

# Poduzetničke inicijative i društvene inovacije hrvatskih OPG-ova

---

Martić, Tanja

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:330013>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-04**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



**Sveučilište u Zagrebu**

**Ekonomski fakultet**

**Specijalistički diplomski stručni studij – Ekonomika poduzetništva**

**PODUZETNIČKE INICIJATIVE I DRUŠTVENE INOVACIJE  
HRVATSKIH OPG-ova**

**Diplomski rad**

**Tanja Martić**

**Zagreb, rujan 2021.**

**Sveučilište u Zagrebu**  
**Ekonomski fakultet**  
**Specijalistički diplomski stručni studij – Ekonomika poduzetništva**

**PODUZETNIČKE INICIJATIVE I DRUŠTVENE INOVACIJE**  
**HRVATSKIH OPG-ova**

**ENTREPRENEURIAL INITIATIVES AND SOCIAL**  
**INNOVATIONS OF CROATIAN FAMILY FARMS**

**Diplomski rad**

**Tanja Martić, 0067559014**

**Mentor: Izv. prof. dr. sc. Ivana Marić**

**Zagreb, rujan 2021.**

## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je \_\_\_\_\_  
isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na  
objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz  
necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj  
visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

---

(Vlastoručni potpis studenta)

---

(mjesto i datum)

## SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja .....	1
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	2
2. ODREĐENJE PODUZETNIŠTVA .....	3
2.1. Pojmovno određenje.....	3
2.2. Vrste poduzetništva .....	4
2.2.1. Poduzetništvo u poljoprivredi.....	7
2.3. Karakteristike poduzetništva .....	9
3. PODUZETNIČKA INICIJATIVA I DRUŠTVENA INOVACIJA.....	11
3.1. Poduzetnička inicijativa.....	11
3.1.1. Vrste inicijativa u poduzećima .....	12
3.1.2. Inicijativa „Živo selo“ .....	12
3.2. Inovacije .....	14
3.3. Vrste inovacija.....	18
3.2.3. Primjena inovacija.....	24
4. INOVACIJE U OBITELJSKIM POLJOPRIVREDNIM GOSPODARSTVIMA.....	27
4.1. Učinak inovacija na poljoprivredna poduzeća .....	27
4.1.1. Značaj inovacije za obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo.....	28
4.2. Informacijska tehnologija kao inovacija u poljoprivredi.....	29
4.2.1. Poljoprivredna tehnologija .....	30
4.3. Udruga „Biovrt – u skladu s prirodom“ .....	35
5. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA USVAJANJA INOVACIJA OPG-ova.....	37
5.1. Metodologija.....	37
5.2. Analiza opće okoline, kupaca i konkurencije OPG-a.....	41
5.3. Analiza rezultata istraživanja .....	47
6. ZAKLJUČAK.....	64
LITERATURA .....	65
POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFOVA .....	68
ŽIVOTOPIS .....	70

## SAŽETAK

U poduzetništvu je vrlo bitna vizija i jasan cilj. Poduzetnički proces svakako mora proći kroz tri faze, a to su nastanak ideje, stvaranje inicijative i pothvat. Poduzetnička inicijativa je poticaj za započinjanje nekog posla od kojeg se očekuju pozitivni gospodarski rezultati, kao što su zapošljavanje i zarada. „Obiteljsko gospodarstvo“ je sastavljeno od domaćinstva koje svojom radnom snagom obrađuje svoj posjed. Također treba napomenuti da su OPG-ovi ustrajni na očuvanju tradicionalnih prehrambenih proizvoda te samim time doprinose prirodnim resursima. Inovacije predstavljaju glavnu pokretačku snagu ekonomije mnogih zemalja te se također smatraju ključnim čimbenikom za uspješan rast i razvoj poduzeća. Što se tiče problema OPG-ova koji leži u konkurentnosti, prosječnim troškovima, nižim prinosima, svakako trebaju biti jasno postavljene inovacije i poduzetničke inicijative. Primarni cilj društvenih inovacija je pozitivan učinak i doprinos razvoju zajednice i društva, a zatim stvaranja dobiti. Na kraju je provedeno istraživanje o stavovima obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava o inovacijama.

Ključne riječi: poduzetnička inicijativa, obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo, društvene inovacije, poduzetništvo

## **SUMMARY**

In entrepreneurship, vision and a clear goal are very important. The entrepreneurial process must certainly go through three phases, namely the creation of an idea, the creation of an initiative and an endeavor. Entrepreneurial initiative is an incentive to start a business from which positive economic results are expected, such as employment and earnings. The "family farm" is composed of a household that cultivates its property with its labor force. It should also be noted that family farms are persistent in preserving traditional food products and thus contribute to natural resources. Innovation is the main driving force of the economy of many countries and is also considered a key factor for successful growth and development of enterprises. As for the problem of family farms, which lies in competitiveness, average costs, lower yields, innovations and entrepreneurial initiatives should certainly be clearly set. The primary goal of social innovation is a positive effect and contribution to the development of the community and society, and then the creation of profit. Finally, a survey was conducted on the attitudes of family farms towards innovation.

Key words: entrepreneurial initiative, family farm, social innovations, entrepreneurship

# 1. UVOD

## 1.1. Predmet i cilj rada

U poduzetništvu je vrlo bitna vizija i jasan cilj. Dobro oblikovana poslovna vizija je vrlo značajna za poduzetništvo. Poduzetnički proces svakako mora proći kroz tri faze, a to su nastanak ideje, stvaranje inicijative i poduzetnički pothvat. Poduzetnička inicijativa je poticaj za započinjanje nekog posla od kojeg se očekuju pozitivni gospodarski rezultati, kao što su zapošljavanje i zarada. Inovacije trebaju zadovoljiti potrebne društvene potrebe i razviti nova rješenja za društvene potrebe. U vrijeme kada poljoprivreda nije samo primarna djelatnost već je oblik poduzetništva, potrebno je cijeli sektor poljoprivrede gledati sa drugačijeg stajališta. Što se tiče problema OPG-ova koji leži u konkurentnosti, prosječnim troškovima, nižim prinosima, svakako trebaju biti jasno postavljene inovacije i inicijative. Ono što se u samom uvodu treba naglasiti jest da je primarni cilj društvenih inovacija pozitivan učinak i doprinos razvoju zajednice i društva, a zatim stvaranja dobiti. Detaljno će se razraditi tematika poduzetničkih inicijativa i društvenih inovacija hrvatskih OPG-ova te će se opisati njihova važnost za razvoj zajednice. Cilj rada je istražiti spoznaju o poduzetničkim inicijativama i društvenim inovacijama potrebnih za uspješan razvoj OPG-a. Prioritet rada je objasniti važnost OPG-a za Hrvatsku.

## 1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

U istraživanju će biti korišteni sekundarni izvori podataka temeljem prikupljanja podataka iz znanstvenih radova, članaka iz novina i sl. Jedna od metoda prikupljanja podataka je anketni upitnik u kojem će biti istražene poduzetničke inovacije obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava. Pretpostavka koja bi se željela potvrditi provođenjem anketnog upitnika je da je kvalitetno postavljanje ciljeva na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima važan čimbenik poslovnog uspjeha. Metoda deskripcije koristit će se za opisivanje ključnih pojmova vezanih uz poduzetničke inicijative i društvene inovacije. Metodom indukcije izvest će se opći zaključci o važnosti poslovnog planiranja na temelju OPG-a. Pojedinci mogu kreirati inovacije koje će značajno promijeniti poslovanje svoje organizacije, a sama inovacija je ključ svakog gospodarskog razvoja.



### **1.3. Sadržaj i struktura rada**

Ovaj završni rad je podijeljen na šest poglavlja unutar kojih su potpoglavljja. U prvom poglavlju se nalaze osnovne informacije o predmetu i cilju izrade diplomskog rada. U drugom poglavlju se prikazuje pojmovno određenje, vrste i karakteristike poduzetništva koje su detaljno objašnjene. Zatim slijedi treće poglavlje u kojem su opisane sve podjele i pojmovi inovacija i inicijativa te njihovih primjena u poljoprivrednim sektorima. Četvrto poglavlje sadrži učinke i značaje inovacija za obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo te se ističu važnosti primjene tehnologija u poljoprivredi. U petom poglavlju opisani su rezultati istraživanja te analiza opće okoline, kupaca i konkurencije OPG-a. U posljednjem, petom poglavlju se nalazi zaključak koji sadrži ukratko sve što je navedeno u završnom radu.

## 2. ODREĐENJE PODUZETNIŠTVA

### 2.1. Pojmovno određenje

„Poduzetništvo je gospodarska aktivnost pojedinca ili više partnera da uz vođenje i razvijanje poslovnog pothvata s određenim kapitalom i preuzimanjem rizika uz veću ili manju neizvjesnost uđe u poduzetnički pothvat sa ciljem stvaranja profita“ (Rajsman, 2013). Sastoji se od organizacijskih, inovacijskih te upravljačkih sposobnosti, a poduzetništvo zahtijeva znanje, sposobnosti, vještine i umrežavanje. „Može se definirati i kao splet poslovnih aktivnosti u kojima poduzetnik razvija nove ideje, ulaže u svoje znanje i u znanje zaposlenika s ciljem zadovoljstva kupaca i ostvarivanje profita“ (Tkalec, 2011). Bit poduzetništva je u stalnom traženju novih ideja i novih mogućnosti za razvoj pothvata te u pouzdanoj procjeni svih prepreka.

Poduzetnici riskiraju svoje zdravlje, vrijeme i novac kako bi osmislili novi proizvod ili uslugu koja će mu donijeti dobru zaradu. Prisutan je izazov u kojem je želja za uspjehom i inovativnošću koja upornim radom rezultira uspjehe. Poduzetništvo je proces u kojem se stvaraju vrijednosti spajanjem jedinstvene kombinacije resursa u svrhu iskorištavanja prilike (Škrtić i Mikić, 2011).

Poduzetnici su glavni vođe i inovatori koji imaju pozitivan utjecaj na širu zajednicu u smislu mijenjanja radnih navika, učenja pa sve do samog procesa vođenja posla. Oni pronalaze nove tehnologije, proizvode, procese te na taj način pokreću ekonomiju i motiviraju ostale poduzetnike. Stvaraju novu vrijednost s visokim potencijalom (Škrtić i Mikić, 2011). Mnogi žele postati poduzetnici zbog kvalitetnih prednosti koje nudi tržište.

Najčešće prednosti poduzetništva su mogućnost mijenjanja procesa, ostvarivanje neograničenih profita, kreativnost, inovativnost, konstantno usavršavanje znanja te na kraju, ispunjavanje vlastitih ciljeva. Koraćanje u svijet poduzetništva nosi i određene rizike koji se poistovjećuju sa otvaranjem novog „biznisa“. Najčešći nedostaci ulaska u poduzetništvo su neizvjesnost i rizik gubitka uloženog kapitala, nedefinirano radno vrijeme, naporan rad, visoka razina stresa, neograničena odgovornost, te naposljetku gubitak motivacije i volje za rad.

Na temelju raznih istraživanja se može reći da postoji pet vrsta poduzetnika. Idealisti, od kojih ima čak 24% poduzetnika, razvijaju stavove s vjerodostojnim osobama, a njihovo poslovanje se temelji na radu na računalu. Nadalje, postoje i optimizatori koji čine 21% svih poduzetnika,

a žele biti samostalni i uživati u slobodi. Pretežno su usredotočeni na profit. U 20% poduzetnika možemo ubrojiti i radnike, a podložni su u realiziranju postavljenih ciljeva te u svoje poslovanje investiraju puno truda.

A poduzetnici koji većinu svojih zadataka obavljaju samostalno su žongleri kojih ima 20%, puni su fizičke snage te često imaju manjka vremena za obavljanje postavljenih zadataka. (Škrtić i Mikić, 2011, 104) navode da su održavatelji svoje poslovanje naslijedili ili kupili, a glavna bit održavatelja je ravnomjerna ravnoteža između poslovnog i obiteljskog života.

## 2.2. Vrste poduzetništva

Poduzetništvo se dijeli u tri osnovne skupine, a to su tradicionalno, korporativno i socijalno poduzetništvo. Svaki od navedenih oblika je jednako važan za svaku zajednicu te istoj pridonosi određenu društvenu korist, ističući važnost malih, srednjih i velikih poduzeća.

**Tradicionalno poduzetništvo** se primjenjuje u mikro, malim i srednjim tvrtkama, a čiji je ključni cilj postizanje određenog profita. Motivacija i zadovoljstvo rada u tradicionalnom poduzetništvu je na višoj razini zbog samoinicijativnosti te samim time potiču kvalitetu života, zaposlenika i potrošača (Škrtić, 2006).

Pod tradicionalnim poduzetništvom se podrazumijevaju mala i srednja poduzeća koja stječu dobit provodeći različite inovativne metode svjesno preuzimajući rizik provođenjem aktivnosti koje vode ka ostvarenju postavljenih ciljeva upornim radom te na kraju poduzimajući sve raspoložive mjere za preuzimanje odgovornosti kako bi ostvarili postavljenu viziju i misiju (Perčin, 2011).

Prema Perčinu (2011) koncept tradicionalnog poduzetništva se temelji na generiranju novih ideja, identificiranju tržišta, ideja i vizija, realiziranje vlastitog pothvata, unapređenje infrastrukture, provođenje studija izvedivosti i projektiranje poslovanja. Poduzetnik ulaže kapital, realizira resurse s kojima nastoji pružati uslugu, zadovoljava tržišne potrebe, te samim time preuzima rizik, što znači da je to tradicionalan način pokretanja poduzetničkog pothvata. Tradicionalno poduzetništvo teži ka kreiranju novih ideja. Prije svega moraju biti jasno postavljene vizije i misije poduzeća. Ključan čimbenik uspješnosti poslovanja predstavlja kvalitetno identificiranje tržišta koje će doprinijeti rastu poslovanja.

Mala i srednja poduzeća djeluju protiv pojave monopolizacije, povećavaju strukturiranost ponuda, omogućuju slobodu izbora potrošača te se brže prilagođavaju promjenama tržišta.

Poznata su kao glavni doprinositelji socio-ekonomskom razvoju, a njihovo prepoznavanje se temelji na njihovim doprinosima inovacijama u proizvodnom procesu, tehnološkom napretku, uvođenju inovacija i otvaranju novih radnih mjesta (Walker, Perry, 1986). Općenito su mala i srednja poduzeća isplativija jer je njihova tehnologija ekološki pristupačnija.

Kao elemente malog gospodarstva možemo navesti da so to fizičke i pravne osobe koje neovisno obavljaju dopuštenu djelatnost radi ostvarivanja dobiti na tržištu, a dijele se na mikrosubjekte, male subjekte i srednje subjekte. Glavni su čimbenik zaposlenja te ključni pokretač inovacija.

Najvažniji činitelji uspjeha malih i srednjih poduzetnika su povoljna tržišna prilika, sposobnost upravljanja menadžera te kvalitetno dodjeljivanje instrumenata unutar same organizacije, advekatan kapital, raspoloživost kredita te svakodnevna primjena originalnih poslovnih metoda.

**Korporativno poduzetništvo** je karakteristično za velika poduzeća, odnosno korporacije te uključuje vještine i alate koji su pogodni da se iskoriste prilike koje se održavaju u velikim organizacijama kako bi se ostvario zadovoljavajući poslovan rezultat i transparentna konkurentska prednost na tržištu (Perčin, 2011). Uz efikasan menadžment i originalne tehnike poduzetnik treba kvalitetno organizirati veći broj ljudi te je samim time ovaj koncept poduzetništva složeniji nego tradicionalno poduzetništvo.

Korporativno poduzetništvo se odnosi na kreiranje investicijskih mogućnosti unutar poduzeća te na mijenjanje pravila po kojima posluje na promatranom tržištu. Simbolizira preobrazbu organizacije, obuhvaćajući i osnivanje većeg broja manjih samostalnih timova ili poduzeća u sklopu korporacije s definiranom razinom samostalnosti.

Korporativno poduzetništvo podrazumijeva poduzetničko razmišljanje, ostvarivanje dobiti te korištenje tehnika na inovativan način. Rezultati koje donosi korporativno poduzetništvo su stvaranje „poduzeća“ unutar postojećih organizacija, stvaranje novih i inovativnih proizvoda, usluga i procesa te kontinuirano obnavljanje taktike konkurentske pozicije (Perčin, 2011).

Jedna od razlika između „korporativnog“ i „tradicionalnog“ poduzetnika je u tome što obrtnici u većim poduzećima imaju makar mali dio podrške poduzeća, dok poduzetnik u tradicionalnom poduzetništvu nema ništa osim ako samostalno ne postigne željene ciljeve. Poduzetnici u velikim poduzećima također moraju dobiti dopuštenje za implementaciju ideje od strane „vođe“, dok tradicionalni poduzetnici u tom pogledu su samostalni i odgovaraju samo sebi.

**Socijalno poduzetništvo** se definira kao koncept koji pokreće stvaranje ekonomske i socijalne vrijednosti kroz izgradnju društvenih promjena i novih vrijednosti koje zadovoljavaju društvene potrebe i pružaju zapošljavanje teško zapošljivih i zapostavljenih društvenih kategorija. (Perčin, 2011).

Socijalno poduzetništvo karakteriziraju inovativnost, savjesno preuzimanje rizika, ustrajan rad, jasno postavljanje ciljeva radi unaprjeđenja kvalitete življenja te težnja ka ostvarivanju financijske i društvene vrijednosti (Škrčić, Mikić, 2011).

Djelatnosti koje socijalno poduzetništvo uključuje su socijalne usluge, prometnu infrastrukturu, usluga zapošljavanja, javno zdravlje, proizvodnja hrane, turističke usluge, održivi razvoj i okoliš. Socijalno poduzetništvo zagovara totalno drugačije ciljeve koji dominiraju u tržišnoj ekonomiji, odnosno usmjerava se na pomoć i razvoj zapostavljenih društvenih kategorija kao što su invalidne osobe, neobrazovana radna snaga, osobe slabijeg imovinskog stanja i sl.

Primarni cilj socijalnog poduzetništva je dobrobit i korist društvene zajednice, a ako se netko želi baviti socijalnim poduzetništvom, glavni cilj će mu biti da mu zaposlenici budu zadovoljni i što pravednije plaćeni za svoj doprinos. Neki od ciljeva koji se ostvaruju putem socijalnog poduzetništva su zdravstvena i socijalna skrb, ekološki ciljevi i edukacija. Glavni cilj zdravstvene skrbi je poboljšanje kvalitete uvjeta života osobama oboljelih od kroničnih i sličnih bolesti uz svu potrebnu stručnu pomoć specijaliziranih zdravstvenih djelatnika. U sklopu socijalne skrbi potrebno je riješiti problematiku socijalno teško zapošljivih osoba na način da i oni dobiju priliku za napredovanje. Ekološki ciljevi su također vrlo bitni za socijalno poduzetništvo jer se brinu o okolišu te o educiranju ljudi da žive u što čistijem okruženju. Edukacijom građana se postiže bolja informiranost koja pridonosi što uspješnijem radu i rješavanju svih problema.

Zajedničke karakteristike navedenih tipova poduzetništva su usmjerenost na inovacije, osmišljavanje procesa provedbe ideje, fokusiranost na kreiranje proizvoda te na kraju potreba ulaganja u rizične aktivnosti. U velikim korporacijama zaposlenici vode određeni segment poslovanja. Primjerice, ako ti zaposlenici ne uspiju sa svojim osmišljenim idejama, tvrtka će im omogućiti neko vrijeme isplatu plaća.

### *2.2.1. Poduzetništvo u poljoprivredi*

Poduzetnici predvode društvu, smišljaju nove ideje, pokreću poslove na temelju svoje upornosti i kreativnosti. Oni preuzimaju rizik i neizvjesnost, prepoznaju nove poslovne prilike te se upuštaju u razne poduzetničke pothvate. Poduzetnici u poljoprivredi moraju biti spremni na konstantno učenje, svakodnevno prikupljanje raznih informacija, rješavanje nastalih problema i umrežavanje sa pojedinim gospodarskim subjektima.

Poduzetništvo u poljoprivredi je izrazito važno zbog svog doprinosa stvaranja proizvoda na inovativan način pomoću kvalitetnih tehnologija. Poduzetništvo ujedinjuje poljoprivredu sa pojedinim gospodarskim subjektima koji ujedno i pomažu poljoprivredi da se konstantno razvija.

Poljoprivreda ima brojne mogućnosti usavršavanja i razvijanja jer se tehnologija brzo razvija i napreduje pa se samim time i poljoprivreda prilagođava tehničko tehnološkom napretku. Današnji problem je prisutan i kod zaposlenika u gospodarstvima i u OPG-ovima. Tehnologija se brzo mijenja i napreduje, a mnogi od njih nisu spremni na promjene te ih neće prihvatiti, a osobito je to aktualno kod starijeg stanovništva. Mnogi su odani tradiciji, i ne žele mijenjati svoj dugogodišnji način poslovanja, iako su svjesni da možda neće moći dugo opstati zbog konkurencije.

Tko želi uspjeti u svom poduzetničkom pothvatu mora biti inovativan, kreativan, uporan i prilagodljiv sadašnjim situacijama koje su neizbježne i usmjeriti svoje poslovanje na stvaranje novih poslovnih prilika na tržištu. Snažan ljudski kapital potencijalni je inicijator poduzetništva u poljoprivredi zbog čega je važno osnaživati intelektualni kapital.

Prihvatanje promjena ima svoj dugotrajan proces. Prije svega, ljudi uvijek prvo imaju strah od nepoznatog nakon čega je prisutno nezovoljstvo. Kada shvate da bi te promjene mogle pozitivno utjecati na njihovo poslovanje tada se odluče prihvatiti nastale promjene i polako prilagođavati im se kako bi bili što uspješniji i od konkurencije.

