

Agroekonomika



poljoprivredni
fakultet
osijek

Osječko-baranjska županija



TISAK:
Kromopak d.o.o. Valpovo

NAKLADA:
2000 komada

CIP zapis dostupan u računalnom katalogu Gradske i sveučilišne knjižnice
Osijek pod brojem

ISBN 978-953-7243-17-3

Izdavanje ovog priručnika odobrio je Senat Sveučilišta J. J. Strossmayera u
Osijeku svojom odlukom broj 2/09 od 26. siječnja 2009. godine.

SVEUČILIŠTE J.J. STROSSMAYERA U OSIJEKU

Poljoprivredni fakultet u Osijeku

Jadranka Deže, Jozo Kanisek, Ljubica Ranogajec, Zdravko Tolušić,
Ružica Lončarić, Krunoslav Zmaić, Snježana Tolić, Tihana Sudarić,
Igor Kralik, Davorin Turkalj, Jelena Kristić, Ana Crnčan

AGROEKONOMIKA

priručnik



Urednik:

Prof.dr.sc. Jadranka Deže
Poljoprivredni fakultet u Osijeku
Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Osijek, 2008.

Recenzenti:

Dr.sc. Božidar Petrač, redoviti profesor
Ekonomski fakultet u Osijeku
Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Dr.sc. Zdenko Lončarić, izvanredni profesor
Poljoprivredni fakultet u Osijeku
Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Lektor:

Darija Kuharić, profesor, viši predavač
Poljoprivredni fakultet u Osijeku
Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Predgovor

Velike i korjenite promjene zahvatile su poljoprivredu u Republici Hrvatskoj. Koliko su one intenzivne i složene, pokazuju istodobni procesi prelaska iz dogovorne u tržišnu ekonomiju, pretvorba i privatizacija. Na domaćem tržištu sve je više međunarodnih poduzeća koja određuju rast konkurentnosti (količine, kakvoće, kontinuiteta plasiranja proizvoda na tržište). Kako su promjene postale neophodne i u načinu razmišljanja, ponašanja i djelovanja u novonastalim prilikama, tako su potrebne informacije, vještine i sposobnosti u cilju uspješnog prilagođavanja poljoprivrednih gospodarstava. Poljoprivredni proizvođači su subjekti u procesima prilagođavanja i neophodno je povoljno okruženje koje bi olakšalo nastajanje prilagodljivih i razvojno orijentiranih poljoprivrednih gospodarstava.

Istodobno, poljoprivredni proizvođači nalaze se pod velikim i stalnim pritiscima koji dolaze iz različitih izvora poput promjena proizvodne strukture u skladu s potražnjom na tržištu, suvremenijih tehnologija, promjena u ljudskim resursima, snažnoj primjeni informacijskih i komunikacijskih tehnologija, novih oblika konkurencije, potpuno novih društvenih kretanja i trendova, te sveopćim ekonomskim promjenama u svijetu. U takvoj situaciji teško je predvidjeti koja će vrsta pritiska biti dominantna u budućnosti.

U suvremenim uvjetima globalizacije i integracije u svjetska tržišta, za jedno razmjerno malo nacionalno tržište, kao što je tržište Republike Hrvatske, vrlo je važno brzo djelovanje u skladu s dostupnim informacijama, osobnim vještinama i sposobnostima, te brže od ostalih konkurenata, prilagoditi poslovanje uočenim tehnološkim, tržišnim i ekonomskim promjenama. Intervencije nisu preduvjet uspješnosti poslovanja poljoprivrednih gospodarstava nego su osnovni uvjet, sine qua non, opstanaka u tržišnom okruženju. Opstanak poljoprivrednih gospodarstava, kao subjekata poljoprivredne djelatnosti Republike Hrvatske, važan je kako bi poljoprivredna proizvodnja mogla rasti s količinom gotovih proizvoda te se razvijati u pravcu povećanja kakvoće i udovoljiti predviđenoj potražnji kontinuiranom distribucijom i plasmanom proizvoda na tržište, a u konačnici postići i razvijati toliko potrebnu konkurentnost u širem prostornom smislu.

Međutim, svaka je promjena povezana s mogućnošću neuspjeha u provođenju, što posljedično može dovesti do ekonomske neučinkovitosti te generirati posljedice koje će se odraziti na zaposlenike i članove kućanstva obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva. Zbog ovakvih rizika poljoprivredni gospodarski subjekti neprestano, kao imperativ, postavljaju zahtjev za stabilnošću koji se suprotstavlja zahtjevima za dinamičnošću sustava koje nameće okruženje. Iznimno je važno postići ravnotežu između ova dva zahtjeva. U situacijama kada je ugrožena stabilnost, poljoprivredni proizvođači nalaze se u uvjetima povećanog rizika i nesigurnosti te nastaje otpor prema bilo kakvim promjenama. Istodobno, ako na tržištu nema promjenjivih i dinamičnih gospodarstava upitna je njihova održivost. Jasno je što u poljoprivrednoj proizvodnji znači – prilagođavanje tehničko-tehnološkom napretku, rastući trend

proizvodnih pokazatelja i nastanak novostvorene vrijednosti realizacijom proizvoda na tržištu. Za početak treba prihvatiti činjenicu da je „jedina konstanta u današnjim uvjetima poslovanja promjena“ kao neophodan i prirodan slijed događanja. Zbog toga je važno povećavati broj poljoprivrednih proizvođača koji će prihvaćati promjene, odmjeravati i prihvaćati rizike koji prate promjene i biti sposobni nositi se s izazovima 21. stoljeća.

Autori ovog priručnika su brojni znanstvenici i stručnjaci, zaposlenici Zavoda za agroekonomiku, Poljoprivrednog fakulteta u Osijeku. Izložene teme rezultat su interdisciplinarnih spoznaja iz područja biotehnologije i ekonomije, te je zbog toga ovaj priručnik koristan izvor informacija studentima, ali i svim proizvođačima koji žele imati šire spoznaje iz područja AGROEKONOMIKE.

Urednik

Dr.sc. Jadranka Deže, izv.prof.

S A D R Ź A J :

1. PODUZETNIŠTVO U POLJOPRIVREDI - značenje, perspektive i otpori	6
2. RAZVOJ I PRIMJENA PODUZETNIČKIH IDEJA U POLJOPRIVREDI	9
3. POSLOVANJE POLJOPRIVREDNIH GOSPODARSTAVA	11
3.1. Upis OPG-a u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava	11
3.2. Obrt	12
3.3. Trgovačka društva	13
4. TROŠKOVI I OBRAČUN POLJOPRIVREDNE PROIZVODNJE	16
5. POREZNE OBVEZE POLJOPRIVREDNIH PROIZVOĐAČA	18
5.1. Porez na dodanu vrijednost (PDV)	20
5.2. Porez na dobit	20
5.3. Porez na dohodak	21
6. DRŽAVNE POTPORE U POLJOPRIVREDI, RIBARSTVU I ŠUMARSTVU	22
6.1. Model poticanja poljoprivredne proizvodnje	24
6.2. Model kapitalnih ulaganja	24
6.3. Model potpore dohotku	26
6.4. Model ruralnog razvitka	26
7. ZNAČAJ PRETPRISTUPNIH FONDOVA	28
7.1. Pretpristupni programi PHARE, ISPA i SAPARD	29
7.2. Programi Zajednice	30
7.3. Financijska perspektiva IPA (2007 – 2013.)	31
7.3.1. Pretpristupni programi za selo i poljoprivredu	32
7.3.2. LEADER pristup	32
8. TRŽIŠTE POLJOPRIVREDNIH PROIZVODA	33
8.1. Proizvodnja ratarskih proizvoda u Republici Hrvatskoj	33
8.2. Proizvodnja stočarskih proizvoda u Republici Hrvatskoj	37
8.3. Agregatna potražnja poljoprivrednih proizvoda u Republici Hrvatskoj	38
8.4. Vanjsko-trgovinska razmjena poljoprivrednih proizvoda	39
8.5. Pобољшanje kakvoće i trženja poljoprivrednih proizvoda	40
9. MARKETING I DISTRIBUCIJA POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENIH PROIZVODA	40
9.1. Agromarketing	42
9.2. Marketing-mix	42
10. MOGUĆNOSTI UDRUŽIVANJA POLJOPRIVREDNIH PROIZVOĐAČA	47
10.1. Zadrugna načela	48
10.2. Potrebna dokumentacija za registraciju zadruge	49
10.3. Postupak osnivanja zadruge	50
10.4. Hrvatski savez zadruga	51
10.5. Zakonska regulativa	53
11. ZAKLJUČCI I PREPORUKE PROIZVOĐAČIMA	53
12. POJMOVNIK	55
POPIS LITERATURE	60
POPIS TABLICA, GRAFIKONA I SLIKA	61

1. PODUZETNIŠTVO U POLJOPRIVREDI – značenje, perspektive i otpori

Dr.sc. Jadranka Deže

Mr.sc. Jelena Kristić

U suvremenim uvjetima poslovanja nema proizvodnje niti bilo kakve poslovne aktivnosti bez točno određenog temeljnog nositelja. U razvijenim društvima ovu važnu ulogu ima poduzetnik, a njegovi postupci i aktivnosti objedinjuje pojam poduzetništva. Osnovni cilj poduzetništva stvaranje je novih vrijednosti uz prepoznavanje i korištenje novih poslovnih prilika i mogućnosti primjenom inovativnosti i kreativnosti. Teško je i zamisliti razvijeno društvo bez uspješnih pojedinaca koji vode i organiziraju ekonomski razvoj. Mnoge europske zemlje ističu i podržavaju poduzetništvo kao - kamen temeljac gospodarskog sustava i ekonomskog razvoja.

Značenje poduzetništva u poljoprivrednoj djelatnosti, u praktičnoj primjeni, posebno doprinosi razvoju novih proizvoda s drugačijim tehnologijama i tehničkim rješenjima, stvaranju novih potrošača i širenju tržišta. Poduzetništvo u poljoprivrednoj djelatnosti, kao primarnoj gospodarskoj djelatnosti, zbog prehrane stanovništva, proizvodnje sirovina za prerađivačku industriju i povezanosti s uslugama, osobito turizmom, ima posebno značenje, jer predstavlja generator razvitka cjelokupnog gospodarstva. U takvim uvjetima povezanosti sve ostale gospodarske djelatnosti utječu i na razvoj poljoprivrede kroz sinergijski učinak. Ubrzani tehničko-tehnološki napredak i nagli razvoj informacijske i komunikacijske tehnologije pružaju brojne mogućnosti koje je u povoljnim uvjetima potrebno iskoristiti. Nije više upitno hoće li se poljoprivreda kao gospodarska djelatnost razvijati, nego je osnovno da poslovni subjekti u poljoprivredi (poduzeća i obiteljska poljoprivredna gospodarstva) uspiju savladati promjene i postanu uspješni gospodarski subjekti. U tome veliku i zapravo najznačajniju ulogu imaju ljudi, te njihovo poduzetničko i poslovno ponašanje.

Kako se poduzetnički ponašati? Odgovor je: biti dinamičan čovjek, kreativan, inovativan, sposoban brzo uočiti probleme i mogućnosti (prednosti i slabosti, prilike i opasnosti). Važno je poznavati rizike i biti ih spreman prihvatiti te odlučan u angažiranju maksimalnog napora u realizaciji poslovnih ideja.

Kako se poslovno ponašati? Odgovor je: poslovne aktivnosti usmjeriti na tržište kako bi se gotovi proizvodi brzo i na vrijeme realizirali. Poduzetnici stvaraju i nova tržišta koja ranije nisu postojala na način da uočavaju nove mogućnosti potražnje i novim proizvodima stvaraju nove potrošače. Prilagođavati tehnologije proizvodnje, pronalaziti kadrove, izvore kapitala i neprestano raditi na poboljšanju organizacije resursa poljoprivrednih gospodarstava.

