

Obiteljsko poduzetništvo u Republici Hrvatskoj

Međimorec, Magdalena

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:166293>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-06**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



Sveučilišni centar Koprivnica

ODJEL: EKONOMIJA



**Sveučilište
Sjever**

Završni rad

**OBITELJSKO PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ
FAMILY ENTREPRENEURSHIP IN REPUBLIC OF CROATIA**

Student

Magdalena Međimorec, 1377/336

Mentor

doc. dr. sc. Igor Klopotan

Koprivnica, 2020.

Predgovor

Završni rad „Obiteljsko poduzetništvo u Republici Hrvatskoj“ nastao je kao rezultat promišljanja o poboljšanju poduzetničkih aktivnosti i poduzetničke klime u Republici Hrvatskoj. Zbog skupa različitih birokratskih i pravnih teškoća, obiteljsko poduzetništvo nije toliko rašireno u Hrvatskoj. Ovaj rad posvećen je svim obiteljskim poduzetnicima koji ustraju u svojem poslu.

Zahvaljujem svima koji su mi pomogli i olakšali pisanje ovoga završnog rada. Najprije, zahvaljujem svojem mentoru, dr. sc. Igoru Klopotanu, na stručnoj pomoći, sugestijama i podršci za vrijeme pisanja rada. Zahvaljujem svim profesorima na znanju koje su mi pružili te na prilikama za stjecanje novih vještina i kompetencija koje će mi pomoći u daljnjemu profesionalnom razvoju. Zahvaljujem i svojoj obitelji na strpljenju i svim oblicima potpore. Bez svih vas, moj uspjeh ne bi bio moguć. Hvala vam!

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za ekonomiju

STUDIJ preddiplomski stručni studij Poslovanje i menadžment

PRISTUPNIK Magdalena Međimorec

MATIČNI BROJ 1377/336

DATUM 08.09.2020.

KOLEGIJ Društveno odgovorno poslovanje

NASLOV RADA OBITELJSKO PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU FAMILY ENTREPRENEURSHIP IN REPUBLIC OF CROATIA

MENTOR doc.dr.sc. Igor Klopotan

ZVANJE docent

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. izv.prof.dr.sc. Ante Rončević, predsjednik
2. doc.dr.sc. Ana Globočnik Žunac, član
3. doc.dr.sc. Igor Klopotan, mentor, član
4. Ivana Martinčević, predavač, zamjenski član
- 5.

VŽ
K

MNI

Zadatak završnog rada

BROJ 215/PMM/2020

OPIS

Obiteljsko poduzetništvo specifičan je oblik malog poduzeća te se razlikuje po specifičnosti odnosa – u obitelji i poslovanju, ali i odnosa obiteljskog poduzetnika prema samome poduzeću. Obiteljsko je poljoprivredno gospodarstvo u okviru obiteljskog poduzetništva te se bavi primarno proizvodnjom izvornih, domaćih i tradicionalnih proizvoda. U završnom radu će se napraviti analiza i pregled važnosti obiteljskog poduzetništva u ukupnome gospodarstvu Republike Hrvatske, definirati ključne značajke obiteljskog poduzetništva i prikazati realno stanje u Republici Hrvatskoj s osvrtom na obiteljska poljoprivredna gospodarstva. Na kraju završnog rada potrebno je definirati odgovarajući zaključak temeljen na iznesenim stavovima i literaturi.

U radu će se:

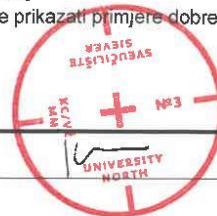
- (i) definirati pojam poduzetništvo i obiteljsko poduzetništvo
- (ii) napraviti pregled razvoja obiteljskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj
- (iii) prikupiti i analizirati podatke stanju obiteljskog poduzetništva u RH, te prikazati primjere dobre prakse
- (iv) definirati odgovarajući zaključak.

ZADATAK URUČEN

2/8/20

POTPIS MENTORA

SVEUČILIŠTE
SIEBER



Sažetak

U radu će biti prikazana podjela poduzetništva te malog i srednjeg poduzetništva, što dovodi do najužeg pojma koji je u fokusu rada – obiteljsko poduzetništvo. Obiteljsko poduzetništvo specifičan je oblik malog poduzeća te se razlikuje po specifičnosti odnosa – u obitelji i poslovanju, ali i odnosa obiteljskog poduzetnika prema samome poduzeću. Realno stanje obiteljskog poduzetništva prikazano je na primjeru Europske unije i Republike Hrvatske te su osnovnom usporedbom ukazane najveće prednosti, ali i nedostaci u obiteljskome poslovanju. Obiteljsko je poljoprivredno gospodarstvo u okviru obiteljskoga poduzetništva te se bavi primarno proizvodnjom izvornih, domaćih i tradicionalnih proizvoda. Tako se obiteljska poljoprivredna gospodarstva promatraju kroz aspekt unaprjeđenja gospodarstva i poljoprivrede Republike Hrvatske. Analiza stanja obiteljskih poljoprivrednih gospodarstva potkrijepljena je s dva uspješna primjera iz prakse – obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Brkanac“ te obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Moravec“. Svrha rada jest ukazati na važnost obiteljskoga poduzetništva u ukupnome gospodarstvu Republike Hrvatske. Cilj rada jest definirati ključne značajke obiteljskoga poduzetništva, prikazati realno stanje u Republici Hrvatskoj s osvrtom na obiteljska poljoprivredna gospodarstva.

Ključne riječi: *malo i srednje poduzetništvo, obiteljsko poduzetništvo u Europskoj uniji, obiteljsko poduzetništvo u Republici Hrvatskoj, obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo, gospodarstvo Hrvatske*

Summary

This paper will outlined the division of firms small and medium-sized enterprises, which leads to the narrowest concept that is the focus of work- family entrepreneurship. Family entrepreneurship is a specific form of small business and differs in the specifics of relationships- in the family and in business, but also in the relationship of the family entrepreneur to the enterprise itself. The family farm economy is part of the family business and is primarily engaged in the production of original, local and traditional products. That is how the family farms are viewed through the aspect of improving the economy and agriculture of the Republic of Croatia. The analysis of the situation on family farms is supported by two successful examples from practice - the family farm "Brkanac" and the family farm "Moravec". The purpose of the paper is to point out the

importance of family entrepreneurship in the overall economy of the Republic of Croatia. The aim of the paper is to define the key features of family entrepreneurship, to present the real situation in the Republic of Croatia with reference to family farms.

Keywords: *small and medium-sized enterprises, family entrepreneurship in the European Union, family entrepreneurship in the Republic of Croatia, family farming, Croatian economy*

Sadržaj

1. UVOD	1
2. PODUZETNIŠTVO.....	2
2.1. Poduzetnik	3
3. MALO I SREDNJE PODUZETNIŠTVO	5
3.1. Klasifikacija malog poduzeća	5
3.2. Specifični tipovi malog poduzetništva	6
4. OBITELJSKO PODUZETNIŠTVO	7
4.1. Karakteristike obiteljskih poduzeća	8
4.2. Prednosti i nedostaci obiteljskog vlasništva	9
4.3. Osnivanje obiteljskog poduzeća.....	10
4.4. Obiteljski odnosi u zajedničkom poslovanju	11
5. OBITELJSKO PODUZETNIŠTVO U EUROPSKOJ UNIJI	12
6. OBITELJSKO PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ	14
6.1. Nasljeđivanje obiteljskog poduzetništva	15
6.2. Pravna regulativa nasljeđivanja obiteljskog poduzetništva	15
7. OBITELJSKO POLJOPRIVREDNO GOSPODARSTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ	17
7.1. Karakteristike obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva	17
7.2. Osnivanje obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva	18
7.3. Zakon o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu.....	19
7.4. Socioekonomska struktura seljačkog domaćinstva	19
7.5. Potpore obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima.....	21
8. ANALIZA OBITELJSKOG PODUZETNIŠTVA NA PRIMJERIMA OBITELJSKIH POLJOPRIVREDNIH GOSPODARSTVA.....	23
9. ZAKLJUČAK.....	32
10. POPIS LITERATURE	34
11. POPIS ILUSTRACIJA.....	37

1. UVOD

Poduzetništvo je predmet dugogodišnjega izučavanja te je djelatnost s kojom je moguće susresti se svakodnevno. U namjeri da se stvori nešto novo, vlastita poduzeća počela su redom nastajati. Poduzetnik, kao glavni akter u stvaranju vlastitoga poduzeća, započeo je s namjerom kako bi bio drugačiji na tržištu, individualan, inovativan te s glavnom namjerom da ostvari profit. Mnogi su poduzetnici nastali upravo iz te namjere ili iz namjere stvaranja vlastitoga posla i prihoda ili ostvarivanjem još većeg prihoda nego što ga je do sad ostvarivao. Biti poduzetnik znači biti izložen riziku, a u današnje vrijeme to znači više nego ikada prije. Rizici s kojima se poduzetnici suočavaju primarno su ekonomske naravi (gospodarsko i političko nestabilno okruženje), ali i konkurencija na tržištu, problematika inovativnosti i kreativnosti te privlačenje kvalitetne radne snage.

Poduzetništvo se svojim razvitkom počelo širiti u različite pravce te je stoga dovelo do nastanka manjega, užeg pojma – malog i srednjeg poduzetništva. Brojne su prednosti stvaranja malog poduzeća, a najvažnije jest to što je ono vrlo fleksibilno na tržištu, što je danas iznimno važno s obzirom na konstantne promjene na istome. Mala i srednja poduzeća dijele se na specifične oblike, najčešće ovisno o vlasništvu. Obiteljsko poduzetništvo tako je uži pojam od malog i srednjeg poduzetništva te obuhvaća specifičnost odnosa unutar poslovanja (s obzirom na to da su svi zaposleni članovi obitelji) te odnosa vlasnika, zaposlenih prema poduzeću i vlasničkoj imovini.