Svako poduzeće je posebno i ima drugačiji princip poslovanja, ali se ipak može navesti nekoliko pothvata za što uspješnije poslovanje (Škrtić, Mikić, 2011., 9):

- Postići kontrolu, odnosno izraditi način donošenja kvalitetnih odluka u poduzeću
- Omogućiti različitim članovima obitelji sudjelovanje u obiteljskom poslu i prema učinku ih kvalitetno nagraditi

- Biti spreman za rješavanje nesuglasica koje proizlaze iz zajedničkog rada u poljoprivredi
- Ugraditi prave vrijednosti i kulturu u poslovanje poduzeća jer im upravo to može pomoći da budu uspješniji od konkurencije

Nadalje, prema Škrtić, Mikić (2011., 13) što se tiče obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva kao zajedničkog rada u poljoprivredi možemo navesti nekoliko važnijih prednosti:

- Snažnija obiteljska povezanost i želja da se očuva dugogodišnja tradicija
- Voljnost obitelji na odricanje određenih stvari zbog napretka poduzeća
- Očuvanje radnog mjesta iskazivanjem brige o zaposlenicima
- Usmjeravanje na dugi rok jer je obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo dugotrajan posao
- Naglašavanje kvalitete kako bi se vodila briga o zahtjevima kupaca te na temelju toga kako bi se zadržali potencijalni kupci
- Razvijanje zajedništva u obitelji kako bi se što kvalitetnije poslovalo
- Poticaj na razvoj radnih navika svakog člana obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva
- Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo omogućuje visoku efikasnost poslovanja glede prihoda, troškova i dobiti
- Organizacija je učinkovitija
- Uključen je izravan kontakt s kupcima i dobavljačima na temelju čega se stvaraju prijateljske veze

Osim navedenih prednosti, obiteljska poljoprivredna gospodarstva mogu biti izvor raznih nesuglasica koje mogu postati prijatna za realizaciju postavljenih ciljeva i predstavljati ograničenje za daljnji razvoj.

U glavne nedostatke obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva može se uvrstiti (Škrtić, Mikić, 2011., 14):

- Nedostatak stručnih i upravljačkih znanja
- Miješanje poslovnih i obiteljskih odnosa
- Mogućnost visokog rizičnog poslovanja
- Sukob između obitelji zbog različitih želja i ambicija

- Ograničenost financijskih sredstava
- Članovi obitelji su istodobno menadžeri i vlasnici u poduzeću što može dovesti do neodgovornosti
- Nedostatak slobodnog vremena za odmor, druženje
- Oprediveljenost asortimana proizvoda, izostanak suvremenih programa razvoja

Vlasnici moraju stalno imati na umu nedostatke koji se skrivaju u osnivanju poduzeća kao što su konkurentnost, rizik, financijski gubitak i sl. U slučaju financijske krize prisutna je prednost obiteljskog biznisa jer obitelj lakše može prikupiti financijska sredstva stavljajući obiteljsku imovinu kao hipotekarnu podlogu za uzimanje kredita. Budućnost obiteljskog poduzetništva može postići dobre rezultate jer mala i srednja poduzeća čine pokretačku snagu gospodarskog razvoja zbog svoje inovativnosti, ustrajnosti i fleksibilnosti.

### **2.3. Karakteristike poduzetništva**

Što se tiče karakteristika poduzetništva, vrlo je jasna početna ideja poslovanja poduzetnika. Ako poduzetnik poznaje tržište dobara i usluga, te u njemu uočava nedostatke, tada uviđa ideju inovativnog proizvoda koji pozitivno utječe na okolinu. Međutim, kako bi došlo do perspektivnog proizvoda, poduzetnik treba svojim djelovanjem utjecati na ključne uloge, odnosno na investitore, zaposlenike te kupce koji su zainteresirani za proizvod ili uslugu.

Poduzetništvo uključuje stvaranje nečeg inovativnog za što je potrebno puno vremena i truda, nakon čega slijede nagrade u obliku novca, a u međuvremenu se preuzima i rizik. Generalno se smatra da bi poduzetnik trebao posjedovati sedam temeljnih osobina: samouvjerenost, radoholičnost, odgovornost, inovativnost, sklonost preuzimanju rizika, svrhovitost i samostalnost.

No, postoje i ostale funkcionalne karakteristike poduzetništva, a neke od njih su hrabrost, altruizam, vizionarstvo, mudrost, strpljenje, kreativnost i sl. Hrabrost označava poduzetnike koji su spremni na preuzimanje rizika i temelji se na visokoj razini znanja o rizičnosti te spremnosti na razne prepreke, odnosno na uspjeh i neuspjeh. Altruizam se odnosi na spremnost poduzetnika za poštovanje potencijala drugih, a povezan je sa etičnošću poslovanja.

Vizionarstvo predstavlja uočavanje dobrih poslovnih prilika, očekivanje tržišnih promjena, razvoj tehnologije, zahtjeva kupaca nakon čega je potrebno odrediti smjernice poslovne



politike. Svaki poduzetnik treba biti mudar, strpljiv i kreativan kako bi osigurali ambiciozne ciljeve.

Inovacije i poduzetništvo su u uskoj vezi, a povezuje niz zajedničkih pojmova kao što su prepoznavanje tržišnih prilika, istovremeno preuzimanje rizika, nesigurnost, izdržljivost prilikom nastanka problema te želja za uspjehom (Oksanen, Rilla, 2009).

Sva poduzeća nemaju iste ciljeve, a sve poslovne ideje, vizije i metode su drugačije. Svaki poduzetnik ima drugačiji način za započinjanje posla ili osmišljavanje ideja. Karakteristike poduzetništva se očituje i u oblikovanju opcija, poticanja timskog rada, rasprava i sl. Cjelokupno poduzetništvo ima karakteristike poput spremnosti na preuzimanje rizika, talentiranosti poduzetnika, sposobnost prihvaćanja kritike, ekonomično trošenje resursa te fokusiranost na problem koji je potrebno riješiti.

### **3. PODUZETNIČKA INICIJATIVA I DRUŠTVENA INOVACIJA**

#### **3.1. Poduzetnička inicijativa**

„Poduzetnička inicijativa je izazov za započinjanje nekog posla od kojeg se mogu očekivati pozitivni gospodarski rezultati, prvenstveno zarada i zapošljavanje“ (Kružić, 2007). U današnje vrijeme poduzetništvo je nositelj važne poduzetničke inicijative koja održava i stimulira razvoj ekonomije širom svijeta. Dolazi do otvaranja radnih mjesta, obnavljanja sadašnje ekonomije, porast zapošljavanja, a sve to upravo zbog porasta poduzetništva koje prati poduzetnička inovativnost, a direktno utječe na kulturni, socijalni i ekonomski rast.

Poduzetništvo, male investicije, mikro poduzetništvo i samozapošljavanje za Hrvatsku su iznimno važni razvojni faktori. Jedan od temelja uspješnih suvremenih gospodarstava su snaga i masovnost individualnih poduzetničkih inicijativa. Zato treba poticati stvaranje boljih uvjeta za sve početne poduzetnike i omogućiti im da jednostvano i brzo pokreću vlastite poslove temeljene na inovativnosti.

Postoje mladi ljudi koju su tijekom školovanja stekli znanja na raznim projektima, iskusni su u timskom radu, imaju izvrsno planiranje i izvršavanje aktivnosti u određenom roku. A kada im se pruži prilika, tada se odlično snalaze, preuzimaju inicijativu i pronalaze bolja rješenja. Individualna inicijativa i kultura poduzetništva su iznimno važni segmenti opće životne kulture (Ivor Altaras, 2013).

Prva inicijativa za poticanje poduzetništva razvila se u Sisku 1991. godine iniciranjem poduzetničkog inkubatora unutar Željezare Sisak. Nadalje, iste godine je i u Rijeci formiran PORIN koji nudi potpunu potporu poduzetnicima koji pokreću vlastiti posao. Croateh d.o.o. je osnovan 1992. godine kao potpora tehnološkom razvoju malih tvrtki, a osnovale su ga Vlada RH i Hrvatska gospodarska komora.

Sukladno poticaju razvoja obrta, malog i srednjeg poduzetništva u Gradu Zagrebu 2019.-2023. godine, Grad Zagreb je i tijekom 2019. provodio niz mjera koje su bile fokusirane na razvoj poduzetništva zbog kreiranja uvjeta za daljnji rast obrta i rast zaposlenosti temeljene na inovacijama i stečenom znanju. Jedna od mjera odnosi se na dodjelu potpora za razvoj društvenog poduzetništva čiji je glavni cilj razvoj poduzetničkih inicijativa (Grad Zagreb, čl 41. točka 6., 2019).

Odjeli su usmjereni na podržavanje i izvršenje općenitih aktivnosti i mjera za razvoj obrtništva. Pri tome se aktivnosti i mjere koje se provode odnose na dodjelu financijskih sredstava u obliku bespovratnih potpora i poduzetničkih kredita uz što povoljnije uvjete te stvaranje poduzetničke infrastrukture kao podrška svim poduzetnicima za implementiranje poduzetničkih inicijativa. Potrebno je uvažiti mišljenja ostalih koji doprinose zapošljavanju jer se kontinuirano mijenjaju izazovi tržišta te je potrebno prilagođavati se. Na taj se način pažnja sve više usmjerava na poticanje poduzetničkih ideja žena i mladih zbog mogućnosti realizacije nekih novih oblika poduzetništva.

### *3.1.1. Vrste inicijativa u poduzećima*

Nove strateške smjernice su novosti sa stajališta rukovodstva glede tržišta, proizvoda ili tehnologije. Inicijative odozdo se odnose na zamisli zaposlenih da se poduzeće prihvati nečeg inovativnog, tj. riječ je o spontanim inovacijama. Poslovanje nezavisnih poslovnih jedinica je pogodan za uvođenje inovativnih proizvoda. Redovito razvijanje proizvoda je djelatnost koja prihvaća tehnološke promjene, pilot-projekte, tržišne inicijative i brainstorming. Što se tiče tehnoloških promjena, njome usavršavamo tehnologiju te poboljšavamo poslovanje. Pomoću pilot-projekata razvijamo primjenu informacijske tehnologije u svim djelatnostima. Metoda brainstorming nam služi za otkrivanje rješenja za nastale probleme, a važno je prikupiti veliki broj ideja te na temelju toga izvući najkvalitetniji prijedlog.

### *3.1.2. Inicijativa „Živo selo“*

Glavni cilj Inicijative „Živo selo“ je ostvarivanje hrvatske prehrambene suverenosti na održivom razvoju i dobrobiti proizvođača hrane, ali i svih građana. U hrvatskoj poljoprivredi nailazimo na razne probleme koji su povezani s poljoprivrednim zemljištem, pretjeranim uvozom hrane, plasmanom i i klasificiranjem hrane te povlačenjem sredstava iz EU fondova. Navedeni problemi onemogućavaju normalno poslovanje i konkurentnost malih i mirko poduzetnika u poljoprivredi.

Inicijativu „Živo selo“ je pokrenulo 50 poljoprivrednih udruga okupljenih u saveze, udruge koje se bave ruralnim turizmom i udruga Glas poduzetnika, sveukupno 15.000 članova koji će zajedničkim snagama zagovarati rješavanje navedenih problema (Petković, 2020).

Potaknule su ih mnogobrojne krize proteklih godina, misleći na ekonomske, financijske, epidemiološke i migrantske krize. Želja im je da Hrvatska postane prehrambeno suverena država, a to podrazumijeva samostalno vođenje poljoprivredne politike te adekvatnu zaštitu domaće proizvodnje radi postizanja ciljeva održivog razvoja.

Iza njih su teška vremena i gotovo tridesetogodišnje nazadovanje hrvatske poljoprivrede i značajan gubitak broja obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, uzrokovani pogrešnim politikama za hrvatsku poljoprivredu. Još 2013. godine je bilo 260.000 OPG-ova, a danas otprilike ima 160.000 registriranih OPG-ova, što znači da ih je trenutno znatno manje i da postoji problem koji je potrebno riješiti (Petković, 2020). Unatoč korona krizi 2020. godine, uvoz je rastao za 11%, zbog čega je domaćim proizvođačima prijetilo propadanje uroda brojnih vrsta voća i povrća. Međutim, hrvatska poljoprivredna komora je apelirala na sve trgovačke lance da kupuju domaće kvalitetno voće i povrće jer su tijekom proljeća svi provodili kampanju kako bi promovirali svoje domaće proizvode. Ističu kako je najveći problem povrća u proizvodnji usitnjenost, mala prosječna zemljišta i slaba ekonomska snaga gospodarstva.

Stoga, unatoč velikim problemima, Inicijativa „Živo selo“ traži rješavanje pitanja vezano za zemljište, označavanje hrane i slično. Svakako je bitna stavka da poljoprivreda treba biti određena kao strateška grana gospodarstva temeljena na načelima održivog razvoja. Između ostalog, neophodno je plasirati mala i mikro poduzeća, odnosno tvrtke, obrte, zadruge i OPG-ove kao odrednicu razvoja poljoprivrede i ruralnog prostora, zaštititi domaće proizvođače od konkurencije, izjednačiti uvjete poslovanja u odnosu na sudionike iz europskog okruženja. Među zahtjevima članova Inicijative također traže osiguravanje socijalnih i radničkih prava poljoprivrednika i zaposlenika u poljoprivredi ravnopravno prema svim drugim djelatnostima. Žele otkloniti problem zapuštenog i neobrađenog poljoprivrednog zemljišta, vraćanje poljoprivrednih površina u korištenju od strane Hrvatskih šuma na korištenje poljoprivrednicima, poštujući načela transparentnosti i pravedne tranzicije.

Nakon svega, članovi Inicijative, odnosno Hrvatski savez udruge ekoloških proizvođača, Održivi razvoj zajednice, Udruga Glas poduzetnika, Udruga obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava Hrvatske „Život“ i mnogi drugi smatraju da zajedničkim snagama i umreživanjem mogu razviti inicijativu koja će biti prepoznata od strane nadležnih institucija. Kroz razgovor mogu smisliti nove ideje koje će kvalitetnije doprinijeti zajedničkom radu kroz ostvarenje postavljenih ciljeva.

Nažalost, u većini slučajeva se glas hrvatskih poljoprivrednih gospodarstava gotovo i ne čuje. Hrvatski mali poljoprivrednik je na kraju prepušten sam sebi i bori se za opstanak među

ogromnom konkurencijom. Mali i srednji poduzetnici nemaju svoju instituciju koja bi se borila za njihova prava i koja bi u punoj mjeri zagovarala njihove želje.

### **3.2. Inovacije**

„Inovacija se definira kao primjena novog ili poboljšanog fizičkog dobra ili usluge, nove marketinške metode ili nove metode u poslovnim praksama. To su aktivnosti koje su drugačije od postojećih, a označavaju sveobuhvatnost metoda, znanja, tehnika koje služe u procesu rada, a povezane su sa tehnologijom“ (Bahtijarević Šiber, 1992).

U današnje vrijeme inovacije se smatraju ključnim čimbenikom rasta i razvoja modernih poduzeća te karakteriziraju okosnicu današnje ekonomije mnogih zemalja. Inovacije se također mogu definirati kao proces stvaranja nove vrijednosti koje su prvenstveno namijenjene potrošačima, ali i zaposlenicima poduzeća, dioničarima te vanjskim partnerima (Dobre, 2005).

U doba konkurencije, sva poduzeća moraju ulagati u razvoj i biti inovativni kako bi opstali na tržištu. U suprotnom, ako ih zanemare, moraju biti spremni na loše rezultate poslovanja. Generiranje dobre ideje ili usvajanje nove, samo je početak. Da bi ideja bila inovacija, mora se pretvoriti u proizvod ili uslugu koju kupci žele ( Afuah, 2003).

Inovativni ljudi pokreću svijet, ali jedino imaju smisla inovacije koje će se dobro prodavati na tržištu, i od kojih će inovatori moći živjeti. Put od inovacije do tržišta je iznimno težak i zahtijeva puno truda i odricanja. Inovacije koje su skupe za proizvodnju, koje nisu tehnološke, jednostavno neće biti spremne za tržišnu bitku. Inovativni proizvod uspijeva na tržištu pomoću dobrog marketinga jer se na taj način pronalaze lojalni kupci.

Današnja produktivna gospodarstva diljem svijeta temelje se na učinkovitoj implementaciji inovacija na tržištu. U današnje vrijeme inovacije se dosta poštuju, promiču i stvaraju u gospodarstvu. U praktičnim društvima se mogu razviti inovativnost, stvaralaštvo i kreativnost, a vezani su za uspješne rezultate rada, proizvodnju i svjesno preuzimanje rizika.

Obično se misli da su inovacije samo izumi koji se mogu patentirati, odnosno izumi i jesu poptune nove stvari i okosnice svakog razvoja. Inovativnost mora biti prisutna u svakom poduzeću, u smislu stalnog unapređivanja i inoviranja svih dijelova poslovanja. Glavni temelj konkurentne prednosti na tržištu su inovacije jer su na kraju najuspješniji rezultati inovativni proizvodi ili usluge (Galović, 2016).

Božičević (2011.) tvrdi da su za uspješnu inovaciju bitne sljedeće četiri stavke.

### SLIKA 1. STAVKE ZA USPJEŠNU INOVACIJU



Izvor: Izrada autora prema Božičević, J. (2011., 54), *Innovation and its cultivation*, Zagreb

Inovacije ne nastaju same od sebe, njihova realizacija ovisi o njihovom okruženju. Takvo okruženje tumači sklop interakcija, odnosno inovacijski sustav koji obuhvaća različite zakone, političko okruženje, istraživačke institute, financijske institucije i dr. Za inovacijsku aktivnost možemo reći da je jedan od temeljnih inicijatora gospodarskog razvoja. Integriranjem inovativnih tehnologija, zapošljavanjem novih znanstvenika te poboljšanje u organizacijskoj strukturi utječe se na povećanje efikasnosti poduzeća (Galović, 2016).

Inovacije pružaju temelj za nove industrije, tvrtke i za nova radna mjesta, ali države moraju ujediniti inovacije i poduzetništvo kako bi potaknule gospodarski rast i razvitak te veću stopu zaposlenosti jer je inovacija ključna za dugoročni rast životnog standarda (Atkinson i Ezell, 2014).

### *3.2.1.1. Važnost inovacije*

Inovacije su danas sve bitnije u svijetu i smatraju se ključnim čimbenikom za uspješan rast i razvoj poduzeća. Također predstavljaju i okosnicu današnje ekonomije mnogih zemalja. Danas sve više ljudi putuje, kako osobno, tako i poslovno, kako bi upoznali nove ljude, stekli nove kupce i poslovne partnere. Putovanjem se upoznaju razne kulture država i zbog toga sve više tvrtki otvara svoje podružnice diljem svijeta. Stoga su inovacije veoma bitne jer se njima žele zadovoljiti sve potrebe i zahtjeve tržišta kupaca. Inovacijama se žele otvoriti nova radna mjesta, olakšati životne navike ljudi. Inovativnost može rezultirati pomakom u civilizacijskom razvoju zbog nove tehnološke proizvodnje, nove strukture ljudskih potreba, nove spoznaje (Škrtić, Mikić, 2011).

Na razini zajedničke europske politike, uloga i važnost inovacije su prepoznati kao glavni čimbenik za poboljšanje razvoja ruralnih područja i generiranja ekonomskog rasta i zaposlenosti zemalja Europske unije. Povećanjem inovativnih aktivnosti poduzeća, Europska unija pokušava osnažiti konkurentnost unutar ostalih sudionika globalne ekonomije. Što se tiče važnosti inovacije u Hrvatskoj, može se reći da je Hrvatska kao tranzicijska zemlja s malim tržištem suočena s velikim izazovima. Zbog domovinskog rata mnoga poduzeća su otišla u stečaj jer je rat rezultirao gubitkom tržišta.

Međutim, opstala su mnoga poduzeća koja trenutno konkuriraju stranim poduzećima koja ulaze u Hrvatsku. Hrvatska poduzeća mogu najbolje konkurirati pomoću inovacija, upravo zbog toga jer ne mogu biti konkurentniji sa nižom cijenom zbog nemogućnosti postizanja ekonomije obujma. Što se tiče zastupljenosti inovacijske aktivnosti u Hrvatskoj, vrlo je visoka, čak 74% poduzeća je lansiralo novi proizvod, a njih 59% je poduzelo inovacije procesa (Škrtić, Mikić, 2011).

Važnost inovacije za obiteljska poljoprivredna gospodarstva je veoma bitna jer jedino inovativna poduzeća lakše opstaju u svim preprekama i izazovima koje donosi tržište. Svako obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo mora razmišljati unaprijed kako bi stvorili nove pozitivne rezultate ili poboljšali već postojeće rezultate poslovanja.

Inovacija u obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima je važnija nego prije jer je zbog razvoja nacionalnog gospodarstva potrebno posvetiti što više pažnje inovacijama. Inovacija se može odnositi na uvođenje novije tehnologije za što bržu izradu proizvoda ili za ulaganje u marketing, odnosno promociju proizvoda ili usluge. Uvijek postoji način da se nova ideja razvija iz već postojećih materijala te u ovom slučaju nije prisutan veliki nedostatak financijskih sredstava.

Inovacije i poduzetništvo su međusobno povezani te su međuovisni, a poduzetnici su svjesni motivirajućeg okruženja bez kojeg ne mogu napredovati u poslovanju. Inovacije su glavni pokretač svakoga gospodarstva jer se upravo zbog njih mogu zapošljavati veliki broj kvalitetnih zaposlenika (Gregorić, 2018).

Da bi se očuvala tržišna pozicija i povećala profitabilnost na tržištu, potrebno je uvesti nove proizvode. A ako se radi o etabiliranim proizvodima, konkurentnost i rast profitabilnosti se postiže dizajnom, kvalitetom i snižavanjem cijene (Prester, 2010).