U procesu nastanka uspješnih poljoprivrednih gospodarstava nije više dovoljno biti samo dobar menadžer, nego je važno postati poduzetnički menadžer. Nije dovoljno dobro obavljati zadatke, već postavljati prave zadatke te usmjeravati i koordinirati rad ljudi (biti lider) u smjeru zajedničkog cilja - rasta i razvitka poljoprivrednog gospodarstva.

Perspektive u dugoročnom razvitku poljoprivrede nalaze se u pravcima društvenog i ekonomskog razvitka Republike Hrvatske, ali i svjetskih trendova.

Masovnu proizvodnju sve će više zamjenjivati sofisticirane poslovne aktivnosti koje će nastajati na prepoznavanju potreba potrošača – tržišnom segmentiranju. Različitosti u prehrambeno-prerađivačkim proizvodima široke potrošnje i uslugama koje udovoljavaju individualnim zahtjevima potrošača. Postizanje uspješnosti bit će moguće kada se uspješno upravlja promjenama. Ekonomska uspješnost, koja je vrednovana kroz razinu dobiti, bit će iskazivana razinom dodane vrijednosti, odnosno osmišljavanjem ponude proizvoda koji su superiorniji od onih koji su na tržištu raspoloživi.

Mnoga poljoprivredna gospodarstva pronaći će svoju strategiju razvoja u diversifikaciji poslovanja, odnosno širenju proizvodnje različitih proizvoda i usluga, zbog potpore eksternog okruženja i orijentacije razvitka nacionalnog gospodarstva prema održivosti prirodnih i proizvodnih resursa.

Upravljanje poslovanjem složenih organizacijskih i hijerarhijskih struktura bit će zastupljeno u manjoj mjeri, dok će porasti značenje udruživanja, povezivanja i umrežavanja poslovnih subjekata.

Tehničko-tehnološki napredak u poljoprivredi utjecat će na smanjenje fizičkog rada ljudi što je povezano sa skraćivanjem vremena proizvodnje i snižavanjem cijena proizvoda. Istodobno, rast će značenje obrazovanja, kontinuiranog učenja i stjecanja novih vještina i sposobnosti postupcima treninga. Sve navedeno utječe na porast značenja nematerijalnih činitelja proizvodnje, osobito znanja, pristupa informacijama, posebnih poduzetničkih vještina i dobro obučениh zaposlenika.

Već duže razdoblje, kao ograničavajući činitelj intenzivnijem razvitku poljoprivrede istican je nedostatak financijskog kapitala i fizičkih činitelja - zemljišta, mehanizacije i proizvodnih objekata. U budućem razvoju kritični resurs suvremenog poslovanja postat će intelektualni kapital, što potvrđuje i činjenica kako sve veći dio novostvorene vrijednosti outputa pripada proizvodnji nematerijalnih proizvoda.

Informacijska i komunikacijska tehnologija također u velikoj mjeri utječu na poljoprivrednu proizvodnju jer omogućuju transparentnost tržišta poljoprivrednih inputa i outputa. Kupci koristeći Internet mogu vrlo jednostavno uspoređivati cijene različitih proizvođača i ponuđača te odabirati dobavljače kao i plasirati svoje proizvode na, za njih, cjenovno najzanimljivije tržište.

Također, poboljšanje prometne infrastrukture omogućit će povećanje raspoloživosti sirovina i materijala – fizičkih inputa po nižim i povoljnijim cijenama.

Poljoprivredna proizvodnja je razvojno najstarija gospodarska djelatnost te je kao takva povezana s visokom prisutnošću tradicije, kako u proizvodno-tehnološkim postupcima, tako i u organizacijskom i ekonomskom smislu. Važno je istaknuti da nije potrebno uvijek nešto u potpunosti zapostaviti kako bi se radom i kapitalom učinilo suvremenijim i boljim. Prisutnost tradicije moguće je promatrati kao konkurentsku prednost, koja to zaista i je, sve do situacije kada tradicija postaje ograničavajući činitelj razvitku.

Neophodne promjene pružaju nove mogućnosti razvitka, posebno malih i srednjih poljoprivrednih gospodarstava koja puno jednostavnije prilagođavaju svoje proizvodne resurse. Upravo su ove skupine dominantne u strukturi poslovnih subjekata

u poljoprivredi. Kako bi se jednostavnije prikazalo tko, što i na koji način treba mijenjati napravljen je tablični prikaz:

Tablica 1. Razlike između pristupa razvitku poslovanja poljoprivrednih gospodarstava

Pristup:	Tradicionalni:	Suvremeni:
Dugoročni ciljevi	Stabilnost	Upravljanje promjenama
Ekonomska uspješnost	Razina profita	Dodana vrijednost
Organizacija proizvodnje	Ekonomija koncentracije i povećanog opsega	Različitosti proizvoda/usluga – diverzifikacija poslovanja
Upravljanje gospodarstvom	Vertikalno, konfrontirajući, destruktivno	Kooperativno, timski, konstruktivno
Osobitosti radne snage	Visoka razina nisko obrazovanih, uglavnom muške strukture	Visoka obrazovanost kadrova, porast udjela žena
Potrebna edukacija	Stručne sposobnosti i vještine	Kontinuirano učenje, trening i prikupljanje novih informacija
Ključni pokretači razvitka	Kapital	Ljudi – znanja, sposobnosti i vještine
Osnove postizanja konkurentskih prednosti	Pristup sirovinama, materijalima, radu, kapitalu	Pristup intelektualnom kapitalu, poduzetnički način ponašanja, poslovna izvrsnost u odnosima s dobavljačima i kupcima
Primjena inovacija	Periodički	Kontinuirano i sistematski
Poslovno povezivanje	Rijetko, individualno poslovanje	Interesno/kapitalno povezivanje
Organizacijska struktura	Hijerarhija funkcija, piramida birokracije	Umreženi poslovni subjekti, fleksibilne strukture

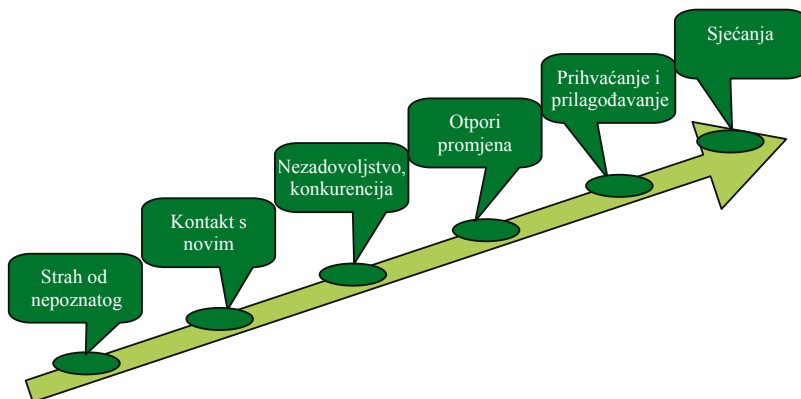
Izvor: autor prema Kolaković, M.: Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Sinergija, Zagreb, 2006.

Kako bi se postigla uspješnost u prilagođavanju, potrebno je pronaći pravi omjer tradicije i suvremenih načina proizvodnje i poslovanja. U tom procesu nastaje nezadovoljstvo poljoprivrednih proizvođača što rezultira otporima. Prisutnost velike količine otpora rezultira neprilagođivanjem proizvodnje i poslovanja što je prvi korak prema stagnaciji, a ona je put u neželjenom pravcu.

Svaka promjena je povezana s prelaskom iz stanja stabilnosti i sigurnosti u stanje povećanog rizika i neizvjesnosti. U uvjetima suvremenog načina poslovanja češći su i kontakti s inovativnim tehnikama, kreativnim rješenjima u tradicionalnim tehnologijama što pridonosi nastanku nezadovoljstva, a sve to još i uz pojačani pritisak konkurencije. Otpori nastaju u nadi da će se stanje smiriti te da se promjena neće dogoditi. Tada je, prema znanstvenim spoznajama, moguće razlikovati tri skupine ljudi koje se različito ponašaju pri suočavanju s promjenama: 20% ljudi spremno će prihvatiti promjenu i brzo se prilagoditi; 60% sporije će i postupno prihvatiti tek kada se uvjere da ostali imaju dobra iskustava nakon što su promijenili dosadašnji način

poslovanja, a 20% ljudi do kraja će ostati dosljedno u neprihvatanju i neprilagođivanju.

Slika 1. Proces provođenja promjena u poslovanju



Izvor: autor prema Rijavec, M., Miljković, D.: Kako upravljati promjenama, IEP:D2, Zagreb, 2001.

Prihvatanje i prilagođavanje koje slijedi nakon otpora razmjerno će brzo kao izazov poduzetništva prihvatiti najmanji broj poljoprivrednih proizvođača. Najbrojniji su oni koji će doživljavati nezadovoljstvo i trebat će potporu kako bi mogli što ranije i uspješnije prilagoditi postojeće poslovanje, dok je određeni broj onih koji će iskazivati otvoreno neprijateljstvo, pasivno i aktivno pokazivat će otpore te pokušati stvoriti skupinu istomišljenika u postupku traženja krivaca u unutarnjem i/ili vanjskom okruženju (poslodavac, upravitelj, direktor, ministarstvo, vlada). Ipak, većina je onih poljoprivrednih proizvođača koji će se nakon nekog vremena prilagoditi te se kasnije sa sjetom i uz šale podsjećati raznih situacija koje su se događale u fazama prilagođavanja.

Zaključno, u proces nastanka dinamičnih poljoprivrednih gospodarskih subjekata treba krenuti oprezno, vodeći brigu o vremenu i neophodnosti provođenja promjena, uvijek s vrlo malim promjenama gdje treba pratiti kako se odražavaju na cjelokupno poslovanje.

2. RAZVOJ I PRIMJENA PODUZETNIČKIH IDEJA U POLJOPRIVREDI

Dr.sc. Jadranka Deže

Mr.sc. Jelena Kristić

Mnogi misle da je za poduzetništvo najvažniji novac i da bez novca ne mogu započeti s bilo kakvim promjenama postojećeg stanja. Uspješne osobe prvo kreiraju nove ideje, razmišljaju i provjeravaju bi li zamišljena ideja zaista mogla postati i

poslovna prilika. Sâm postupak nastanka ideja, u pravom smislu riječi, stvaralačkog je karaktera i kao takav prirodno je prirođen svakom čovjeku, u većoj ili manjoj mjeri. Poticaji koji pojedince usmjeravaju na razmišljanja o novim idejama različiti su i svaki je čovjek kreator brojnih ideja te postaje „inkubatorom“ inovacija i kreativnih rješenja problema. Za kvalitetne ideje neophodno je stručno znanje i osobna inicijativa, iako prevladava mišljenje da je dobra ideja plod slučaja. Kreativnost pojedinca može se unaprijediti prikupljanjem i razmjenom informacija. Prikupljanje informacija važan je postupak za točnije definiranje ideje, ali i za njenu realizaciju. Na primjer: praćenje dnevnog tiska, stručnih časopisa, knjiga ili televizijskih emisija. Osobito korisna metoda u postupku razvoja ideja razmjena je informacija između ljudi koji također pokušavaju točnije definirati ideju ili pojedinaca koji su uspjeli u realizaciji poslovnih pothvata.

