u nekim slučajevima i dopunske djelatnosti u kojima koriste vlastite i tuđe resurse. Nositelj OPG-a može biti punoljetna osoba koja svakodnevno ili povremeno radi na gospodarstvu i odgovorna je za njegovo poslovanje. Članovi OPG-a su svi punoljetni članovi obitelji koji imaju prebivalište na istoj adresi, a stalno ili povremeno se bave radom u poduzeću (Zakon o OPG-u, 2023).

„Uvjeti za obavljanje gospodarske djelatnosti poljoprivrede i s njom povezanih dopunskih djelatnosti koje se obavljaju unutar obiteljsko poljoprivrednog gospodarstva definiraju se pomoću Zakona o obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima. Fizička osoba koja samostalno obavljan gospodarske djelatnosti vezane uz poljoprivredu odabire organizacijski oblik OPG-a, i ima ekonomsku veličinu gospodarstva od 3.000,00 eura i/ili koja je po osnovi obavljanja gospodarske djelatnosti poljoprivrede obveznik poreza na dohodak ili poreza na dobit sukladno posebnim propisima, mora se upisati u Upisnik obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava sukladno Zakonu o OPG-u“ (Zakon o OPG-u, 2023).

Razvojem poljoprivrede i tržišnog gospodarstva, poljoprivredna poduzeća postaju sve više tržišno orijentirana, a ne samo proizvodnji za svoje potrebe. Ovakav tip gospodarstva su i danas najčešće obiteljska jer iskorištavaju zemljište koje je u njihovom vlasništvu i iskorištavaju radni kapacitet članova obitelji, a njima upravlja jedan član obitelji. Cilj je postignut kada se radnu snagu može ekonomski iskoristiti na posjedu koje pripada obitelji te se time omogućava svim radno sposobnim članovima zaposlenje i dohodak (iusinfo.hr., 2022).

Djelatnosti obiteljsko poljoprivrednog gospodarstva mogu biti primarne i dopunske. Primarna djelatnost je bavljenje poljoprivredom, a dopunske djelatnosti su sve one djelatnosti koje su povezane s poljoprivredom, a glavni zadatak im je omogućavanje boljeg korištenja

poljoprivrednih kapaciteta i bolje korištenje rada zaposlenika OPG-a. Dopunske djelatnosti imaju veliki značaj koji se krije u tome što one imaju mogućnost pružiti ono što bi moglo imati pozitivnu posljedicu za dodatno ostvarenje zaposlenosti i povećanja dohotka u OPG-u (Zakon o OPG-u, 2023).

Vidas (2022), navodi kako postoje tri bitna konstitutivna elementa obiteljskog gospodarstva:

1. Domaćinstvo – obiteljska ili druga zajednica osoba koje zajedno stanuju i zajednički troše prihode za podmirenje osnovnih životnih potreba
2. Posjed/immovina – vlasništvo nad zemljištem i drugim sredstvima za proizvodnju
3. Gospodarstvo – proizvodna jedinica koja se na jednoj strani sastoji od posjeda i na drugoj strani od radne snage domaćinstva koja je angažirana u proizvodnji.

Dopunske djelatnosti koje se obavljaju unutar obiteljsko poljoprivrednih gospodarstava su: proizvodnja poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, proizvodnja neprehrambenih proizvoda i predmeta opće uporabe, pružanje ugostiteljskih, turističkih i ostalih usluga te pružanje ostalih sadržaja i aktivnosti (iusinfo.hr., 2022)

Obiteljska poljoprivredna gospodarstva mogu parirati na različitim natjecajima na kojima mogu ostvariti potpore namijenjene poboljšanju vlastitoga poslovanja, proširenju proizvodnje i kupovini novih strojeva, potpore za edukacije, potpore za osiguranje usjeva i životinja i slično. Ovakav tip natječaja vrlo je važan zato što potiče poduzetničku aktivnost te ju olakšava. U najširem smislu, potpore se ostvaruju na četiri razine: potpore Europske unije, potpora Republike Hrvatske, županijske potpore i potpore gradova i općina (Ministarstvo poljoprivrede, n.d.).