Nadalje, Atkinson i Ezell (2012., 131) navode kako inovacije mogu pridonijeti konkurentskoj prednosti na sljedeće načine:

- Očuvanje tržišnog dijela je moguće pomoću novih proizvoda
- Kod već postojećeg proizvoda ili usluge je potrebno promijeniti dizajn, kvalitetu i sniziti cijenu kako bi opstalo među konkurencijom i rezultiralo pozitivnim poslovanjem
- U industrijama u kojima je životni ciklus proizvoda kratak poduzeće mora često mijenjati proizvode novim poboljšanim inačicama
- Podržavanje stvaranja osnovnih inovacijskih inputa
- Držanje uvozne cijene kapitalnih dobara
- Podržavanje stvaranja osnovnih inovacijskih inputa
- Inovacijska politika trebala bi se fokusirati na maksimizaciju inovacija u svim sektorima
- Razvijanje nacionalne inovacijske i proizvodne strategije

Između ostalog, zbog iznimne zahtjevnosti faktora koji utječu na inovacije, poduzeća moraju na određeni način rukovoditi se s limitiranim menadžerskim i financijskim resursima kako bi pobijedili konkurenciju (Alloca, Kessler, 2006):

Čimbenici koju su važni pri implementaciji inovacija u mala i srednja poduzeća su kapitalni, marketinški i tehnički resursi, sposobnost inoviranja, uloga top menadžmenta, proces razvitka novog proizvoda, važnost saveza, strategija i planiranje te organizacija (Alloca, Kessler, 2006):

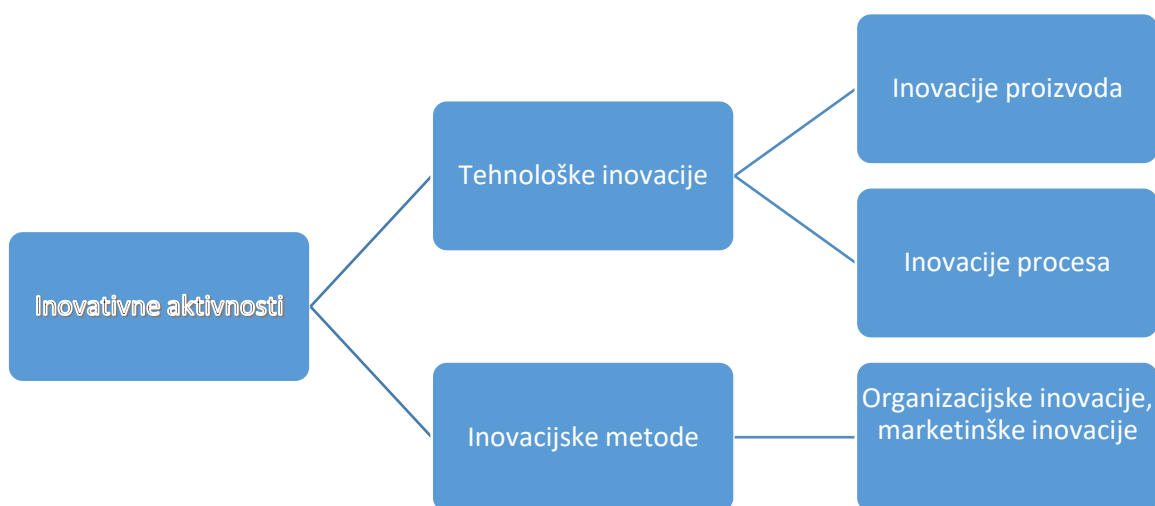


Inovacije su preduvjet konkurentnosti u suvremenom poslovanju, te je bez njih upitna egzistencija svakoga poduzeća. Možemo zaključiti da su inovacije najvažniji čimbenik koje poduzeće gura prema vrhu, omogućujući mu neprekidno stvaranje dodane vrijednosti te zadovoljenje potreba potrošača i poduzeća (Baković, Ledić-Purić, 2001).

### 3.3. Vrste inovacija

Inovativno poduzeće provodi inovativne aktivnosti. Inovativnost zbog svojih obilježja složenosti u većini slučajeva zna biti neshvatljiva. Shodno tome, slijedi shema koja će jednostavnije prikazati koncept inovacija.

#### SLIKA 2. KONCEPT INOVACIJA



Izvor: Izrada autora prema Galović, T, (2016., 40), *Uvod u inovativnost poduzeća, Rijeka*

Inovativno poduzeće je poduzeće koje je primjenilo inovaciju u svom poduzeće. Kako bi poduzeće bilo inovativno, potrebno je da u svoje aktivnosti uključi inovativne aktivnosti te utjecaj poduzetnika koji u kombinaciji sa vlastitim znanjem i dobrim poznavanjem potrošača može to pretvoriti u inovativna rješenja poslovanja (Hausman, 2005). Inovativne aktivnosti uključuju sve organizacijske, tehnološke, znanstvene, financijske i komercijalne napore koji

vode postupak primjenjivanja inovacija, a također obuhvaćaju i istraživanje i razvoj (Galović, 2016).

Inovacijska aktivnost može kreirati jednu ili više inovacijskih metoda i tehnoloških inovacija. Tehnološke inovacije obuhvaćaju nove proizvode i usluge te procese i značajne tehnološke promjene u proizvodnim procesima (Dobre, 2005). Nude određeni oblik tehnološkog napretka, primjerice uvođenje novih aplikacija. Upravo zbog pojave konkurencije u poslovanju na tržištima diljem svijeta poželjno je primjenjivati tehnološke inovacije. Unaprjeđuju kvalitetu poslovanja, reduciraju troškove, te pozitivno djeluju na zadovoljstvo svih kupaca. Kada tehnološke inovacije ostvare pozitivne učinke na razvoj okruženja zajednice i poslovanja, tada se mogu svrstati u grupu društvenih inovacija.

Inovacija je ostvarena onda kada je na tržište (inovacija proizvoda) ili kada je upotrijebljena u proizvodnom procesu (inovacija procesa) (Galović, 2016). Inovacije proizvoda predstavljaju novi poboljšani proizvod ili uslugu, odnosno inovacije u njegovim obilježjima i funkcionalnosti. Poslovanjem na tržištima diljem svijeta i javljanje sve većeg broja konkurencije, poduzeća se odluče suočiti sa tržištem na način da plasiraju novi ili znatno poboljšani proizvod ili uslugu na tržište.

Inovacije proizvoda u poljoprivrednim poduzećima uključuju znatno poboljšanje dobara ili usluga, a u smisao eko-inovacija se svodi na inovacije uključene u reciklažu proizvoda. Inovacije procesa označavaju promjenu u načinu proizvodnje nekog proizvoda. Odnosi se i na promjenu inovacija u korištenju resursa, kontroli proizvodnje, distribuciji ili promociji. Inovacije procesa omogućuju proizvodnju proizvoda ili usluga s manje ulaznih resursa s naglaskom na smanjenje energije i materijala.

S druge strane, skupina inovacijskih metoda uključuje organizacijske i marketinške inovacije. Marketinška inovacija određuje primjenu nove marketinške tehnike, obuhvaćajući i iznimne promjene u pakiranju i izgledu proizvoda, promoviranju, plasiranju na tržištu i u cijeni. Drugi načini marketinga inovacija se odnosi na određivanje cijene proizvoda ili promocije na jedinstven način ili lansiranje proizvoda na neobična mjesta.

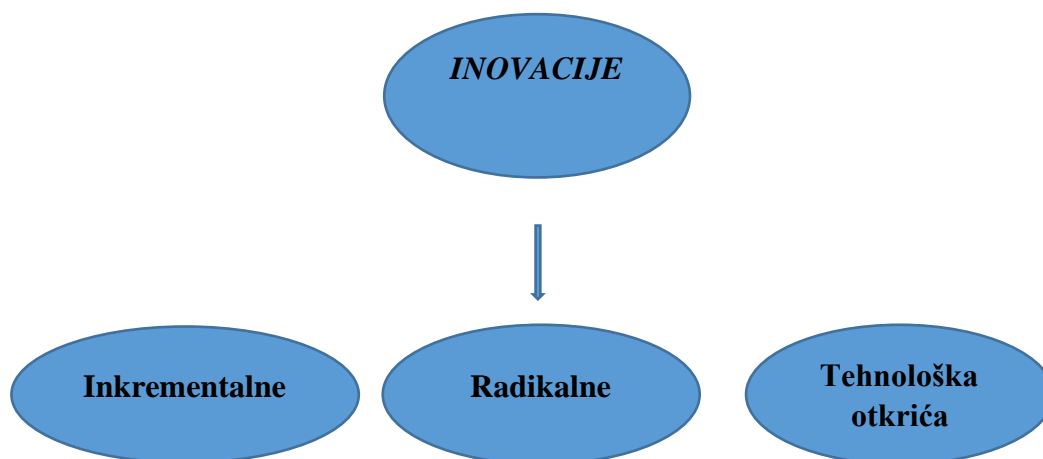
Fokus marketinške inovacije je na orijentaciji prema tržištu i kupcima, a svi proizvodi i usluge se trebaju prilagoditi prema njihovim željama i potrebama. Po definiciji, organizacijska inovacija uključuje provedbu nove menadžerske strukture, prakse i procesa u radnoj organizaciji poduzeća. Organizacijske inovacije su u većini slučajeva radikalne i rizične te se samim time smatraju najizazovnijom vrstom inovacija. Ovisno o obilježjima proizvoda, tržišta

postavljenih ciljeva poduzeća i organizacijska struktura se trebaju prilagođavati kako bi na najbolji način osigurali poslovni uspjeh.

Razlika između inovacije procesa i organizacijskih inovacija je u čvrstoj vezi između procesnih inovacija i tehnologije, dok se organizacijske inovacije većinom odnose na nadgledanje ljudskih resursa (Galović, 2016). Potrebno je fokusirati se na određenu vrstu inovacija, a putem istraživanja ili razgovora sa svojim poslovnim timom se može uspješno pokazati pravi smjer za poslovnu inovaciju.

Vrste inovacija mogu se promatrati i iz drugačije perspektive, a koja se odnosi na podjelu inovacija na inkrementalne, radikalne i tehnološka otkrića.

### SLIKA 3. VRSTE INOVACIJA



Izvor: Izrada autora prema Galović, T, (2016., 42), *Uvod u inovativnost poduzeća, Rijeka*

Inkrementalne inovacije se odnose na kontinuirano poboljšanje proizvoda, usluge ili procesa. Karakteriziraju ih brže, jeftinije i bolje verzije postojećih proizvoda. Poduzetnici koji u svom poslovanju koriste inkrementalne inovacije koriste postojeće proizvode koje se na kreativan način proširuju. Svakako inkrementalni inovator mora razumijeti posebne potrebe kupaca. Tipične su za postojeća tržišta, a potaknute su promjenama potrošačkih potreba. Vrlo su bitne za diferencijaciju poduzeća.

Radikalne inovacije pokazuju visoku razinu inovativnosti te su vrlo složene. U radikalnoj inovaciji koriste se novi moduli i nova arhitektura za stvaranje novih proizvoda. Uključuju

predstavljanje potpuno nove vrste stroja u sklopu određene industrije (Galović, 2016). Prisutan je veliki tehnološki i ekonomski rizik. Radikalne inovacije stvaraju nove kategorije proizvoda, mijenjaju odnos između kupaca i dobavljača, uvode novu ponudu vrijednosti i restrukturiraju tržišta. Predstavlja proizvodni proces s kojim će poslovni subjekt imati važan utjecaj na tržište i na ekonomsku aktivnost. Za inovaciju se kaže da je radikalna ako rezultira u proizvodu koji je toliko superiorniji da postojeći proizvodi postaju nekonkurentni (Afuah, 2003).

Tehnološka otkrića su različiti spojevi inovacija koje imaju presudan utjecaj na cjelokupno gospodarstvo. Međutim, tehnološka otkrića generiraju dugoročni profit za njihove izumitelje, primjerice uvođenje računala ili automobila u poslovne svrhe.

Kao što je i navedeno, inkrementalne inovacije karakteriziraju manja unapređenja, a u praksi se implementiraju u rješavanju problema gdje je cilj vrlo jasan. S druge strane, radikalne inovacije predstavljaju sasvim novi proizvod ili uslugu. Važno je naglasiti da cjelokupni utjecaj inkrementalnih i radikalnih inovacija na gospodarstvo može biti identičan, ako ne i veći od učinka tehnoloških otkrića.

Postoje razlike između radikalnih i inkrementalnih inovacija. Radikalne inovacije upućuju na totalnu transformaciju proizvoda (npr. internet), dok inkrementalne inovacije karakteriziraju novu uporabu proizvoda (npr. elektroničko bankarstvo). Radikalne inovacije rezultiraju od napretka u znanju, dok inkrementalne inovacije rezultiraju od poboljšanja u tehnikama. U inkrementalnim inovacijama su prisutne postupne i konstantne promjene, mali pomaci, kolektivni pristup, mala istraživanja, dok su u radikalnim inovacijama pristupne iznenadne i velike promjene, veliki pomaci, individualni pristupi i velika istraživanja. Novi poduzetnici će bolje uspjeti ako budu suočeni s radikalnom inovacijom, dok će postojeći poduzetnici bolje proći kada inovacija bude inkrementalna (Afuah, 2003). Postoje stupnji u novitetu, od noviteta s inkrementalnim poboljšanjima, pa sve do radikalnih promjena koje mijenjaju način ramišljanja o proizvodu i način korištenja (Prester, 2010).

Otvorenost prema novim idejama i usputnim rješenjima od velike je važnosti za sva poduzeća. Za mala poduzeća je otvorenost posebno bitna jer svoje skromne resurse nadoknađuju sa interakcijom u okruženju. U malim poduzećima je inovacija zaslužna za nagli rast poduzeća, ali su i spremni na fleksibilnost kako bi stekli veliku konkurentnu prednost (Hausman, 2005). Međutim, velika poduzeća ovise u velikoj mjeri o vanjskim resursima u okviru svojih inovativnih aktivnosti.

Prema trajanju, inovacije se mogu podijeliti na (Galović, 2016., 45):

- Uspješno realizirane inovacije, koje rezultiraju potpuno novim proizvodima, uslugama i procesima
- Neuspjele ili obustavljene inovacije, koje su otkazane iz različitih razloga, a proizašle su iz ograničavajućih okolnosti
- Inovacije u tijeku, odnosno inovacije koje su prisutne, ali još nisu provedene.

### *3.2.2.1. Organizacijske inovacije u poljoprivredi*

Poljoprivredne organizacije zahtijevaju uvođenje inovacije, a pod tim organizacijama smatramo inovacije koje obuhvaćaju proširenje asortimana proizvoda ili usluge, obrazovane usluge, istraživanje tržišta, uvođenje marketinških usluga, pretvaranje ulaznih materijala u gotove proizvode i poticanje kolektivnih akcija. Inovacije osiguravaju organizacijama da učinkovite slijede svoje postavljene ciljeve u poslovanju.

Što se tiče organizacijskih inovacija u poljoprivrednom odjelu, najvažnije su službe koje se bave savjetima vezano za poljoprivredu, a koje su bile zamišljene kao usluge koje proširuju svoje stečeno znanje putem istraživanja u ruralnom sketoru. Pružaju savjete vezano za poljoprivrednu proizvodnju, uključujući savjetovanje o mjeri poljoprivreda, okoliša, ekološke poljoprivrede, o modernizaciji i povećanju konkurentnosti poljoprivrednih gospodarstava i savjetovanje mladih poljoprivrednika.

Prenose stručne savjete, instrukcije iz područja poljoprivrede radi prikaza novih tehnologija i tehnika te načina gospodarenja i prijenosa znanja i vještina potrebnih za razvitak i očuvanje tradicionalne vrijednosti poljoprivrede (NN, br. 50/12 i 148/13). Njihov zadatak je da sudjeluju u oblikovanju i provođenju mjera i programa razvoja poljoprivrede. Također planiraju i usklađuju rad sa stručnim službama u poljoprivredi te organiziraju i pružaju uslugu obrazovanja i osposobljavanja iz područja poljoprivrede. Nude i usluge koje uključuju komponente poput prijenosa tehnologije, vještina upravljanja i širih ruralnih razvojnih ciljeva.

Organizacijske inovacije u poljoprivredi su dostupne svima i od koristi su višenamjenskim poljoprivrednim sustavima. Članovi poljoprivrednog sektora moraju neprestano uvoditi organizacijske inovacije kako bi kontrolirali efikasnost rada. Organizacijske inovacije karakteriziraju integraciju novih poduzetničkih struktura i praksa koje označavaju odskakanje od trenutnih praksa.

### 3.2.2.2 Društvene inovacije u poljoprivredi

Prije svega je veoma bitno da je poduzeće usmjereno na ljude, odnosno da konstatno ulažu u zaposlenike kako bi pridonijeli poslovanju i time ih potaknuli na nove ideje. Zaposlenici su najbolji izvor inovacija (Franc, 2020).

Društvena inovacija je vrlo popularna u kontekstu poljoprivrede i ruralnog razvoja, ali njegova uporaba i značajnost koja mu se pripisuje razlikuje se ovisno o domeni i opseg inovacije na koju se odnosi (Bock, 2012). Kada je poljoprivreda u pitanju, socijalnost je predstavljena kao ključni element inovacije, u smislu angažiranja društva u razvoju novih rješenja. Kada dolazi do striktno poljoprivrednog razvoja u smislu proizvodne učinkovitosti, socijalne inovacije se općenito smatraju manje značajnima.

Razvoj poljoprivrede je izgrađen na poslovnim inovacijama i bavi se novim proizvodima i procesima ili novim strategijama. Ruralni razvoj odnosi se na inovacije socijalno-ekonomskih sustava i traži kako bi se zadovoljile nezadovoljne javne potrebe i stvorila javna vrijednost gdje su tržišta i zajedničko socijalno-ekonomske politike propale.

Razlikuju se tri glavne interpretacije društvenih inovacija (Bock, 2012., 61):

**1. Društveni mehanizam inovacija** – potiču i podržavaju razvoj izuma, ali i nove tehnologije i proizvode koji također utječu na društvene odnose, ponašanje i stavove. Inovacije se odvijaju unutar određenog društvenog i kulturalnog konteksta. Kako bi se novi proizvodi ili tehnologije u potpunosti usvojile moraju se smjestiti u poseban društveni koncept sa normama i vrijednostima.

**2. Društvena odgovornost inovacija** – u klasičnom ekonomskom razmišljanju inovacija se smatra bitnom zbog svoje sposobnosti povećanja profita i poticanja gospodarskog rasta i razvoja. I danas su inovacije često povezane s industrijama koje razvijaju nove proizvode i nove tehnologije vođene njihovom željom da povećaju profit. Društveno odgovorne inovacije pozivaju tvrtke da ulažu u društvo i osmisle društveno relevantne inovacije. Postoji povećana potreba za inovacijama koje žele riješiti važne društvene probleme, upravo zbog toga je bitno analizirati društveni utjecaj inovacija. Pod društvenom odgovornom inovacijom se smatraju inovacije koje su društveno i etički prihvatljive i relevantne za društvo.

**3. Inovacija društva** – Društvena inovacija se također navodi kada se ukazuje potreba da se društvo promijeni kao preduvjet za rješavanje svih relevantnih problema kao što su

diskriminacija i onečišćenje. Fokus je na promjenama u društvenim odnosima, vrijednostima, normama i ponašanju ljudi. Potrebno je ulagati u razvoj civilnog društva i zajednice te podržavati kolektivno djelovanje, samoupravljanje i političko osnaživanje.

Sva tri tumačenja društvenih inovacija istaknuta su u kontekstu poljoprivrede i ruralnog razvoja. Općenito je fokus na promicanju društvenih inovacija kao važnog pokretača promjena. U ruralnom kontekstu koncept društvenih inovacija je složen i višedimenzionalan i često se naziva jednim velikim spletom povezanih i nediferenciranih procesa i ishoda na način da su svi prikazani kao blagotvorni i poželjni za javno dobro. Neke društvene inovacije ukazuju na želju da se savjetuju s društvom kada razvijaju nove proizvode i procese, dok drugi koriste želju za promjenama u društvu. Inovacije bi uvijek trebale biti društveno prihvatljive, relevantne i etički prikladne. Pojam društvene inovacije je popularan u sklopu poljoprivrede i ruralnog razvoja. Kada se razmatra poljoprivredni razvoj s ciljem učinkovitosti produktivnosti rada tada se društvena inovacija smatra manje važnom.

### ***3.2.3. Primjena inovacija***

Zbog ubrzanja modernizacije industrije, potrebna je primjena inovacija usluga i proizvoda, uvođenje novih poslovnih modela i korištenje inovativnih proizvodnih tehnologija. Glavni razlog poduzeća za inovativnost je želja da poveća svoje mogućnosti i da bude bolja od konkurencije. Primjena inovacija utječe natržišnu prednost i na udio u tržištu. Inovacija ima važnu ulogu u stvaranju razlike produktivnosti i konkurencije među poduzećima.

Učinci inovacija na poduzeća mogu se vidjeti u tržišnom udjelu, produktivnosti, prodaji i profitabilnosti. Trokut inovacijskog uspjeha je interpretacija čimbenika poslovnog i zakonodavnog okruženja te ozračja inovacijske strategije o čijem opsegu ovisi inovacijski uspjeh. Za primjenu inovacija potrebna je moćna angažiranost poduzetnika, visoka razina izuma, prihvaćanja informatičkih vještina te živa kapitalna tržišta (Atkinson i Ezell, 2014).

Da bi se primjenile inovacije, potrebno je imati vlasničku strukturu i udjel visoko obrazovanih zaposlenika te uvoditi strateške, upravljačke i marketinške promjene. Kako bi primjena i učinak inovacije bio uspješan, važno je poboljšati kvalitetu proizvoda, povećati tržišni udio, smanjiti troškove materijala i poboljšati ekološke, sigurnosne i zdravstvene aspekte te zadovoljiti zakonske regulative i standarde (Božić, Radas, 2005).

### *3.2.3.1. Proces usvajanja inovacija*

Proces usvajanja inovacije je proces kroz koji prolazi poduzetnik od prvih informacija o inovaciji do same potvrde odluke, odnosno želi li prihvatiti ili odbiti proizvod ili uslugu.

Naime, važno je prepoznati potencijal inovacije, odnosno potrebno je prije svega razumijeti obrazloženje ideje i ono što je potrebno za njezinu komercijalizaciju te prepoznavanje različitih primjena na koje se može staviti novi proizvod ili usluga (Afuah, 2003). No, nije lako prepoznati potencijal inovacije, primjerice, ako se pojavi nova tehnologija, teško je razumjeti koncepte koji podupiru svaku komponentu tehnologije i odnose među tehnologijama. S druge strane, nije lako ni razumjeti kako bi povezivanje ovih komponenti rezultiralo nižim troškovima ili diferenciranim proizvodom ili potpuno novim proizvodom koji kupci žele.

Postoje prepreke prilikom usvajanja inovacije, a prva je nesigurnost koja često muči inovacije, posebice u vrlo ranim fazama. Prisutan je nedostatak informacija i jasnoće o tome koje će se točno tehnologije koristiti za određene proizvode i usluge. To dovodi do drugog razloga za poteškoće u prepoznavanju potencijala inovacija, odnosno do poteškoća u prikupljanju i obrađivanju podataka. Zbog razlika u strukturama, sustavima, ljudima i lokalnom okruženju, poduzetnici smatraju da su relevantni samo određeni dijelovi tih informacija te su ograničeni u načinu obrađivanja informacija. Ovisno o vrsti inovacija, neki poduzetnici će informacije drugačije vidjeti i stoga drugačije percipirati izvedivost i koristi inovacije.

Općenito očekujemo da će se inovacije koje zahtijevaju pojedinačne odluke brže usvojiti nego kada inovaciju usvoji organizacija. Što je više osoba uključeno u donošenje odluka o inovaciji, to je sporija stopa usvajanja. Jedini put do bržeg usvajanja je pokušaj promjene jedinice odlučivanja na način da je uključeno manje pojedinaca (Rogers, 1983). Komunikacijski kanali mogu utjecati na stopu usvajanja inovacija. Kanali masovnih medija, poput poljoprivrednih časopisa su zadovoljavajući za manje složene inovacije, ali međuljudski kontakti su ipak važniji za inovacije koje su poljoprivrednici shvatili kao složenije.