Prvi dio rada usmjeren je na definiranje općih pojmova – poduzetništva i poduzetnika. Nadalje, drugo poglavlje definira pojam i nastanak srednjeg i malog poduzetništva. Treće poglavlje usmjereno je na obiteljsko poduzetništvo, što je predmet ovoga rada. Definiraju se opće karakteristike obiteljskog poduzetništva, prednosti i nedostaci s kojima se obiteljski poduzetnici suočavaju, proces osnivanja i obiteljski odnosi unutar obiteljskog poduzeća. Obiteljsko poduzetništvo potom se razrađuje u okviru Europske unije i Republike Hrvatske. Iduće poglavlje obuhvaća obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo unutar Republike Hrvatske – njegove karakteristike, proces osnivanja, *Zakon o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu* te socioekonomski aspekt. Analizom uspješnih primjera obiteljskih poljoprivrednih gospodarstva u Republici Hrvatskoj potvrđuje se teorijski dio rada.

2. PODUZETNIŠTVO

Poduzetništvo je doživjelo svoj nagli razvoj tijekom 90-ih godina prošloga stoljeća kao važan izvor novih poslova te novog bogatstva i novih karijera. Upravo su se tada i sve značajnije korporacije počele transformirati u poduzetničke integriranjem poduzetničkoga duha i karakteristika u samo poduzeće (Buble i Kružić, 2006). Poduzetništvo se definira kao proces stvaranja nečega novoga, pod pretpostavkom rizika i nagrada. Poduzetništvo uključuje stvaranje nečega novog, traži predanost u obliku potrebnog vremena i truda, donosi nagrade (u obliku neovisnosti) u obliku novca, profita, preuzima se potreban rizik (Tkalec, 2011).

Etimološki gledano, poduzetništvo predstavlja sposobnost pokretanja određene akcije, poduzimanja aktivnosti sa svrhom postizanja željenoga cilja, sve usmjeravajući na spremnost na borbu protiv prepreka, spremnost na neizvjesnost i rizik (Buble i Kružić, 2006). Ekonomska je doktrina podosta kasno prihvatila poduzetništvo kao pojam, posebnu ekonomsku funkciju i djelatnost. Sama riječ poduzetništvo (*entrepreneurship*) vuče korijene iz francuske riječi „entreprendre“ kojom se zapravo definirala osoba koja preuzima neki novi rizik (Buble i Kružić, 2006). Postoji široki spektar mogućih značenja poduzetništva, a neki od njih sljedeći su:

- posebne ekonomske funkcije kombiniranja proizvodnih faktora i uvećanja postojećih potencijala;
- kreativni proces i pretvaranje invencije u inovaciju;
- proces samozapošljavanja i započinjanja vlastitoga biznisa;
- nastojanje i razvoj malih poduzeća;
- vizionarske aktivnosti i unošenja kreativnih promjena koje imaju presudnu ulogu u transformaciji i obnovi društva;
- osnivanje poduzeća i funkcije vlasnika kapitala;
- specifično zanimanje;
- način materijaliziranja kreativnih proizvoda;
- preuzimanje poslovnog rizika;
- nalaženje i uporaba novih mogućnosti;
- jedna od uloga *managementa*;
- specifični oblik ponašanja (Buble i Kružić, 2006).

U sljedećem poglavlju bit će detaljnije razrađen pojam „poduzetnik“ koji se neizostavno veže uz poduzetništvo i njegov razvoj.

2.1. Poduzetnik

Poduzetnik u suvremeno doba predstavlja svojevrsan splet karakteristika, a to su duh, marljivost, ali i ideja. Do danas nema jedinstvene definicije poduzetnika jer se, s jedne strane, može definirati kao osoba koja stvara unosan posao ili jedinstven proizvod, upravlja resursima i preuzima rizik u svrhu kako bi postignuo profit, ali i kao osoba koja organizira, vodi te preuzima rizik poslovanja u stjecanju određene dobiti. S druge strane, može se promatrati kao poduzetnik kreator pa se onda može definirati i kao osoba koja procjenjuje glavni rizik stvaranja povećanog bogatstva pomoću pravljenja (stvaranja) glavnice, vremena i/ili karijere, uz obvezu namicanja proizvoda ili usluge (Buble i Kružić, 2006). Poduzetnika odlikuju određene vještine, različite od onih menadžerskih jer je i uloga poduzetnika različita od menadžera, a one se odnose na sljedeće kompetencije:

- a) koje će vještine zahtijevati od kandidata za menadžersko mjesto (jedno ili nekoliko) u svojoj organizaciji,
- b) pokazivanje kojih vještina će on kod svojeg (ili svojih) menadžera nadzirati i pratiti u njihovom radu s ljudima,
- c) kad je sazrelo vrijeme da se u njegovoj organizaciji provede organizacijska promjena koja se odnosi na rad s ljudima (npr. unapređenje sustava plaća i nagrađivanja, upravljanje radnim učinkom i sl.),
- d) što će zahtijevati od vanjskog konzultanta ako takvoga bude angažirao na projektiranju i implementaciji organizacijske promjene koje se odnose na rad s ljudima (Iveković, 2011).

Također, karakteristično je za poduzetnika da posjeduje sljedeće osobine:

- a) inovativnost;
- b) razumno preuzimanje rizika;
- c) samouvjerenost;
- d) uporan rad;
- e) postavljanje ciljeva i odgovornost (Buble i Kružić, 2006).

Vjerojatno najčešća definicija poduzetnika je ona koja poduzetnika poistovjećuje s osobom koja posjeduje vlastito poduzeće. Za druge poduzetništvo je puno više od posjedovanja

vlastitog poduzeća. Poduzetništvo se sastoji od stjecanja znanja i specijalnih vještina koje su potrebne da bi se to znanje primijenilo. Poduzetnici se razlikuju od ostalih ljudi zato što uživaju u promjenama. Poduzetničko djelovanje bazirano je na jedinstvenim informacijama koje poduzetnik koristi kako bi započeo posao kojim će stvoriti tržište i nakon toga podići prepreke kojima želi spriječiti ulazak drugih na to tržište. Pri tom primanje i obrada informacija čine osnovu prosudbe poduzetnika (Sedlan König, 2012).

3. MALO I SREDNJE PODUZETNIŠTVO

Pojam malog poduzeća (*engl. firm, business, company, enterprise*) mijenjao se tijekom godina pod različitim utjecajima i razvitkom, ali su svejedno ostala neka zajednička obilježja koje je vrijedno spomenuti (Buble i Kružić, 2006). Malo i srednje poduzetništvo definirala je Europske komisije – to su sva ona poduzeća koja imaju manje od 250 zaposlenih. Također, godišnji prihod je do 50 milijuna eura, odnosno u ukupnoj bilanci do 43 milijuna eura.¹ Najčešći kriterij za definiranje malog poduzeća jest broj zaposlenih. Prema tom kriteriju najveći broj zemalja definira mala poduzeća kao ona koja zapošljavaju do 50 radnika, pri čemu se često razlikuju vrlo mala (*mikro poduzeća*) koja zapošljavaju od 1 do 9 radnika i mala poduzeća koja zapošljavaju od 10 do 49 radnika (Buble i Kružić, 2006). U idućem poglavlju bit će razjašnjena klasifikacija malog poduzeća.

3.1. Klasifikacija malog poduzeća

Prilikom identificiranja različitih oblika malog poduzeća, postoje različiti pristupi od kojih se najviše koristi onaj koji diferencira mala poduzeća prema broju zaposlenih unutar samog poduzeća pa se stoga iz tog aspekta razlikuju dva tipa poduzeća:

- mikro poduzeće
- malo poduzeće (Buble i Kružić, 2006).

Mikro poduzeće definira se kao ono poduzeće koje zapošljava do 9 zaposlenika, dok se sva ostala poduzeća, koja zapošljavaju od 10 do 49 osoba, smatraju malim poduzećima. Drugi pristup podrazumijeva odnos koji se uspostavlja između većih i manjih poduzeća te razlikuje 5 tipa malih poduzeća nazvanih prema njihovim specifičnostima:

- „spužva“;
- „spremnik“;
- „amortizer“;
- „pluća“;
- „zupčanik“ (Buble i Kružić, 2006.).

„Spužva“ se zapravo definira prema svojoj osnovnoj funkciji pa se stoga svodi na neselektivno apsorpiranje radne snage i djeluje u stagnirajućim područjima privređivanja, u

¹ Službena stranica „Eurostat“, dostupno na: <https://ec.europa.eu> (9.1.2019.)

područjima koja su napustila industrijska poduzeća. „Spremnik“ neprekidno prihvaća radnu snagu, dok „amortizer“ amortizira oscilacije zaposlenosti i predstavlja kombinaciju funkcija prvog i drugog poduzeća. „Pluća“ obavljaju funkciju zadovoljavanja povećane potražnje proizvedeći dodatne količine proizvoda, dok poduzeća „zupčanik“ ima svoju bitnu funkciju u procesima restrukturiranja (Buble i Kružić, 2006). Malo gospodarstvo potiče privatno vlasništvo i poduzetničke sposobnosti, generira zapošljavanje i značajno pridonosi povećanju proizvodnje i izvoza. Stoga malo gospodarstvo treba uvažavati i određenim mjerama poticati daljnji razvitak (Bistričić et al., 2011). Postoje i specifični tipovi maloga poduzetništva koje je detaljnije definirano u idućem poglavlju.

3.2. Specifični tipovi malog poduzetništva

Novo poduzeće najčešće je u rukama svojeg (svojih) osnivača, koji najprije nastoje realizirati a potom održati i realizirati svoj pothvat. Promatrajući s aspekta poduzetnika-osnivača, moguće je tipove maloga poduzetništva promatrati prema različitim obilježjima:

- *prema spolu*: poduzetništvo muškaraca i poduzetništvo žena;
- *prema nacionalnosti*: poduzetništvo većine i poduzetništvo nacionalne manjine;
- *prema dobnoj zrelosti*: poduzetništvo dobno zrelih osoba i poduzetništvo mladih;
- *prema poduzetničkom iskustvu*: poduzetništvo u novoosnovanim poduzećima i poduzetništvo u etabliranim tvrtkama;
- *prema obiteljskoj angažiranosti*: neobiteljsko i obiteljsko poduzetništvo;
- *prema broju poduzetnika*: individualno i grupno (Buble i Kružić, 2006).

U idućem poglavlju definirano je obiteljsko poduzetništvo kao specifičan oblik malog poduzetništva.