4.1. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva u Hrvatskoj

U Republici Hrvatskoj u 2023. godini ima registrirano 162.966 obiteljsko poljoprivrednih gospodarstava, a bave se gotovo svim granama ratarstva i stočarstva. Mogu se financirati samostalno ili pomoću poticaja. Ako se financiraju kroz poticaje, tu im najviše pomažu europski fondovi, odnosno Europska unija. OPG-ovi su strateški važni posebno u smislu očuvanja prirodnih poljoprivrednih resursa u zemlji²

² OPGOVI.hr (n.d.). *OPG-ovi Hrvatske*. Dostupno na: <https://www.opgovi.hr/> [pristupljeno: 19. lipnja 2023.].

Obiteljska gospodarstva su se u Republici Hrvatskoj pojavila kada se ukinuo feudalizam u 19. stoljeću, a nakon pojavljivanja obiteljskih gospodarstava prestale su raditi kućne zadruge te je stala individualizacija seljaštva (Župančić, n.d.). U vremenu nakon Drugog svjetskog rata osnivaju se seljačka gospodarstva koja su postavila temelj za kasnija obiteljsko poljoprivredna gospodarstva. (Župančić, n.d.) navodi kako se mogu razlučiti dva razdoblja razvoja obiteljskog gospodarstva. *„Prvo razdoblje obuhvaća stotinjak godina, od postanka obiteljskih gospodarstava do kraja Drugoga svjetskog rata, a to se poklapa s razdobljem tradicionalnog sela i agrarnim obilježjima globalnog društva. U sljedećem razdoblju ubrzana industrijalizacija, praćena brzom deagrariacijom i drugim modernizacijskim procesima, dovodi do radikalne preobrazbe cjelokupnog seoskog i poljoprivrednog ambijenta, kao integralnoga dijela modernizacijskih procesa i prijelaza iz agrarnog u industrijsko-urbani tip društva u Hrvatskoj.“* Obje faze prikazuju činjenicu da seljački posjed čini materijalnu podlogu seljačkog načina života, ali se razlikuju u stupnju vezanosti seljaka uz posjed, broju posjeda u selu, udjelu seljaštva u socioekonomskoj strukturi društva, značenju poljoprivrede u nacionalnom gospodarstvu, i njihovoj važnosti u gospodarskoj strukturi samog sela (Župančić, n.d.).

U Republici Hrvatskoj Obiteljska poljoprivredna gospodarstva nalaze se u svim županijama (Tablica 2).

Tablica 2. Broj obiteljsko poljoprivrednih gospodarstava u županijama Republike Hrvatske i broj stanovnika po županijama u 2021. godini

| ŽUPANIJA | OBITELJSKA POLJOPRIVREDNA GOSPODARSTVA | BROJ STANOVNIKA U ŽUPANIJAMA 2021. GODINE |
|------------------------|---|--|
| Zagrebačka | 13 455 | 299.983 |
| Splitsko-dalmatinska | 12 610 | 423.849 |
| Osječko-baranjska | 11 360 | 258.719 |
| Bjelovarsko-bilogorska | 10 581 | 102.205 |
| Koprivničko-križevačka | 9 385 | 101.358 |
| Sisačko-moslavačka | 8 405 | 140.131 |
| Krapinsko-zagorska | 7 890 | 120.670 |
| Dubrovačko-neretvanska | 7 791 | 115.714 |
| Zadarska | 7 662 | 160.085 |
| Varaždinska | 7 503 | 159.747 |
| Vukovarsko-srijemska | 6 673 | 143.678 |
| Brodsko-posavska | 6 440 | 130.844 |
| Virovitičko-podravska | 6 103 | 70.648 |
| Karlovačka | 5 944 | 112.357 |
| Istarska | 5 766 | 195.326 |
| Grad Zagreb | 5 182 | 768.054 |
| Šibensko-kninska | 4 880 | 96.722 |
| Požeško-slavonska | 4 686 | 64.384 |
| Ličko-senjska | 4 398 | 42.931 |
| Međimurska | 4 367 | 105.393 |
| Primorsko-goranska | 3 532 | 266.183 |