Prema Damanpouru (1983), prisutna su dva smjera usvajanja inovacija, a to su istraživanja o disperziji inovacija i istraživanja o implementaciji inovacija. Istraživači koji se bave proučavanjem disperzije inovacija žele saznati kako se inovacije eliminiraju među društvom, a istraživači usvajanja stavljaju fokus na organizaciju te žele identificirati karakteristike poduzeća koje će implementirati inovaciju.



### *3.2.3.2. Usvajanje inovacija u poljoprivrednom sektoru*

U poljoprivrednom sektoru poljoprivreda može znatno napredovati usvajanjem inovacija. Cjeloživotno učenje ima važnu ulogu u poljoprivredi, a i prihvaćanje novih znanja te provođenje inovacije u poduzeće može pozitivno utjecati na konkurenciju.

Kako bi se inovacije usvajale među poljoprivrednicima, prije svega je važno ulagati u tehnologiju, a ministarstvo poljoprivrede bi trebalo unaprijediti pristup istraživanjima te omogućiti korištenje znanja i tehnologija.

Naime, postoje različite inovacije koje se ne mogu izravno primjeniti, te su za njih potrebna razna istraživanja i pribavljanje kvalitetnih informacija. Važno je kontinuirano učenje novih stvari, istraživanje dostupnosti inovativnih tehnologija i procesa rada. Poljoprivrednici trebaju u svakom trenutku biti spremni na preuzimanje rizika.

Interes za inovacije može nastati temeljem vanjskih faktora koji kreiraju sliku o inovacijama, ali ionako se većina poljoprivrednika odluči na uvođenje inovacija radi pozitivnih iskustva ostalih kolega. Svakako je bitno kvalitetno prezentirati koje su sve inovacije dostupne na tržištu, predstaviti pozitivne stavove ostalih poljoprivrednika te na taj način doći do što više zainteresiranih.

## **4. INOVACIJE U OBITELJSKIM POLJOPRIVREDNIM GOSPODARSTVIMA**

### **4.1. Učinak inovacija na poljoprivredna poduzeća**

Poljoprivreda je sektor koji uvelike ovisi o branšama za mehaničke procese i inovacije. Kod poljoprivrednih sektora inovacija može utjecati na razinu prodaje. U diferencijaciji proizvoda može rezultirati pozitivno te potrošačima donijeti veći i kvalitetniji izbor proizvoda. Odnosno, može doći i do otvaranja novih tržišta. Nadalje, inovacija može smanjiti trošak proizvodnje, odnosno smanjiti troškove infrastrukture i transporta. U poljoprivrednim poduzećima inovacija može dovesti do smanjenja troškova u nabavi te povećati konkurentnost poduzeća.

Poljoprivredni sektor se sastoji od niza manjih poduzeća, a većina njih proizvodi homogene izlaze koji se koriste kao ulaz u prehrambenoj industriji. Individualna poljoprivredna poduzeća u većini slučajeva nemaju dovoljno znanja i sredstava za ulaganje u rast i razvoj poduzeća i primjenjivanje inovacija.

U poljoprivredi koncept inovacija označava procese koji su važni za unapređenje i ostvarenje održive poljoprivrede. Inovacije su pokretač gospodarskog rasta i razvoja, te shodno tome održivost i razvoj hrvatske poljoprivrede ovisi u uvođenju inovacija i tehnologija za unapređenje poslovanja.

Dosta poduzetnika investira u aktivnosti koje su povezane s inovacijama, a većina poljoprivrednika ne sudjeluje u intenzivnom razvoju inovacija. Na poljoprivrednike i stanovništvo inovacije u poljoprivredi mogu imati puno pozitivnih prednosti. U današnje vrijeme gledamo da je učinak inovacija prednost samo u poljoprivrednoj djelatnosti, a ne da ima i učinak na ostatak stanovništva koji ne provodi izravno inovacije.

Postoje izravni i neizravni učinci inovacije na smanjenje siromaštva. Izravni učinci tehnoloških inovacija se mogu očitati u obliku većih prihoda, a tu prednost vide samo poljoprivredna poduzeća koja provode promjene u načinu poslovanja. Neizravni učinci tehnoloških promjena se odnose na ekonomski rast i razvoj, snižavanje cijene krajnjih proizvoda zbog veće proizvodnje i profitabilnosti i uvođenje novih radnih mjesta u poduzeću.

Poljoprivredna poduzeća koja koriste inovacije u svom poslovanju će doprinijeti većoj socijalnoj i industrijskoj efikasnosti te će ostvariti veći ugled. Uvodeći nove proizvode ili čineći postojeće proizvode učinkovitijim i prihvatljivim za društvo, učinak inovacije će se uvidjeti na tržištu zbog ostvarivanja dugoročne prednosti nad ostalom konkurencijom.

Sva obiteljska poljoprivredna gospodarstva koje su opstala na današnjem tržištu moraju upotrijebiti svoju kreativnost i inovativnost, kako bi pomoću inovacija utjecali na kvalitetu života svih stanovnika i poljoprivrednika.

Pomoću organizacijskih inovacija u poljoprivredi se mogu utvrditi vještine upravljanja, ali i uključuju značajke poput prijenosa tehnologije i širih ruralnih razvojnih ciljeva. Prisutne su poljoprivredne savjetodavne službe koje proširuju svoje znanje temeljem istraživanja. Pružaju podršku poljoprivrednicima prilikom prepreka i tijekom prihvaćanja inovacija (Assenso, Davis, Aredo, 2008).

#### *4.1.1. Značaj inovacije za obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo*

Svako uspješno poljoprivredno gospodarstvo mora razvijati nove pristupe kako bi poboljšali poslovne rezultate, a samim time moraju uvijek razmišljati korak unaprijed. U obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima u Republici Hrvatskoj većinom nisu prisutni rezultati uvođenja inovacija, a inovacija je vrlo bitna za uspješan razvoj poljoprivrede. Mala obiteljska poljoprivredna gospodarstva koja uvođe inovacije lakše opstaju u izazovima gospodarske krize.

Potrebno je posvetiti pažnju provođenju inovacija zbog značaja malih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava za razvoj nacionalnog gospodarstva. Inovacija u poljoprivredi može biti promotivna na način da poljoprivrednici ulažu u promociju svojih proizvoda. Također može biti i tehnološka, ali ona zahtijeva veća ulaganja jer se radi o ulaganju u tehnologiju za bržu proizvodnju proizvoda.

Nedostatak financijskih sredstava ne mora uvijek biti razlog radi neuvođenja inovacija u svoje poslovanje jer nove ideje mogu razviti iz postojećih proizvoda i usluga. Mogu uložiti u bolje pakiranje proizvoda, odnosno osmisliti inovativan dizajn samog proizvoda.

Što se tiče inovacija u obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, potrebno je poraditi na boljim uvjetima za uvođenje inovacija. Potrebno je kreirati sustav koji će poticati inovacije i omogućiti njihovu provedbu i napredak. Savjetodavne poljoprivredne službe bi trebale biti najvažniji kanal u širenju inovacija. Većina mlađih poljoprivrednika koriste suvremene medije kao oblik komunikacije o inovacijama. Dio poljoprivrednika ima manje pozitivan stav prema ulozi poljoprivredne savjetodavne službe u širenju inovacija.

## 4.2. Informacijska tehnologija kao inovacija u poljoprivredi

Informacijska tehnologija uključuje israživanje, razvoj, provedbu i upravljanje informatičkim sustavom, pogotovo softver i hardver. Koristi se za prenošenje, čuvanje, obradu i zaštitu podataka te također pomaže i u prenošenju znanja i raznih informacija. Napredak informacijske tehnologije bitan je za konkurenciju Europe u današnjem digitalnom svijetu. Informacijska tehnologija podrazumijeva poznavanje osnove korištenja računalnih programa, poznavanje internetskih tražilica, komunikacije putem e-maila i slično.

Korištenje informacijske i komunikacijske tehnologije u poljoprivredi uvelike olakšava poljoprivrednicima razmjenu znanja i poslovnih informacija, brži pristup raznim podacima te brže pregledavanje ponude inovativnih tehnologija. Također doprinosi i što uspješnijem poslovanju te donosi uštede u promociji proizvoda. Za umrežavanje ruralnih područja zaslužan je razvoj telekomunikacijskih mreža te je na taj način ubrzana pouzdanost razmjene informacija. Mnogi poljoprivrednici se susreću s brojnim preprekama u korištenju tehnologija jer traži odgovarajuću opremu, primjerice laptop, pristup internetu, a većina nije u mogućnosti da si to priušti. S druge strane, nedostaje im i potrebno znanje i vještine za korištenje opreme. Putem društvenih mreža i foruma poljoprivrednici mogu dijeliti svoja iskustva i mišljenja.

Na malim poljoprivrednim gospodarstvima su prisutne prepreke za korištenje informacijske tehnologije, a koje se odnose na nedostatak znanja poljoprivrednika o prednostima tehnologije te nedostatak edukacija za stjecanje vještina i znanja. Međutim, u današnje vrijeme su ljudi sve više svjesni da se sve vrti oko tehnologije ta da internet i mobiteli mogu biti korisni za podatke vezane za poljoprivredu. Društveni mediji nude suradnju, raspravu, kreiranje i dijeljenje raznih informacija.

Kako bi i ostala poduzeća dobila pristup novoj tehnologiji, moraju prihvatiti inovaciju. Primjeni informacijske tehnologije kao inovaciji u poljoprivredi mogu utjecati razni faktori kao što su edukacija, demografski faktori i pristup informacijskim tehnologijama.

Informatička pismenost poljoprivrednika je važna za uporabu složenijih informacijskih tehnologija, kao i za shvaćanje prednosti korištenja istih. Kada govorimo o inovacijama u digitalnoj tehnologiji, svakako su bitne za potrebe poljoprivrednika i stanovništva. Korištenje pametnih telefona i računala je usklađeno sa potrebama stanovnika i svakodnevnim životom. Štoviše, digitalna tehnologija može pružiti podršku poljoprivrednicima da postanu atraktivniji sektor za rad, posebice mladim poljoprivrednicima koji prate nove trendove.

#### 4.2.1. Poljoprivredna tehnologija

Poljoprivredna tehnologija se odnosi na upotrebu tehnologija u poljoprivredi sa glavnim ciljem pobošljanja poslovanja, odnosno profitabilnosti i učinkovitosti. Poboljšavaju efikasnost korištenja resursa, opisuju nove tehnologije u poljoprivrednom sektoru koje povećavaju produktivnost. Poljoprivredna tehnologija nudi mogućnost uzgoja biljaka koje su otporne na bolesti, te korištenje i razne opreme za jačanje usjeva.

Vrste poljoprivredne tehnologije (Krevh, 2020):

- Poljoprivredni trut
- Prognoze vremena, praćenje faze
- Kontrola svjetla i topline
- Biotehnologija
- Satelitska fotografija i senzori
- Senzorske mreže temeljene na Iot-u
- Softverska analiza za predviđanje štetnika
- Analiza za upravljanje tlom
- Automatizirano navodnjavanje

U poljoprivrednim poduzećima ulaganja u tehnologije nikada nisu bili dominantniji, a doveli su do snažnih promjena u načinu života ljudi. Radi smanjenja obradivih površina, poljoprivrednici su pomoću pronalaska kvalitetnih inovacija nastavili kontinuirano povećavati proizvodnju proizvoda. Poljoprivrednici moraju koristiti inovativna znanstvena rješenja koja će ih dovesti do značajnijih rezultata poslovanja.

U poljoprivrednom sektoru prisutne su tehnologije koje omogućavaju poljoprivrednicima povećanje produktivnosti, a to su (Farm Business, 2011):

**Senzori za tlo i usjev** – u današnje vrijeme je većina poljoprivrednih mehanizacija opremljeno pametnim sensorima koji mogu iščitati potrebu za vodom, zdravlje usjeva te razinu dušika u tlu. Senzori omogućuju praćenje svih aktivnosti, analizu podataka u suradnji sa agronomskim i klimatskim podacima. Vrijedan su alat za upravljanje rizicima jer omogućuju preciznije programiranje terena. Senzori za mjerenje vlage tla su najpoznatiji, a prikazuju stanje vlage. Više vrijednosti ukazuju na to da je tlo suho, a niže vrijednosti da je tlo vlažnije. Mogu se koristiti i za poboljšavanje navodnjavanja. Također mogu mjeriti i visinsku razliku, sadržaj humusa i Ph i električnu vodljivost tla.

#### SLIKA 4. SENZORI ZA TLO I USJEV



Izvor: Prema: <https://www.farmprogress.com/farm-equipment/20-technologies-changing-agriculture> (24.06.2021.)

**Dronovi (bespilotne letjelice)** – pomoću leta drona, poljoprivrednik može preciznije vidjeti stanje svih usjeva na tlu. Naime, može točno vidjeti u čemu je problem, odnosno koji su dijelovi tla napadnuti raznim bolestima biljki. Također se može vidjeti i gdje je točno potrebna voda. Glavna prednost drona je što se u nekoliko minuta minuta može doći do važnih informacija. Pomoću dronova može se precizno vidjeti i korov.

#### SLIKA 5. DRON (BESPILOTNA LETJELICA)



Izvor: Prema: <https://www.farmprogress.com/farm-equipment/20-technologies-changing-agriculture> (24.06.2021.)

**Softver za upravljanje poljoprivrednom proizvodnjom** – Pametni poljoprivredni softveri imaju važnu ulogu u poboljšavanju učinkovitosti poljoprivrednog sektora. Softveri imaju mogućnost povećanja poljoprivredne produktivnosti, koristeći što više sigurnih odluka koje su

nastale kao ishod kvalitetnog pristupa potpunim informacijama. Sigurnu kontrolu nad poljoprivrednim financijama omogućuje napredno praćenje troškova i prihoda. Softveri također imaju mogućnost nadgledanja prognoze vremena za svako tlo i pametne alarme koji štite rizik od nastalih bolesti i štetnika.

## SLIKA 6. SOFTVERI ZA UPRAVLJANJE TEHNOLOGIJOM



Izvor: Prema: <https://www.farmprogress.com/farm-equipment/20-technologies-changing-agriculture> (24.06.2021.)

**Moderni softveri za navodnjavanje** – U današnje vrijeme se sve više koriste te svakom poljoprivredniku uštede vrijeme i novac. Korištenjem sustava za navodnjavanje biljakama se omogućuje dovoljna količina vode koja im je potrebna za rast i razvoj. Osiguravanje racionalnog korištenje vode je jedan od najvažnijih zadataka svih poljoprivrednika. Pomoću modernih web softvera poljoprivrednici mogu upravljati potrošnjom vode. Korištenjem sustava za navodnjavanje uvelike se štedi vrijeme te količina voda jer će se na ovaj način racionalnije koristiti voda. Kako bi se navedene uštede mogle realizirati potrebno je pravilno raspodijeliti biljke, zalijevati kada je sunce slabije, navodnjavati samo potrebne površine, regulirati navodnjavanje s time da se u obzir uzme mogućnost padanja kiše, koristiti potpunu automatizaciju i pomoću ispravnog programiranja upravljati količinom vode u određenom vremenu.

## SLIKA 7. SOFTVERI ZA NAVODNJAVANJE



Izvor: Prema: <https://www.farmprogress.com/farm-equipment/20-technologies-changing-agriculture> (24.06.2021.)

**Precizna tehnologija** – Tehnologija u poljoprivrednom sektoru omogućuje navigaciju, kontrolu, senzore za upravljanje mehanizacijom. Ovi sustavi pomažu poljoprivrednicima u preciznom praćenju svih aktivnosti, analizu svih podataka na temelju kojih poboljšavaju učinkovitost skupe poljoprivredne opreme (Štefanek, 2014). Omogućuju uvid u potrošnju proizvoda i goriva, rad strojeva na poljima te koliko je usjeva pobrano. Precizna tehnologija ima svoj cilj koji se odnosi na omogućavanje optimalnih uvjeta za rast i razvoj na način da se približi svakoj biljci. Pomoću precizne tehnologije postiže se ušteda u potrošnji energije, ekonomičnija proizvodnja i ušteda rada ljudi i strojeva. Neke od tehnologija koje se koriste u preciznoj poljoprivredi su „digitalne fotografije prostora, mapiranje, senzori, automatsko upravljanje traktora, GPS kompatibilni kontroler, inteligentne gume i slično. Precizna poljoprivreda može smanjiti količine pesticida i gnojiva. Prednosti precizne poljoprivrede su praćenje paramtera tla i fizikalno-kemijskih parametara, uvid u kvalitetnije informacije o poljoprivrednoj proizvodnji te smanjenje troška primjene kemijskih sredstava.

## SLIKA 8. PRECIZNA TEHNOLOGIJA





Izvor: Prema: <https://www.farmprogress.com/farm-equipment/20-technologies-changing-agriculture> (24.06.2021.)

Potencijal primjene interneta u poljoprivredi je velik jer omogućuje konstantnu obradu podataka koji dovode do smanjenja nepotrebnih troškova i povećanje kvalitete proizvoda. Neke od prednosti korištenja interneta su povećanje profektivnosti farme, globalizacija tržišta, smanjenje fizičkog rada, monitoring orezivanja, upravljanje navodnjavanjem bez prekomjerne potrošnje i slično.

Tehnologija je veoma važna za svako gospodarstvo jer služi za unapređenje poljoprivredne proizvodnje. Bitno je istaknuti kako se tehnologijom uštedi i vrijeme i gorivo, i što je najbitnije, smanjuje se umor poljoprivrednika. Također donosi i brojne uštede koje poljoprivrednici mogu iskoristiti na nagrađivanje svojih zaposlenika. Radi postizanja zaštite okoliša, poljoprivrednici će morati koristiti suvremenu poljoprivrednu tehnologiju. Precizna tehnologija ima pozitivne učinke na očuvanje okoliša i povećanje prinosa u gospodarstvu.

Tehnologija poljoprivrednike dovede do te razine da u svakom trenutku mogu znati što se događa na drugom kraju svijeta. Pretpostavka je da su u prošlosti poljoprivrednici bili zadovoljni svojim životnim standardom, ali u to vrijeme nisu mogli znati što se zbiva u drugom gradu, osim ako fizički nisu otišli u drugi grad. Razvoj masovnih telekomunikacijskih medija i modernih tehnologija je potaknuo poljoprivrednike na promjenu dosadašnjeg stanja. U vrijeme novih implementacija i tehnologija poljoprivreda je otišla velikim koracima u digitalno doba, od strojeva koji u žetvi mjere stanje tlaka pa sve do snimanja polja sa dronom.

U poljoprivrednom sektoru potrebno je potaknuti na ulaganja u tehnologiju i inovaciju, unaprijediti upotrebljavanje znanja i tehnologija te povećati vrijednost poljoprivredne proizvodnje na način da se usmjeruje na ulaganje u razvoj i usvajanje poboljšanih tehnologija, uz povećanje vrijednosti proizvoda.

Mladi su spremniji na širenje znanja i primjenu modernih tehnologija pa je potrebna integracija mladih poljoprivrednika jer mogu pozitivno utjecati na konkurentnost i na povećanje produktivnosti rada. Savjetodavne službe koje imaju zadatak savjetovati poljoprivrednike o o modernim praksama u upravljanju gospodarstva, također trebaju savjetovati i o ulaganjima u tehnologije.

### **4.3. Udruga „Biovrt – u skladu s prirodom“**

Udruga Biovrt stvara zajednicu koja čuva fizičku raznovrsnost, prepoznaje svoju funkciju, te čuva znanje za ideje uzgoja zdrave hrane i očuvanje prirode. Osnovana je 15.04.2012. godine, a bavi se edukacijama o životu u skladu s prirodom te potiče očuvanje biološke raznolikosti i ekološke proizvodnje svih biljaka (Kolar Fodor, 2012).

Na površini koja uključuje voćnjake, šumski vrt, livade, vinograd, oranice, povrtnjak, bobičnjak isprobavaju različite ideje gdje ujedno i proširuju svoje znanje.

Potiču na uzgajanje voća i povrća bez upotrebe štetnih kemijskih sredstava, te ujedno i nude edukaciju kako zaštititi biljke od raznih bolesti. Štite starinske sorte povrća i voća od izumiranja i otkrivaju nove metode vrtlarenja. Nadalje, i putem internet stranice provode edukacije o ljekovitosti i jestivosti biljaka.

Jedan od glavnih ciljeva udruge je očuvanje biološke raznolikosti u skladu s prirodom. Na površinama Biovrta se uzgajaju razne vrste cvijeća, voće, povrća i ostalih biljaka. Imaju banku sjemenja u kojih pohranjuju sjeme, a o istoj se brinu zaposlenici udruge. Njihovi planovi su da potaknu razmnožavanje, obnavljanje i analiziranje biljaka koje su pohranili u banku sjemenja, ali udruga se ne bavi širenjem sjemena u komercijalne svrhe.

Osim udruge, postoje i razni projekti kao što je Projekt „Zlata vrijedan“ je projekt u kojemu se odabire najbolje obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo. U 2020. godini su izabrani OPG Mario Trbušić, PA-VITA i OPG Košić, a projekt je organiziralo Ministarstvo poljoprivrede.

OPG Mario Trbušić se ističe zbog moderne i tehnološki opremljene farme svinja u Krapinsko-zagorskoj županiji. Farma je cijela pod video nadzoru, a za prehranu svinja se kompjuterski miješa hrana. Naime, žele uložiti u solarne panele kako bi imali vlastitu električnu energiju.

PA-VITA je poljoprivredno gospodarstvo čije je mlijeko najkvalitetnije u Hrvatskoj te se zbog toga ističu. Novu ideju koju žele uvesti se odnosi na ulaganje u digitalizaciju pomoću koje će kupci na web-kamerama moći pratiti kako teče proizvodnja mlijeka.

OPG Košić na otvorenome uzgoji godišnje oko pola milijuna tona povrća te cijela obitelj sudjeluje u proizvodnji, a svoje proizvode prodaju u svome domu.

Po pitanju poticaja u 2020. god., najveći poticaj je dobio OPG Ivan Hanžek iz Sisačko-moslavačke županije za obnavljanje poljoprivrednog proizvodnog potencijala nastalih posljedicama potresa koji se bavi prodajom i proizvodnjom raznih sorti jabuka. Zatim ga slijede

OPG Goričanec Vedran iz Koprivničko-križevačke županije i OPG Šimatović iz Virovitičko-podravske županije koji su dobili poticaje radi ulaganja u fizičku imovinu.

Što se tiče poticaja u 2019. god., najveći poticaj je dobio OPG Igor Trgovac iz Bjelovarske-bilogorske županije radi ulaganja u fizičku imovinu, zatim ga slijedi OPG Toto iz Koprivničko-križevačke županije. OPG Radaš iz Virovitičko-podravske županije je dobio poticaj za ekološki uzgoj.