Prilike za primjenu, realizaciju ideja nastaju neovisno od čovjeka pojedinca i rezultat su promjena sredstava na gospodarstvima i utjecajima eksternog okruženja. Povoljne prilike česta su pojava koje je važno uočiti te iskoristiti mogućnosti koje donose. Postoji vremensko ograničenje za korištenje povoljnih prilika, povoljni trenuci brzo se mijenjaju u skladu sa dinamičnim uvjetima okruženja. Zbog toga, zadatak pojedinca je kvalitetno pripremiti ideju u očekivanju najpovoljnijih uvjeta. Za početak, potrebno je odgovoriti na nekoliko pitanja koja se pismeno uobličavaju u poslovni plan. Pitanja se odnose na:

- opis ideje uz objašnjenje što se želi postići;
- opis proizvoda/usluge, objašnjenje koristi koje će nastati realizacijom;
- analizu tržišta, planiranje nabave i prodaje koje su jednako važne za uspješnost;
- opis tehnologije i organizacije proizvodnje, poslovanja;
- zaposlenike – koliko se ljudi planira za postupak realizacije, potrebe za djelatnicima/suradnicima/partnerima;
- opis lokacije, blizine i udaljenosti od neophodne infrastrukture (npr. prerađivački kapaciteti, prometnice, voda, kanalizacija i slično);
- konkurenciju, kako se planira biti konkurentniji u odnosu na istovrsne proizvođače;
- potrebna financijska sredstava, te očekivani učinci od realizacije ideje.



Brojne institucije pružaju potporu u planiranju realizacije ideja i lako su dostupne informacije o njihovim aktivnostima i dugogodišnjem uspješnom djelovanju. Njihov osnovni cilj je poticati razvoj poduzetništva, umanjiti rizike i neizvjesnost koji su neizbježni sastavni dijelovi poduzetničkog procesa. Razvoj novih ideja i njihova primjena u poslovanju poljoprivrednih gospodarstava također su povezani s

neizvjesnostima i rizikom, ali u isto vrijeme predstavljaju izazov i mogućnost napretka proizvodnje i poslovanja.

Moguće je da se ideja ne pokaže dobrom i tad treba imati snage i hrabrosti potražiti novu ideju i realizirati je kroz novi proizvod, uslugu ili način poslovanja. Brojne su kvalitetne i uspješne realizacije poslovnih ideja nastale upravo zbog loših životnih i poslovnih situacija kada su pojedinci pronašli načine za osobni prosperitet i/ili intenzivni razvoj poslovanja gospodarskih subjekata u kojima djeluju.

Zaključno, aktivnost pojedinca pokretačka je snaga koja stvara vrijednosti u društvu. Na inicijative i jačanje aktivnosti pojedinaca svakako utječu brojne promjene koje su povezane s promjenama u načinu razmišljanja i ponašanja. U sadržaju koji slijedi nalaze se informacije koje će širim spoznajama utjecati na nastanak ideja i načina kako iskoristiti povoljne prilike za razvoj gospodarstva te poboljšanje ekonomske uspješnosti poljoprivrednih proizvođača.

3. POSLOVANJE POLJOPRIVREDNIH GOSPODARSTAVA

Dr.sc. Jozo Kanisek

Mr.sc. Davorin Turkalj

Poljoprivredna djelatnost u Republici Hrvatskoj vrlo često se obavlja i bez upisa u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava. Težnja, želje i smjernice tržišno orijentiranih proizvođača su upisi u Upisnik. Poljoprivredno se gospodarstvo, ovisno o vlastitom izboru, u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava može upisati kao obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo, obrt ili pravna osoba, prema Zakonu o trgovačkim društvima.

3.1. Upis OPG-a u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava

Pri upisu obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava koriste se obrasci Narodnih novina UT-II-190. Ispunjene obrasce, potrebnu dokumentaciju i biljege predaju se Uredu državne uprave u Osječko-baranjskoj županiji. Na prvom listu nositelj OPG upisuje prezime, ime, JMBG, datum, mjesto i državu rođenja, spol, postotni udjel radnog vremena tijekom kojeg će se baviti poljoprivredom, te razinu obrazovanja. Za sjedište OPG-a dužan je navesti naziv ulice i kućni broj, ime naselja i poštanski broj, općinu, županiju, te broj telefona, faksa i e-maila, ukoliko ga korisnik posjeduje. Zbog plaćanja zakonskih obveza potrebno je navesti ime banke ili podružnice, njezin račun i račun nositelja.

Treći list ispunjavaju sva poljoprivredna gospodarstva, ukoliko se gospodarski objekti nalaze izvan sjedišta. Za iste se navodi vrstu, naziv ulice, kućni broj, broj naselja, općine ili grada u odgovarajućoj županiji. U četvrtom se upisuju osobni podaci ostalih članova OPG-a uz naznaku radne aktivnosti. Članovi OPG-a dužni su odabrati nositelja gospodarstva, kao odgovorne osobe i koji zastupa obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo, a njegovo ime ovjeravaju u potpisanoj izjavi.

Kako je zemljište neophodan i nezamjenjiv uvjet za poljoprivrednu proizvodnju u petom listu navodi se katastarska općina, broj katastarske čestice i plana, katastarska kultura te površina i pravo na njegovo korištenje. Za površine s pravom korištenja navodi se početak i kraj tog prava. Tako se kao modaliteti navode površine o vlasništvu, zakupljeno državno zemljište, ostali zakup, koncesija te korištenje bez naknade, koje se dokazuje potpisanim izjavom. Pri ispunjavanju petog lista koristi se Tablica šifri i naziva kultura iz pomoćne tablice 1. Ista sadrži kulture razvrstane po kategorijama sa zastupljenim žitaricama, uljaricama, industrijskim te krmnim biljem, povrćem, ljekovitim, aromatičnim i začinskim biljem, površine pod usjevima uzgajanim za uzgoj sjemena, sadnica, voćnjaci, vinogradi, maslinici i dr. OPG je dužno na dopunskom listu 5/1 na vrijeme prijavljivati promjene vezane za korištenu zemljišnu površinu. Šesti list sadrži podatke o broju i starosti uzgajanih goveda, svinja, kopitara, ovaca, koza, peradi, pčela i dr.

3.2. Obrt

Proizvodnja i poslovanje poljoprivrednog gospodarstva kao obrtnika utvrđeno je Zakonom o obrtu NN. 49/03. Prema Zakonu obrt predstavlja samostalno i trajno obavljanje jedne ili više dopuštenih gospodarskih djelatnosti, koje obavljaju fizičke osobe te proizvodnjom, prometom ili pružanjem usluga na tržištu ostvaruju dobit.

Obrt se može obavljati trajno ili sezonski najdulje šest mjeseci unutar jedne godine. Obavljanje obrta upisuje se u obrtni registar, a obrtnik uspostavlja svojstvo osiguranika. Djelatnosti vezane za sezonski obrt utvrđuje ministar za obrt i poduzetništvo na temelju mišljenja Hrvatske obrtničke komore i nadležnog ministarstva, ovisno o djelatnosti obrta. Zakon razlikuje slobodni, vezani i povlašteni obrt. Pri obavljanju slobodnog obrta ne traži se stručna osposobljenost ni polaganje majstorskog ispita, dok se za obavljanje vezanog obrta traži stručna osposobljenost i majstorski ispit. Za obavljanje, kako slobodnog tako i vezanog obrta, potrebna je obrtnica koju izdaje županijski ured. Obrtnik ili trgovačko društvo mogu obavljati i povlašteni obrt na temelju povlastice koju izdaje nadležno ministarstvo.

Fizička osoba može obavljati obrt ako ispunjava više općih uvjeta. Tako na primjer mora udovoljavati posebnim zdravstvenim uvjetima, ako je to propisano zakonom. Ne smije joj biti izrečena zaštitna mjera zabrane obavljanja djelatnosti. Tijekom rada u obrtu osoba stječe prava u vezi s radnim odnosom, ako ta prava nema na drugoj osnovi. Trgovačko društvo, koje obavlja obrt ili više djelatnosti, mora zaposliti najmanje jednu osobu koja udovoljava uvjetima o obavljanju obrta te je stručno osposobljena ili je položila majstorski ispit.

Po upisu u obrtni registar obrtniku se izdaje obrtnica. Županijski ured dužan je sva rješenja u svezi s obavljanjem obrta dostaviti nadležnom tijelu za poslove financija, nadležnim inspekcijama, Hrvatskoj obrtničkoj komori, nadležnom fondu zdravstvenog i mirovinskog osiguranja i Državnom zavodu za statistiku.

Obrtnik odgovara za zakonitost obavljanja obrta i za zakonitost rada radnika koje zapošljava, a za obveze koje nastaju pri poslovanju obrta obrtnik odgovara

cjelokupnom unesenom imovinom, koja je potrebna za obavljanje poslova obrta. Djelatnost obrta prestaje odjavom ili po sili zakona.

3.3. Trgovačka društva

Trgovačko društvo je pravna osoba čije su osnivanje i ustroj uređeni Zakonom o trgovačkim društvima NN. 111/93. Prema Zakonu razlikuju se društva osoba: javno trgovačko društvo – j.t.d. i komanditno društvo – k.d., te društva kapitala kao što su dioničko društvo – d.d. i društvo s ograničenom odgovornošću – d.o.o.

Trgovačko društvo stječe svojstvo pravne osobe upisom u trgovački registar, a gubi ga nakon brisanja iz istog. Svojstvo pravne osobe podrazumijeva stjecanje prava i preuzimanje obveza trgovačkog društva u pravnom prometu, koje tijekom rada može tužiti i biti tuženo pred državnim ili izabranim sudom. Za obveze trgovačko društvo odgovara cijelom svojom imovinom.

Tvrtka, predmet poslovanja, sjedište i zastupanje trgovačkog društva: tvrtka je ime pod kojim trgovačko društvo posluje i pod kojim sudjeluje u pravnom prometu. Ona se razlikuje od tvrtki drugih subjekata i upisuje se u trgovački registar. Njome se поближе obilježava ime društva i predmet njegovog poslovanja. Prema Zakonu o trgovačkim društvima, tvrtka trgovačkog društva mora biti na hrvatskom jeziku. Tvrtku se zaštićuje primjenom načela zakonitosti, isključivosti, prvenstva te zaštitom prava imatelja ranije prijavljene tvrtke.

Predmet poslovanja trgovačkog društva upisuje se u trgovački registar, a to može biti obavljanje svake dopuštene djelatnosti, koja nije zakonom zabranjena ili nije suprotna moralu društva. Poslovima društva upravlja se iz sjedišta trgovačkog društva u kojem se nalazi i uprava društva. Izjavom o osnivanju društva ili društvenim ugovorom, odnosno statutom društva ili odlukom donesenom na temelju istih, može se utvrditi djelatnost podružnice u okviru poslovanja trgovačkog društva, a ista također ima svoje sjedište.

Osobe ovlaštene za zastupanje društva upisuju se u trgovački registar. Zastupnik trgovačkog društva može dati punomoć drugoj osobi – punomoćniku samo u granicama svojih ovlasti. Prokura je trgovačka punomoć, koju daje pravna i fizička osoba punoljetnoj i potpuno poslovno sposobnoj osobi, a ne može se dati pravnoj osobi. Prokurist ne može davati punomoć za sklapanje poslova drugim osobama. On može sklapati ugovore, poduzimati pravne radnje i zastupati trgovačko društvo pred upravnim i drugim državnim organima, ustanovama, sudovima, ali ne može, bez posebne ovlasti, otuđiti niti opteretiti nekretnine trgovačkog društva, dovesti do radnji kojima se započinje stečajni postupak ili dovodi do prestanka rada društva. Prokura se može opozvati u svako vrijeme.