4. OBITELJSKO PODUZETNIŠTVO

Obiteljski biznis (eng. *family business*) osobito je značajno područje malog poduzetništva (Udovičić, 2011). Bez obzira na to koristili se terminom obiteljski biznis, obiteljsko poduzeće ili obiteljsko društvo, nijedno od toga nije prepoznato u sistematizaciji trgovačkih društava koju koristi *Zakon o trgovačkim društvima* (skraćeno ZTD), niti je predmet drugoga zakona ili bilo kakve službene klasifikacije u okviru Republike Hrvatske. Obiteljsko društvo kao termin sam po sebi ne daje odgovor na pitanje o kojem se tipu društva radi niti otkriva što se krije pod obiteljskim dijelom tog termina (Braut Filipović, 2017). Budući da se svaki uspješan posao tijekom vremena razvija te vrlo često prerasta mogućnosti jedne obitelji, možemo govoriti o trima osnovnim tipovima obiteljskih poduzeća koji su prikazani u sljedećoj tablici.

Tablica 1. Osnovni tipovi obiteljskog poduzeća

TIP OBITELJSKOG PODUZEĆA	KARAKTERISTIKE
Aktivna obiteljska poduzeća	- karakterizira ih osobni nadzor nad poslovanjem koji provode članovi obitelji - takva poduzeća mogu zapošljavati i radnike koji nisu članovi obitelji
Obiteljska poduzeća s odsutnošću vlasnika	- poduzeća koja su u vlasništvu i pod kontrolom članova obitelji koji nisu zaposleni u poduzeću i ne upravljaju poslovanjem - poslovanje vode osobe koje nisu članovi obitelji, u ime i na račun obitelji
Latentna (pritajena) obiteljska poduzeća	- u njima je samo jedan član obitelji (najčešće vlasnik ili zakonski nasljednik) uključen u proces poslovanja ili vođenja poduzeća, kao vlasnik ili predsjednik poduzeća - svi ostali članovi obitelji trenutačno nisu uključeni u poslovanje, no možda će se u budućnosti uključiti

Izvor: prilagođeno prema Škrtić i Mikić, 2011.

Mala i srednja poduzeća potencijalni su izvori stvaralačke energije koja može pridonijeti dinamici hrvatskoga gospodarstva. Upravo malo i srednje poduzetništvo otvara većinu radnih mjesta. Prilagodljivost i sposobnost brzog odgovora na promjene gospodarskih prilika čini ga dragocjenim segmentom gospodarstva (Bistričić et al., 2011). Iako je relativno lako odrediti

značenje obiteljskog poduzetništva, budući da su im odrednice i obitelj i poduzetništvo, veoma je teško napraviti precizirano pojmovno određenje. Iz pojma „obiteljski“ i pojma „poduzetništvo“, moguće je zaključiti da obiteljsko poduzeće obuhvaća zajedništvo triju elemenata:

1. roda, krvnog srodstva odnosno rodbine (koji proizlaze iz odrednice obitelji),
2. vlasništva dijela kapitala poduzeća i
3. kontrole, kao mogućnosti utjecanja na donošenja odluka (koji proizlaze iz odrednice biznisa, odnosno poduzeća kao skupa upravljačkih i vlasničkih prava i obveza) (Buble i Kružić, 2006).

U obiteljskim poduzećima, gdje vlasništvo nije odvojeno od funkcije upravljanja, ne dolazi do agencijskih troškova pa stoga ne dolazi ni do klasičnog agencijskog problema u odnosu principal - menadžer jer vlasnici vode svoje poduzeće. Konvergencija interesa između vlasnika koji su članovi obitelji i istovremeno menadžeri obiteljskog poduzeća rezultira boljom poslovnom izvedbom poduzeća. Slabost te tvrdnje leži u tome da mnoga obiteljska poduzeća ne moraju biti u potpunom vlasništvu obitelji, već mogu imati i vlasnike udjela koji nisu članovi obitelji. Zato se vrlo često u empirijskim istraživanjima obiteljskih poduzeća definiraju obiteljska poduzeća samo kroz dimenziju privatnog vlasništva (Podrug i Burazin, 2011). U idućem poglavlju definirane su karakteristike obiteljskih poduzeća.

4.1. Karakteristike obiteljskih poduzeća

U literaturi koja se bavi obiteljskim poduzetništvom navode se iduće značajke obiteljskih društava: orijentiranost na dugoročno poslovanje i opstanak društva unatoč društvenim i tržišnim promjenama (*long-term orientation*). S time je povezana i spremnost članova na odricanje od cijele ili dijela dividende radi reinvestiranja u društvu (tzv. *patient capital*). U pravilu nije riječ o uvrštenim društvima, što znači da ne skupljaju kapital na burzi, nego su orijentirani na financiranje vlastitim kapitalom s tendencijom postizanja što veće neovisnosti o tuđem kapitalu i svakom obliku zaduživanja. Društvo je znatan izvor financija za obitelj, zapošljavanje članova obitelji u društvu često dovodi do nepotizma, izražen je rizik konflikta između članova obitelji koji može dovesti do prestanka ili podjele društva, kao i rizik konflikta između članova obitelji i ostalih članova društva (dioničara) i drugo. Pri tomu uvijek valja imati na umu da je svako obiteljsko društvo jedinstveno, baš kao i svaka obitelj, sa svojim obiteljskim

i korporativnim posebnostima. U tom smislu nema jedinstvene formule za obiteljsko društvo (Braut Filipović, 2017).

Naime, obiteljska društva imaju dodatnu dimenziju – emocionalnu povezanost i dinamiku obitelji koja stoji iza takvog društva. Kada se posao prenosi između generacija, ne prenosi se samo pravni i financijski položaj na nove članove, već i određeni sustav obiteljskih vrijednosti kao što su povjerenje, lojalnost, altruizam, pravednost i drugo, koje se često pretaču i u moto poslovanja društva. Očuvanje obiteljskih vrijednosti smatra se ključnim za poistovjećivanje novih članova društva s vizijom osnivača, što ima za svrhu očuvanje društva kroz više generacija (Braut Filipović, 2017). U idućem obradit će se prednosti i nedostaci obiteljskoga vlasništva.

4.2. Prednosti i nedostaci obiteljskog vlasništva

Prednosti obiteljskog poduzetništva mnogobrojne su, no među najvažnijima ističu se:

- obiteljsko poduzetništvo predstavlja biznis koji je najjednostavniji, najučinkovitiji te najjeftiniji način samozapošljavanja budući da je dostupan svim slojevima pučanstva, iz čega zatim proizlazi da se obiteljskim poduzetništvom može baviti svaka obitelj;
- obiteljsko poduzetništvo stvara tradiciju čime pridonosi većoj povezanosti i uzajamnom povjerenju članova obitelji;
- obiteljsko poduzetništvo ujedno pridonosi zdravom natjecateljskom okruženju, stvara ugodnu radnu atmosferu te pridonosi poboljšanom radnom entuzijazmu unutar radne okoline;
- obiteljsko poduzetništvo predstavlja relativno niska ulaganja te niže troškove vezane uz stalna sredstva, kao i manje troškove zaposlenika;
- obiteljsko poduzetništvo omogućava veliku transparentnost pri poslovanju; predstavlja učinkovitiju i jednostavniju organizaciju;
- raspored pojedinaca uz adekvatna radna mjesta te zarađeni novac ostaje unutar obitelji, što nadalje omogućava ulaganje u obiteljski posao i širenje biznisa;
- u zdravim ekonomskim uvjetima svaka država ima osobit interes poticanja i potpore obiteljskog poduzetništva putem poreznih olakšica te povoljnijih zajmova budući da svako novo obiteljsko poduzetništvo pozitivno djeluje na okolinu u cjelini te omogućava razvitak mikro-okoline, kao i sanaciju određenih makroekonomskih problema u nekoj zemlji (Udovičić, 2011).

Od glavnih nedostataka ističu se:

- visoka rizičnost pothvata obiteljskog biznisa, uz istodobno nizak stupanj državne skrbi za njegovu sudbinu; nemogućnosti pri samofinanciranju razvoja, kao i tekućeg poslovanja te korištenja različitih pogodnosti ekonomije obujma;
- visoki stupanj konkurencije na ciljnom tržištu koji iziskuje ulaganje u inovacije ili prilagođavanje nižim cijenama na tržištu;
- nemogućnost utjecaja na vanjske čimbenike koji se odnose na vladinu politiku, poreze, poslovnu legislativu, poduzetničku infrastrukturu i ostalo;
- mogući konflikti među članovima obitelji, nemogućnost objektivnosti te ravnopravnog tretmana svih sudionika obiteljskog biznisa, negativne posljedice nepotizma, manji stupanj osobne odgovornosti;
- mogućnost velikih poslovnih pogrešaka koje je u malom poduzetništvu iznimno teško ispraviti;
- izražena težnja za poslovnom sigurnošću te se time umanjuje ulazak u rizičnije poslovanje koje može voditi razvitku biznisa (Udovičić, 2011).

U idućem poglavlju definirat će se značajke osnivanja obiteljskog poduzeća.

4.3. Osnivanje obiteljskog poduzeća

Pri svakom obiteljskom poslovanju u prvom se planu ističu njegovi osnivači, utemeljitelji poduzeća, koji će najvjerojatnije u budućnosti to poduzeće prenijeti na svoje nasljednike. U literaturi se ističu dvije temeljne motivacije za ulazak u svijet poduzetništva:

- prva počiva na želji da se postane vlasnikom vlastite tvrtke i prestane biti zaposlenikom drugoga te želji za neovisnošću i samostalnošću;
- druga počiva na poduzetnikovoj želji da iskoristi ekonomsku stvarnost promjena i povoljnih poslovnih prilika te stekne bogatstvo za sebe i svoju obitelj (Filipašić, 2018).