## **5. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA USVAJANJA INOVACIJA OPG-ova**

Ranije kroz rad je objašnjen pojam inovacija i poduzetničkih inicijativa OPG-ova. Prisutan je uvid na učinak i značaj inovacija za poljoprivredna gospodarstva. Općepoznato je da uvođenje bilo kojih inovacija pozitivno utječe na poslovanje i učinkovitost poduzeća. Provedeno je istraživanje u svrhu stvaranja što boljeg rezultata stavova poljoprivrednika o usvajanju inovacija u obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima te ispitivanju prijedloga vezano za poboljšanje primjena inovacija. Analizom dobivenih podataka u konačnici su izvedeni zaključci istraživanja.

### **5.1. Metodologija**

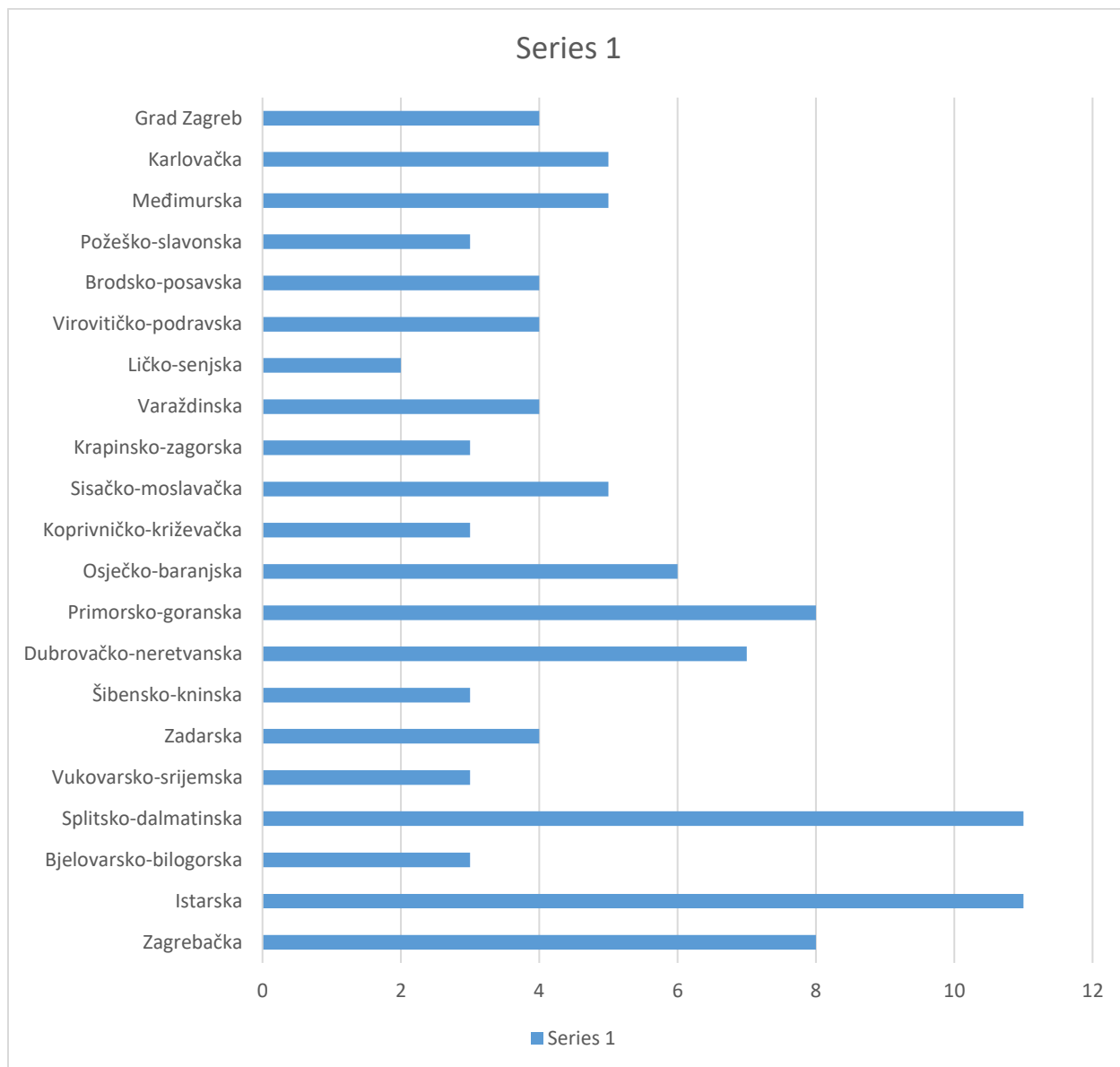
Za prikupljanje primarnih podataka korišten je anketni upitnik kroz koji su istraženi stavovi obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava o uvođenju inovacija. Metodom anketiranja su prikupljeni podaci, razne informacije, stavovi i mišljenja poljoprivrednika o uvođenju inovacija u obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo.

Uzrok je definiran na način da su ispitanici obavezno poljoprivrednici, odnosno da imaju svoje obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo, ali nije strogo definiran u smislu spola, godina, obrazovanja i sl. Populacija kod provođenja anketa su korisnici koji upotrebljavaju internet. U ovom istraživanju neće biti otkriven identitet ispitanika jer je anketni upitnik u potpunosti anonimn.

Uzorci su pronađeni na internetskim stranicama na kojima su bili navedeni OPG-ovi sa istaknutom e-mail adresom. Proces prikupljanja podataka se vršio slanjem ankete elektroničkom poštom obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima. Anketiranje putem elektroničke pošte se provodilo od 25.06.-10.07.2021. u kojemu su se prikupljali podaci o stavovima i mišljenjima poljoprivrednika o inovacijama.

Anketni upitnik su ispunili OPG-ovi iz svih županija diljem Hrvatske, a neki od njih su naveli i mjesto ili grad sjedišta OPG-a, a to su Bjelovar, Jasterbarsko, Marija Gorica, Belica, Rovinj, Vrgorac, Opatija, Šestanovec, Glina, Vodnjan, Korenica, Šenkovec, Supetar, Umag, Krasno, Rijeka, Motovun, Suje, Bunja, Petrinja, Lepoglava, Velika Gorica, Štitar i mnogi drugi.

## GRAF 1. BROJ ISPITANIKA KOJI SU SUDJELOVALI U ANKETI PO ŽUPANIJAMA



Izvor: Autor

Anketni upitnik se sastoji od 22 pitanja, od toga je osam pitanja sastavljeno u obliku Likertove ljestvice, tri pitanja daju mogućnost slobodnog izbora, a preostalih jedanaest pitanja se odnose na izbor jednog odgovora. Većina pitanja je zatvorenog tipa, osim tri pitanja gdje ispitanici mogu unijeti odgovor koji žele.

U anketnom upitniku su pitanja podijeljena u 3 kategorije. Prva kategorija se odnosi na općenita pitanja u kojima su ponuđeni kratki odgovori te mogućnost odabira samo jednog odgovora. Slijedeća kategorija pitanja se odnosi na mjerenje inovacija u OPG-u koja su sastavljena u obliku Likertove ljestvice.

Posljednje, treća kategorija sadrži četiri pitanja, u kojemu se u dva pitanja nude kratki odgovori, a odnose se na ekološku proizvodnju, a zadnja dva se odnose na slobodu izbora odgovora jer je riječ u uvođenju inovacija u posljednjih pet godina i o davanju prijedloga vezano za poboljšanje primjena inovacija u obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima.

**TABLICA 1. STRUKTURA ANKETNOG UPITNIKA**

Pitanje	Ponuđeni odgovori	Napomena
<b>OPĆENITA PITANJA</b>		
<b>1.Spol</b>	Žensko/Muško	Moguće je odabrati jedan odgovor
<b>2.Dob</b>	18-25/ 26-35/ 36-45/ 46-55/ 55-65/ Iznad 65	Moguće je odabrati jedan odgovor
<b>3.Stupanj obrazovanja</b>	Bez škole / Osnovna škola / Srednja škola / Viša stručna sprema / Visoka stručna sprema / Doktorat	Moguće je odabrati jedan odgovor
<b>4.Mjesto/županija gdje se nalazi Vaš OPG?</b>		Slobodan izbor odgovora
<b>5.Broj zaposlenih u Vašem OPG-u?</b>	Do 5/ 5-10/ 10-30/ 30-50/ 50-100	Moguće je odabrati jedan odgovor
<b>6.Status zaposlenja:</b>	Zaposlen/zaposlena Nezaposlen/nezaposlena Student/studentica Učenik/učenica Umirovljenik/umirovljenica	Moguće je odabrati jedan odgovor
<b>7.Poljoprivreda kao glavni izvor prihoda kućanstva:</b>	Da / Ne	Moguće je odabrati jedan odgovor

<b>8. Tržište prema kojem je Vaše poslovanje okrenuto je:</b>	Izvozno / Domaće (RH) / Lokalno	Moguće je odabrati jedan odgovor
<b>9. Smatrate li da se u Hrvatskoj dovoljno potiču inovacije u poljoprivrednom sektoru?</b>	Da, smatram da se dovoljno potiču / Smatram da se potiču, ali ne dovoljno / Ne, smatram da bi se trebale više poticati	Moguće je odabrati jedan odgovor
<b>10. Da li ste ikada imali /ili trenutno imate ideju koju bi voljeli realizirati, ali ne znate kako?</b>	Da, jesam / Ne, nisam / Trenutno se nalazim u takvoj situaciji	Moguće je odabrati jedan odgovor

### MJERENJE INOVACIJA U OPG-u

<b>1. Slažete li se sa navedenim tvrdnjama?</b>	Bez tehnoloških inovacija nema napretka u poljoprivredi. / Prihvaćamo inovativne i ekološki prihvatljive tehnologije i procese. / Inovacije pozitivno utječu na kvalitetu proizvoda i usluga. / Potrebno je bolje informirati poljoprivrednike o inovacijama u poljoprivredi. / Ulaganje u inovacije isplati se samo velikim proizvođačima. / U poljoprivredi znanstveno-obrazovne ustanove doprinose širenju inovacija. / Inovacije u poljoprivredi smanjuju troškove proizvodnje. / Savjetodavne poljoprivredne službe su najvažniji kanal u širenju inovacija.	Odgovori u obliku Likertove ljestvice (mogućnost odabira ono što Vam najviše odgovara):  Uopće se ne slažem Uglavnom se ne slažem Nisam siguran/na Uglavnom se slažem Potpuno se slažem
---	---	---

### INOVACIJE I EKOLOŠKA PROIZVODNJA

<b>1. Da li je Vaš OPG ekološki?</b>	Da / Ne	Moguće je odabrati jedan odgovor
<b>2. Ako nije, planirate li preusmjerenje na ekološku proizvodnju unutar:</b>	Dvije godine / Pet godina / Deset godina / Ne planiram uopće	Moguće je odabrati jedan odgovor
<b>3. Koje ste inovacije uveli u posljednjih pet godina u obiteljskom</b>		Slobodan izbor odgovora

<b>poljoprivrednom gospodarstvu?</b>		
<b>4. Imate li kakav prijedlog vezan za poboljšanje primjena inovacija u obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu?</b>		Slobodan izbor odgovora

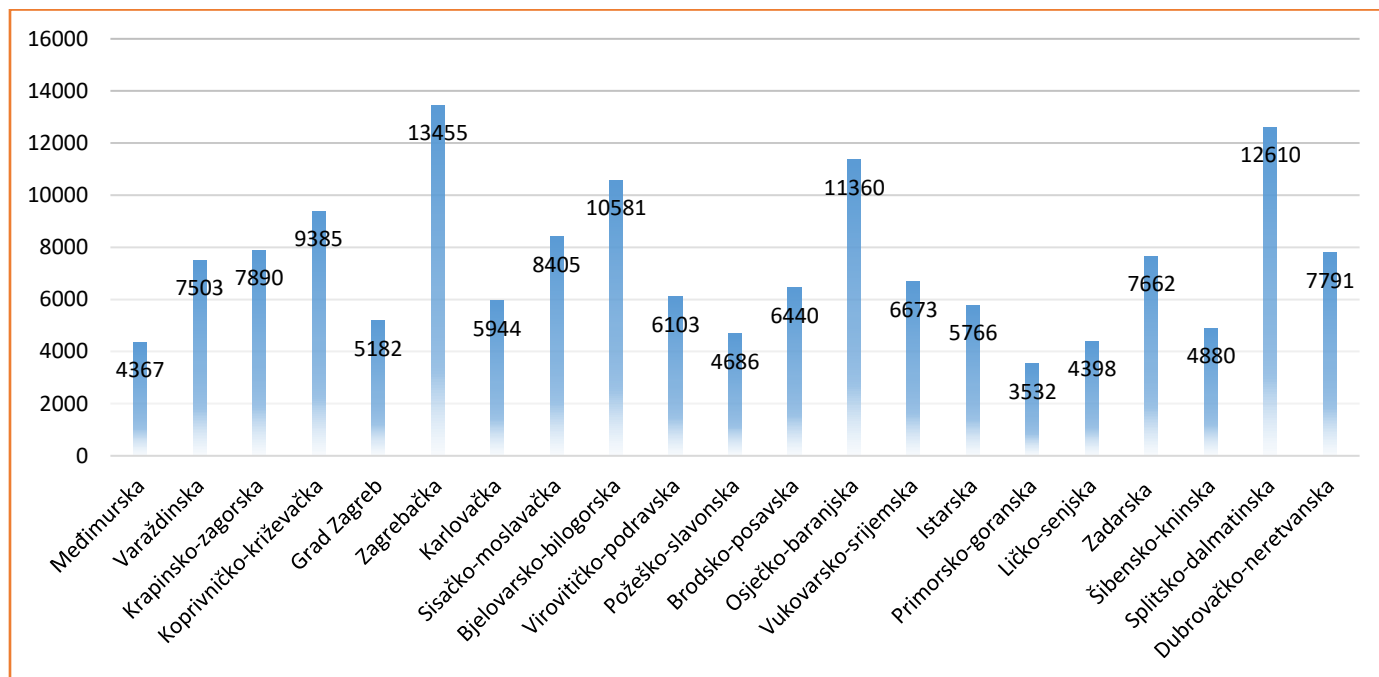
Izvor: Autor

## 5.2. Analiza opće okoline, kupaca i konkurencije OPG-a

U obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima se na poljoprivrednim zemljištima obavljaju poljoprivredne djelatnosti, a zajednicu čini domaćinstvo koje ostvaruje ekonomske aktivnosti kako bi opstali na tržištu. Oplanić, M (1997) ističe kako gospodarske aktivnosti pogoduju osvježavanju poljoprivredne proizvodnje na manjim zemljištima te kako pokreću uzgoj zdrave hrane. Elementi obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava su domaćinstvo, imovina i gospodarstvo. U zajednicama se nastoje održati svakodnevnice svih članova. Uspostavljanjem zemljišne imovine, odnosi unutar domaćinstva su se promijenili te se na taj način razvilo i obiteljsko gospodarstvo koje zajedničkim snagama dolaze do uspješnih rezultata poslovanja (Defilippis, 1993). U današnje vrijeme obiteljska poljoprivredna gospodarstva karakteriziraju temeljnu odrednicu agrarnog razvoja u Hrvatskoj. Naime, OPG-ovi su bitni za čovječanstvo jer čuvaju prirodnu baštinu, lokalne tradicije te se nastoje prilagoditi promjenama nastalim u mnogobrojnim krizama. U Hrvatskoj je registrirano preko 150.00 obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava koji se bave raznim poljoprivrednim djelatnostima.



## GRAF 2. OBITELJSKA POLJOPRIVREDNA GOSPODARSTVA PO ŽUPANIJAMA U REPUBLICI HRVATSKOJ



Izvor: autor

U ovom grafu je vidljivo kako Zagrebačka županija ima najveći broj OPG-ova, odnosno 13455. Zatim Splitsko-dalmatinska županija, Osječko-baranjska, Bjelovarsko-bilogorska, Koprivničko-križevačka, Sisačko-moslavačka, Krapinsko-zagorska, Dubrovačko-neretvanska, Zadarska, Varaždinska, Vukovarsko-srijemska, Brodsko-posavska, Virovitičko-podravska, Istarska, Grad Zagreb, Šibensko-kninska, Požeško-slavonska, Ličko-senjska, Međimurska te naposljetku Primorsko-goranska županija.

U Zagrebačkoj županiji najviše njih se očituje u stočarskim granama i u voćarstvu. Zagrebačka županija duže vrijeme provodi različite projekte kojima je cilj unapređenje poljoprivredne proizvodnje. Županija je ruralna regija jer se raznim potporama unapređuju kvaliteta života poljoprivrednika. Naime, postoje razna seoska domaćinstva koje nude razne sadržaje, kao što su jahanje, kušanje vina, razgledavanje životinja i sl. Zagrebačka županija broji 13455 registriranih OPG-ova.

U Splitskoj-dalmatinskoj županiji tradicionalne grane su poljoprivreda i ribarstvo te neprestano bilježe pozitivan rast. Zbog netaknute prirode te blage mediteranske klime predstavljaju interes za razvijanje poljoprivrede, misleći se na proizvodnju zdrave hrane. Splitsko-dalmatinska županija ima 12610 OPG-ova.

Osječko-baranjska županija ima 11360 OPG-ova koji imaju prirodne resurse koji su pogodni za poljoprivrednu proizvodnju. Poznata je po uzgoju kukuruza, pšenice, šećerne repe, suncokreta te uzgoj svinja i goveda. Bjelovarsko-bilogorska županija je prepoznatljiva po proizvodnji mlijeka i jaja, a ukupno ima 10581 poljoprivrednika. Na domaćem i inozemnom tržištu se ističu raznovrsni vrhunski sirevi. Koprivničko-križevačka županija se ističe po vinogradarstvu pa samim time ima veliki turistički potencijal te broji 9385 OPG-ova.

U Sisачko-moslavačkoj županiji ratarstvo i stočarstvo imaju veliku ulogu u poljoprivredi u kojima je aktivno 8405 OPG-ova. Ističu se po vinogradarstvu, a najpoznatije vino je „Škrlet“. U Krapinsko-zagorskoj županiji prevladavaju krumpir, povrće, žitarice i krmno bilje, a nositelji obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava su osobe starije dobne strukture, a ukupno ima 7890 OPG-ova.

Dubrovačko-neretvanska županija ima poljoprivredna područja koja se nalaze u dolini Neretve, na poluotoku Pelješcu, otoku Korčuli i u Konavskom polju. U dolini Neretve je najpoznatiji uzgoj agruma, dok se na Pelješcu i Korčuli ističe brodogradnja, uzgoj maslina i vinogradarstvo. Proizvodnja vina ima važnu ulogu u turističkoj vrijednosti. Dubrovačko-neretvanska županija ima ukupno 7791 registriranih OPG-ova. U Zadarskoj županiji se ističu marikultura i ribarstvo, a aktivno je 7662 poljoprivrednika.

U Varaždinskoj županiji su zastupljene kulture ječma, kukuruza, tikvice, krumpira i pšenice u kojima susdeluje 7503 registriranih OPG-ova. Vukovarsko-srijemska županija je poznata po oranicama, livadama, vinogradima i voćnjacima. OPG-ovi nude razna autohtona jela i kvalitetna vina, a ukupno ima 6673 poljoprivrednika.

U Brodsko-posavskoj županiji 6440 obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava imaju najveći udjel obradivih površina na oranicama. Virovitičko-podravska županija se ističe po proizvodnji šećerne repe, ljekovitog bilja, a također je poznata i po proizvodnji meda, a ukupno ima 6103 OPG-ova. Istarska županija ima veliku ulogu u poljoprivredi zbog karakterističnih istarskih proizvoda, primjerice istarski pršut. Poljoprivreda im je sve više usmjerena na ekološku proizvodnju te samim time očuvaju prirodni kapital. Istarska županija broji 5766 registriranih OPG-ova.

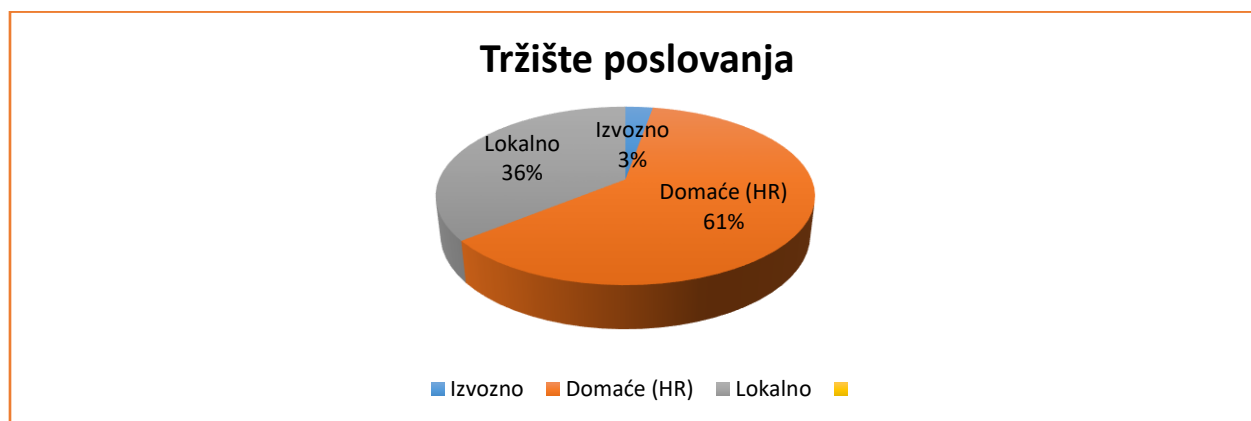
Grad Zagreb primjenjuje poljoprivrednu politiku radi modernizacije i zaštite poljoprivrede, a broji 5182 poljoprivrednika. Šibensko-kninska županija ima veliki broj OPG-ova koji se bave isključivo vinogradarstvom, a ukupno ima 4880 registriranih OPG-ova- Požeško-slavonska županija je poznata po dugogodišnjoj tradicijskoj poljoprivredi koja ima preko 4.500 OPG-ova. U Ličkoj-senjskoj županiji je značajan ekološki prostor koju nudi mogućnost pozitivnog gospodarskog rasta i razvoja te ekološke poljoprivredne proizvodnje koja je vrlo tražena. U županiji je aktivno 4398 registriranih OPG-ova.

Međimurska županija ima 4367 registriranih OPG-ova, ali zato pružaju nezamjenjive turističke usluge u svom ruralnom prostoru. Nude kvalitetne poljoprivredne proizvode za prodaju te razne delikacije u ugostiteljstvu. Što se tiče inovativnosti, ističu se ekološki proizvođači, radi očuvanja okoliša i zdravlja stanovnika. Vino „Pušipel“ je najpoznatije vino u Međimurju.