Izvori: OPGOVI, <https://www.opgovi.hr/> (pristupljeno: 3. rujna 2023), Državni zavod za statistiku, <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/stanovnistvo/popis-stanovnistva/> (pristupljeno: 3. rujna 2023)

Najveći broj obiteljsko poljoprivrednih gospodarstava nalazi se na području Zagrebačke županije i Grada Zagreba. Ovaj podatak nije nepoznanica jer se na području Zagreba i njegove okolice nalazi najveći broj stanovnika u Hrvatskoj. U samom gradu Zagrebu mali je broj

stanovnika koji imaju otvoreni OPG iz razloga što se većina ljudi odluči svoj OPG registrirati izvan grada u Zagrebačkoj županiji. Ako se u obzir ne uzme glavni grad, najveći broj OPG-ova nalazi se u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Splitsko-dalmatinska županija nalazi se u južnom dijelu Hrvatske koja ima povoljno klimu za mediteranske proizvode i proizvodnja poljoprivrednih proizvoda se prilagođava dalmatinskom tlu i klimi.

Croatia-hotspots internetska je stranica koja je vodeći medij za oglašavanje u turizmu. Postoji od 2011. godine i osim internetske stranice, postoji i 20 tiskanih izdanja. Na svojoj web stranici navode razna obiteljsko poljoprivredna gospodarstva koja u ponudi imaju raznovrsne aktivnosti i obilazak prirodnih ljepota u Republici Hrvatskoj. Posljednji takav primjer objavljen je na ljeto 2023. godine. Pag kao otok poznat je po paškoj čipki, paškom siru i paškoj janjetini. U malenom mjestu Kolan na Pagu, svake se godine tradicionalno organizira Fešta od sira. Na fešti se slavi simbol otoka Paga, paški sir, a Kolan je općina koja je svjetski priznata i prepoznaje se upravo po proizvodnji najboljeg paškog sira. Na fešti se promoviraju obiteljska gospodarstva koja proizvode sir po tradicionalnoj recepturi. Osim gastro ponude, predstavlja se i bogata kulturna i tradicionalna baština.³

4.2. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva u Vukovarsko-srijemskoj županiji

Obiteljska poljoprivredna gospodarstva u Vukovarsko-srijemskoj županiji su jako važna iz razloga što je u Slavoniji poljoprivreda primarna djelatnost. Iz Tablice 2 iz prethodnog poglavlja može se vidjeti kako je u Vukovarsko-srijemskoj županiji registrirano 6.673 OPG-a, čak 5.000 manje nego u susjednoj Osječko-baranjskoj županiji. U usporedbi s brojem stanovnika obje županije, u Vukovarsko-srijemskoj županiji svaki 21. stanovnik ima svoj OPG, a u Osječko-baranjskoj riječ je o svakom 23. stanovniku.

OPG-ovi u Vukovarsko-srijemskoj županiji nisu isključivo orijentirani na proizvodnju poljoprivrednih proizvoda već postoji puno OPG-ova koji su posebni po tome što se fokusiraju na turističku djelatnost, temeljem prirodnih ljepota u tom kraju. Prihod ostvaruju na način da otvaraju restorane u prirodi i na svježem zraku, uzgajaju životinje koje ljudi mogu hraniti i/ili igrati se s njima. OPG-ovi koji imaju svoje rančeve imaju niz zabavnih aktivnosti na posjedu,

³ Croatian hot spots (2023). *Uživajte u najpoznatijoj paškoj deliciji. Fešta od sira u Kolanu – fešta koja se ne propušta*. Dostupno na: <https://croatia-hotspots.com/2023/08/uzivajte-u-najpoznatijoj-paskoj-deliciji-festa-od-sira-u-kolanu-festa-koja-se-ne-propusta/> [pristupljeno: 6. rujna 2023.].

kao npr. igranje starih igara, radionice u tradicijskoj proizvodnji, do raznih zabavnih sadržaja (zipline, dječji adrenalinski parkovi, dječja igrališta).