Postoje mnoge situacije koje mogu neku poduzetnički kompatibilnu obitelj potaknuti na donošenje odluke o pokretanju vlastitog posla, a neke od njih su:

- obitelj prepoznaje poželjnost poduzetničkog izazova i jednoglasno se dogovori o ulasku u novi poduzetnički pothvat,
- neki od članova obitelji ostanu bez stalnog izvora prihoda,

- neki članovi obitelji steknu znanja koja im omogućavaju otvaranje nekog biznisa,
- jedan ili više članova obitelji steknu veću količinu novca ili naslijede već uhodani biznis,
- jedan član obitelji sam uspije pa onda animira i ostale članove obitelji da mu se pridruže,
- ženidbom ili udajom dođu članovi iz poduzetničkih obitelji pa animiraju ostale na pokretanje vlastitog posla (Filipašić, 2018).

4.4. Obiteljski odnosi u zajedničkom poslovanju

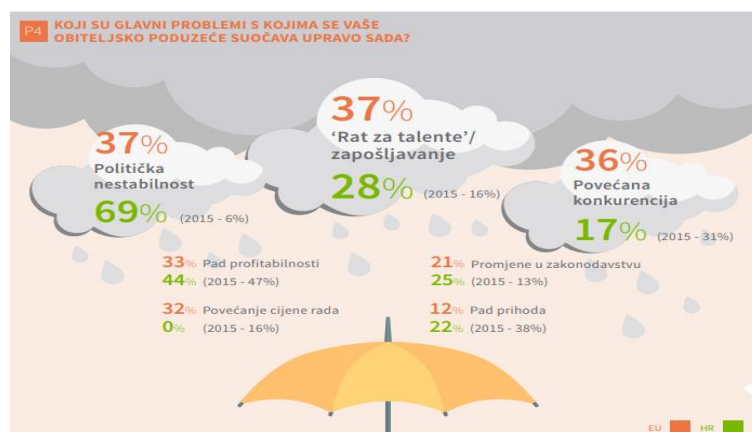
Kada se govori o obiteljskom poduzeću, tada se misli na oblik poduzetništva koji nastaje preklapanjem triju podsustava: posla, obitelji i vlasništva, gdje su prva dva s izričito različitom internom logikom. Priroda posla potpuno je u suprotnosti prirodi obitelji – obitelji su vođene emocijom, posao objektivnošću i realnošću; obitelji su zaštitnički orijentirane prema svojim članovima, posao znatno manje; obitelji se iskonski odupiru promjenama, posao bez toga ne može. Veliki broj obiteljskih tvrtki ima problem s razdvajanjem tih dvaju sustava, no taj postupak neophodan je ako želite da vaš posao napreduje, raste i razvija se (Filipašić, 2018). Obitelji koje su vlasnici poduzeća u velikoj se mjeri identificiraju s poduzećem jer znaju da je njihova sudbina vezana za poduzeće i da njihova egzistencija ovisi o poduzeću. Stoga mnoga obiteljska poduzeća imaju dugoročne strategije koje generacije vlasnika nastoje slijediti (Burazin i Podrug, 2011). Radikalne, riskantne strategije s vrlo promjenjivim matricama rashoda uslijed visokoga rasta vrijednosti poduzeća pri uspjehu ili egzistencijski prijetećim posljedicama pri neuspjehu poduzeća najčešće se izbjegavaju (Burazin i Podrug, 2011).

5. OBITELJSKO PODUZETNIŠTVO U EUROPSKOJ UNIJI

Prema definiciji Europske unije (u daljnjem nastavku teksta EU), obiteljsko poduzeće jest poduzeće u kojem većinu prava odlučivanja ima osnivač ili osoba koja je kupila poduzeće i najbliži srodnici, u upravljanje poduzećem uključena je najmanje jedna osoba iz obitelji te, u slučaju dioničkih društava, osnivač/vlasnik dijela poduzeća sa srodnicima i nasljednicima posjeduje najmanje 25 % prava odlučivanja.² U zemljama EU vladine politike na različit način prepoznaju specifičnost obiteljskih poduzeća te njihov društveni i ekonomski značaj. U nekim od promatranih zemalja u okviru *Family Business Monitor* istraživanja vlade podupiru razvoj obiteljskih poduzeća kroz pojednostavljene procedure te smanjenje poreza na nasljedstvo i poklone u obliku poslovne imovine. Švedska je 2005. godine u potpunosti ukinula porez na nasljeđivanje koji pogađa obiteljska poduzeća. U polovici promatranih zemalja porez na nasljeđivanje veći je od 25 %, a najviši je u Španjolskoj (81,6 % standardnog poreza na nasljeđivanje koji je smanjen na 40 % za djecu, supružnike i roditelje).³

Peto izdanje *Europskog barometra obiteljskih poduzeća* omogućilo je uvid u realno stanje obiteljskih poduzeća na području Europske unije i Republike Hrvatske u 2016. godini. Prema prethodno navedenom istraživanju, *Zajednica europskih obiteljskih poduzeća* i dalje ima pozitivan stav o budućnosti, čak 72 % europskih ispitanika kaže da se osjeća sigurno ili vrlo sigurno u svoje gospodarske izglede u narednih 12 mjeseci (kroz 2017. godinu). Najveći problemi s kojima se suočavaju europska i hrvatska poduzetništva prikazana su sljedećom slikom (EOP i KMPG, 2016).

Slika 1. Najveći problemi europskih i hrvatskih obiteljskih poduzeća 2016. godine



²Centar za obiteljska poduzeća i prijenos poslovanja, dostupno na: <http://www.cepor.hr> (15.1.2019.)

³ Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, dostupno na: <http://www.cepor.hr> (15.1.2019.)

Izvor: EOP i KMPG (2016.): Europski barometar obiteljskih poduzeća - peto izdanje

Obiteljske kompanije pokazuju održivi rast i pozitivne rezultate. Nakon što je povećanje prihoda imalo značajnu ulogu 2016. godine, 54 % ispitanih europskih kompanija navodi da je njihov prihod porastao, za razliku od samo 42 % hrvatskih (2015. 66 %). Da im je prihod ostao isti navelo je 30 % europskih, odnosno 50 % hrvatskih (2015. 28 %). 16 % europskih i samo 8 % hrvatskih kompanija (2015. 6 %) navodi da im je prihod pao. Najviše prioritete europska i hrvatska obiteljska poduzeća pridaju profitabilnosti, prihodu i inovacijama (EOP i KMPG, 2016).

6. OBITELJSKO PODUZETNIŠTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ

Pojam obiteljskog poduzeća u Hrvatskoj nije službeno definiran, što onemogućuje identifikaciju, praćenje razvoja i projekciju utjecaja obiteljskih poduzeća na gospodarstvo Hrvatske. Trenutna statistička praćenja ekonomske djelatnosti u Hrvatskoj (*Državni zavod za statistiku*, FINA) ne omogućuju razlikovanje obiteljskih poduzeća od drugih pravnih oblika ekonomskog djelovanja. Postojeći zakonodavni okvir koji regulira poslovne subjekte, također, ne sadrži definiciju obiteljskog poduzeća (<http://www.cepor.hr>). Zakonodavni okvir u Hrvatskoj prepoznaje obiteljska poduzeća u poljoprivrednoj i ugostiteljskoj djelatnosti i obrtništvu kao jedan od mogućih pravnih oblika ekonomske djelatnosti u tim sektorima. Niti jedan od općih zakona kojima su definirani oblici ekonomskih djelatnosti ne spominje koncept obiteljskih poduzeća. U prošlosti, obrt je gotovo uvijek bio obiteljsko poduzeće koje se nasljeđivalo s „koljena na koljeno“. Danas obrt predstavlja pravni okvir koji se u različitim aspektima razlikuje od drugih pravnih oblika (npr. društva s ograničenom odgovornošću), kao što su razina osobne odgovornosti, plaćanje poreza i dr. (<http://www.cepor.hr>).

Pretpostavlja se da 50 % zaposlenih u Hrvatskoj radi u obiteljskim poduzećima, da su većina mikro i malih poduzeća u Hrvatskoj obiteljska te da su u vlasništvu prve generacije poduzetnika koja u isto vrijeme i upravlja poduzećem. U Hrvatskoj postoje primjeri velikih poduzeća koja funkcioniraju kao obiteljska poduzeća – i u smislu strukture vlasništva i u smislu upravljanja poslovnim procesima te uključenosti obitelji vlasnika u donošenje strateških odluka u poduzeću. Neka od najuspješnijih poduzeća u Hrvatskoj u posttranzicijskom razdoblju pokrenuta su kao obiteljska poduzeća. *Centar za obiteljska poduzeća Sveučilišta St. Gallen* iz Švicarske publicira listu 500 najvećih obiteljskih poduzeća na svijetu (*Global Family Business Index*) na koju je uvrštena i jedna hrvatska tvrtka: *Agrokor d.d.*, u većinskom vlasništvu obitelji Todorčić (271. mjesto na rang listi objavljenoj u svibnju 2015. godine) (<http://www.cepor.hr>).

Pitanje generacijskog transfera vlasništva i upravljanja u obiteljskim poduzećima u Hrvatskoj još je uvijek tema o kojoj se malo ili gotovo uopće ne govori. U Hrvatskoj ima malo primjera dobre prakse uspješnih transfera, nedovoljno poznajemo kako se s tim problemima nose poduzeća u tranzicijskim zemljama u okruženju, a prisutan je i nedostatak edukativnih programa i stručnjaka koji bi facilitirali ovaj proces (<http://www.cepor.hr>).

6.1. Nasljeđivanje obiteljskog poduzetništva

Najčešće se prijenos poslovanja u obiteljskim poduzećima na članove obitelji provodi prvenstveno u dijelu koji se odnosi na upravljanje poduzećem, dok se prijenos vlasništva (poslovnih udjela u poduzeću) može unaprijed definirati oporukom za života vlasnika poduzeća ili ostavinskim postupkom nakon njegove smrti. Oporukom vlasnik poduzeća definira tko će i kako naslijediti vlasničke udjele u poduzeću u slučaju njegove smrti, čime se, uz određena zakonska ograničenja, može umanjiti mogućnost da poslovni udio naslijede i oni članovi obitelji za koje vlasnik poduzeća iz različitih razloga smatra da ne bi trebali ući u vlasničku strukturu poduzeća (<http://www.cepor.hr>).