Primorsko-goranska županija nudi otvorenost gospodarske i regionalne suradnje, a poznata je i po krčkom maslinovom ulju i pršutu te po ekstra djevičanskom maslinovom ulju sa otoka Cresa. Aktivno je 3582 registriranih OPG-ova-

Može se zaključiti da je za svaku županiju bitniji što povoljniji geografski položaj, razvijenost gospodarske infrastrukture te otvorenost gospodarske suradnje. Svaka županija nudi svoj autohtoni proizvod po kojem je poznata te su zbog toga međusobno konkurentne.

### GRAF 3. TRŽIŠTE POSLOVANJA



Izvor: autor

Najveći dio ispitanika (61%) je potvrdilo kako je njihovo poslovanje okrenuto prema domaćem tržištu, odnosno samo u Hrvatskoj, a svega njih 3% je navelo kako su okrenuti prema izvozu, ali razmišljajući dugoročno potrebno je poljoprivredne djelatnosti preusmjeravati što više

prema izvozu jer domaće tržište nije komponentno za daljnji razvoj. Naime, 36% ispitanika ističe kako im je tržište poslovanja okrenuto prema lokalnom, odnosno samo prema manjem području tržišta kao što je grad, regija ili pokrajina. Možemo zaključiti da je konkurentnost doista prisutna na domaćem tržištu jer je preusko za razvoj poljoprivrede. Većina njih se i bazira na domaće tržište jer već godinama imaju lojalne kupce te im je trenutna zarada dovoljna za uspješno poslovanje. Međutim, sa pravom možemo reći da domaće tržište nudi razne potencijale.

#### GRAF 4. EKOLOŠKI OPG



Izvor: Autor

Ekološka poljoprivreda ima veliki utjecaj na gospodarstvo zbog proizvodnje hrane na zdraviji način te očuvanje prirodnih resursa, okoliša i povećanje plodnosti tla. U velikoj mjeri zahtjeva ljudski rad, odnosno proizvodnju koja je radno intenzivna. U Republici Hrvatskoj je zabilježen pozitivan rast ekološke poljoprivrede što je i vidljivo prema odgovorima ispitanika. Čak malo više od polovice ispitanika (52%) se bavi ekološkom poljoprivredom, što znači da se sve više poljoprivrednika okreće prema zdravijoj varijanti proizvodnji proizvoda.

Dolazi zbog pojačane konkurencije na tržištu jer se više cijeni ekološka poljoprivreda. Ekološka poljoprivreda nije opasna za prirodu te samim time ostvaruje konkurentnost proizvoda. Iako broj ekoloških poljoprivrednih gospodarstava raste, njihova proizvodnja još ne

koristi kapacitete koje nudi tržište. Naime, jedan ispitanik je naveo kako si većina njih daje za pravo da odgovore da su ekološki OPG, odnosno da slijede ekološke norme i tradicijske postupke, ali napominje kako bi se ekološkim OPG-ovima trebali smatrati oni koji su certificirani kao eko proizvođači i koji su tako evidentirani. Certifikacija ekoloških proizvoda podrazumijeva provođenje kontrole certifikacije u ekološkoj proizvodnji. Svakako je važno imati eko certifikat jer nam daje garanciju da je proizvod proizveden prema propisima i uvjetima koje propisuje ekološka proizvodnja.

#### GRAF 5. PREUSMJERENJE NA EKOLOŠKU PROIZVODNJU



Izvor: Autor

Nastavno na prethodno pitanje da li se poljoprivrednici bave ekološkom proizvodnjom, slijedi pitanje za one koji nemaju ekološko obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo. Najveći dio ispitanika, odnosno 39% poljoprivrednika ističe kako uopće ne planiraju preusmjerenje na ekološku proizvodnju, misleći kako su zadovoljni trenutnim radom ili da trenutno nisu u financijskoj mogućnosti uvoditi inovacije poput ekološke proizvodnje. No, 27% ispitanika je naveo kako planira preusmjerenje unutar pet godina, što je vrlo pozitivno za poljoprivredu Republike Hrvatske i za kupce koji su usmjereni samo na eko proizvode.

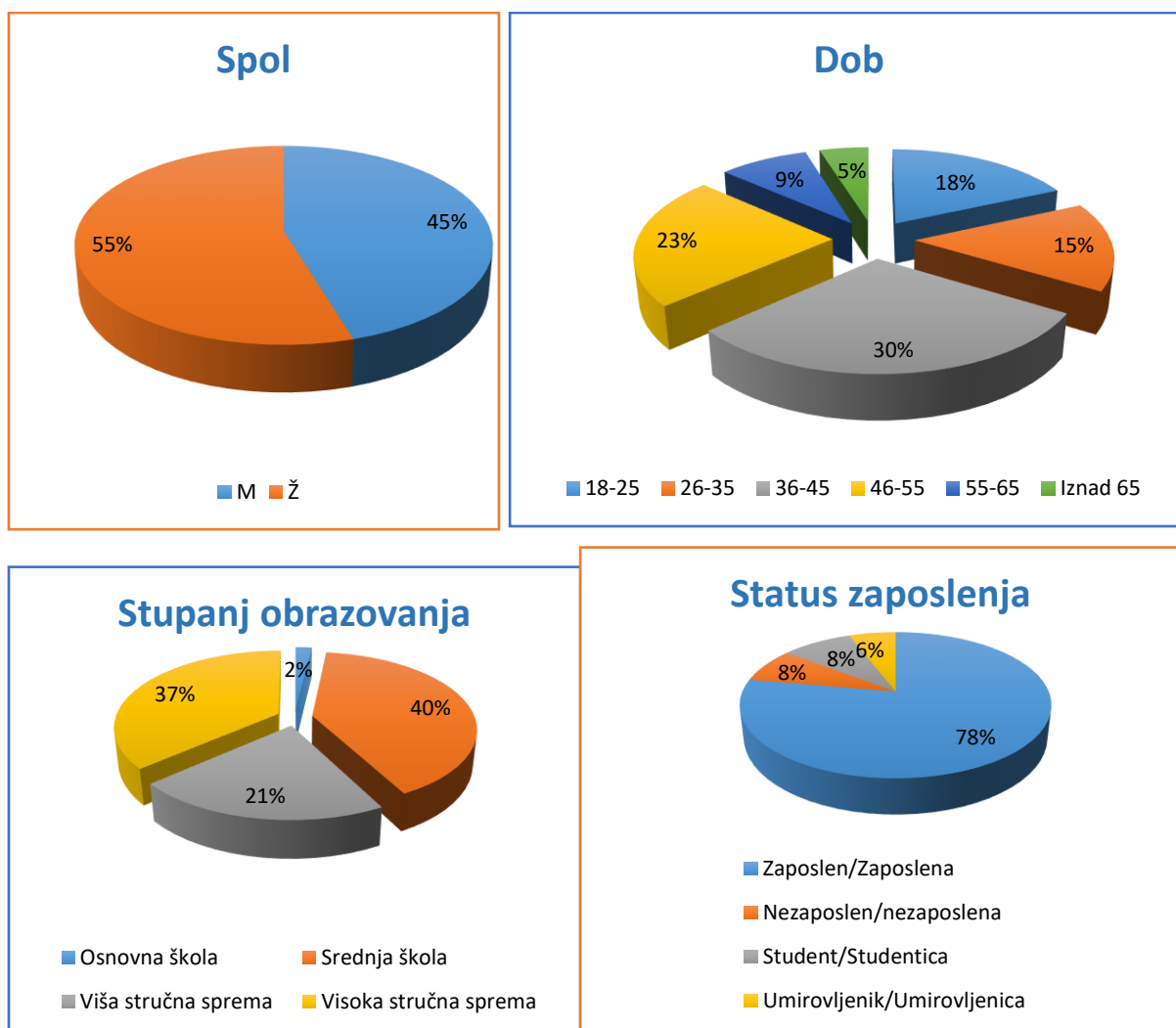
Premda je ekološko tržište u Hrvatskoj već duži niz godina fluidno te doživljava veliki porast, idalje su prisutni oni koji se ne žele baviti ekološkom poljoprivredom. Naime, možemo doći i do zaključka kako možda pojedini ispitanici nisu pouzdano uključeni u pojam ekološke

proizvodnje. Zbog različitih dobnih struktura, mišljenja, zemljopisnih područja, ne možemo reći da su podaci u potpunosti relevantni jer svaki poljoprivrednik ima svoje mišljenje.

### **5.3. Analiza rezultata istraživanja**

Metoda prikupljanja podataka je anketni upitnik u kojem su istražene društvene inovacije obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava. Istraživanjem se produbila spoznaja o društvenim inovacijama potrebnih za uspješan razvoj OPG-a. Pretpostavka koja se željela potvrditi provođenjem anketnog upitnika na gospodarstvima je da kvalitetno postavljanje ciljeva predstavlja važan čimbenik poslovnog uspjeha.

### **GRAF 6. STRUKTURA ANKETNOG UPITNIKA PO DEMOGRAFSKIM KRITERIJIMA: SPOL, DOB, STUPANJ OBRAZOVANJA, STATUS ZAPOSLENJA**



Izvor: Autor

Ukupan broj ispitanika je 106. Vidljivo je da je anketni upitnik ispunilo više žena (55%) nego muškaraca (45%), ali ne radi se o značajnoj spolnoj razlici. Po dobnom kriteriju ističu se poljoprivrednici u dobi od 36-45 godina (30%), dok je udio starijih iznad 65 godina doista nizak te iznosi svega 5%. Zanimljivo je kako i mladih u dobi od 18-25 godina ima 18% što je pozitivno da se i mladi okreću prema radu u poljoprivredi, ali idalje je važno motivirati što više mladih da se bavi poljoprivredom. Mladi poljoprivrednici imaju mogućnost postati budućnost Republike Hrvatske uzimajući u obzir važnost poljoprivrede. 40% ispitanika ima završenu srednju školu, a nakon nje ih slijede 37% ispitanika sa visokom stručnom spremom te 21% poljoprivrednika sa višom stručnom spremom. Među ispitanicima se nalaze i osobe koje imaju završenu osnovnu školu (2%). Niti jedan ispitanik nije bez škole niti je itko od ispitanih završio doktorat. Najveći broj ispitanika je zaposlen (78%) što ukazuje na pozitivnu stranu. Naime, manji dio ispitanika su studenti i umirovljenici (6%).

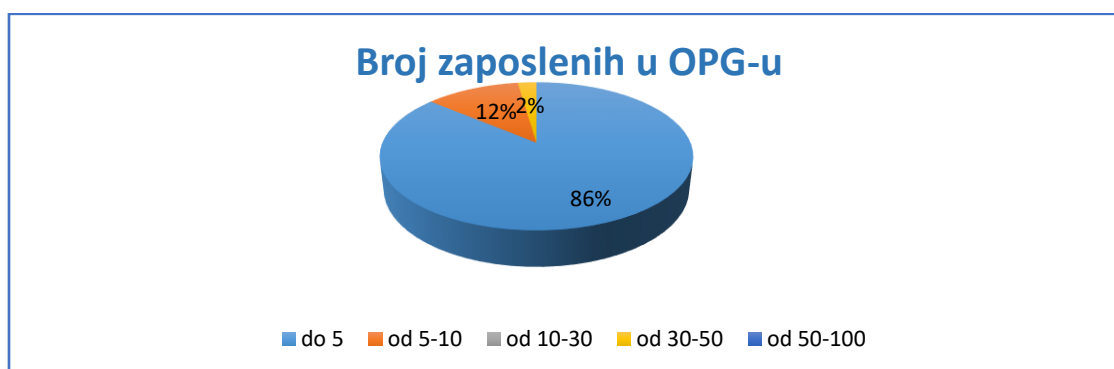
## GRAF 7. POLJOPRIVREDA KAO GLAVNI IZVOR PRIHODA KUĆANSTVA



Izvor: Autor

Nakon pitanja o statusu zaposlenja, slijedi pitanje da li im je poljoprivreda glavni izvor prihoda kućanstva, što bi se moglo smatrati i osobnijem pitanjem. No, usprkos tome, svi ispitanici su odgovorili na postavljeno pitanje. Njih čak 65% je odgovorilo kako im poljoprivreda nije glavni izvor prihoda kućanstva, nego da su i zaposleni, a OPG im dođe kao dodatna zarada. Svoj glavni dohodak ostvaruju u nekoj drugoj aktivnosti izvan poljoprivredne aktivnosti. A ostali dio ispitanika (35%) je naveo kako im je poljoprivreda glavni izvor prihoda, pretpostavljajući da se radi o osobama starije životne dobi.

## GRAF 8. BROJ ZAPOSLENIH U OPG-u



Izvor: Autor

Kao što je vidljivo, najveći dio ispitanika u OPG-u ima broj zaposlenih do 5 osoba (86%), što je i bilo za očekivati jer se radi o obiteljskim poduzećima, a uzimajući u obzir da su prosječna obiteljska poljoprivredna gospodarstva četveročlana ili peteročlana. Manji dio ispitanika,



odnosn njih 12% je naveo kako ih ima 5-10 zaposlenih zaključujući da se radi o većoj obiteljskoj zajednici ili imaju veći obujam posla pa zapošljavaju dodatne radnike.

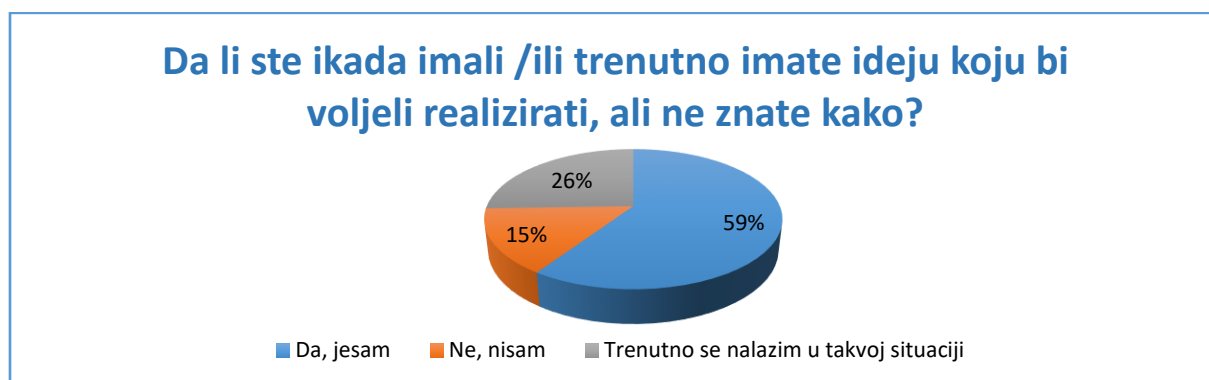
### GRAF 9. POTICANJE INOVACIJE U POLJOPRIVREDNOM SEKTORU



Izvor: Autor

Najveći dio ispitanih osoba (56%) smatra kako bi se inovacije u poljoprivrednoj proizvodnji trebale više poticati. Može se primjetiti nezadovoljstvo poljoprivrednika poticanjem inovacija u Republici Hrvatskoj jer se samo njih 4% izjasnilo kako smatraju da se inovacije dovoljno potiču, što je izrazito loš rezultat. Ostali dio ispitanika, odnosno njih 40% smatra da se inovacije potiču u poljoprivredi, ali ne dovoljno na način da većina poljoprivrednika budu zadovoljni.

### GRAF 10. REALIZIRANJE IDEJE

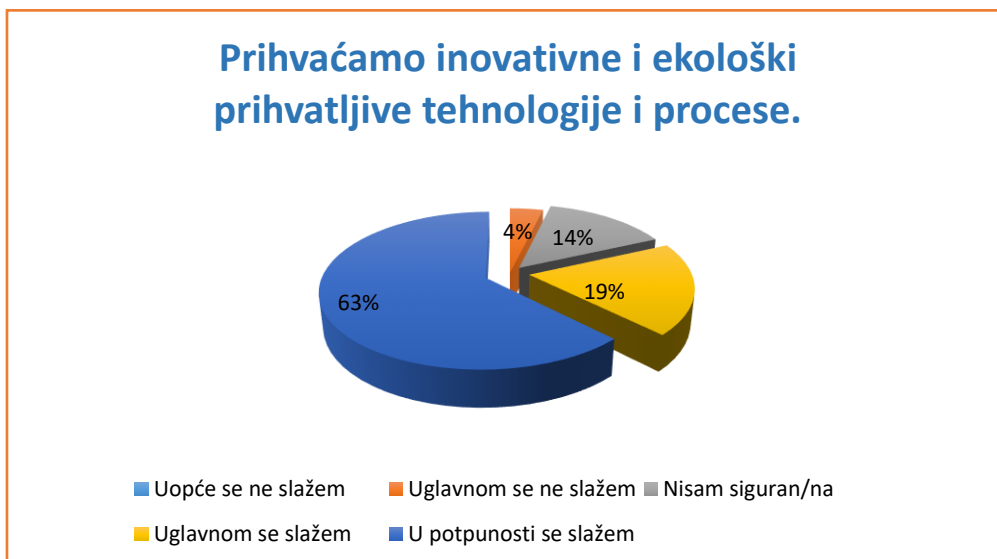
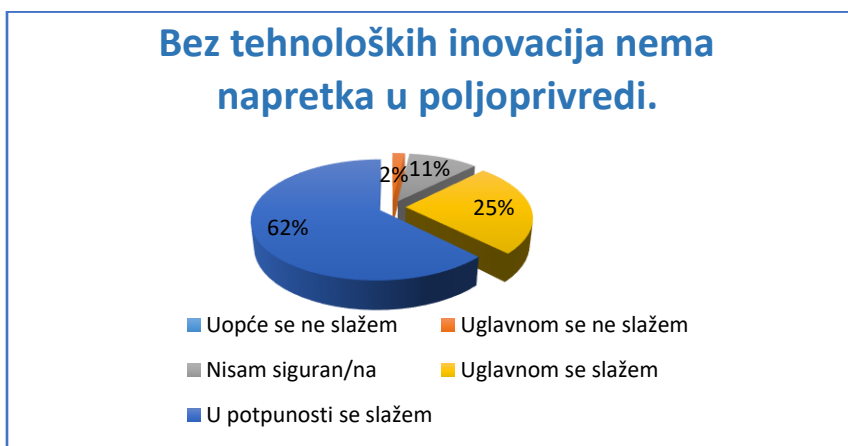


Izvor: Autor

Više od polovice ispitanika, odnosno njih 59% je navelo kako su imali ili trenutno imaju ideju koju bi voljeli realizirati, ali ne znaju na koji način. Ostali dio ispitanika (26%) se izjasnio da

se trenutno nalazi u takvoj situaciji, a od toga manji dio ispitanika (15%) je naveo kako nisu imali ideje za proširenje poslovanja. Pretpostavka je da većina ispitanika ima strah raspravljanja o vlastitim idejama i suočavanja sa drugačijim razmišljanjima i stavovima. Ako vjeruju u svoju ideju, lako će naći stručnjake koji će biti zainteresirani i koji će uložiti svo potrebno znanje za realiziranje ideje. Povratne informacije koje dobiju od stručnjaka bi trebali svakodnevno usavršavati i raditi na kreativnosti i inovativnosti prilikom proširenja svoje poduzetničke ideje.

## GRAF 11. TEHNOLOŠKE INOVACIJE, PRIHVAĆANJE INOVATIVNE I EKOLOŠKI PRIHVATLJIVE TEHNOLOGIJE I PROCESE

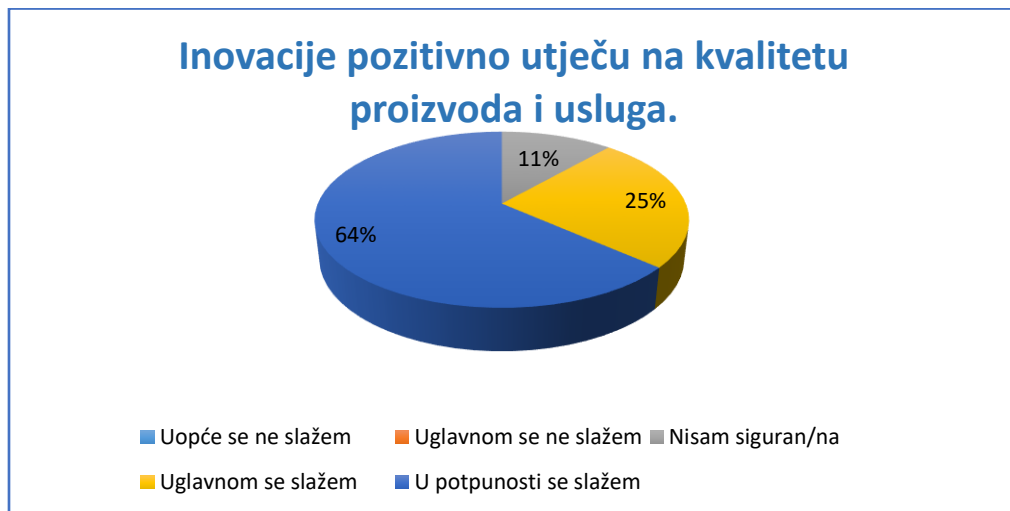


Izvor: Autor

Većina ispitanika (62%) se u potpunosti slaže s tvrdnjom da bez tehnoloških inovacija nema napretka u poljoprivredi što bi značilo da većina poljoprivrednika ima pozitivne stavove o učinku tehnoloških inovacija. Neznačajan udio ispitanih, odnosno 2% misli kako tehnološke inovacije ne doprinose poljoprivredi. Tehnološke inovacije mogu donijeti velike promjene u poljoprivredi, a odnose se na uvođenje novih uređaja, alata i sl. Kupci žele znati kakav je proizvod, a to zahtijeva dodatne alate i strojeve koji će omogućiti kvalitetu i sigurnost hrane te poboljšanje i učinkovitost poslovanja. Međutim, treba imati na umu kako tehnološka inovacija zahtijeva i velika financijska ulaganja, a mnogi poljoprivrednici nemaju takve financijske mogućnosti.

63% ispitanika se većim dijelom u potpunosti slaže da prihvaćaju inovativne i ekološki prihvatljive tehnologije i procese u svom obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu. Osobe koje ne prihvaćaju inovativne tehnologije su osobe starije životne dobi koji drže do tradicije i ručnog obrađivanja zemljišta.