Primjer ovakve vrste OPG-a je i gospodarstvo „Acin salaš“ koje se nalazi u Tordincima, selu u blizini Vinkovaca. Unutar gospodarstva nalazi se restoran koji je bogat domaćim jelima i pićima. Hrana se priprema na starinski, šokački način. Objekt sadrži obilježja starih salaša: ambare, čardake, đeram, krušne peći i sl. Uz bogatu gastronomsku ponudu, nudi se i smještaj u tradicionalno uređenim sobama. Na salašu se nalaze i sportski tereni te se može igrati nogomet, odbojka i tenis, što je odlično za obiteljska druženja. Djeca mogu iskusiti čari jahanja konja ili se mogu igrati na dječjem igralištu i velikom travnjaku.⁴

⁴ Acin salaš, (n.d.). *Acin salaš*. Dostupno na: <https://acinsalas.com/> [pristupljeno: 12. rujna 2023.]

5. ANALIZA PRIMJERA OBITELJSKO POLJOPRIVREDNOG GOSPODARSTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ

U svrhu istraživanja teme ovog završnog rada, proveden je intervju sa Stjepanom Duvnjakom, vlasnikom iz Obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva Duvnjak, temeljem unaprijed pripremljenog upitnika (Prilog).

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Duvnjak osnovano je 2013. godine i nalazi se u Bapskoj. Bapska je malo selo kraj grada Iloka i bogato je vinogradima. OPG Duvnjak nastalo je iz obiteljske tradicije i ljubavi prema vinogradarstvu te su na natjecanjima u ocjenjivanju vina Podunavlja i Slavonije osvajali srebrne i zlatne medalje. U 2022. godini, osvojili su priznanje u kojem im je VINO Graševina dobilo oznaku Vrhunsko vino.

Intervju je napravljen sa vlasnikom OPG-a Stjepanom Duvnjakom koji navodi da je OPG otvoren na lokaciji gdje se nalazi kuća njegove obitelji, gospodarski subjekti, te poljoprivredna mehanizacija i vinarija. Gospodarstvo se uz vinogradarstvo bavi i ratarstvom. Uzgajaju pšenicu, kukuruz, suncokret i pivarski ječam. Uz Stjepana Duvnjaka, OPG vodi i njegova supruga koja ja više zadužena za vinograd i vođenje administracije vezane uz gospodarstvo. Uz suprugu, i djeca pomažu u poslu kada imaju slobodnog vremena, u svakom djelu gospodarstva po potrebi. Svi zaposleni unutar OPG-a su članovi uže i šire obitelji, a Stjepan navodi kako je njegova supruga Katica ključan zaposlenik gospodarstva i da su njezine najbolje kvalitete ažurnost i dobra organizacija. Kupci ovog OPG-a su godinama isti kad je u pitanju ratarstvo, a višegodišnje kupce imaju i u vinariji. Uz preporuku višegodišnjih kupaca, dolaze i novi kupci po proizvode. Svoje proizvode smatra korisnima lokalnoj zajednici jer zadovoljavaju kriterij kvalitete odnosno, njihovi kupci su stalni i njihova ciljana skupina potrošača je zadovoljna kvalitetom proizvodna. Nemaju problem sa konkurencijom na području Slavonije i Baranje jer svoje proizvode prodaju stalnim ugovorenim kupcima. Razlikuju se od konkurencije prema kvaliteti, jer kao mali OPG kojem je poljoprivreda jedini izvor prihoda, nastoje da svi proizvodi koji izlaze na tržište budu visoke kvalitete. Lokalna zajednica im je važna, jer su malo mjesto, te da bi opstali i razvijali se kako oni tako i njihova zajednica, potrebno je da se svi udruže i pomažu jedni drugima i njihovom mjestu koliko god mogu. Izrazito se ponose svojim vinom koje se sa analize vraća kao kvalitetno vino, a kada su pogodni vremenski uvjeti, vino postane vrhunsko. Porast inflacije unutar gospodarstva teško utječe na njega iz razloga što su troškovi repromaterijala (sjeme, gnojivo) bili izrazito skupi, a sada su se još dogodile i vremenske nepogode koje će uzrokovati manje prinosa u određenim poljoprivrednim kulturama, te se ti