Prijenos vlasništva na članove obitelji, za razliku od nasljeđivanja nakon smrti vlasnika poduzeća, podrazumijeva postupak prijenosa poslovnih udjela poduzeća na članove obitelji za života vlasnika poduzeća. Uključivanje članova obitelji u upravljanje poduzećem, bez obzira na uključivanje u vlasništvo, predstavlja izazov za obje generacijske strane. Za uspjeh poduzeća važno je da iduća generacija upravljanje poduzećem preuzme dobrovoljno. Želja za preuzimanjem upravljanja u obiteljskom poduzeću može biti snažan poticaj za uspjeh, ali nedovoljan ako ne dolazi u kombinaciji sa znanjem i iskustvom. Član obitelji koji preuzima upravljanje obiteljskim poduzećem treba imati odgovarajuće obrazovanje i iskustvo koje može biti stečeno na različitim poslovima u poduzeću, ali i radom u nekom drugom poduzeću. Na taj način, pretpostavka je da će budući nasljednik u većoj mjeri biti izložen tržišnim pritiscima i izazovima koje nosi svakodnevno poslovanje (<http://www.cepor.hr>).

6.2. Pravna regulativa nasljeđivanja obiteljskog poduzetništva

Odredbom sadržanom u članku 412. *Zakona o trgovačkim društvima* (ZTD) propisano je da se poslovni udjeli mogu nasljeđivati. Nadalje je odredbom sadržanom u članku 412. ZTD-a propisano da se u društvenom ugovoru može za slučaj nasljeđivanja poslovnog udjela odrediti da ga je nasljednik dužan prenijeti nekome drugom članu društva ili osobi koju odredi društvo, po cijeni koja odgovara vrijednosti poslovnog udjela iskazanoj u posljednjim financijskim izvješćima društva, što može biti važno kada trgovačko društvo ima dva ili više članova društva/imatelja poslovnih udjela. *Zakon o nasljeđivanju* poznaje zakonsko i oporučno nasljeđivanje, s time da u prvom nasljednom redu ostavitelja nasljeđuju prije svega njegova djeca i njegov bračni drug i to u jednakim dijelovima, sukladno odredbi sadržanoj u članku 9. *Zakona o nasljeđivanju*. Sukladno odredbi sadržanoj u članku 11. istoga *Zakona*, ostavitelja

koji nije ostavio potomke nasljeđuju njegovi roditelji i njegov bračni drug, s time da roditelji nasljeđuju jednu polovicu ostavine na jednake dijelove, a drugu polovicu ostavine nasljeđuje ostaviteljev bračni drug (<http://www.cepor.hr>).

7. OBITELJSKO POLJOPRIVREDNO GOSPODARSTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ

Poljoprivredno gospodarstvo proizvodno-gospodarska je jedinica koja se bavi poljoprivredom, a djeluje kao trgovačko društvo, obrt ili zadruga ako je registrirano za obavljanje poljoprivredne djelatnosti te kao seljačko gospodarstvo ili obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo. (NN br. 61/2001, članak 2.) (Radinović i Grgić, 2008). Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (u daljnjem nastavku teksta OPG) organizacijski je oblik gospodarskog subjekta poljoprivrednika fizičke osobe, koji radi stvaranja dohotka, samostalno i trajno obavlja djelatnost poljoprivrede i s njom povezane dopunske djelatnosti, a temelji se na korištenju vlastitih i/ili unajmljenih proizvodnih resursa te na radu, znanju i vještinama članova obitelji. Dopunske djelatnosti na OPG-u proizvodne su i uslužne djelatnosti povezane s poljoprivredom koje omogućuju bolje korištenje proizvodnih kapaciteta te bolje korištenje znanja, vještina i rada članova OPG-a.

Nastanak obiteljskih gospodarstava u Hrvatskoj može se povezati s procesom ukidanja feudalizma sredinom 19. stoljeća, a ubrzo poslije dolazi do raspada kućnih zadruga i individualizacije seljaštva. Na širem društvenom planu, to je početno razdoblje kapitalističke industrijalizacije, spore i zakašnjele na našem tlu, koja ipak postupno mijenja osnove staroga poretka. Ako bi se za „početak” formiranja slobodnoga seljačkog posjeda uzela 1848. godina, kada se ukida stari poredak i seljak oslobađa ovisnosti prema zemljišnom senioru, tada je obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo u Hrvatskoj (seljačko gospodarstvo) kao slobodni pravni i ekonomski subjekt staro približno 150 godina (Župančić, 2009).

7.1. Karakteristike obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva

Članovima obitelji smatraju se bračni drugovi, izvanbračni drugovi, osobe u formalnom i neformalnom životnom partnerstvu, krvni srodnici u prvoj liniji (djedovi i bake, roditelji, djeca, unuci i praunuci) i njihovi bračni drugovi, izvanbračni drugovi, osobe u formalnom i neformalnom životnom partnerstvu; krvni srodnici u pobočnoj liniji (braća i sestre te njihovi potomci, braća i sestre oca i majke te njihovi potomci) i njihovi bračni drugovi, izvanbračni drugovi, osobe u formalnom i neformalnom životnom partnerstvu, srodnici po tazbini (roditelji supružnika, braća i sestre supružnika te njihovi potomci) i njihovi bračni drugovi, izvanbračni drugovi, osobe u formalnom i neformalnom životnom partnerstvu; pastorčad i posvojenici i njihovi bračni drugovi, izvanbračni drugovi, osobe u formalnom i neformalnom životnom

partnerstvu; korisnik udomiteljstva kojem fizička osoba pruža uslugu udomiteljske skrbi ili osoba koju je ta fizička osoba dužna uzdržavati, odnosno osoba s kojom ta fizička osoba živi kao bračni drug, izvanbračni drug, osoba u formalnom i neformalnom životnom partnerstvu. Nositelj OPG-a izabrani je član OPG-a koji je nositelj prava i obveza OPG-a, a u svojstvu odgovorne osobe predstavlja i upravlja OPG-om.

Ekonomska veličina poljoprivrednoga gospodarstva iskazuje se kao standardni ekonomski rezultat – SO vrijednost za Standardni prinos (SO od engleskog *Standard output*) i označava ukupni standardni ekonomski rezultat poljoprivrednoga gospodarstva, a izračunava se prema međunarodnoj metodologiji – FADN kalkulatoru kojim se računa standardni ekonomski rezultat SO tipologije poljoprivrednih gospodarstava Europske unije sukladno odredbama *Provedbene uredbe Komisije* (EU) 2015/220 od 3. veljače 2015. o utvrđivanju pravila za primjenu *Uredbe Vijeća* (EZ) br. 1217/2009 o uspostavi sustava za prikupljanje knjigovodstvenih podataka o prihodima i poslovnim aktivnostima poljoprivrednih gospodarstava u Europskoj uniji (SL L 46, 19. 2. 2015.) (<https://narodne-novine.nn.hr>).

Seljački je posjed zapravo obiteljska baština u kojoj je domaćin ili šef gospodarstva samo titularni vlasnik i predstavnik obitelji prema vanjskome svijetu. Proizvodnja i potrošnja pripadaju cjelokupnom kućanstvu, a svi članovi odlučuju o bitnim pitanjima. U klasičnoj seljačkoj obitelji podjela poslova i dužnosti tradicionalno je određena i ovisi o dobnoj i spolnoj strukturi članova. Poznate su mogućnosti i dužnosti svakog člana (Župančić, 2009).

7.2. Osnivanje obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva

Pri svakom obiteljskom poslovanju u prvom se planu ističu njegovi osnivači, utemeljitelji poduzeća, koji će najvjerojatnije u budućnosti to poduzeće prenijeti na svoje nasljednike. U literaturi se ističu dvije temeljne motivacije za ulazak u svijet poduzetništva:

- prva počiva na želji da se postane vlasnik vlastite tvrtke i prestane biti zaposlenik drugoga, želja za neovisnošću i samostalnošću;
- druga počiva na poduzetnikovoj želji da iskoristi ekonomsku stvarnost promjena i povoljnih poslovnih prilika te stekne bogatstvo za sebe i svoju obitelj.

Postoje mnoge situacije koje mogu neku poduzetnički kompatibilnu obitelj potaknuti na donošenje odluke o pokretanju vlastitog posla, a neke od njih su:

- obitelj prepoznaje poželjnost poduzetničkog izazova i jednoglasno se dogovori o ulasku u novi poduzetnički pothvat;

- neki od članova obitelji ostanu bez stalnog izvora prihoda;
- neki članovi obitelji steknu znanja koja im omogućavaju otvaranje nekog biznisa;
- jedan ili više članova obitelji steknu veću količinu novca ili naslijede već uhodani biznis;
- jedan član obitelji sam uspije pa onda animira i ostale članove obitelji da mu se pridruže;
- ženidbom ili udajom dođu članovi iz poduzetničkih obitelji pa animiraju ostale na pokretanje vlastitog posla (Filipašić, 2018).

Kako poduzetništvo općenito, tako i obiteljsko poduzeće ne određuje spol osnivača. Realizacija poslovne prigode potencirana željom da se uspije jednako je imanentna i ženama i muškarcima (Filipašić, 2018). U sljedećem poglavlju bit će definiran *Zakon o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu*.

7.3. Zakon o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu

Hrvatski sabor je, na temelju članka 89. *Ustava Republike Hrvatske*, donio odluku o proglašenju *Zakona o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu* 16. ožujka 2018. godine. *Zakonom* se utvrđuju uvjeti za obavljanje gospodarske djelatnosti poljoprivrede i s njom povezanih dopunskih djelatnosti koje se obavljaju na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu kao organizacijskom obliku, način i uvjeti za upis u *Upisnik obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava*, odgovornost, prava i obveze nositelja OPG-a i članova OPG-a, utvrđuju se nadležna tijela i nadzor u primjeni *Zakona*. OPG strateški je važan organizacijski oblik poljoprivrednoga gospodarstva u Republici Hrvatskoj. Prema članku 10.,

(1) Trajno obavljanje gospodarske djelatnosti poljoprivrede iz članka 5. stavka 1. točaka b), c) i d) ovoga *Zakona* (u daljnjem tekstu: gospodarske djelatnosti poljoprivrede) u organizacijskom obliku OPG-a podrazumijeva samostalno obavljanje tih djelatnosti unutar jedne kalendarske godine neovisno o budućem trajanju.