## GRAF 12. UTJECAJ INOVACIJA

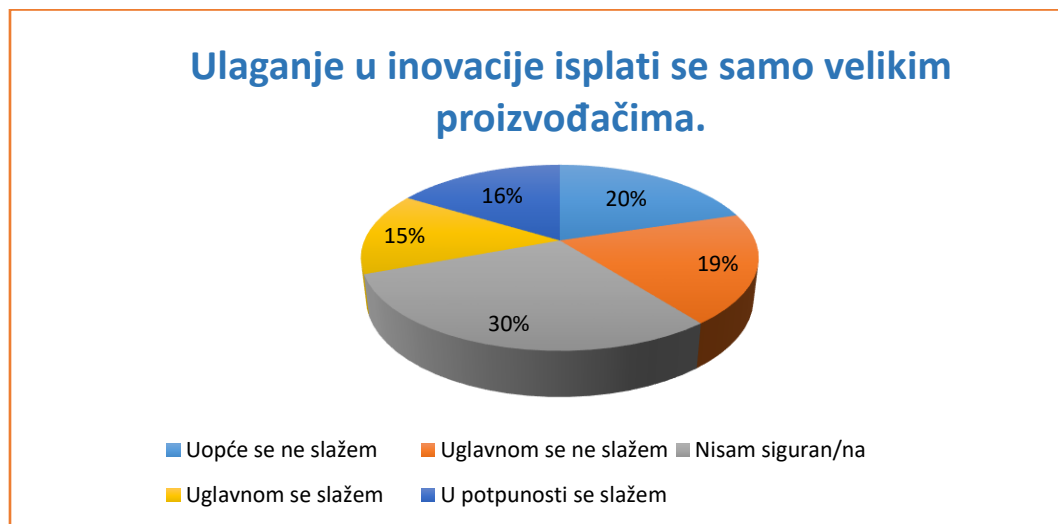


Izvor: Autor

Najveći dio ispitanika (64%) je izjavio da se u potpunosti slažu sa tvrdnjom da inovacije pozitivno utječu na kvalitetu proizvoda i usluga. Vidljivo je kako su ispitanici koji se slažu s navedenom tvrdnjom poljoprivrednici koji su već u svoje poslovanje uveli inovaciju ili su

svjesni pozitivnog učinka inovacije na kvalitetu proizvoda. Niti jedan ispitanik nije u potpunosti demantirao tvrdnju.

### GRAF 13. ISPLATIVOST ULAGANJA INOVACIJA

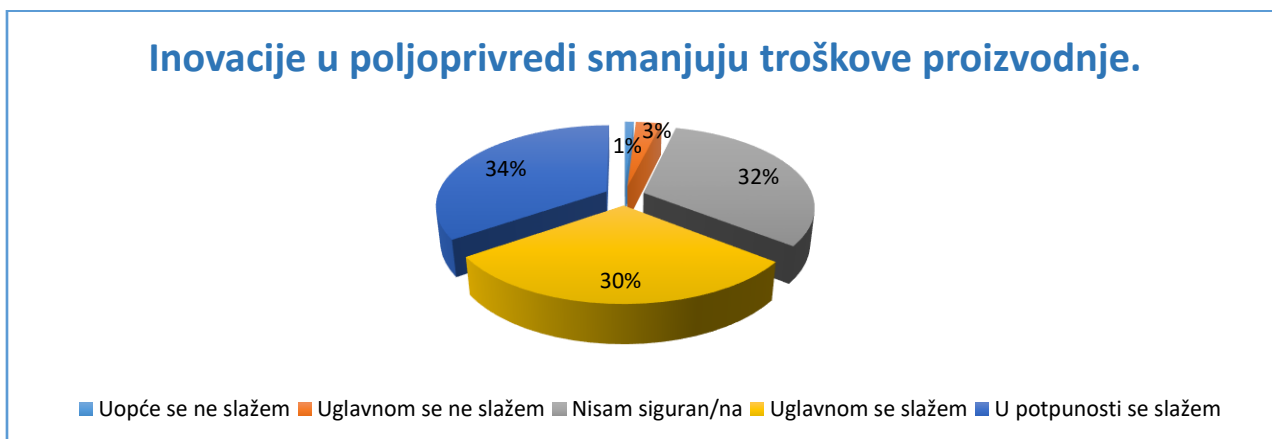


Izvor: Autor

U ovom grafu je vidljivo kako su mišljenja poljoprivrednika diljem Hrvatske podijeljena. Na izjavu da se ulaganje u inovacije isplati samo velikim proizvođačima, 30% ispitanika je odgovorilo kako nisu sigurni u svoj odgovor. Naime, nakon njih ih slijede poljoprivrednici koji se uglavnom (19%) ili uopće ne slažu (20%) da se ulaganje u inovacije isplati samo samo velikim poljoprivrednicima. Preostalih 31% ispitanika imaju suprotan stav, ali se odnosi na manji postotak od ukupnog broja ispitanih poljoprivrednika.

Ovo pitanje se odnosilo na osobno mišljenje, ali u konačnici svatko ima svoje mišljenje, pa su i stavovi poljoprivrednika podijeljena. Ulaganje u inovacije mogu biti i skuplja i jeftinija ovisno o zahtjevu ulaganja, primjerice može se uložiti kupnjom dodatnog stroja koji zahtjeva veće financijsko ulaganje ili kupnja dodatnog alata koji zahtjeva manje financijsko ulaganje u poljoprivredno poduzeće. Međutim, poduzeća koja žele ulagati u inovativnost, oni očekuju povećanje dobiti poslovanja, ali moraju biti svjesni da postoje velika ulaganja, te je također prisutan i rizik koji može utjecati na učinkovitost poslovanja.

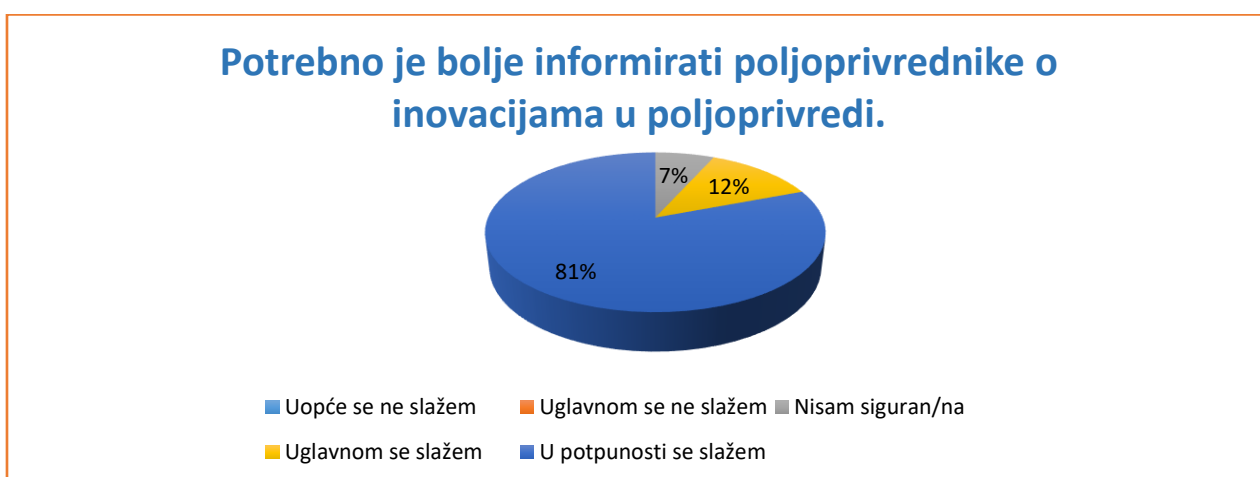
## GRAF 14. SMANJENJE TROŠKOVA PROIZVODNJE UVJETUJE UVOĐENJE INOVACIJA



Izvor: Autor

Vidljivo je kako se 30% ispitanika uglavnom složilo sa tvrdnjom da inovacije u poljoprivredi smanjuju troškove proizvodnje. Ipak, najveći dio njih (34%) se u potpunosti slaže da inovacije u poljoprivredi smanjuju troškove proizvodnje, misleći na smanjenje troškova transporta, nabave potrebnih materijala, a samim time rezultira se konkurentnost poduzeća. Naime, dio ispitanika (32%) je naveo kako nisu sigurni da li inovacije smanjuju troškove, a pretpostavka je da se odnosi na ispitanike koji još uvijek nisu uveli inovaciju.

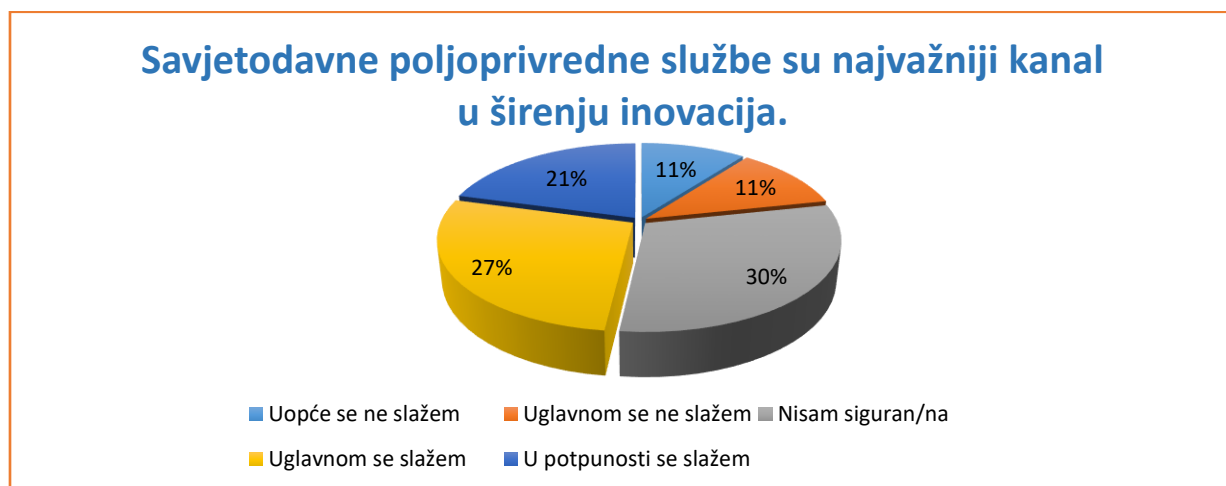
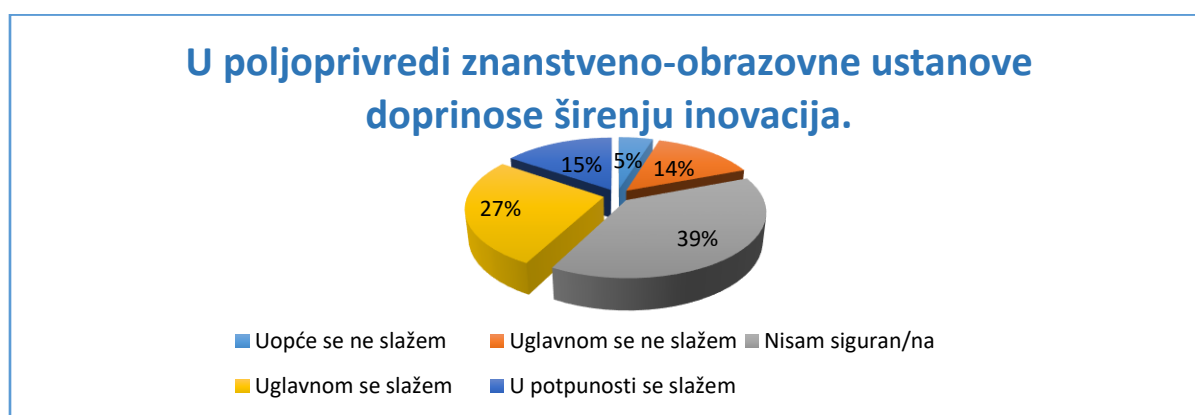
## GRAF 15. INFORMIRANJE POLJOPRIVREDNIKA O INOVACIJAMA U POLJOPRIVREDI



Izvor: Autor

Čak 81% ispitanika se u potpunosti slaže da je potrebno što bolje informirati poljoprivrednike o inovacijama koje se mogu uvesti u poljoprivredu. Možemo zaključiti kako veliki broj poljoprivrednika želi uvesti inovacije u obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo, ali isto tako žele što više informacija o inovacijama kako bi znali što je najispravnije za njih. Niti jedan ispitanik nije odgovorio da se ne slaže sa navedenom tvrdnjom, što znači da mjerodavne službe moraju bolje djelovati u području informiranja poljoprivrednika o inovacijama.

## GRAF 16. ZNANSTVENO-OBRAZOVNE USTANOVE I SAVJETODAVNE POLJOPRIVREDNE SLUŽBE



Izvor: Autor

Nadalje, čak 39% ispitanika smatra kako nisu sigurni da li znanstveno-obrazovne ustanove doprinose širenju inovacija, što znači da nisu dovoljno upućeni u doprinos znanstveno-obrazovnih ustanova. Svakako je potrebno povećati učinkovitost znanstveno-obrazovnih

ustanova te uložiti u istraživanja kako bi poljoprivrednici mogli dobiti kvalitetne rezultate. Povezivanjem znanstveno-obrazovnih institucija sa gospodarstvom može se učvrstiti domaća i međunarodna suradnja poljoprivrednika. Nakon njih ih slijede poljoprivrednici koji se uglavnom slažu, odnosno 27% ispitanika.

O ulozi savjetodavne poljoprivredne službe u širenju inovacija, poljoprivrednici imaju podijeljene stavove. Naime, 30% ispitanika nije sigurno da li su savjetodavne službe komponentne za inovacije. Ipak, dio ispitanika (27%) kategorizira savjetodavnu poljoprivrednu službu kao najbitniji kanal za širenje inovacija među poljoprivrednicima. Ali, prisutan je i manji dio ispitanika (21%) koji se u potpunosti slažu. Međutim, mlađi poljoprivrednici više percipiraju komunikacije putem medija, društvenih mreža i interneta te nisu dovoljno upućeni u mogućnost poboljšanja pomoću savjetodavnih poljoprivrednih ustanova.

Što se tiče pitanja o uvođenju inovacija u obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u posljednjih pet godina, poljoprivrednici su imali razne odgovore, no dio njih je odgovorio kako nisu niti jednu inovaciju uveli ili da ne rade toliko dugo da bi uveli nešto novo u svoje poslovanje. Naime, veći dio ispitanika je odgovorio kako su uveli novu mehanizaciju potrebnu za rad, kao što su hladnjača, fertirigacija koja se koristi za opskrbu usjeva gnojivima putem vode za navodnjavanje, navodnjavanje tla, dron, novi kombajn sa suvremenom opremom te promjenu kompletne proizvodnje.

Dio ispitanika je naveo kako je njihovo obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo malo te da sve ručno obrađuju te prvenstveno zbog manjeg opsega obradive površine ne uvode inovacije. Naime, prisutan je i nedostatak finacijskih sredstava, odnosno nedovoljno prihoda kako bi uveli nešto inovativno za profitabilnost poslovanja.

Jedan dio ispitanika je uveo biodinamiku u poljoprivredi kojom se postiže uzgoj usjeva bez pesticida, a drugi dio ispitanika je uveo i ekološku proizvodnju koja podrazumijeva proizvodnju hrane na zdraviji način te dugoročno poboljšava kvalitetu tla. Proizvodnja domaćeg prirodnog soka bez kemijskih preparata, pasterizacija kojom se dobivaju kašasti prirodni sokovi i steriliziranje staklenki radi sprječavanja kvarenja soka je jedan od odgovora ispitanika.

U uvođenje inovacija su navedena i navodnjavanja kojom se dodaje voda radi postizanja povoljne razine vlage te unapređenje strojne berbe i njege nasada. Uvođenjem solarnih sistema navodnjavanja, ispitanici navode kako im je lakše zbog manjeg ručnog praćenja vlage tla jer radi na način da putem solarnih ćelija pretvara sunčevu svjetlost u električnu energiju.

Nadalje, prisutno je puno poljoprivrednika koji već duži niz godina obavljaju sve ručno, te su uveli manje inovacije, a koje se odnose na kultiviranje površina, prelazak sa ručne žetve na strojnu, uvođenje plastenika, kupnja sušare, suhozidne radionice, netretiranje češnjaka, kupnja boljih alata za korištenje u poljoprivredi koje mogu koristiti za različite stvari. Korištenje drona za prskanje, naprednih bioloških preparata za zaštitu i prehranu biljaka. Uvođenje tehnologije zalijevanja te proizvodnja vlastitih biljnih pripravaka za zaštitu je jedan od odgovora ispitanika.

Radom sa stokom na gospodarstvu, ispitanici su uveli inovacije poput ulaganja u opremu za rad i manipulaciju sa stokom te kupnja modernijih strojeva za obradu zemelje i softvera za praćenje životinja. Integriranom proizvodnjom proizvode ekološki prihvatljive poljoprivredne proizvode.

Dio ispitanika su poljoprivrednici koji se bave pčelarstvom, a neke od inovacije koje su uveli su solarni paneli na pčelinjak, homogenizator za med koji služi za miješanje meda i proizvodnju kremastog meda, dekrystalizator meda koji omogućuje prijelaz kristaliziranog meda u tekući med te automatska punilica za punjenje meda. Također su naveli kako su uveli tehniku seljenja pčelinjih zajednica te tip pčelarenja za visoke prinose meda.

Nadalje, ispitanici ulažu u design thinking metodu s ciljem brendiranja proizvoda. Design thinking metoda je metoda koja se koristi za rješavanje nastalih problema i pronalaženje kvalitetnih rješenja radi poboljšavanja poslovanja. Jedan ispitanik nam je naveo kako je uveo ekološki preparat Farina di Basalto, a odnosi se na brašno koje je prirodno i organsko i bogato je elementima poput silicija, kalcija, željeza i magnezija koji s jedne strane obnavljaju hranjive tvari za plodnost tla, a s druge strane izravno štite biljke i usjeve.

Uvođenjem Zero-grazing system-a, ispitanik je naveo kako mu omogućava da poveća iskorištenost svježe trave i mliječnost od trave. Osobito u vrijeme niže cijene mlijeka, dodatni unos svježe trave može pomoći u smanjenju troškova hrane. Zero-grazing system je praksa korištenja strojeva za odvoz svježe ubrane trave, umjesto da se stoka rotira na područjima gdje se uzgaja hrana. Trava se svaki dan mora kositi i hraniti svježom kako bi bila što bolja za zero-grazing system.

Posljednje pitanje se odnosilo na iznošenje prijedloga vezano za poboljšanje primjena inovacija u obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu. Većina ispitanika je odgovorilo kako nemaju prijedloga, a jedan dio ispitanika je naveo kako trenutno nemaju ideje, ali da često razmišljaju o tome. Glavni fokus ispitanika je na dostupnost informacija, navode kako bi informacije



trebale biti dostupnije i preciznije jer se teško dolazi do određenih informacija. Navode kako je potrebno informirati što više poljoprivrednika o inovacijama kako bi mogli unaprijediti svoje poslovanje. Ističu važnost specificiranih savjetovanja na regionalnoj razini sa dobro pripremljenim, iskusnim i inovativnim predavačima.

Naglašavaju na dostupnost radionica radi savjetovanja poljoprivrednika te da lokalna zajednica mora više poticati i stimulirati poljoprivredu. Većina ispitanika napominje kako je najvažnije poboljšati informiranost ljudi, uvesti što više besplatnih edukacija o uvođenju inovacija kako bi i poljoprivrednici slabijeg imovinskog stanja mogli naučiti nešto novo. Naglašavaju kako je nužan centar za inovacije kao osnova iz koje će se implementirati i imati podršku na državnoj razini, ali ističu kako bi bilo učinkovitije na županijskoj.

Što se tiče malih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava da se zaključiti kako su ispitanici izrazito nezadovoljni državnim uslugama vezanim za gospodarstvo. Kao prijedloge su naveli kako je potrebno da država pomogne malim gospodarstvima kako financijski tako i savjetodavno, sufinanciranje putem projekata, županije i slično, mogućnost davanja većih potpora te veća ulaganja u male OPG-ove.

Jedan ispitanik smatra kako mali OPG u Hrvatskoj od svojih prihoda ne može ulagati u tehnologiju jer su cijene astronomske, a otkup je nepoticajan, strojevi su stari 40 godina te zbog navedenoga nikada ne mogu doći izgled i opremljenost prosječnog, malog talijanskog OPG-a. Inovativnost OPG-a se očituje u korištenju prastarih strojeva i uređaja koji se prenamjenjuju za različite potrebe i procese. Naime, jedan ispitanik je iznio svoj prijedlog u smislu potrebe da i manji OPG-ovi sa pozitivnim poslovanjem i stalnim napredovanjem imaju mogućnost u natjecanju za europske fondove, a ne samo poljoprivrednici kojima je ekonomska veličina 6 ili 8 tisuća eura. Ističu kako je važno poticati male OPG-ove da se probiju na šire tržište, a ne samo na lokalno tržište.

Jeftinije kamatne stope, lakše i jednostavnije ishođenje financijskih sredstava (HBOR, HAMAG, Nacionalni investicijski fond), što jednostavnija papirologija, obrazovanje poljoprivrednika, veći interes IT sektora prema poljoprivrednoj proizvodnji, poticanje državnih službi u inovativna rješenja za smanjenje troškova proizvodnje i napredak gospodarstva, sudjelovanje na raznim inovativnim sajmovima su neki od prijedloga vezano za unapređenje inovacija.

Dio ispitanika je naveo kako je potrebno uvesti nove kalkulacije proizvodnje, poljoprivrednu strategiju, promocije, konferencije, sufinanciranje europskim fondovima. Ispitanik koji se bavi

pčelarstvom navodi kako bi bilo pravedno da se europski fondovi dijele po kvaliteti projekta, a konkretno u pčelarstvu nema nikakvih poticaja iako država zna koju ulogu pčelarstvo ima za poljoprivredu i život na zemlji.

Poljoprivrednici koji imaju maslinare ističu važnost ugradnje navodnjavanja i rekonstrukciju starih nasada. Kao prijedlog su naveli i da eko proizvodnja bude više cijenjena i plaćena od obične tretirane raznim sredstvima, da se više orijentira na ekološko gospodarstvo i seoski turizam, da se ubrza dodjela državne zemlje i neoporezivanja OPG-a te da se jača plastenička proizvodnja i unaprijedi sustav natapanja. Žele mogućnost uvođenja uređaja za praćenje temperature unutar plastenika, praćenje postoka vlažnosti, automatske prskalice kao poticaje. Jedan od ispitanika koji se bavi uzgojem ovaca ističe kako je potrebna edukacija ovčara o šišanju ovaca te da im je pranje vune problem kojeg se treba riješiti kako bi dalje mogli proizvoditi svoj proizvod te su kao inovaciju naveli kako ne bacaju vunu, već od nje stvaraju proizvod.