Prema posljednjim podacima Državnog zavoda za statistiku najveći broj poljoprivrednih gospodarstava, koja posluju prema Zakonu o trgovačkim društvima registriran je kao d.o.o.. Društvo s ograničenom odgovornošću trgovačko je društvo u koje jedna ili više fizičkih ili pravnih osoba ulažu temeljne uloge s kojim sudjeluju u unaprijed dogovorenem temeljnom kapitalu. Članovi ne odgovaraju za obveze društva. Društvo se osniva simultano, što znači da ugovor o osnivanju istovremeno moraju

potpisati svi osnivači, a sukcesivno osnivanje društva nije dopušteno. Ugovor ili izjava o osnivanju društva mora sadržavati:

- naznaku osnivača (ime, prezime, tvrtku, prebivalište odnosno sjedište osnivača, ako je osnivač fizička osoba – JMBG),
- tvrtku i sjedište društva,
- predmet poslovanja društva,
- ukupan iznos temeljnog kapitala,
- trajanje društva na određeno ili na neodređeno vrijeme,
- prava i obveze članova prema društvu, te društva prema osnivačima.

Temeljni kapital pri osnivanju društva trenutno ne može biti niži od 20.000,00 kuna, a uz novčana sredstva mogu ga činiti stvari i prava.

Pri upisu u trgovački registar u prijavu se moraju navesti: tvrtka, sjedište i predmet poslovanja društva; ukupni iznos temeljnog kapitala; dan sklapanja društvenog ugovora; vrijeme trajanja društva; imena članova uprave, predsjednika i članova nadzornog odbora, njihovo prebivalište i JMBG; ovlasti za zastupanje društva te ime, prezime i JMBG, odnosno tvrtka jednog osnivača.

Pravni odnosi između društva i članova, organi društva i prestanak društva: svaki član dužan je uplatiti temeljni ulog, koji je preuzeo ugovorom ili odlukama organa društva, a ako iznos ne uplati na vrijeme dužan je društvu platiti zatezne kamate. Društvo može neuplaćeni dio uloga prodati na javnoj dražbi koju provodi ovlaštena osoba ili sud. Članovi društva dijele dobit u omjeru njihovih uplaćenih temeljnih uloga. Član društva može imati više poslovnih udjela, a o istima je uprava dužna voditi knjigu. Poslovni udjeli mogu se prenositi i nasljeđivati. Pri prijenosu udjela ne smije doći do štete za društvo. Poslove društva vodi uprava društva, koja se sastoji od jednog ili više direktora. Upravu biraju članovi društva, koji svojim odlukama u svako doba mogu opozvati članove uprave. Uprava osim zastupanja društva odgovara za uredno vođenje poslovnih knjiga i izradu financijskih izvješća društva. Izrađena financijska izvješća i izvješća o stanju društva uprava dostavlja nadzornom odboru i skupštini društva. Pri vođenju poslova društva članovi uprave moraju čuvati poslovnu tajnu društva. Nadzorni odbor imaju društva s preko tristo zaposlenih. Njega najčešće čine tri člana. Članovi društva u skupštini donose odluke na koje su ovlašteni zakonom i ugovorom, a skupština odlučuje o sljedećim pitanjima:

- financijskim izvješćima društva, uporabi ostvarene dobiti ili pokrivanju gubitka;
- odlučuje o zahtjevima za uplatama temeljnih uloga;
- imenovanju i opozivu članova uprave;
- izboru i opozivu članova nadzornog odbora, ako ga društvo ima;
- podjeli i povlačenju poslovnih udjela;
- davanju prokure za sva poduzeća;
- mjerama za ispitivanje i nadzor nad vođenjem poslova;
- izmjeni društvenog dogovora;

- postavljanju zahtjeva za naknadu štete koje društvo može imati protiv članova uprave i nadzornog odbora i zamjenika članova uprave, te o imenovanju zastupnika u sudskom postupku.

Skupština društva mora se sazvati pisanim pozivom najmanje jednom godišnje. Ona donosi odluke većinom od danih glasova, a isti se unose u posebnu knjigu odluka. Temeljni kapital društva može se povećati novim uplatama i pretvaranjem rezervi u temeljni kapital. Nastale promjene temeljnog kapitala društva moraju se upisati u trgovački registar. Ista obveza postoji pri smanjenju temeljnog kapitala.

Društvo prestaje s radom ako je istekao rok određen ugovorom, temeljem odluke članova, pripajanjem ili spajanjem s drugim društvom, pravomoćnom odlukom suda u slučaju nemogućnosti pokrivanja troškova stečajnog postupka, odlukom suda ako je utvrđeno da je upis društva u trgovački registar bio nezakonit, ukidanjem društva i drugim razlozima predviđenim ugovorom. Likvidaciju društva provode članovi uprave ili se odlukom članova društva likvidatorima imenuju jedna ili više osoba.

Dioničko društvo je trgovačko društvo u kojemu članovi - dioničari sudjeluju s ulozima u temeljnome kapitalu podijeljenom na dionice. Oni ne odgovaraju za obveze društva, a dioničko društvo može imati i samo jednog dioničara. Zakonom je određen najniži nominalni iznos temeljnog kapitala i najniži nominalni iznos dionice. Dionica je nedjeljiva, a može glasiti na donositelja ili na ime. Zakon razlikuje redovne i povlaštene dionice. Redovne dionice imatelju daju pravo glasa u glavnoj skupštini društva, pravo na isplatu dijela dobiti društva – dividende i pravo na otplatu dijela likvidacijske, stečajne mase društva. Povlaštene dionice imatelju daju neka povlaštena prava kao npr. pravo na dividendu s unaprijed utvrđenim novčanim iznosom, pravo prvenstva pri isplati dividende ili isplati ostatka likvidacijske odnosno stečajne mase kao i druga prava u skladu sa zakonom i statutom društva. Svaka dionica mora imati sljedeće sastojke: oznaku da je dionica i njezin nominalni iznos, oznaku vrste i roda dionice, tvrtku i sjedište izdavatelja dionice, tvrtku odnosno ime osobe na koju glasi dionica izdana na ime ili naznaku da glasi na donositelja, datum izdavanja i broj, te faksimil potpisa ovlaštenih osoba izdavatelja dionice. Dionica se sastoji od tri dijela. Prvi je plašt, drugi čini kuponski arak za naplatu dividendi, a treći je talon. Odluku o izdavanju dionica donosi glavna skupština ili osnivači društva, a ona mora sadržavati: tvrtku izdavatelja dionica, ukupni iznos na koji se izdaju dionice i njihov broj, nominalni iznos dionica, oznaku da dionice glase na donositelja ili na ime, vrijeme i način upisa dionica, rok i način njihove uplate, rok vraćanja uplaćenih sredstava ako se oduzane od izdavanja dionica, vrstu i rod dionica, redoslijed ostvarivanja prvenstva iz povlaštenih dionica ako se one izdaju u više serija i dr.

Osnivači osnivaju društvo preuzimanjem dionica, usvajanjem i potpisivanjem statuta te izjavom o osnivanju dioničkog društva. Društvo je osnovano kada ga se upiše u trgovački registar. Do proteka prve godine osnivači moraju imenovati prvi nadzorni odbor i revizora. Nadzorni odbor imenuje članove prve uprave. Uz simultano osnivanje, društvo se može osnovati i sukcesivno. Tada se objavljuje javni poziv za upis dionica, a takav način produljuje osnivanje društva. Poslove društva na vlastitu

odgovornost vodi uprava, koja se sastoji od jedne ili više osoba, a njihov broj određen je statutom. Članove uprave i njezinog predsjednika imenuje nadzorni odbor društva. Uprava izvješćuje nadzorni odbor o poslovnoj politici, rentabilnosti poslovanja društva, stanju prihoda i poslova značajnih za likvidnost društva. Nadzorni odbor ima najmanje tri člana, a njegove članove bira glavna skupština društva. Nadzorni odbor nadzire vođenje poslova društva, poslovnih knjiga, dokumentaciju društva, blagajnu, vrijednosne papire i dr., a o obavljenom nadzoru glavnoj skupštini podnosi pisano izvješće.

Javno trgovačko društvo je trgovačko društvo u koje se udružuju dvije ili više osoba zbog trajnog obavljanja djelatnosti pod zajedničkom tvrtkom, a svaki član društva odgovara vjerovnicima društva neograničeno solidarno cijelom svojom imovinom. Član društva može biti svaka fizička ili pravna osoba. Članovi društva najčešće unose jednake uloge, a međusobne odnose uređuju društvenim ugovorom. Svaki član društva ima pravo i obvezu voditi poslove društva ili tu obvezu mogu prenijeti na jednoga člana. Za davanje prokure potrebna je suglasnost svih članova. Krajem svake godine utvrđuje se račun dobiti i gubitka, a jedna trećina dobiti tekuće godine dijeli se među članovima društva u odnosu prema njihovom udjelu u temeljnom kapitalu društva. Isto načelo primjenjuje se i pri pokrivanju nastalog gubitku. Član društva ne može bez suglasnosti ostalih članova raspolagati svojim udjelom u društvu.

Komanditno društvo je trgovačko društvo u koje se udružuju dvije ili više osoba radi trajnog obavljanja djelatnosti pod zajedničkom tvrtkom od kojih najmanje jedna odgovara za obveze društva solidarno i neograničeno cijelom svojom imovinom - komplementar, a najmanje jedna odgovara za obveze društva samo do iznosa određenog imovinskog uloga u društvo - komanditor. Društvom upravljaju komplementari, a komanditori se u načelu ne mogu usprotiviti odlukama komplementara.

Osnovni zadatak upisanih poljoprivrednih gospodarstava, obrta i trgovačkih društava je posloovati s ekonomskom uspješnošću odnosno ostvariti ekonomski uspjeh.

4. TROŠKOVI I OBRAČUN POLJOPRIVREDNE PROIZVODNJE

Dr.sc. Ljubica Ranogajec

Ekonomski uspjeh poljoprivredne proizvodnje ovisi s jedne strane o ostvarenoj tržišnoj vrijednosti proizvodnje, a s druge o visini učinjenih troškova. Ako je ostvarena pozitivna razlika ovih vrijednosti veća, postignut je povoljniji ekonomski rezultat proizvodnje. Kako su troškovi segment na koji proizvođači mogu izravno djelovati, tako je potrebno analizirati njihovu strukturu i učinak na proces proizvodnje kroz stvaranje novih vrijednosti. Donošenje ispravnih poslovnih odluka iziskuje upoznavanje sa troškovima proizvodnje među kojima su najvažniji:

- cijene inputa (sredstva za proizvodnju, rad) i
- cijene tehnologije (proces proizvodnje).

Sredstva za rad i predmeti rada predstavljaju materijalne činitelje, a ljudski rad subjektivni činitelj procesa proizvodnje.

Manja i srednja obiteljska gospodarstva temelje planiranje i ekonomsku analizu proizvodnje i poslovanja na podacima jednostavnog knjigovodstva koje ne daje preciznu sliku o uspješnosti pojedinih linija poljoprivredne proizvodnje. Gospodarstva izvan sustava PDV-a gotovo da i ne koriste informacije o uspješnosti proizvodnje u svrhu obračunavanja i planiranja poslovanja gospodarstva.

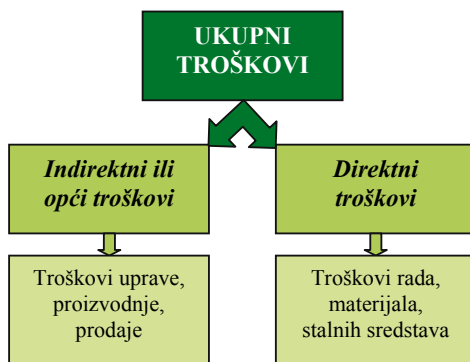
Od velikog su značaja evidencije po učinjenim radnim operacijama u svakoj pojedinoj liniji poljoprivredne proizvodnje kao i obračun količine i cijene utrošenih resursa. Množenjem količine s cijenom nastaje trošak koji se postupkom razvrstavanja dodjeljuje onoj proizvodnji zbog koje je i nastao. Troškovi su vrijednosni ili novčani izraz ulaganja osnovnih elemenata proizvodnje. Nastaju radi stvaranja novih učinaka i stjecanja dobitka. U troškove se ubrajaju tekuća ulaganja elemenata proizvodnje koja nastaju u poslovanju gospodarskih subjekata, a koja su uvijek izražena u novcu.