troškovi neće moći pokriti s manjim prinosom. U vinariji pokušavaju podići malo cijene kako bi i kupci i oni bili zadovoljni. Trenutni razvoj gospodarstva ovisi od toga kako će se završiti ova godina, odnosno kada se ovrše sve ratarstvene kulture i kada se obavi berba grožđa. Tek tada pri izračunu dobivenih prihoda i zadanih troškova moći će otprilike planirati nekakav daljnji razvoj. U ovom trenutku ne planiraju proširiti proizvodnju niti mijenjati oblik poslovanja, već planiraju raditi onoliko koliko budu u mogućnosti i koliko im zdravlje bude dopuštalo.

U ovom OPG-u, ako se osvrne na prednosti obiteljskih poduzeća, važna je obiteljska povezanost supružnika koji imaju veliku želju sačuvati ono što su zajedno stekli prije deset godina. Iako ne planiraju proširiti poduzeće, usmjereni su na dugi rok rada jer imaju svoje stalne kupce. Naglašavaju kvalitetu proizvoda kao glavni razlog zašto su njihovi kupci njima vjerni. Od ograničenja navedenih u trećem poglavlju, ističe se činjenica da su članovi obitelji izvršitelji i menadžeri obiteljskog posla što može dovesti do neprofesionalnosti na poslu.

OPG Duvnjak u bliskoj budućnosti ne planira proširiti svoju proizvodnju jer su trenutno vjerni samo svojim stalnim kupcima već žele raditi onako kako i sada rade. Ako planiraju ostati solventno poduzeće, trebali bi u daljoj budućnosti svoje poslovanje proširiti na veći dio kupaca kako bi više utjecali na svoju lokalnu zajednicu. Trenutno kao OPG koji proizvodi vino i ratarske proizvode, ne odvaja se previše od svoje konkurencije u Vukovarsko-srijemskoj županiji. Posebni su zbog svojih nagrada i priznanja koje dobivaju sve češće. OPG doprinosi lokalnoj zajednici tako što poboljšava gospodarsku situaciju unutar županije i pomaže pri razvijanju Slavonije, koja je u Hrvatskoj među nerazvijenim dijelovima te se svako dodatno ulaganje smatra velikim doprinosom.

6. ZAKLJUČAK

Obiteljska poljoprivredna gospodarstva najzastupljeniji su oblik obiteljskog biznisa u Republici Hrvatskoj. Broj od preko 160.000 OPG-ova prikazuje koliki utjecaj imaju na hrvatsko gospodarstvo. Financiraju se samostalno ili uz pomoć poticaja, a otkako je Hrvatska u Europskoj uniji, najviše se financiraju iz europskih fondova. Europski fondovi pomažu malim gospodarstvima da se bolje plasiraju na tržište i da unaprjeđuju svoju tehnologiju i svoje poljoprivredne aktivnosti.