(2) Neovisno o sezonskom karakteru poljoprivrede, organizacijski oblik i/ili status OPG-a ne može se stjecati radi sezonskog obavljanja pojedinih poljoprivrednih djelatnosti.

7.4. Socioekonomska struktura seljačkog domaćinstva

Seljačka gospodarstva i domaćinstva su, dakle, još uvijek žive i neposredne zajednice privređivanja, potrošnje i življenja u selu. Promjenama u širem društvenom okviru znatno je promijenjen i način na koji funkcionira seoska obitelj. Od nekad velike, homogene i

multifunkcionalne društvene grupe, koja je u gotovo simbiotskom odnosu s poljoprivrednim gospodarstvom, seoska obitelj sve se više „nuklearizira” i postaje nalik na gradsku, premda ne postaje potrošačkom grupom kao što je urbana obitelj. Naime, seoska obitelj poprima mnoga obilježja urbane, ali ostaje radna skupina na vlastitu posjedu (Župančić, 2009). Vezana je za posjed mnogim sponama, ali i emocionalnom privrženosti. To je, čini se, trajna osnova za razlikovanje urbane i seoske obitelji usprkos njihovom konvergiranju u mnogim karakteristikama. Promjene nekadašnjih funkcija seoske obitelji, koje sada preuzimaju posebne obrazovne, odgojne, privredne i upravne ustanove, rezultat su integracije seoskog u globalno društvo, što se svakako može označiti i kao civilizacijski napredak, posebice kada ukida autarkiju i kulturnu izolaciju sela od naprednih materijalnih i kulturnih postignuća suvremenog društva. Zapošljavanje i zarada izvan samog gospodarstva seljačku obitelj pretvaraju u potrošačku grupu. Ta tvrdnja utemeljena je na iskustvu – podaci o izvorima prihoda seoskih domaćinstava i zanimanju aktivnih članova (Župančić, 2009).

7.5. Potpore obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima

Obiteljska poljoprivredna gospodarstva mogu konkurirati na različite natječajne 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. Ovakvi natječajni vrlo su važni zato što potiču poduzetničku aktivnost te ju olakšavaju. U najširem smislu, potpore se ostvaruju na četiri razine:

- a) najšira razina – potpore Europske unije
- b) potpore Republike Hrvatske
- c) županijske potpore
- d) potpore gradova i općina.

Nakon ulaska u Europsku uniju, poljoprivrednici Republike Hrvatske stekli su mogućnost ravnopravnog konkuriranja na natječajne europskih fondova. Primjerice, vrlo su zanimljivi strukturni fondovi. Europski strukturni i investicijski fondovi donose mogućnost prijave na mnogobrojne, raznovrsne natječajne koji su obično izvor viših financijskih sredstava (<https://strukturnifondovi.hr>).

Na razini Republike Hrvatske također se raspisuju raznovrsni natječajni. U 2019. godini vrlo je zanimljiv *Natječaj za financiranje projekata u 2019. godini prema programu za financiranje projekata lokalne infrastrukture, ruralnog razvoja, poduzetništva i obrta na područjima naseljenim pripadnicima nacionalnih manjina* koji je raspisalo *Ministarstvo poljoprivrede*. Iz ovoga je natječaja vidljivo da se potpore dodjeljuju raznovrsnim skupinama poljoprivrednika što je osobito važno kako bi se poticala manje razvijena područja te kako bi se omogućio razvitak poduzetničkih aktivnosti i u slabije razvijenim područjima (https://poljoprivreda.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/pristup_info/Natje%C4%8Daji/2019-08-29%20-%20manjine/Natje%C4%8Daj.pdf).

Što se tiče natječaja županija, one raspisuju velike i sveobuhvatne natječajne kojima se nastoji obuhvatiti što šira struktura potencijalnih korisnika. Primjerice, *Zagrebačka županija* u 2018. godini objavila je natječaj pod nazivom *Javni poziv za dodjelu potpora male vrijednosti u poljoprivredi, ruralnom razvoju i šumarstvu u Zagrebačkoj županiji u 2018. godini*. U ovome

natječaju se, kroz dvanaest različitih kategorija, omogućuje poljoprivrednicima dodatno sufinanciranje poslovanja (www.zagrebacka-zupanija.hr).

Što se tiče gradova, primjerice, *Grad Koprivnica* je u 2019. godini objavio *Javni poziv za dodjelu potpora poljoprivredi na području Grada Koprivnice za 2019. godinu*. Natječaj je imao četrnaest različitih mjera, odnosno potpora se mogla dobiti zbog različitih razloga, npr. zbog nabave novih plastenika, umjetnog osjemenjivanja goveda, studijskih putovanja, cjeloživotnog obrazovanja i slično. Ove potpore uvelike pomažu razvitku lokalne zajednice te potiču OPG-ove na daljnji razvoj (<https://koprivnica.hr/natjecaji/natjecaji-i-javni-pozivi/javni-poziv-za-dodjelu-potpورا-poljoprivredi-na-području-grad-a-koprivnice-za-2019-godinu/>).

Sve ove potpore utjecale su na razvoj poljoprivrednih gospodarstava koja su zapravo oblik obiteljskog poduzetništva, a u idućem poglavlju prikazat će se primjeri nekoliko vrlo uspješnih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava u Republici Hrvatskoj.

8. ANALIZA OBITELJSKOG PODUZETNIŠTVA NA PRIMJERIMA OBITELJSKIH POLJOPRIVREDNIH GOSPODARSTVA

Na području Republike Hrvatske postoje brojna obiteljska poljoprivredna gospodarstva koja se bave različitim segmentima poljoprivredne djelatnosti, stočarstvom, ratarstvom, ali i dopunskim djelatnostima, u skladu sa zakonskim regulativama. U ovome poglavlju prikazat će se neka od uspješnijih poljoprivrednih gospodarstava u Republici Hrvatskoj.

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Moravec“ nalazi se u mjestu Petrijanec, nedaleko od grada Varaždina te se bavi primarno proizvodnjom kozjeg sira i napitaka od kozjeg mlijeka. OPG „Moravec“ bavi se već 20 godina uzgojem koza sanske pasmine i njihovih proizvoda, svih vrsta sireva i napitaka od kozjeg mlijeka. Supružnici Radoslav i Biserka imali su svoje poslove, ali su se ozbiljno počeli baviti uzgojem koza. Proizvodnja se odvija po strogo ekološkim principima, nema konzervansa, boja ni aditiva, ali nisu upisani u *Upisnik subjekata u ekološkoj proizvodnji*. Koza sama po sebi treba ekološko. Koza zahtijeva zdravu životnu sredinu i zdrav način života jer samo u tom slučaju može dati zdravo mlijeko. Gospodarstvo ima pet članova koji svi rade, a imaju i jednog zaposlenika (<http://www.agroeko.net>). Na slici je prikazano obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Moravec“.

Slika 2. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Moravec“



Izvor: https://evarazdin.hr/upload/2017/06/nedjeljni-opg-koze4_594f6ce7aa72b.jpg

(19.1.2019.)

Gospodarstvo ima mini siranu gdje se vrši prerada mlijeka u proizvode, mlijeko u sir, nekuhani sirevi, nema pasteriziranja, a kontroliraju se proizvodi u laboratoriju u Križevcima. Kozje mlijeko kvalitetno je i korisno za zdravlje, pod uvjetom da koza svakodnevno prođe po

pet do šest kilometara zbog svoga metabolizma. Proizvodi koje proizvode su: sirovo kozje mlijeko, kozji jogurt, sirovi svježi sir, sirovi meki sir i sirovi zreli sir (polutvrđi, 60 dana zrenja) (<http://www.agroeko.net>).

Nadalje, kao primjer, navodi se i obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Brkanac“ koje se nalazi u mjestu Bodovaljac, kod Nove Gradiške. Na uzorno obrađenim oranicama, unatoč lošijoj kvaliteti zemlje, i u ovim teškim vremenima za poljoprivredu postižu visoke prinose i dobro posluju. A početak je bio težak i pun neizvjesnosti. Glava obitelji Josip Brkanac do početka *Domovinskoga rata* radio je u OOUR-u Vrbje, jednoj od 14 poslovnih jedinica novogradiškog *Poljoprivredno-prehrambenog kombinata Nova Gradiška* koji je tada obrađivao 15.000 hektara s više od dvije tisuće zaposlenih u ratarskoj proizvodnji, prerađivačkim i skladišnim kapacitetima i kooperaciji sa selom. Pretvorbom društvenoga u državno vlasništvo i privatizacijom te velike i uspješne tvrtke, smanjio se broj radnika. Mnogi su dotadašnji zaposlenici ostali bez posla i morali su razmišljati što i kako dalje u tim turbulentnim vremenima punim neizvjesnosti i nesigurnosti (<http://radiong.hr>).

Slika 3. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Brkanac“



Izvor: <https://cdn.agroklub.com/upload/images/image/brkanac-dalibormahovac.jpg> (19.1.2019.)

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo broji šestero zaposlenih te vlasnik ističe da je najveća problematika kod obavljanja takvog posla monopolistički položaj velikih poljoprivrednih tvrtki organizatora proizvodnje na selu koje kroz visoke cijene i svoju ekstradobit poskupljuju ulaganja u poljoprivredu, a na drugoj strani, ruše se cijene poljoprivrednih proizvoda. Nažalost, slavonsku zemlju i dalje kupuju razni mešetari, a problem jest što je nekim domaćim poljoprivrednicima glavni motiv državna novčana potpora po hektaru, a ne dobri rezultati u proizvodnji hrane (<http://radiong.hr>).

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Harači“ je malo poljoprivredno gospodarstvo koje se nalazi u gradu Koprivnici te postoji više od dvadeset godina. Bave se ratarstvom, a u proizvodnju je uključena cijela obitelj. Najvažniji ratarski proizvodi su im kukuruz, pšenica, raž, uljana repica, heljda, grah i buče. Na početku svoje karijere, orijentirali su se na proizvodnju i prodaju žitarica i uljarica, ali s vremenom su se ipak odlučili uvrstiti i neke autohtone i domaće proizvode karakteristične za područje Koprivnice (<https://www.opg-haraci.hr/o-nama/>).