Nositelji troškova u poljoprivredi su pojedine linije poljoprivredne proizvodnje, jer se troškovi evidentiraju i raspoređuju po linijama proizvodnje koje obuhvaćaju jedan ili više proizvoda. Proizvodi jedne linije mogu biti vezani proizvodi koji su rezultat proizvodnje u zajedničkom tehnološkom postupku, te imaju zajedničke troškove. Obično se jedan, a nekada i više vezanih proizvoda, smatraju glavnim, a ostali su sporedni proizvodi.

Prema načinu utvrđivanja troškova po linijama proizvodnje razlikujemo:

- direktne (izravne, neposredne, pojedinačne) troškove, i
- indirektne (opće, neizravne, posredne, zajedničke) troškove.

Slika 2. Struktura troškova



Direktni troškovi se u cjelini i neposredno po nastajanju mogu utvrditi po učincima (proizvodima i uslugama) radi čije proizvodnje su nastali. U poljoprivredi su direktni svi oni troškovi koji se u cjelini i neposredno odnose na određenu liniju proizvodnje, u kojoj se istim troškovima mogu dobiti dva ili više proizvoda (vezani

proizvodi). Na primjer, proizvodnja pšenice je linija proizvodnje u kojoj su vezani proizvodi zrna i slama, kod proizvodnje kukuruza vezani su proizvodi zrna i kukuruzovina, u liniji proizvodnje mlijeka i teladi proizvodi su mlijeko, telad, prirast mesa, stajnjak i sl.

Indirektni ili opći troškovi se u cjelini odnose na više ili na sve linije proizvodnje na jednom gospodarstvu. Raspoređuju se određenim računskim postupkom na pojedine linije proizvodnje, te se na osnovu toga uračunavaju u njihove troškove. Pravilo koje vrijedi kod raspoređivanja općih troškova je da se svaka linija proizvodnje tereti određenim troškom razmjerno njezinom doprinosu u nastanku toga troška. Kriteriji (ključevi) za raspoređivanje općih troškova različiti su za pojedine grane proizvodnje. U biljnoj proizvodnji, najčešće se kao kriterij raspodjele koristi jedan hektar, u stočarskoj proizvodnji uvjetno grlo, a u mješovitoj plaće direktnih radnika.

Prema ovisnosti troškova o promjeni obujma proizvodnje, to jest prema načinu reagiranja troškova na promjene proizvodnje, odnosno iskorištenost kapaciteta razlikuju se:

- stalni (postojani, fiksni) troškovi, koji ne ovise o promjeni obujma proizvodnje i
- promjenljivi (varijabilni) troškovi, koji se mijenjaju s promjenom obujma proizvodnje.

Promjena obujma proizvodnje mijenja veličinu i strukturu ukupnih troškova gospodarstva. Zbog toga, cijene pojedinih proizvoda rastu ili padaju s promjenom obujma proizvodnje, ovisno o kretanju pojedinih vrsta troškova. Stoga je potrebno poznavati karakteristike stalnih i promjenljivih troškova i njihove pojedinačne vrste kako bi se pravilnim izborom veličine obujma proizvodnje moglo utjecati na cijene koštanja pojedinih proizvoda i financijski rezultat koji se u njihovoj proizvodnji ostvaruje.

Uspješnost poslovanja gospodarskih subjekata može se iskazati kroz vrijednost proizvodnje koja se odnosi na jednu godinu i može značiti ukupnu proizvodnju bez obzira na namjenu (ukupan obrt). U toj vrijednosti je sadržan dio koji služi za daljnju proizvodnju (tzv. reproduksijski materijal) i dio za prodaju na tržištu (tzv. tržišna vrijednost proizvodnje). Vrijednost jednogodišnje proizvodnje prodana po tržišnim cijenama čini glavni dio ukupnog prihoda poljoprivrednog gospodarstva. U poslovnoj praksi, osim tržišne vrijednosti proizvodnje, ukupni prihod čine i vrijednosti ostvarene u poslovanju novčanim sredstvima (financijski prihodi) te neplanirani prihodi (izvanredni prihodi).

5. POREZNE OBVEZE POLJOPRIVREDNIH PROIZVOĐAČA

Dr.sc. Ljubica Ranogajec

Porezni položaj poljoprivrednih proizvođača, kako registriranih u svojstvu (obliku) trgovačkog društva ili obrta, tako i onih koji su samo upisani u Registar

obveznika poreza na dohodak te ostalih koji su izvan poreznog sustava, postaje sve aktualniji. Praksa pokazuje kako je najveća skupina poljoprivrednih proizvođača izvan poreznog sustava, kako dohotka tako i PDV-a. Pri tom se misli na skupinu fizičkih osoba koje se na poljoprivrednom gospodarstvu bave poljoprivrednom proizvodnjom te posjeduju potrebna znanja i vještine o poljoprivredi.

Položaj poljoprivrednih proizvođača u poreznom sustavu uređuje se poreznim zakonima i propisima koji se primjenjuju i na sve ostale djelatnosti koje podliježu oporezivanju. Najvažniji propisi su sljedeći:

- Zakon o porezu na dohodak, NN 177/04, 73/08
- Zakon o porezu na dobit, NN 177/04, 90/05, 57/06, 133/07
- Zakon o doprinosima za obvezna osiguranja, NN 147/02, 175/03, 177/04.

Prema hrvatskim poreznim propisima, fizičke osobe (zaposlenici, poljoprivrednici, obrtnici) obveznici su plaćanja poreza na dohodak, a pravne osobe (tvrtke, zadruge) obveznici su plaćanja poreza na dobit.

Obveznici poreza na dohodak plaćaju i prirez ako imaju prebivalište na području općine/grada koji su propisali takvu obvezu. Osnovica za plaćanje prireza je iznos poreza na dohodak, a dozvoljene su sljedeće maksimalne stope: općina do 10%, grad ispod 30.000 stanovnika do 12%, grad iznad 30.000 stanovnika do 15% i grad Zagreb do 30%

Svi obveznici plaćanja poreza na dohodak obvezni su plaćati i doprinose za obvezna osiguranja (zdravstveno i mirovinsko osiguranje) u skladu sa Zakonom o doprinosima za obvezna osiguranja.

Tablica 2. Kriteriji za određivanje poreznog statusa poljoprivrednika (fizičke osobe) koji nije registriran kao obrtnik

Red. br.	Ostvaren promet u kn	Ostvaren poticaj u kn	Obveznik PDV-a	Obveznik poreza na dohodak od samostalne djelatnosti
1.	ispod 85.000	ispod 25.000	NE	NE
2.	ispod 85.000	iznad 25.000	NE	DA
3.	iznad 85.000	iznad 25.000	DA	DA
4.	ispod 85.000	NE ili ispod 25.000	DA dobrovoljno	DA

Izvor: autor prema Oporezivanje djelatnosti poljoprivrede i šumarstva, Zagreb, 2008.

Ulaskom u sustav PDV-a poljoprivredni proizvođač mora voditi poslovne knjige i prema propisima o porezu na dohodak, neovisno o tome je li u sustav PDV-a ušao po sili zakona ili dobrovoljno. Poljoprivrednici kao obveznici poreza na dohodak, neovisno o tome jesu li obrtnici ili su samo upisani u Registar obveznika poreza na dohodak, utvrđuju dohodak temeljem vjerodostojnih podataka poslovnih knjiga kao:

- Knjiga primitaka i izdataka – Obrazac KPI,
- Knjiga prometa – Obrazac KPR,

- Popis dugotrajne imovine – Obrazac DI,
- Evidencija o tražbinama i obvezama – Obrazac TO.

Poljoprivredno gospodarstvo može ostvariti primitke od prodaje proizvedenih poljoprivrednih dobara kao na primjer: žive stoke, mesa i drugih jestivih klaoničkih proizvoda, mlijeka i mliječnih proizvoda, jaja, meda, te biljaka, rezanog cvijeća, povrća, voća, pića, octa, duhana i dr.

Primitcima se smatraju i primljene potpore, no one nisu predmet oporezivanja PDV-om. Za svaku obavljenу isporuku poljoprivrednog proizvoda ili obavljenе usluge, poljoprivrednik obveznik PDV-a treba ispostaviti račun R-2.

Poljoprivrednici koji ne vode poslovne knjige i nisu porezni obveznici, mogu također prodavati vlastite poljoprivredne proizvode, iako ostvarene primitke ne evidentiraju u poslovnim knjigama. Uvjet je da su upisani u Upisnik obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, a za te potrebe koriste najčešće Otkupni blok.

Poslovni izdaci su svi odljevi dobara. Za poljoprivrednog proizvođača su to svi izdaci izravno povezani s obavljanjem poljoprivredne djelatnosti kao što su izdaci za nabavu: sjemeni i sadnog materijala, gnojiva, sredstava za zaštitu bilja, usjeva i nasada, hrane za životinje, goriva za pogon traktora i drugih sredstava poljoprivredne mehanizacije, usluge obrade zemljišta i druge usluge, izdaci dugotrajne imovine (gospodarskih i poslovnih zgrada, osnovnog stada, mehanizacije), izdaci za režijske troškove (struja, voda, plin, telefon, održavanje, plaće zaposlenika, potpore i nagrade i dr.)

5.1. Porez na dodanu vrijednost (PDV)

Porez na dodanu vrijednost je u porezni sustav Republike Hrvatske uveden 1998. godine. Plaća se na: isporuke svih vrsta dobara (proizvoda, roba, opreme i sl.) i sve obavljene usluge, vlastitu potrošnju, isporuke dobara i obavljene usluge bez naknade i s osobnim popustom, te na uvoz dobara.

Primjenjuju se dvije porezne stope PDV-a: 22% i 0%. Od poljoprivrednih proizvoda samo se na svježe mlijeko (kravlje, ovčje i kozje koje se stavlja u promet pod istim nazivom u tekućem stanju, svježe, pasterizirano, homogenizirano, kondenzirano, osim kiselog mlijeka, jogurta, kefira, čokoladnog mlijeka i drugih mliječnih proizvoda) obračunava PDV po stopi od 0%. Svi ostali poljoprivredni proizvodi kao i poljoprivredni inputi, oporezivi su PDV-om po stopi od 22%. Dakle, poljoprivrednici koji su isporučili dobra u vrijednosti većoj od 85.000 kn dužni su se prijaviti u sustav PDV-a po zakonu ili u sustav mogu ući dobrovoljno, a time će postati i obveznici plaćanja poreza na dohodak.

5.2. Porez na dobit

Porezni oblik koji se odnosi se na ukupni dohodak poreznog obveznika, obračunava se na plaću po stopi od 20%. Poljoprivredni proizvođači postaju obveznici poreza na dobit u sljedećim slučajevima:

1. kad se ispunjava bilo koji od sljedećih uvjeta:
 - ako je u proteklom poreznom razdoblju ostvaren ukupni primitak veći od 2.000.000 kuna ili
 - ako je u proteklom poreznom razdoblju ostvaren dohodak veći od 400.000 kuna ili
 - ako postoji dugotrajna imovina u vrijednosti većoj od 2.000.000 kuna (prema nabavnoj vrijednosti dugotrajne imovine) ili
 - ako je u proteklom poreznom razdoblju prosječno bilo zaposleno više od 15 radnika ili
2. ako do kraja tekuće godine podnese zahtjev ispostavi Porezne uprave prema svom prebivalištu da u idućoj kalendarskoj godini želi plaćati porez na dobit umjesto poreza na dohodak.