Analiza Obiteljsko poljoprivrednog gospodarstva Duvnjak iz Bapske, ukazala je na važnost OPG-a unutar male lokalne zajednice. Intervjuom se pokazalo koliko je poljoprivreda nekoj obitelji bitna i kako im je ona jedini izvor prihoda. Nažalost, posao poljoprivrede ovisi o puno stvari na koje sam poljoprivrednik nekad ne može utjecati. Klimatske promjene i vremenske nepogode koje su se dogodile, upropastile su veliki broj poljoprivrednih kultura. Bavljenje poljoprivrednom predstavlja veliki rizik svakoj osobi koja ostvaruje prihod samo kroz poljoprivredu. Doprinos svih OPG-ova unutar Vukovarsko-srijemske županije je velik iz razloga što oni poboljšavaju gospodarstvo lokalne zajednice, ne samo svoje općine, već i svoje županije.

Navedeni primjeri govore koliko su zapravo obiteljska poduzeća, iako su mala, bitna za razvoj nekog gospodarstva i koliko ulaganje u njih može donijeti pozitivnih čimbenika unutar države. Ako bi se sve više poljoprivrednika odlučilo otvoriti obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo, gospodarstvo bi se lokalne zajednice znatno promijenilo. Trenutno su u mogućnosti kroz poticaje Europske unije otvoriti ili poboljšati već postojeće poduzeće i na taj način mogu pomoći svojoj lokalnoj zajednici.

LITERATURA

1. Acin salaš, (n.d.). *Acin salaš*. Dostupno na: <https://acinsalas.com/> [pristupljeno: 12. rujna 2023.]
2. Alpeza, M. (2012). *Transfer generacija u hrvatskim obiteljskim poduzećima*. Dostupno na: <https://www.poslovni.hr/hrvatska/transfer-generacija-u-hrvatskim-obiteljskim-poduzecima-222888> [pristupljeno: 18. lipnja 2023.].
3. Alpeza, M. (2013). *Značaj obiteljskih poduzeća za gospodarstvo*. Dostupno na: https://www.cepor.hr/FB_Forum_2013_Alpeza.pdf [pristupljeno: 7. rujna 2023.]
4. Alpeza, M., Peura, K., (2012). *Razvoj i održivost obiteljskih poduzeća u Hrvatskoj*. Dostupno na: https://www.cepor.hr/news/obiteljska-poduzeca/FB_policy%20brief_CEPOR.pdf [pristupljeno: 5. rujna 2023.]
5. Atlantic Grupa, (n.d.), *Zaštita okoliša*. Dostupno na: <https://www.atlanticgrupa.com/hr/odrzivost/zastita-okolisa/> [pristupljeno: 12. rujna 2023.]
6. Bakotić i dr. (2016). *Obiteljsko poduzetništvo*. Mostar: Ekonomski fakultet u Mostaru.
7. Biličić, M. (2005). *Metoda slučaja u znanosti i nastavi*. Znanstveni rad. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/6500> [pristupljeno: 12. rujna 2023.]
8. Bračić Ladika, A. (2016). *Što je OPG i kako ga otvoriti?*. Dostupno na: <https://plaviured.hr/sto-je-opg-i-kako-ga-otvoriti/> [pristupljeno: 17. lipnja 2023.].
9. Croatian hot spots (2023). *Uživajte u najpoznatijoj paškoj deliciji. Fešta od sira u Kolanu – fešta koja se ne propušta*. Dostupno na: <https://croatia-hotspots.com/2023/08/uzivajte-u-najpoznatijoj-paskoj-deliciji-festa-od-sira-u-kolanu-festa-koja-se-ne-propusta/> [pristupljeno: 6. rujna 2023.].
10. Dollinger, J. M. (1995). *Entrepreneurship, Strategies and Resources*. Richard D. Irwin & Austen Press
11. Državni zavod za statistiku (2022). *Popis stanovništva*. Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/stanovnistvo/popis-stanovnistva/> [pristupljeno: 5. rujna 2023.]
12. Halmi, A. (2005). *Kvalitativna istraživanja u primijenjenim društvenim znanostima*. Zagreb: Naklada Slap
13. Kružić, D. (2004). *Obiteljski biznis*. Zagreb: RRif-plus d.o.o.
14. Kuvačić, N., (1999.) *Počela poduzetništva*. Split.