Slika 4. Proizvodi OPG-a „Harači“



Izvor: <https://www.opg-haraci.hr/o-nama/> (10.9.2019.)

U asortimanu proizvoda koji je moguće pronaći na mrežnim stranicama Obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva „Harači“ ističu se brojni, vrlo zanimljivi i inovativni proizvodi, primjerice:

- bučine koštice u bijeloj čokoladi,
- bučine koštice – okus *chilli*,
- bučine koštice u crnoj čokoladi (<https://www.opg-haraci.hr/o-nama/>, 10.9.2019.).

Osim ovih inovativnih proizvoda, prodaju različite vrste kaša i brašna, ulje različitih postotaka i omjera i slično. Prisutni su na mnogobrojnim manifestacijama u Koprivnici i okolici, a prodaju i na lokalnoj tržnici. OPG „Harači“ primjer je uspješnog dugogodišnjeg poljoprivrednog gospodarstva te činjenice da inovativne ideje pomažu u opstanku.

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Gašpić“ nalazi se u Općini Draganić, na području koje je vrlo atraktivno turistima budući da se nalazi između Zagreba i Karlovca. Obitelj Draganić živi od poljoprivredne djelatnosti te su svoje seosko imanje preuredili za svakodnevni

život. S obzirom na to da u ovo područje Hrvatske dolazi veliki broj posjetitelja iz Hrvatske, Slovenije, Austrije, Rusije, Italije, Mađarske i brojnih drugih zemalja, obitelj Gašpić odlučila je dio svojega imanja pretvoriti u mjesto za odmor putnicima koji žele boraviti na obiteljskim poljoprivrednim imanjima (<https://opg-gaspic.com/>).

Slika 5. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Gašpić“



Izvor: <https://opg-gaspic.com/o-nama/> (10.9.2019.)

Ruralna kuća za odmor koju je uredila obitelj Gašpić trenutno na raspolaganju ima jedan apartman, ali plan je da će cijela kuća biti preuređena za smještaj putnika. Uz pružanje usluge smještaja, obitelj Gašpić pružat će usluge agroturizma, ruralnog, ribolovnog i lovnog turizma (<https://opg-gaspic.com/>).

Obitelj Gašpić se, u svojim poslovnim pothvatima na vlastitom imanju, vodi *Strategijom razvoja lovnog i ribolovnog turizma Karlovačke županije do 2020. godine*. Iz strategije su izvukli osobito važan strateški cilj – konkurentnost lovstva i lovnog turizma te razvoj lovno-turističke ponude i usluga, prioritet poticanje razvoja i unapređenje ugostiteljsko turističke ponude i usluge. Ovi strateški ciljevi i strategije u potpunosti su usklađeni s nacionalnim dokumentima kojima se potiče razvoj turizma Republike Hrvatske (<https://opg-gaspic.com/>).

Okolnost koja omogućuje uspješnost OPG-a „Gašpić“ jest blizina glavne ceste koja omogućuje sve vrste prometne povezanosti. Zbog toga, a i zbog činjenice da se u blizini nalaze različiti drugi zanimljivi sadržaji, OPG „Gašpić“ vrlo je uspješan. U blizini OPG-a nalaze se:

- pješačke i biciklističke rute,
- kulturni događaji lokalnog kraja,
- stoljetne kuće i crkve,
- lovišta na divljač,
- mnogobrojni ribnjaci za sportski ribolov (<https://opg-gaspic.com/>).

Slika 6. Kuća za odmor OPG-a „Gašpić“



Izvor: <https://opg-gaspic.com/> (10.9.2019.)

U Koprivničko-križevačkoj županiji nalaze se brojna obiteljska gospodarstva koja se bave proizvodnjom vina. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Bužić“ poljoprivredno je gospodarstvo vrlo duge tradicije. Smješteno je na području grada Križevaca. Danas se obitelj može ponositi činjenicom da je čak četvero članova OPG-a steklo titulu agronoma. Glavne djelatnosti kojima se bavi ovo obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo su ratarstvo i proizvodnja vina (<http://www.vina-buzic.hr/o/vina-likeri-i-rakije/vino-zaksten/37296>).

Slika 7. Vino OPG-a „Bužić“



Izvor: <http://www.vina-buzic.hr/o/vina-likeri-i-rakije/vino-zaksten/37296> (10.9.2019.)

Od vina koje proizvode, najviše su ponosni na Zaksten, Graševinu te Sivi i Bijeli pinot koji se mogu konzumirati u ugostiteljskim objektima na križevačkom području, ali to je samo trenutno stanje budući da planiraju proširiti plasman proizvoda (<http://www.vinabuzic.hr/o/vina-likeri-i-rakije/vino-zaksten/37296>).

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Konoba Antunović“ nalazi se u mjestu Kuna na otoku Pelješcu. Od 20. stoljeća obitelj Antunović živi na Pelješcu i od samoga dolaska na Pelješac bavi se poljoprivrednom proizvodnjom. Ovo obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo ima zaista širok spektar djelatnosti pa se tako mogu pohvaliti jednom od najpoznatijih farmi magaraca čije je mlijeko iznimno ljekovito, posjeduju obnovljenu staru kuću u kojoj gosti mogu danonoćno uživati te imaju bogatu gastronomsku ponudu (<http://www.opgantunovic.hr/hr/o-nama>).

Slika 8. Domaće životinje na OPG-u „Konoba Antunović“



Izvor: <http://www.opgantunovic.hr/hr/o-nama> (11.9.2019.)

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Konoba Antunović“ raspolaže smještajnim kapacitetima u staroj, ali obnovljenoj kući. Njeguje sve oblike tradicije i život u skladu s prirodom. U kolibi namijenjenoj obrocima moguće je uživati u tradicionalnim jelima pelješkoga kraja. Gastronomska ponuda uključuje različite autohtone proizvode kao što su

pršut, sir, masline, kisele kapulice iz vinskog octa, autohtone vrste vina i slastice (<http://www.opgantunovic.hr/hr/o-nama>).

Na OPG-u se također nalaze tri različite farme koje imaju:

- a) farma koza oko 70 grla,
- b) farma ovaca oko 250 grla,
- c) farma magaraca oko 70 grla (<http://www.ruralna.hr/?page=client&id=164>).

Slika 9. Autohtona gastronomska ponuda



Izvor: <http://www.opgantunovic.hr/hr/o-nama> (10.9.2019.)

Ovo obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo primjer je kako dugogodišnja tradicija i suvremeno obrazovanje mogu stvoriti odličan proizvod zanimljiv tržištu i privlačan potrošačima.

U Istri, odnosno u Puli, nalazi se Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Rakovac“. OPG „Rakovac“ više od dvadesetak godina bavi se uzgojem maslina i proizvodnjom kvalitetnih maslinovih ulja. Ulje koje proizvode je višesortno maslinovo ulje, odnosno dobiva se miješanjem različitih plodova različitih sorti maslina. Koriste se domaće, autohtone sorte (<https://opg-rakovac.hr/>).

U prošlosti su istarski maslinari također miješali različite sorte maslina kako bi dobili vrhunsko maslinovo ulje pa je miješanje sorti zapravo nastavak tradicijske recepture za proizvodnju maslinovog ulja (<https://opg-rakovac.hr/>).

Obitelj Rakovac maslinovo je ulje najprije proizvodila isključivo za svoju obitelj. Danas se idejom proizvodnje za obitelj koriste i kada proizvode maslinovo ulje za prodaju te se prilikom uzgoja koriste minimalnim količinama kemijskih sredstava. Kao što kaže njihova filozofija, planet Zemlju posudili smo od naših potomaka te ju moramo vratiti onakvu kakvu smo dobili (<https://opg-rakovac.hr/>).

Slika 10. Maslinovo ulje OPG-a „Rakovac“



Izvor: <https://opg-rakovac.hr/> (18.9.2019.)

Danas OPG „Rakovac“ svoje proizvode plasira za široki krug korisnika, a proizvode je moguće podijeliti na proizvode namijenjene osobnoj potrošnji i proizvode koji će se koristiti za poklon. Na slici je prikazano ekstradjevičansko maslinovo ulje koje je pakirano u boci od tamnog stakla. Zapremnina boce je 1 litra, ima plastični čep koji uključuje i dozator. Kutija je izgrađena od punoga drva te je ukrašena logotipom. Ovaj proizvod idealan je za poslovne poklone (<https://opg-rakovac.hr/>).

O kvaliteti OPG-a „Rakovac“, odnosno njihova ekstradjevičanskog maslinovog ulja koje se prodaje pod nazivom *Bilini* govori i činjenica da su dobitnici mnogobrojnih nagrada i priznanja, a neka od njih su:

- *New York International Olive Oil Competition* (NYIOOC 2019) – zlatna medalja
- *Maslina Split 2019.* – dvije zlatne medalje
- *Smotra ekstra djevičanskog maslinovog ulja u Fažani* - zlatna medalja i vicešampionska titula za ekstra djevičansko maslinovo ulje *Bilini* (<https://opg-rakovac.hr/>).

Mnogobrojna priznanja i nagrade svjedoče o kvaliteti maslinovog ulja OPG-a „Rakovac“. Trud i znanje koje obitelj Rakovac ulaže u proizvodnju najkvalitetnijih ekstrasjedičanskih maslinovih ulja pokazuju da je moguće stvoriti vrhunski proizvod.

Slika 11. Priznanje OPG-u „Rakovac“



Izvor: <https://opg-rakovac.hr/> (18.9.2019.)

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Marijan Hrženjak“ bavi se pčelarstvom od 2003. godine, a čine ga supružnici Nada i Marijan te kćeri Ana i Mirjana. Bave se proizvodnjom meda i različitih proizvoda od meda kao što su paprenjaci ili medenjaci, a dobitnici su certifikata „Med iz Lijepe Naše“. Ovaj OPG ulaže mnogo kreativne energije u stvaranje modernijih proizvoda od meda (<http://www.opg-hrzenjak.hr/>).