Porezna osnovica poreza na dobit obveznika poreza na dobit je dobit ostvarena u tuzemstvu i inozemstvu, a utvrđuje se prema računovodstvenim propisima kao razlika prihoda i rashoda prije obračuna poreza na dobit, uvećana i umanjena prema odredbama Zakona o porezu na dobit.

UKUPNI PRIHOD — UKUPNI RASHOD = DOBIT ili GUBITAK

+

**POVEĆANJE /SMANJENJE
POREZNE OSNOVICE**

Obveznici poreza na dobit dužni su voditi poslovne knjige u skladu s propisima o računovodstvu: dnevnik, glavnu knjigu i pomoćne knjige.

5.3. Porez na dohodak

Porezni obveznik je fizička osoba koja ostvaruje dohodak, a dohotkom se smatraju primici ostvareni od nesamostalnog rada, samostalne djelatnosti, imovine i imovinskih prava, kapitala, osiguranja i drugih primitaka. Djelatnost poljoprivrede i šumarstva smatra se samostalnom djelatnošću koja je oporeziva porezom na dohodak, ako je po osnovi obavljanja djelatnosti poljoprivrednik obveznik PDV-a ili ako ostvaruje poticaje na način i pod uvjetima propisanim Zakon o državnim potporama u poljoprivredi, ribarstvu i šumarstvu (NN, 87/02, 117/03, 82/04, 12/05). Ovim je zakonom propisano da: „Od 1. siječnja 2010. sva seljačka gospodarstva ili obiteljska poljoprivredna gospodarstva obvezna su pri podnošenju zahtjeva za poticaje dokazati da su upisani u Registar obveznika poreza na dohodak pri Poreznoj upravi prema propisima o porezu na dohodak i da su time po osnovi obavljanja djelatnosti poljoprivrede i šumarstva postali obveznicima poreza na dohodak.“

Poreznu osnovicu čini dohodak (razlika između primitaka i izdataka nastalih u poreznom razdoblju) umanjena za preneseni gubitak i porezne olakšice. Porez na dohodak plaća se u mjesečnim predujmovima, čije iznose određuje porezna uprava na temelju dohotka ostvarenog u prethodnoj godini. Na kraju godine podnosi se godišnja prijava poreza na dohodak, kako bi se utvrdio stvarno ostvareni dohodak. Na temelju toga utvrđuje se je li je tijekom godine putem predujmova poreza na dohodak uplaćeno više poreza, pa je ostvareno pravo na povrat ili je plaćeno manje poreza u odnosu na ostvareni dohodak, pa treba obaviti nadoplatu.

Porez na dohodak plaća se, ovisno o visini dohotka, po četiri porezne stope kako je to prikazano u sljedećoj tablici.

Tablica 3. Porezne stope, mjesečna i godišnja osnovica dohotka

Porezna stopa	Mjesečna osnovica (kn)	Godišnja osnovica (kn)
15 %	do 3.600	43.200
25 %	Od 3.600 – 5.4000	64.800
35 %	Od 5.400 – 16.200	194.400
45 %	preko 25.200	preko 302.400

Izvor: Zakon o porezu na dohodak, NN br. 73/08.

Poduzetnici – obveznici plaćanja poreza na dohodak posluju u skladu sa tzv. „načelom blagajne“ što znači da primitak nastaje onda kada su prodani proizvodi ili učinjene usluge stvarno naplaćeni, odnosno izdatak nastaje onda kada su kupljena dobra stvarno i plaćena. Isto načelo primjenjuje se i na obvezu uplate naplaćenog PDV-a odnosno na pravo na povrat plaćenog PDV-a po ulaznim računima.

Dakle, obveznici poreza na dohodak (poljoprivrednici) posluju na način naplaćenih i plaćenih računa, za razliku od pravnih osoba koje su obveznici poreza na dobit i posluju na osnovu izdanih i primljenih računa.

Poljoprivredni proizvođači, registrirani kao obrtnici, na isti način primjenjuju odredbe Zakona o porezu na dohodak i Zakona o PDV-u po pitanju vođenja poslovnih knjiga i obveze plaćanja doprinosa za obvezna osiguranja. Poljoprivrednici, obrtnici dužni su se učlaniti u Hrvatsku obrtničku komoru i plaćati komorsku članarinu. Također plaćaju i veće iznose za obvezna osiguranja, ali imaju i veća prava iz područja zdravstvene zaštite i mirovinskog osiguranja.

6. DRŽAVNE POTPORE U POLJOPRIVREDI, RIBARSTVU I ŠUMARSTVU

Dr.sc. Krunoslav Zmaić

Prema Zakonu o poljoprivredi ("Narodne novine" broj 66/2001, 83/2002) određene su mjere tržišne i cjenovne potpore poljoprivrednoj proizvodnji radi stabilnosti domaćeg tržišta uz jačanje konkurentnosti kao i preuzimanje obveza provođenja međunarodnih trgovinskih sporazuma. Jedno od značajnih rješenja za uređenje tržišta je donošenje tržišnih redova za određene grupe poljoprivrednih proizvoda. Uz cjenovnu

politiku, formiranjem tržišnih redova, utječe se na ponudu i potražnju pojedinih grupa poljoprivredno-prehrambenih proizvoda.

Jedan od osnovnih preduvjeta za uključivanje hrvatske poljoprivrede na globalno zajedničko tržište Europske unije su konkurentne cijene kao i kvaliteta proizvoda. U zajedničkom tržištu Unije nema carina niti carinskih ograničenja, tako da se u budućnosti carinskom politikom neće moći eventualno zabraniti ili ograničiti uvoz nekih proizvoda i na taj način zaštititi domaća poljoprivredna proizvodnja. Za neke posebno osjetljive poljoprivredne proizvode (goveđe meso, šećer, mlijeko, mliječne prerađevine) kroz određeno razdoblje moći će se zadržati sustav carinske zaštite radi zaštite cijena od uvoza iz trećih zemalja.

Cijene domaćih poljoprivrednih proizvoda teško je uspoređivati s cijenama agrarnih proizvoda u EU ili u drugim zemljama, jer je hrvatsko gospodarstvo, kao i poljoprivreda, prošlo kroz ratno razdoblje, razdoblje visokih inflatornih kretanja, skupih kredita što je nepovoljno utjecalo na troškove proizvodnje i razinu cijena poljoprivrednih proizvoda. Onesposobljena i usitnjena domaća poljoprivredna proizvodnja stalno je vršila pritisak na rast cijena agrarnih proizvoda, jer je zbog većih cijena većina malih ne tržišnih poljoprivrednih gospodarstava rješavala pitanje egzistencije, a u većini slučajeva i socijalna pitanja. Uvozne cijene poljoprivrednih proizvoda, bez obzira i na plaćanje naših carinskih pristojbi, niže su od domaćih cijena. Ni uvozne cijene nisu realne, jer na formiranje ovih cijena utječu izvozne stimulacije i dijelom proizvođačke subvencije. Uvoz određenih proizvoda po nižim cijenama izaziva poremećaje na tržištu, djeluje "dampinški" i utječe na nemogućnost prodaje domaćih proizvoda.

Uz rast uvoza hrvatski izvoz agrarnih prehrambenih proizvoda povećava se te pokrivenost uvoza izvozom iznosi oko 60%. Najzastupljenije grupe izvoznih proizvoda su: šećer, razni proizvodi za hranu, duhan, ribarstvo (tuna), a od stočarskih proizvoda: prerađevine od mesa, te mlijeko i mliječni proizvodi. Svrha mjera agrarne politike je rast produktivnosti i ekonomičnosti poljoprivredne proizvodnje i konkurentne sposobnosti na međunarodnom tržištu. Mjerama agrarne politike i prema Zakonu o državnoj potpori u poljoprivredi, ribarstvu i šumarstvu za mala nekomercijalna poljoprivredna gospodarstva koja nisu orijentirana na tržište, određena je dohodovna potpora. Svrha dohodovne potpore je eventualno osposobljavanje ovih malih gospodarstava za tržišnu proizvodnju ili uključenje u druge oblike zapošljavanja i privređivanja. Za ostvarivanje prava na godišnju dohodovnu potporu ova obiteljska poljoprivredna gospodarstva moraju ispunjavati određene kriterije. Zakonom o poljoprivredi u okviru cjenovne politike određuju se propisane cijene i to:

1. ciljne cijene,
2. zajamčene cijene i
3. minimalne cijene.

Ciljne cijene osiguravaju određenu realizaciju razine dohotka za pojedine poljoprivredne proizvode. Sustavom primjene režima zajamčenih cijena za određene količine poljoprivrednih proizvoda osigurava se minimalna razina dohotka. Po zajamčenim cijenama Republika Hrvatska otkupljuje pojedine poljoprivredne

proizvode, ako su za njih propisani tržišni redovi. Zbog stanja na tržištu, do sada je Ministarstvo poljoprivrede više puta interveniralo i ranijih je godina organiziralo otkup pšenice, a kasnije otkup viškova utovljene junadi, sirovog kravlje mlijeka kao i svinjskih tovljenika. U okviru sustava minimalnih cijena postoji obveza prerađivača korisnika novčanih poticaja da po minimalnim cijenama od poljoprivrednih proizvođača otkupljuju poljoprivredne proizvode.

Poboljšanje konkurentnosti poljoprivrede, Hrvatski sabor je 2002. godine donio Zakon o državnoj potpori u poljoprivredi, ribarstvu i šumarstvu. Njime se propisuju modeli državne potpore, programi u sklopu modela, uvjeti za ostvarivanje potpore i iznosi za pojedine proizvodnje. Kako bi mogli ostvariti pravo na državne potpore seljačka gospodarstva ili obiteljska poljoprivredna gospodarstva trebaju biti upisana u Upisnik obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava (OPG). Službe za gospodarstvo u županijama i njihove ispostave zaprimaju zahtjeve i izdaju rješenja o upisu u Upisnik. U skladu s obujmom poslovanja gospodarstva iskazanom kroz proizvodne jedinice, moguće je ostvarivati državne potpore kroz jedan od modela sustava potpore:

- model poticanja proizvodnje,
- model kapitalnih ulaganja,
- model potpore dohotku,
- model ruralnog razvitka.

6.1. Model poticanja poljoprivredne proizvodnje

Kroz potpore proizvodnjama potiču se profitabilnije proizvodnje na komercijalnim gospodarstvima. Osnovni kriterij za ostvarivanje poticaja proizvodnji je:

- minimalan ukupan opseg poslovanja poljoprivrednog gospodarstva, te
- proizvodnja minimalno poticane količine za koju korisnik ostvaruje pravo na poticaj u punom propisanom iznosu.

Od 2008. godine, svi korisnici poticaja su dužni uskladiti poslovanje prema propisima o porezu na dohodak te biti upisani u Registar obveznika poreza na dohodak. Poticajima ovog modela stimulira se proizvodnja ratarskih kultura, višegodišnjih nasada, stočarstvo, proizvodnja stočarskih proizvoda, ekološka proizvodnja i ribarstvo. Za područja s težim uvjetima gospodarenja predviđen je iznos poticaja uvećan za 45% u voćarstvu i vinogradarstvu, a djelomično i u stočarstvu i ribarstvu. Visina propisanih sredstava za poticaj pojedinoj proizvodnji može se razmjerno i umanjiti ako ukupni zahtjevi za poticaj u toj godini premaše poticanu količinu.