15. Lidl, (n.d.). *Korporativno odgovorno poslovanje*. Dostupno na: <https://tvrтка.lidl.hr/odrzivost-u-lidlu/dobro-za-ljude/mjere/un-global-compact> [pristupljeno: 12. rujna 2023.]
16. Ministarstvo poljoprivrede (n.d.). *Pitanja i odgovori*. Dostupno na: <https://poljoprivreda.gov.hr/istaknute-teme/poljoprivreda-173/poljoprivredna-politika/obiteljska-poljoprivredna-gospodarstva/pitanja-i-odgovori/1322> [pristupljeno: 20. lipnja 2023.].
17. Odgovorno.hr. (2015). *Što je to društveno odgovorno poslovanje*. Dostupno na: <https://odgovorno.hr/sto-je-to-drustveno-odgovorno-poslovanje/> [pristupljeno: 19. lipnja 2023.].
18. OPGOVI.hr (n.d.). *OPG-ovi Hrvatske*. Dostupno na: <https://www.opgovi.hr/> [pristupljeno: 19. lipnja 2023.].
19. Puljiz, V., Župančić, M., (1994). *Obiteljska poljoprivredna gospodarstva hrvatske*. Znanstveni rad. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/177142> [pristupljeno: 12. rujna 2023.]
20. Vidas, I. (2022). *Obiteljska poljoprivredna gospodarstva (OPG) i radni odnosi*. Dostupno na: <https://www.iusinfo.hr/aktualno/u-sredistu/obiteljska-poljoprivredna-gospodarstva-opg-i-radni-odnosi-49071> [pristupljeno: 22. lipnja 2023.].
21. Zakon, (2023). *Zakon o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu*. Dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/1015/Zakon-o-obiteljskom-poljoprivrednom-gospodarstvu> [pristupljeno: 12. rujna 2023.]
22. Župančić, M. (n.d.). *Obiteljska poljoprivredna gospodarstva u Hrvatskoj*. Dostupno na: https://www.pilar.hr/wp-content/images/stories/dokumenti/zbornici/17/z_17_221.pdf [pristupljeno: 23. lipnja 2023.]

Pitanja za intervju

1. Jeste li OPG osnovali ili naslijedili?
2. Koliko dugo posluje Vaš OPG?
3. Gdje se nalazi sjedište Vašeg OPG-a? Zašto baš na toj lokaciji?
4. Što biste sve nabrojali od proizvoda ili usluga koje nudi Vaš OPG?
5. Tko su članovi obitelji koji su angažirani u Vašem OPG-u te koje su njihove dužnosti?
6. Jesu li sve osobe koje su zaposlene kod Vas isključivo članovi obitelji?
7. Koje su osobe Vaši ključni zaposlenici te nabrojite neke njihove kvalitete.
8. Koje osobe smatrate Vašim kupcima?
9. Smatrate li da su Vaši proizvodi korisni lokalnoj zajednici i njihovim potrošačima?
10. Kako se borite sa konkurencijom na području Slavonije i Baranje?
11. Što je ono što Vas razlikuje od konkurencije?
12. Postoje li unutar Vašeg poslovanja nekakvi rezultati s kojima ste posebno zadovoljni?
13. Kakva je Vaša interakcija sa lokalnom zajednicom te koliko Vam je ona važna?
14. Kako se nosite sa porastom inflacije?
15. Koji su Vaši planovi za budući razvoj te kako ga planirate financirati?
16. Planirate li proširiti svoju proizvodnju? Ako planirate, hoćete li i dalje ostati obiteljsko poduzeće?