Glavni rezultati ovog istraživanja ukazuju na to da poljoprivrednici percipiraju vrijednost tehnoloških inovacija u poljoprivredi te da bez inovacija nema nekog konkretnog napretka. Imaju visok udio slaganja sa potrebom da se poljoprivrednici kvalitetnije informira vezano za inovacije. Poljoprivrednici nisu sigurni u djelotvornost savjetodavne službe i upravo zbog toga bi trebala učinkovitije djelovati. Ispitanici smatraju da bi se inovacije trebale više poticati. Veći dio ispitanika je uveo nešto novo u svoje poslovanje, što znači da se poljoprivrednici okreću prema želji za napredovanjem.

**TABLICA 2. ZAKLJUČAK ISTRAŽIVANJA**

PITANJE	KONAČNI ZAKLJUČAK
<b>1. SPOL</b>	Anketni upitnik je ispunilo 55% žena, a 45% muškaraca. Važno je istaknuti kako nije značajna spolna razlika u radu u OPG-u. Rad u poljoprivredi treba biti ravnopravno raspodijeljen prema muškarcima i ženama.
<b>2. DOB</b>	Po dobnom kriteriju se ističu ispitanici u dobi od 36-45 godina (30%), zatim u dobi od 46-55 godina (23%), te u dobi od 18-25 godina (18%). Svega 5% ispitanika iznad 65 godina je ispunilo anketni upitnik, prema čemu se može zaključiti da je potrebno i starije osobe informirati o raznim mogućnostima. Također je potrebno potaknuti što više mladih na rad u poljoprivredi

	davajući im razne poticaje kako bi bili što više motivirani.
<b>3. STUPANJ OBRAZOVANJA</b>	Većina ispitanika (40%) ima završenu srednju školu, zatim ih slijede s visokom stručnom spremom (37%), višom stručnom spremom (21%). Svega 2% ispitanika ima završenu samo osnovnu školu te se može zaključiti kako se ispitanici obrazuju bez obzira na postojeći OPG kako bi imali što više znanja.
<b>4. MJESTO/ŽUPANIJA OPG-a</b>	Anketni upitnik su ispunili OPG-ovi iz svih županija diljem Hrvatske, što je bio i glavni cilj, odnosno da iz svake županije barem jedan OPG ispuni anketni upitnik.
<b>5. BROJ ZAPOSLENIH U OPG-u</b>	Njih 86% ima broj zaposlenih do 5 osoba, 12% ima zaposlenih od 5-10 osoba te 2% od 30-50. Broj zaposlenih u OPG-u je najčešće do 5 osoba jer se radi o obiteljskim poduzećima te im je zbog manjeg broja zaposlenih profitabilnije raditi.
<b>6. STATUS ZAPOSLENJA</b>	78% ispitanika je zaposleno, što je pozitivno jer ukazuje na to da ljudi otvaraju OPG-ove zbog dodatne zarade i želje za napredovanjem i dodatnim usavršavanjem.
<b>7. POLJOPRIVREDA KAO GLAVNI IZVOR PRIHODA KUĆANSTVA</b>	Čak 65% ispitanika je odgovorilo da im poljoprivreda nije glavni izvor prihoda kućanstva što nam daje zaključak da je poljoprivreda u većini slučajeva dodatna zarada, a ne glavni prihod. Naime, 35% ispitanika je naveo da im je poljoprivreda glavni izvor prihoda, pretpostavljajući da se radi o osobama starije životne dobi koji su u mirovini kojima OPG dođe kao dodatan prihod.
<b>8. TRŽIŠTE POSLOVANJA</b>	Najveći dio ispitanika, odnosno 61% je naveo kako je njihovo poslovanje okrenuto prema domaćem tržištu, a njih 36% je naveo da posluju na lokalnom tržištu. Samo 3% ispitanika izvozi svoje proizvode. Da se zaključiti kako je na domaćem tržištu prisutna konkurencija te kako je potrebno biti inovativan i kontinuirano realizirati svoje ideje kako bi opstali na tržištu. Potrebno je postaviti povoljnije uvjete za izvoz proizvoda kako bi se što više poljoprivrednika okrenulo i prema izvoznom tržištu.
<b>9. POTICANJE INOVACIJE U POLJOPRIVREDNOM SEKTORU</b>	Čak 56% ispitanika smatra kako se inovacije ne potiču dovoljno te da bi se trebale više poticati. Potrebno je poljoprivrednike poticati na nove ideje kako bi i sami bili motivirani te ujedno i inovativni. 40% ispitanika smatra da se inovacije potiču, ali ne dovoljno. Neznačajan dio ispitanika (4%) smatra da se inovacije potiču što ukazuje na problem koji je potrebno riješavati.

	Omogućiti razne edukacije i radionice u kojima će poljoprivrednici moći rješavati svoje nedoumice u vezi inovacija.
<b>10. DA LI STE IKADA IMALI/ ILI TRENUTNO IMATE IDEJU KOJU BI VOLJELI REALIZIRATI, ALI NE ZNATE KAKO?</b>	59% ispitanika je navelo da su imali ili trenutno imaju ideju koju bi voljeli realizirati, a ne znaju na koji način jer su nedovoljno informirani. Nužno je poljoprivrednicima pružiti sve potrebne informacije i edukaciju za realiziranje ideje kako bi svi dobili priliku za proširenje poslovanja.
<b>11. BEZ TEHNOLOŠKIH INOVACIJA NEMA NAPRETKA U POLJOPRIVREDI.</b>	Najveći dio ispitanika (62%) se u potpunosti slaže i uglavnom slažu (25%) kako su tehnološke inovacije bitne za napredak u poljoprivredi. Svi poljoprivrednici bi trebali uvesti barem jednu tehnološku inovaciju jer bi im uvelike olakšala poslovanje.
<b>12. PRIHVAĆAMO INOVATIVNE I EKOLOŠKI PRIHVATLJIVE TEHNOLOGIJE I PROCESE.</b>	Čak 63% ispitanika se u potpunosti slažu da prihvaćaju inovativne i ekološki prihvatljive tehnologije i procese, što je pozitivno, zaključujući kako ispitanici imaju želju za uvođenjem novih tehnologija kako bi mogli napredovati.
<b>13. INOVACIJE POZITIVNO UTJEČU NA KVALITETU PROIZVODA I USLUGA.</b>	Najveći dio ispitanika (64%) je izjavio da se u potpunosti slažu sa tvrdnjom da inovacije pozitivno utječu na kvalitetu proizvoda i usluga. Može se zaključiti da su ispitanici svjesni važnosti uvođenja inovacija u poslovanje, a koji je ujedno i prvi korak ka realiziranju ideje.
<b>14. INFORMIRATI POLJOPRIVREDNIKE O INOVACIJAMA U POLJOPRIVREDI.</b>	Čak 81% ispitanika se u potpunosti slaže da je potrebno bolje informirati poljoprivrednike o inovacijama. Poljoprivrednici imaju ideje, ali ne znaju kako ju provesti zato je potrebno omogućiti im neku web stranicu na kojoj bi bile navedene sve informacije koje su potrebne za uvođenje inovacija.
<b>15. ULAGANJE U INOVACIJE ISPLATI SE SAMO VELIKIM PROIZVOĐAČIMA.</b>	U ovom pitanju su mišljenja bila podijeljena, 30% ih je odgovorilo da nisu sigurni da li se ulaganje u inovacije isplati samo velikim proizvođačima, 20% da se uopće ne slažu, 19% se uglavnom ne slažu, 15% ih se uglavnom slažu te naposljetku preostalih 16% koji se u potpunosti slažu sa navedenom tvrdnjom. Nužno je podučiti poljoprivrednike da postoje ulaganja u inovacije koje zahtijevaju manja financijska ulaganja, kao što su uvođenje dodatnog alata.
<b>16. U POLJOPRIVREDI ZNANSTVENO-OBRAZOVNE USTANOVE DOPRINOSE ŠIRENJU INOVACIJA.</b>	Čak 39% ispitanika smatra kako nisu sigurni da li znanstveno-obrazovne ustanove doprinose širenju inovacija, što znači da nisu dovoljno informirani o doprinosu znanstveno-obrazovnih ustanova. 27% se uglavnom slažu, 15%

	ispitanika se u potpunosti slažu, 14% se uglavnom slažu te 5% ispitanika koji se uopće ne slažu. Potrebno je uložiti u istraživanja kako bi poljoprivrednici imali što pouzdanije informacije te je potrebno povećati učinkovitost znanstveno-obrazovnih ustanova.
<b>17. INOVACIJE U POLJOPRIVREDI SMANJUJU TROŠKOVE PROIZVODNJE.</b>	Najviše ispitanika (34%) se u potpunosti slažu da inovacije u poljoprivredi smanjuju troškove proizvodnje. Međutim, prisutno je i 30% ispitanika koji se uglavnom slažu i 32% ispitanika koji nisu sigurni u navedenu tvrdnju. Dugoročno gledajući, inovacije zahtijevaju finacijska ulaganja, ali ujedno i smanjuju troškove proizvodnje jer se mogu uvesti novi strojevi koji će zahtijevati manje troškova, primjerice manje materijala.
<b>18. SAVJETODAVNE POLJOPRIVREDNE SLUŽBE SU NAJVAŽNIJI KANAL U ŠIRENJU INOVACIJA.</b>	Poljoprivrednici imaju podijeljene stavove, 30% njih nije sigurno, 27% se uglavnom slažu, a 21% njih se u potpunosti slaže da su savjetodavne poljoprivredne službe najvažniji kanali. Može se zaključiti kako ispitanici nisu dovoljno informirani o ulozi savjetodavne službe. Većina njih se oslanja na medije, društvene mreže i internet. Svakako je potrebno privući pozornost na savjetodavne poljoprivredne službe koje imaju pouzdanije savjete i informacije.
<b>19. DA LI JE VAŠ OPG EKOLOŠKI?</b>	Čak 52% ispitanika je naveo da je njihov OPG ekološki, a njih 48% da nije, što znači da se sve više poljoprivrednika okreće prema ekološkoj proizvodnji. Na tržištu se sve više cijeni ekološka proizvodnja što je vrlo pozitivno jer takva proizvodnja nije opasna za prirodu.
<b>20. PREUSMJERENJE NA EKOLOŠKU PROIZVODNJU</b>	39% ispitanika je navelo kako ne planiraju preusmjerenje na ekološku proizvodnju, misleći kako su zadovoljni trenutnim radom ili da trenutno nisu u finacijskoj mogućnosti uvoditi inovacije poput ekološke proizvodnje. Pozitivno je što 27% ispitanika planira preusmjerenje unutar 5 godina. Poljoprivrednici trebaju biti svjesni važnosti ekološke proizvodnje koja im može donijeti konkurentsku prednost.
<b>21. KOJE STE INOVACIJE UVELI U POSLJEDNIH PET GODINA U OPG-u?</b>	Najveći dio ispitanika je navelo kako su uveli novu mehanizaciju potrebnu za proizvodnju, a čak veći dio njih je odgovorio kako nisu u finacijskog mogućnosti te da imaju manji OPG. Potrebno je uvesti inovacije u OPG kako bi si barem malo olakšali poslovanje, te samim time bili bolji i konkurentniji.
<b>22. IMATE LI KAKAV PRIJEDLOG VEZAN ZA POBOLJŠANJE PRIMJENA INOVACIJA U OPG-u?</b>	Glavni fokus ispitanika je na dostupnost informacija, navode kako bi informacije trebale biti dostupnije i preciznije jer se teško dolazi do

	određenih informacija. Savjetodavne poljoprivredne službe bi u svakom trenutku trebale biti dostupne, a država bi trebala svim poljoprivrednicima pomoći kako financijski, tako i savjetodavno.
--	---

Izvor: autor

## 6. ZAKLJUČAK

Kroz ovaj diplomski rad detaljno su objašnjeni pojmovi poduzetničke inicijative i društvene inovacije te primjena i učinak inovacija u obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima. Poduzetništvo u poljoprivredi ima važnu ulogu ističući kako inovativan način stvaranja proizvoda rezultira pozitivnim poslovanjem. Pomoću poduzetničke inicijative poduzetnici mogu započeti neki posao od kojeg mogu očekivati dobru zaradu. Svi inovatori su važni za tržište, ali trebaju biti svjesni teškog puta od inovacije do tržišta. Inovacije su danas sve više bitnije za svijet jer se njima zadovoljavaju sve potrebe i zahtjeva kupaca diljem tržišta. Uvođenjem inovacija mogu se otvoriti nova radna mjesta koja će rezultirati što motiviranijim zaposlenicima.

Inovacije su oduvijek bile iznimno važne za konkurenciju i uspješan ekonomski rast i razvoj poduzeća. Važnost inovacija se očituje u tome da poduzeća lakše opstaju na tržištu u borbi protiv konkurencije. Naime, za što učinkovitije poduzeće, potrebno je inovacije prije svega usvojiti. Glavni razlozi za uvođenje inovacija su želje za konkurentnost na tržištu, ostvarenje postavljenih marketinških i ostalih ciljeva, realiziranje postavljenih zadataka. Da bi se primjenile inovacije, potrebno je uvoditi strateške i marketinške promjene. Kako bi učinak inovacija bio uspješan, važno je poboljšati kvalitetu proizvoda, poraditi na samom dizajnu proizvoda te na promociju istoga.

## LITERATURA

1. Afuah, A. (2003.), *Innovation Management Strategies: Implementation and Profits*, Oxford University Press, Washington
2. Alloca, M. A., Kessler, E. H. (2006.), *Innovation speed in small and medium-sized enterprises*, Creativity & Innovation Management
3. Altaras Penda, I. (2013.), *Udruga za promicanje individualne slobode "Iustitia" : Centar za javne politike i ekonomske analize (CEA)*, Zagreb
4. Assenso-Okyere, K., Davis, K., Aredo, D. (2008.), *Advancing agriculture in developing countries through knowledge and innovation*, Washington
5. Atkinson, R.D., Ezell, S.J. (2014.), *Ekonomika inovacija: utrka za globalnu prednost*, Zagreb
6. Baković, T., Ledić-Purić, D. (2001.), *Uloga inovacija u poslovanju malih i srednjih poduzeća*, preuzeto 25. lipnja 2021. s <https://hrcak.srce.hr/75460>
7. Bahtijarević - Šiber, F. (1992.), *Utjecaj tehnologije na organizaciju*, Zagreb
8. Bock, B. B. (2012.), Social innovation and sustainability; how to disentagle the buzzword and its application in the field of agriculture and rural development, *Studies in Agricultural Economics*, preuzeto 28. lipnja 2021. s <http://repo.aki.gov.hu/2199/>
9. Božić, L., & Radas, S. (2005.), *Učinci inovacijskih aktivnosti u malim i srednjim poduzećima u Republici Hrvatskoj*, preuzeto 22. lipnja 2021. s [https://hrcak.srce.hr/index.php?id\\_clanak\\_jezik=28867&show=clanak](https://hrcak.srce.hr/index.php?id_clanak_jezik=28867&show=clanak)
10. Božičević, J. (2011.), *Innovation and its cultivation*, Zagreb
11. Damanpour, F. (1988). Innovation type, radicalness, and the adoption process. *Communication Research*, 15(5)
12. Defilippis, J. (1993.), *Obiteljska gospodarstva Hrvatske*, Zagreb
13. Dobre, R. (2005.), *Inovacije, tehnološke promjene i strategije*, Šibenik
14. Wehrspann, J. (2011.), 20 technologies changing agriculture, preuzeto 24. lipnja 2021., s <https://www.farmprogress.com/farm-equipment/20-technologies-changing-agriculture>



15. Franc, S. (2020.), *Social Innovation as an Important Element of European Development Strategies*, preuzeto 24. lipnja 2021. s [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=362137](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=362137)
16. Galović, T. (2016.), *Uvod u inovativnost poduzeća*, Rijeka
17. Grad Zagreb, članak 41. točka 6. Statut Grad Zagreb, (2019.)
18. Gregorić, M., Hegeduš, I., Kolenko, K. (2018.), *Važnost inovacija i poduzetništva za ekonomski razvoj Republike Hrvatske*, preuzeto 20. lipnja 2021. s <https://hrcak.srce.hr/196926>
19. Hausman, A. (2005.), Innovativeness among small businesses: theory and propositions for future research, *Industrial Marketing Management*
20. Kolar-Fodor, S. (2012), udruga “BioVRT – u skladu s prirodom”, preuzeto 21. lipnja 2021. s <https://www.bioVRT.com/>
21. Krevh, V. (2020), precizna poljoprivreda, preuzeto 25. lipnja 2021. s [http://pinovameteo.com/hr\\_HR/blog/precizna-poljoprivreda](http://pinovameteo.com/hr_HR/blog/precizna-poljoprivreda)
22. Oksanen, J., Rilla, N. (2009.), *Innovation and entrepreneurship*, Zagreb
23. Oplanić, M., Milotić, A., Ružić, P. (1997.), *Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo*, preuzeto 24. lipnja s [https://www.hrstud.unizg.hr/download/repository/Istra\\_obiteljska\\_gospodarstva\\_ruralni\\_razvoj.pdf](https://www.hrstud.unizg.hr/download/repository/Istra_obiteljska_gospodarstva_ruralni_razvoj.pdf)
24. Petković, M. (2020.), *Inicijativa živo selo*, preuzeto 28. lipnja 2021. s <https://www.agroklub.com/poljoprivredne-vijesti/inicijativa-zivo-selo-poljoprivreda-morabiti-u-fokusu-nakon-izbora/61203/>
25. Prester, J., (2010.), *Menadžment inovacija*, Zagreb
26. Rajsman, A., Petričević, N. (2013), *Razvoj malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj*, preuzeto 23. lipnja s <https://hrcak.srce.hr/108210>
27. Rogers, E. M. (1983.), *Diffusion of Innovations*, The Free Press, Third Edition, New York
28. Tkalec, Z. (2011), *Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja*, preuzeto 27. lipnja s <https://hrcak.srce.hr/130086>
29. Škrtić, M., Mikić, M. (2011.), *Poduzetništvo*, Zagreb

30.Štefanek, E. (2014), Precizna poljoprivreda, preuzeto 15.lipnja 2021. s  
<https://gospodarski.hr/rubrike/precizna-poljoprivreda/>

31. Zakon o savjetodavnoj službi, Narodne novine br. 50/12. i 148/13. (2021.)

32. Walker, E. W. i Perry, J. W. (1986.), *Financial Management of Small Firm*, New Jersey

## **POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFOVA**

### **POPIS SLIKA**

Slika 1. Stavke za uspješnu inovaciju.....	15
Slika 2. Kocpet inovacija.....	18
Slika 3. Vrste inovacija.....	20
Slika 4. Senzori za tlo i usjev.....	31
Slika 5. Dron (bespilotna letjelica).....	31
Slika 6. Softveri za upravljanje tehnologijom.....	32
Slika 7. Softveri za navodnjavanje.....	33
Slika 8. Precizna tehnologija.....	33

### **POPIS TABLICA**

Tablica 1. Struktura anketnog upitnika.....	39
Tablica 2. Zaključak istraživanja.....	59

### **POPIS GRAFOVA**

Graf 1. Broj ispitanika koji su sudjelovali u anketi po županijama.....	38
Graf 2. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva po županijama u Republici Hrvatskoj.....	42
Graf 3. Tržište poslovanja.....	44
Graf 4. Ekološki OPG.....	45
Graf 5. Preusmjerenje na ekološku proizvodnju.....	46
Graf 6. Struktura anketnog upitnika po demografskim kriterijima: spol, dob, stupanj obrazovanja, status zaposlenja.....	47
Graf 7. Poljoprivreda kao glavni izvor prihoda kućanstva.....	48
Graf 8. Broj zaposlenih u OPG-u.....	49
Graf 9. Poticanje inovacije u poljoprivrednom sektoru.....	49

Graf 10. Realiziranje ideje.....	50
Graf 11. Tehnološke inovacije, prihvaćanje inovativne i ekološki prihvatljive tehnologije i procese.....	50
Graf 12. Utjecaj i ulaganje inovacija.....	52
Graf 13. Isplativost ulaganja inovacija.....	52
Graf 14. Smanjenje troškova proizvodnje uvjetuje uvođenje inovacija.....	53
Graf 15. Informiranje poljoprivrednika, utjecaj znanstveno-obrazovnih ustanova u širenju inovacija.....	54
Graf 16. Znanstveno-obrazovne ustanove i savjetodavne poljoprivredne službe.....	54

# ŽIVOTOPIS



Životopis

## OSOBNJE INFORMACIJE

Martić Tanja

📍 Keseri 72, 10250 Lučko

☎ 099 405 3897

✉ [tanja.martic.vt@gmail.com](mailto:tanja.martic.vt@gmail.com)

♂ Spol Žensko | Datum rođenja 16. kolovoza 1997. | Državljanstvo hrvatsko

## OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

06/09/2004–15/06/2012	Niža stručna sprema Osnovna škola Lučko, Zagreb (Hrvatska)
03/09/2012–10/06/2016	Srednja stručna sprema - ekonomist Prva ekonomska škola, Zagreb (Hrvatska)
03/10/2016-17/09/2019	Viša stručna sprema – stručni prvostupnik ekonomije (smjer: računovodstvo i financije) Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb (Hrvatska)
11/10/2019-danas	Visoka stručna sprema – stručni specijalist ekonomije (smjer: Ekonomika oduzetništva)

## OSOBNJE VJEŠTINE

Materinski jezik hrvatski

Strani jezici	RAZUMIJEVANJE		GOVOR		PISANJE
	Slušanje	Čitanje	Govorna interakcija	Govorna produkcija	
engleski	B1	B1	B1	B1	B1
njemački	A1	A1	A1	A1	A1

Stupnjevi: A1 i A2: Početnik - B1 i B2: Samostalni korisnik

**Komunikacijske vještine** Komunikativna sam osoba, sklona timskom radu. Komunikacijske vještine sam poboljšala temeljem iskustva rada sa kupcima.

**Organizacijske / rukovoditeljske vještine** Organizirana sam i marljiva.

**Poslovne vještine** Dosljedna u ispunjavanju poslovnih zadataka. Kroz razgovore sa kupcima, usavršila sam i poslovnu komunikaciju.

**Digitalne vještine**

SAMOPROCCJENA

 Životopis

Obrada informacija	Komunikacija	Stvaranje sadržaja	Sigurnost	Rješavanje problema
Samostalni korisnik	Iskusni korisnik	Samostalni korisnik	Samostalni korisnik	Samostalni korisnik

Digitalne vještine - Tablica za samoprocjenu

MS OFFICE - korištenje Power Point-a, Word-a, Excel-a.

**Ostale vještine** Snalažljiva sam osoba. Sprema sam kontinuirano stjecati nova znanja i vještine koje će moje radno mjesto zahtijevati.

**Vozačka dozvola** B