6.2. Model kapitalnih ulaganja

Kapitalna ulaganja povezana su s investicijskom potporom države u poljoprivredi. Ovakva vrsta potpore podrazumijeva dodjelu nepovratnih sredstava iz

proračuna Republike Hrvatske, kojima Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodnoga gospodarstva sudjeluje u financiranju investicije za koju je neka financijska institucija odobrila kredit. Sâm model kapitalnih ulaganja uspostavljen je kako bi došlo do povezivanja poljoprivrednog i bankarskog sektora.

Pravo na investicijsku potporu može ostvariti svaka pravna i fizička osoba koja se bavi komercijalnim poljoprivrednim proizvodnjom na gospodarstvu ili koje je registrirano za obavljanje djelatnosti šumarstva.

Najviši iznos investicijske potpore po korisniku u jednoj kalendarskoj godini iznosi 250.000,00 kn, a odnosi se na kalendarsku godinu u kojoj je iskorišten kredit koji je korisnik dobio. Za investicije u govedarstvu, u skladu s Operativnim programom, investicijska potpora može iznositi i do 500.000,00 kn. Investicijska potpora odobrava se za sljedeća kapitalna ulaganja:

- Nabavu ženskih proizvodnih i rasplodnih grla u stočarstvu,
- Nabavu muških rasplodnih grla u stočarstvu,
- Ulaganja u višegodišnje nasade,
- Podizanje šuma,
- Izgradnju, adaptaciju i opremanje objekata za poljoprivrednu proizvodnju i slatkovodnu akvakulturu,
- Uređenje poljoprivrednog zemljišta,
- Izgradnju, adaptaciju i opremanje objekata za čuvanje i preradu poljoprivrednih proizvoda i ribe,
- Kupovinu privatnog poljoprivrednog zemljišta radi okrupnjavanja poljoprivrednog gospodarstva,
- Ulaganja u povrtlarsku proizvodnju.

Kako bi se podnio zahtjev za odobrenje investicijske potpore, potrebno je prethodno realizirati planirano investicijsko ulaganje, tako da to ulaganje bude financirano kreditom, zajmom ili *leasingom* financijske institucije registrirane za financijsko poslovanje u Republici Hrvatskoj.

Investicijska potpora odobrava se za srednjoročne i dugoročne kredite u poljoprivredi, ribarstvu ili šumarstvu. Najniži iznos kredita za koji se može dobiti investicijska potpora iznosi 80.000,00 kn. Kod ulaganja u podizanje višegodišnjih nasada investicijska potpora može se odobriti, ako je kredit korišten za podizanje, najmanje 0,5 ha voćnih vrsta. Investicijska potpora isplaćuje se u apsolutnom iznosu i to 22.700,00 kn/ha novopodignutog nasada I. skupine i 32.700,00 kn/ha novopodignutog nasada II. skupine na područjima od posebne državne skrbi.

Zahtjev za odobrenje investicijske potpore podnosi se nakon dovršetka investicije tokom godine u kojoj je kredit iskorišten, a najkasnije do 28.02. iduće godine za kredite iskorištene u prethodnoj godini.

Model kapitalnih ulaganja ima stalan trend povećanja broja zaprimljenih zahtjeva i jedan je od stupova reforme poljoprivredne politike. On pripada grupi strukturnih potpora, odnosno dozvoljenih mjera investicije i sličan je modelima koje ima poljoprivredna politika Europske Unije. Model je zasnovan na Zakonu o državnoj

potpori u poljoprivredi. Važno je istaknuti kako poljoprivredno gospodarstvo treba imati dobro i realno postavljen program, po mogućnosti definiranu specijaliziranu ili diverzificiranu proizvodnju i uglavnom osiguran plasman za duže proizvodno razdoblje. Mali proizvođači koji zbog male ponude ne mogu samostalno nastupiti na tržištu, trebaju ponudu definirati i udruživati se u zadruge uz obostrano pridržavanje ugovornih prava i obveza.

6.3. Model potpore dohotku

Obiteljska ili seljačka gospodarstva koja se prijave u model potpore dohotku (nekomercijalna poljoprivredna gospodarstva) primat će godišnje utvrđeni fiksni iznos dohodovne potpore za svakog člana koji u godini podnošenja zahtjeva ima status osiguranika mirovinskog osiguranja u svojstvu poljoprivrednika i najmanje 55 godina života muškarci, odnosno 50 godina života žene. Takva gospodarstva smiju imati u posjedu ili koristiti najviše 5 ha obradivog poljoprivrednog zemljišta i ostvarivati ukupan obujam poslovanja gospodarstva od najmanje 3 proizvodne jedinice.

Zahtjev za dohodovnu potporu podnosi se tijekom prosinca za narednu godinu. Korisnici dohodovne potpore mogu ostvariti potporu od 12.000,00 kn godišnje po nositelju ili članu, najviše 24.000,00 kn po gospodarstvu. Gospodarstva čiji je nositelj ili najmanje jedan član u trenutku podnošenja zahtjeva korisnik mirovine kao poljoprivrednik ili je nezaposlen ostvaruju iznos od 5.000,00 kn godišnje potpore po gospodarstvu.

Cilj modela potpore dohotku zbrinjavanje je malih nekonkurentnih poljoprivrednih gospodarstava i osiguranje primjerenijeg životnog standarda njegovim članovima. Korisnici modela potpore dohotku ne mogu ostvarivati pravo na poticaje proizvodnji, ali mogu koristiti poticaje kroz model ruralnog razvitka.

6.4. Model ruralnog razvitka

U ruralnom prostoru živi oko 40% stanovništva Hrvatske. Većina ovog stanovništva vezana je posredno ili neposredno za poljoprivrednu proizvodnju. Isključivo poljoprivredom bavi se 9% ukupnog stanovništva. U visokorazvijenim zemljama EU isključivo poljoprivredom bavi se ispod 5% ukupnog stanovništva.

Kako bi se u doglednom vremenu postigle slične promjene u Republici Hrvatskoj neophodno je kroz agrarnu politiku jačati poljoprivredni sektor. Takav razvoj nalaže stalnu brigu za očuvanje, razvoj i zaštitu ruralnih područja. Kroz Nacionalni program ruralnog razvitka želi se postići:

- osiguranje primjerenih radnih i životnih uvjeta u seoskim područjima;
- očuvanje prirodnog i kulturnog naslijeđa;
- promicanje održive poljoprivrede i očuvanje okoliša.

Primjenjujući pojedine modele iz sustava potpora i poticaja, državnim mjerama se utječe na povećanje dohotka i konkurentnost poljoprivrednih proizvođača, a kroz model ruralnog razvitka potiče se:

- razvitak seoskog područja;
- očuvanje izvornih i zaštićenih pasmina;
- marketinška priprema poljoprivrednih proizvoda.

Program razvitka seoskog područja: program razvitka seoskog prostora svojim mjerama potiče održivi razvoj seoskih područja, osiguranje primjerenih radnih i životnih uvjeta te očuvanje prirodnog i kulturnog naslijeđa. Program je financiran iz državnog proračuna i sredstava Županija te vlastitog učešća korisnika.

Korisnici Programa, a time i financijskih sredstava mogu biti obiteljska poljoprivredna gospodarstva (komercijalni i nekomercijalni), poljoprivredne zadruge, trgovačka društva, obrti, udruge poljoprivrednih proizvođača i strojni prsteni. Ovim programom sufinanciraju se razvojni projekti jedinica lokalne uprave koji se odnose na održivi ruralni razvitak.

Lokalna zajednica ima ključnu ulogu u kreiranju razvojnih projekata u donošenju važnih odluka za razvitak ruralnog prostora budući da one mogu najbolje uočiti probleme i potrebe, a time i preuzimati neophodne mjere. Mjere razvitka seoskog prostora ponajprije obuhvaćaju potporu:

- investicijama na poljoprivrednim gospodarstvima,
- preradi poljoprivrednih proizvoda,
- uspostavi strojnih prstena,
- mladim poljoprivrednicima,
- školovanju, prekvalifikaciji i obuci,
- mjerama zaštite okoliša u području poljoprivrede i šumarstva,
- šumarstvu,
- mjerama uređenja zemljišta,
- obnovi i razvitku sela,
- očuvanju kulturnog blaga, ruralnih običaja i manifestacija,
- raznovrsnim poljoprivrednim i drugim aktivnostima radi ostvarivanja dopunskih ili alternativnih izvora prihoda,
- ruralnom turizmu i tradicionalnim ruralnim obrtima,
- poboljšanju ruralne infrastrukture vezano uz razvitak poljoprivrede,
- promociji vinskih i drugih turističkih cesta,
- promociji kvalitetnih autohtonih proizvoda,
- razvitku usluga u ruralnom prostoru.

Program očuvanja izvornih i zaštićenih pasmina: izvorne i zaštićene pasmine stoke dio su neprocjenjive baštine te uzgajivači kroz ovaj Program ostvaruju državne poticaje. Poticaji su dostupni i komercijalnim i nekomercijalnim poljoprivrednicima. Plaćanje se obavlja u godišnjem fiksnom iznosu po grlu upisane uzgojno valjane rasplodne izvorne i zaštićene pasmine. Cilj Programa očuvanja izvornih i zaštićenih pasmina je održanje i unapređenje proizvodnje hrvatskih izvornih i zaštićenih pasmina domaćih životinja.

Program marketinške pripreme poljoprivrednih proizvoda: cilj ovog programa je poticanje prodaje poljoprivredno-prehrambenih proizvoda na stranom i domaćem tržištu primjenom različitih marketinških aktivnosti, što će direktno utjecati i na ukupan razvitak ruralnih područja (slavonski kulen, rakija šljivovica «Slavonka», stonske dagnje, istarski med itd.). Sredstva programa mogu se koristiti na osnovu raspisanog natječaja za provođenje aktivnosti na:

- istraživanju tržišta,
- unapređenju kakvoće proizvoda,
- promotivne aktivnosti,
- zaštiti hrvatskih autohtonih proizvoda.

Sredstva programa dostupna su znanstvenim i stručnim ustanovama, konzultantskim tvrtkama, zadrugama, udrugama proizvođača ili prerađivača kao i jedinicama regionalne i lokalne samouprave. Program je sufinanciran sredstvima državnog proračuna.

Poticanje proizvodnje i plasmana autohtonih proizvoda zasnovano je na spoznaji kako se samo proizvodi posebne kvalitete i s prepoznatljivim specifičnostima mogu izboriti za mjesto na izbirljivom tržištu EU. Kroz stvaranje izvoznih *brandova* i planova plasmana kroz turističku ponudu, potrebno je iskoristiti bogatstvo proizvodnje autohtonih proizvoda budući da smo zemlja s različitim klimatskim i zemljopisnim područjima, bogatom kulturom i tradicijom te s velikim brojem proizvoda sa specifičnim tehnološkim, prehrambenim i organoleptičkim osobinama.

7. ZNAČAJ PRETPRISTUPNIH FONDOVA

Dr.sc. Snježana Tolić

Opći cilj razvojnih politika EU je gospodarska i društvena kohezija jedinstvenog i cjelovitog teritorija Europske unije, a time osiguravanje podjednakog životnog standarda svih stanovnika. U skladu s općim ciljem, u slabije razvijenim područjima definiraju se regionalni problemi i programiraju odgovarajuće javne politike. Najveći nesrazmjer u gospodarskoj snazi većine EU zemalja pokazuju ruralna područja te se kroz koordinaciju regionalnih politika zemalja članica pokušava povećati mogućnost njihova razvoja. Osnivanjem ERDF fonda - *European Fund for Regional Development* 1975. godine, započinje sustavno rješavanje regionalnih problema na nivou Europske Zajednice.