Slika 12. Medenjaci OPG-a „Marijan Hrženjak“



Izvor: <http://www.opg-hrzenjak.hr/>

9. ZAKLJUČAK

Poduzetništvo je važan dio razvitka svakoga gospodarstva, a poduzetnik je inovativna osoba koja pokreće društvene i gospodarske promjene. Sva poduzeća koja imaju manje od 250 zaposlenika spadaju u domenu malog i srednjeg poduzetništva, a u tu domenu spadaju i obiteljska poduzeća. Obiteljska poduzeća nisu najbolje regulirana na području Republike Hrvatske, što zapravo znači da se njima ne bave zakoni.

Obiteljsko poduzetništvo značajan je dio malog i srednjeg poduzetništva te pokreće državnu ekonomiju i gospodarstvo u smislu poticanja daljnjega poljoprivrednog i gospodarskog razvoja. Iako je naizgled lako odrediti temeljne značajke obiteljskog poduzetništva (s obzirom na to da podrazumijeva spoj pojmova „obitelj“ i „poduzetništvo“), važno je napomenuti kako je samo definiranje tog pojma vrlo kompleksno. Obiteljsko se poduzetništvo najčešće definira prema tri kriterija: krvnom srodstvu, vlasništvu i kontroli. Jednako tako, pojavljuje se i emocionalna dimenzija u obiteljskom poduzetništvu kroz odnos između zaposlenika te odnos zaposlenika i vlasnika prema vlasničkoj imovini i poduzeću.

Peto izdanje *Europskog barometra obiteljskih poduzeća* upućuje na glavnu problematiku s kojom se suočavaju europska i hrvatska obiteljska poduzeća, a to su politička nestabilnost, „rat za talente“ te povećana konkurencija. Također, obiteljske kompanije na području Europske unije i Republike Hrvatske pokazuju održivi rast i pozitivne rezultate kroz istraživanu 2016. godinu. Pozitivni rezultati obiteljskom poduzetništvu, kao i prikaz pozitivnog poslovanja, upućuju na uspješnost na tržištu, ali i budućnost daljnjega razvijanja obiteljskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj i Europskoj uniji. Što se tiče institucionalne podrške, zakonodavni okvir u Hrvatskoj prepoznaje obiteljska poduzeća u poljoprivrednoj i ugostiteljskoj djelatnosti i obrtništvu kao jedan od mogućih pravnih oblika ekonomske djelatnosti u tim sektorima. Niti jedan od općih zakona kojima su definirani oblici ekonomskih djelatnosti ne spominje koncept obiteljskih poduzeća.

Obiteljska poljoprivredna gospodarstva tako su u domeni obiteljskog poduzetništva i vrlo su popularan oblik poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Prikazani primjeri obiteljskih poljoprivrednih gospodarstva u radu upućuju na pozitivan učinak ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju (brojni poticaji Europske unije u domeni poduzetništva u obliku fondova i bespovratnih sredstava), primjena novije tehnologije u proizvodnji, održivost u domeni prirodne očuvanosti, ali i očuvanje hrvatske tradicije i poljoprivrede. Navedena poljoprivredna gospodarstva pokazuju da je moguće uspjeti u poduzetničkom pothvatu, ali je potrebno konstantno raditi i usavršavati vlastita znanja i vještine te proširivati kapacitete.

Obiteljska poljoprivredna gospodarstva prikazana kao primjeri pozitivnih poduzetničkih pohvata u ovome radu odabrana su metodom slučajnog odabira između obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava o kojima postoje relevantne informacije na mrežnim stranicama. Činjenice da obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo ima vlastitu mrežnu stranicu također ukazuje na inovativnost i poduzetnost članova gospodarstva, budući da mrežne stranice još uvijek nisu konstantan segment poslovanja manjih poduzeća u Republici Hrvatskoj.

Vrlo je značajno istaknuti i da sve razine vlasti (lokalna, regionalna i državna) potiču obiteljska poljoprivredna gospodarstva kroz različite natječaje namijenjene poljoprivrednicima i poduzetnicima u različitim područjima. Ovi natječaji omogućuju rast, razvoj i napredak obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, omogućuju vlasnicima kupovinu skupe opreme ili dodatnog broja jedinica životinja, pomažu im u osiguravanju usjeva i slično. Zahvaljujući velikim naporima vlasnika i članova obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava te različitim potporama i povoljnim zakonskim regulativama, obiteljska poljoprivredna gospodarstva vrlo su raširen oblik obiteljskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Magdalena Mediworec (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Obiteljsko poduzetništvo u RH (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Mediworec Magdalena
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Magdalena Mediworec (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Obiteljsko poduzetništvo RH (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Mediworec Magdalena
(vlastoručni potpis)

10. POPIS LITERATURE

1. AGRO-EKOMagazin, <<http://www.agroeko.net>>. Pristupljeno 19.1.2019.

2. Bistričić, A., Agatić, A. i Trošić, N. (2011). Značaj poslovanja malih i srednjih poduzeća u gospodarstvu Republike Hrvatske i gospodarstvima zemalja Europske unije. *Pomorstvo*, 25(1), 145-158.
3. Braut Filipović, M. (2017). Specifičnosti upravljanja obiteljskim društvima. *Zbornik PFZ*, 67(6), 935-962.
4. Buble, M. i Kružić, D. (2006). *Poduzetništvo. Realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb. RRiF plus.
5. Centar za obiteljska poduzeća i prijenos poslovanja, <<http://www.cepor.hr>>. Pristupljeno 15.1.2019.
6. Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, <<http://www.cepor.hr>>. Pristupljeno 15.1.2019.
7. EOP i KPMG (2016.): Europski barometar obiteljskih poduzeća, <<https://home.kpmg/hr/en/home/insights/2016/11/europski-barometar-obiteljskih-poduzeca-2016.html>>. Pristupljeno 18.1.2019.
8. Filipašić, J. (2018). *Poslovanje obiteljskog poduzeća „Graditeljstvo Fi-man d.o.o.“*. Diplomski rad. Sveučilište Sjever. Sveučilišni centar Varaždin.
9. Grad Koprivnica, <<https://koprivnica.hr/natjecaji/natjecaji-i-javni-pozivi/javni-poziv-za-dodjelu-potpore-poljoprivredi-na-podrucju-grada-koprivnice-za-2019-godinu/>>. Pristupljeno 11.9.2019.
10. Iveković, D. (2011). Neka znanja bez kojih poduzetnik ne može. *Učenje za poduzetništvo*, 1(1), 155-162.
11. Ministarstvo poljoprivrede Republike Hrvatske, <https://poljoprivreda.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/pristup_info/Natje%C4%8Daji/2019-08-29%20-%20manjine/Natje%C4%8Daj.pdf>. Pristupljeno 11.9.2019.
12. OPG „Bužić“, <<http://www.vina-buzic.hr/o/vina-likeri-i-rakije/vino-zaksten/37296>>. Pristupljeno 10.1.2019.
13. OPG „Gašpić“, <<https://opg-gaspic.com/o-nama/>>. Pristupljeno 10.1.2019.
14. OPG „Harači“, <<https://www.opg-haraci.hr/o-nama/>>. Pristupljeno 10.1.2019.
15. OPG „Konoba Antunović“, <<http://www.opgantunovic.hr/hr/o-nama>>. Pristupljeno 10.1.2019.
16. OPG „Konoba Antunović“, <<http://www.ruralna.hr/?page=client&id=164>>. Pristupljeno 10.1.2019.
17. OPG „Marijan Hrženjak“, <<http://www.opg-hrzenjak.hr/>>. Pristupljeno 18.9.2019.
18. OPG „Rakovac“, <<https://opg-rakovac.hr/>>. Pristupljeno 18.9.2019.
19. Podrug, N. i Burazin, M. (2011). Izazovi teorije uslužnosti u obiteljskim poduzećima. *Ekonomska misao i praksa*, 2, 507-526.
20. Radinović, I. i Grgić, Z. (2008). Ekonomska ocjena poslovnog razvitka obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva studij slučaja. *Agronomski glasnik*, 70(1), 43-56.
21. Radio Nova Gradiška, <<http://radiong.hr>>. Pristupljeno 19.1.2019.
22. Sedlan König, L. (2012). *Metodologija visokoškolskog obrazovanja u funkciji poticanja poduzetničkog ponašanja*. Doktorska disertacija. Ekonomski fakultet u Osijeku.
23. Službena stranica „Eurostat“, <<https://ec.europa.eu>>. Pristupljeno 9.1.2019.

24. Strukturni fondovi, <<https://strukturnifondovi.hr>>. Pristupljeno 11.9.2019.
25. Škrtić M. i Mikić M. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb. Sinergija-nakladništvo d.o.o.
26. Tkalec, Z. (2011). Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja. *Učenje za poduzetništvo*, 1(1), 35-43.
27. Udovičić, A. (2011). Malo i srednje poduzetništvo u Hrvatskoj s osvrtom na obiteljsko poduzetništvo. *Učenje za poduzetništvo*, 1(1), 405-416.
28. Zagrebačka županija, <www.zagrebacka-zupanija.hr>. Pristupljeno 11.9.2019.
29. Zakon o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, <<https://www.zakon.hr/z/1015/Zakon-o-obiteljskom-poljoprivrednom-gospodarstvu>>. Pristupljeno 18.1.2019.
30. Župančić, M. (2009). Obiteljska poljoprivredna gospodarstva u Hrvatskoj. *Sociologija i prostor*, 43(1), 171-194.

11. POPIS ILUSTRACIJA

Tablica 1. Osnovni tipovi obiteljskog poduzeća	7
Slika 1. Najveći problemi europskih i hrvatskih obiteljskih poduzeća 2016. godine	12
Slika 2. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Moravec“	23
Slika 3. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Brkanac“	24
Slika 4. Proizvodi OPG-a „Harači“	25
Slika 5. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Gašpić“	26
Slika 6. Kuća za odmor OPG-a „Gašpić“	27
Slika 7. Vino OPG-a „Bužić“	27
Slika 8. Domaće životinje na OPG-u „Konoba Antunović“	28
Slika 9. Autohtona gastronomska ponuda	29
Slika 10. Maslinovo ulje OPG-a „Rakovac“	30
Slika 11. Priznanje OPG-u „Rakovac“	31
Slika 12. Medenjaci OPG-a „Marijan Hrženjak“	31