Europska komisija definirala je prvi program pomoći namijenjen zemljama srednje i istočne Europe odmah poslije pada komunizma 1989. godine. Ovaj program poznat je kao PHARE program. Prvotno je bio namijenjen samo Poljskoj i Mađarskoj, a poslije je proširen i na druge zemlje. Neke zemlje jugoistočne Europe također su bile uključene u taj program, a za zemlje bivše Jugoslavije 1996. godine pokrenut je program OBNOVA.

Potkraj 2000. godine Europska je komisija pokrenula novi program namijenjen zemljama jugoistočne Europe pod nazivom CARDS - *Community Assistance for*

Reconstruction, Development and Stabilization ili Pomoć Zajednice u obnovi, razvoju i stabilizaciji. Osnovni cilj ovog programa potpora je zemljama jugoistočne Europe pri aktivnom sudjelovanju u procesu stabilizacije i pridruživanja. Ovaj se program odnosio na 2001. i 2002. godinu, a provodio se kroz dvije razine - nacionalnu i regionalnu.

Izvjешća Ministarstva vanjskih poslova i europskih integracija RH potvrđuju visoku apsorpciju sredstava iz CARDS programa, čak 97% ugovorenih iznosa koji su se kretali oko 60-80 milijuna EUR godišnje. Programiranje u okviru CARDS-a završilo je 2004. godine, osim regionalne komponente. Namjene programa vide se iz sljedećeg primjera projekata:

- Modernizacija nadzora državnih granica, nabava opreme, € 8 mil., 2004.
- Podrška sustavu državnih potpora, nabava opreme, € 400.000, 2002.
- Strategija gospodarenja otpadom u Dalmaciji, € 800.000, 2002.
- Modernizacija pravosuđa, nabava opreme za € 3 mil., 2002.
- Održivi razvoj u područjima od posebne državne skrbi, bespovratna sredstva, usluge, nabave i radovi € 13 mil., 2003.
- Jačanje škola za strukovno obrazovanje i osposobljavanje, € 4 mil., 2003.
- Jačanje sposobnosti na području poljoprivrede, životinja i prehrambenih proizvoda, € 1,7 mil., 2002.
- Podrška decentralizaciji i reformi državne uprave, € 3,5 mil., 2003.

7.1. Pretpristupni programi PHARE, ISPA i SAPARD

Potpisivanje Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju (SSP) 29. listopada 2001. smatra se početkom procesa pridruživanja Republike Hrvatske EU. Od tog dana Hrvatskoj je omogućeno korištenje sredstava iz pretpristupnih fondova EU.

Pretpristupni fondovi izvori su financiranja programa koji podržavaju politiku proširenja EU. To su bespovratna sredstva koja EU stavlja na raspolaganje zemljama kandidatkinjama u pretpristupnom razdoblju radi poboljšanja procesa pridruživanja Europskoj uniji.

Dva su temeljna cilja pretpristupne pomoći:

- Jačanje sposobnosti institucija za usvajanje i provedbu pravne stečevine EU na svim razinama i strukturama društva (*acquis communautaire*),
- Stvaranje gospodarskih, političkih, socijalnih, kulturnih i drugih pretpostavki za ravnomjeran socijalni i gospodarski razvoj i provedbu kohezijske politike EU.

Republika Hrvatska je stekla status zemlje kandidata 18. lipnja 2004. Pretpristupna strategija EU za RH prihvaćena je 6. listopada 2004. u iznosu od 245 mil. EUR za pretpristupne programe u financijskoj perspektivi 2005–2006. godine. Sredstva su u navedenom razdoblju alocirana kroz tri pretpristupna programa: PHARE, ISPA i SAPARD.

PHARE pretpristupni program (franc. *Pologne-Hongrie: assistance à la restructuration économique*) namijenjen je jačanju institucija kako bi mogle učinkovito funkcionirati unutar Europske unije i provoditi njenu pravnu stečevinu te jačanje socijalne i ekonomske kohezije u državi kandidatkinji.

ISPA program (eng. *Instrument for Structural Policies for Pre-Accession*) osigurao je financijsku podršku za primjenu zakonodavstva u području zaštite okoliša te ulaganja u prometnu infrastrukturu.

SAPARD program (eng. *Special Accession Programme for Agriculture and Rural Development*) namijenjen je za područje poljoprivrede i poticanje ruralnog razvitka.

Navedeni pretpristupni programi bili su predviđeni za proračunsko razdoblje EU do kraja 2006. godine. Europska unija osigurala je Hrvatskoj za pretpristupne fondove iz proračunske 2005. godine 105 mil. eura (80 milijuna za PHARE i 25 mil. za ISPA-u), a u sklopu proračuna za 2006. godinu 140 mil. eura (80 milijuna za PHARE, 35 mil. za ISPA-u i 25 mil. za SAPARD (tablica 4).

Tablica 4. Iznosi sredstava po programima (u mil. EUR)

	2005.	2006.	UKUPNO
PHARE	80	80	160
ISPA	25	35	60
SAPARD	0	25	25
UKUPNO	105 +7	140	245 +7

Izvor: Ministarstvo vanjskih poslova i europskih integracija, Pretpristupna pomoć EU: Nove mogućnosti i izazovi za Republiku Hrvatsku (prezentacija), Zagreb 2006.

Prednost pretpristupnih programa u odnosu na CARDS:

- veća zastupljenost infrastrukturnih i kapitalnih ulaganja u odnosu na tehničku pomoć (70%),
- nova područja ulaganja: promet, okoliš, poljoprivreda,
- dvostruko veći godišnji iznosi pomoći, 140-145 mil €,
- samostalnije upravljanje EU sredstvima (decentralizirano upravljanje), ali i veća odgovornost tijela RH,
- sufinanciranje iz nacionalnog proračuna i drugih izvora,
- vremenski okvir za provedbu (stupanj "zrelosti" projekata).

7.2. Programi Zajednice

Programi Zajednice predstavljaju integrirani niz aktivnosti koje usvaja Europska zajednica ili Unija u svrhu promicanja suradnje između država članica u različitim područjima povezanim s zajedničkim politikama Europske zajednice.

Programi Zajednice su, temeljem posebne stavke u Općem proračunu EU, u pravilu namijenjeni državama članicama Europske unije, ali neki od njih otvoreni su i državama koje se nalaze u procesu približavanja Uniji. Vlada Republike Hrvatske potpisala je 22. studenog 2004. godine s Europskom komisijom Okvirni sporazum o sudjelovanju Republike Hrvatske u programima Zajednice, kojim se Hrvatskoj otvorila mogućnost sudjelovanja u 25 programa. Neki od njih su: Šesti okvirni program za istraživanje i razvoj, programu LIFE III i YOUTH.

7.3. Financijska perspektiva IPA (2007-2013.)

Uredbom Vijeća Europske unije br. 1085/2006 uspostavljen je novi instrument za pomoć u pretpristupnom razdoblju poznat pod nazivom IPA - *Instrument for Preaccession Assistance*. IPA fond namijenjen je zemljama kandidatkinjama i potencijalnim kandidatkinjama za članstvo u EU, a zamijenio je dosadašnje programe pomoći CARDS, PHARE, ISPA i SAPARD. To je najzahtjevniji fond po pitanjima provedbe financiranja projekata i svojevrsna je priprema za korištenje strukturnih fondova EU. Primjenjuje se od 1. siječnja 2007. godine.

Cilj IPA programa je podrška državama kandidatkinjama (Hrvatska, Makedonija, Turska) i državama potencijalnim kandidatkinjama (Albanija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Srbija) u pripremama za pristupanje EU, usklađivanje i provedba usklađenih pravnih propisa i korištenje instrumenata kohezijske i poljoprivredne politike. Financijska vrijednost IPA-e za sedmogodišnje razdoblje iznosi 11.468 milijardi eura. Od toga je za Republiku Hrvatsku osiguran iznos od 589,9 milijuna eura za razdoblje 2007-2010. započevši sa 138,5 milijuna eura u 2007. godini uz predviđeni stalni rast godišnjeg iznosa sredstava sve do iznosa od 154.2 milijuna eura u 2010. (tablica 5).

Tablica 5. Iznosi sredstava po komponentama IPA programa (u mil. EUR, 2007-2010.)

Komponente IPA programa	2007.	2008.	2009.	2010.
Pomoć u tranziciji i jačanje institucija	49,6	45,4	45,6	39,5
Prekogranična suradnja	9,7	14,7	15,9	16,2
Regionalni razvoj	45,0	4,76	49,7	56,8
Razvoj ljudskih potencijala	11,4	12,7	14,2	15,7
Ruralni razvoj	25,5	25,6	25,8	26,0
Ukupno	141,23	146,0	151,2	154,2

Izvor: Informacije o instrumentu pretpristupne pomoći IPA, Ministarstvo regionalnog razvoja, šumarstva i vodnog gospodarstva, <http://www.mrrsvg.hr/default.aspx?id=95>

Uredbu o opsegu i sadržaju odgovornosti te ovlastima tijela nadležnih za upravljanje Instrumentom pretpristupne pomoći RH (NN 18/07) određen je Središnji državni ured za razvojnu strategiju i koordinaciju fondova EU kao nadležno tijelo za sveukupnu koordinaciju programa IPA, dok je Ministarstvo financija i Nacionalni fond nadležno tijelo za sveukupno financijsko upravljanje programom IPA. Za upravljanje drugom komponentom programa IPA - Prekogranična suradnja određeno je Ministarstvo regionalnog razvoja, šumarstva i vodnog gospodarstva.

Program IPA se sastoji od 5 komponenti:

1. Potpora institucionalnom jačanju i pomoć u tranziciji,
2. Prekogranična suradnja,
3. Regionalni razvoj,
4. Razvoj ljudskih resursa,
5. Ruralni razvoj.

Komponente II-IV priprema su zemljama kandidatkinjama za buduće upravljanje Strukturnim fondovima EU, a komponenta V za upravljanje Europskim poljoprivrednim fondom za ruralni razvoj. Hrvatska kao država kandidatkinja ima pravo koristiti svih pet komponenti unutar programa IPA.

7.3.1. Pretpristupni programi za selo i poljoprivredu

SAPARD – *Special Pre-accession Assistance for Agriculture and Rural Development* – je prva pretpristupna pomoć namijenjena za poljoprivredu i ruralni razvoj. SAPARD je prvenstveno namijenjen privatnim poduzetnicima na području poljoprivredne i prehrambene proizvodnje te institucijama koje su nadležne za izgradnju lokalne infrastrukture kojom se unapređuje ruralni razvitak i seoska područja. Od ukupne investicije iz programa SAPARD isplaćuje se korisnicima 50% uložених sredstava, od toga program SAPARD financira 75% vrijednosti projekta, a 25% iz proračuna RH. Za Hrvatsku je kroz taj program alocirano 25 milijuna eura, program se počeo primjenjivati 2006. godine, a provedba traje do kraja 2009. godine.

IPARD – program ruralnog razvitka, provodi se u okviru 5 komponente IPA-e. Na sastanku Odbora za ruralni razvitak u Bruxellesu odobren je hrvatski IPARD plan za poljoprivredu i ruralni razvitak za razdoblje 2007–2013. godine. Glavni cilj IPARD programa je unapređivanje poljoprivrednog sektora uz pomoć poboljšanja konkurentnosti poljoprivrednih proizvoda. Ima 3 prioriteta: (1) Poboljšanje tržišne efikasnosti i provedbe EU standarda; (2) Pripremne aktivnosti za provedbu poljoprivredno-okolišnih mjera i LEADER-a te (3) Razvoj ruralne ekonomije.

7.3.2. LEADER pristup

LEADER pristup sastavni je dio europske ruralne politike. Njegova je misija povećati aktivnosti lokalnog stanovništva, umrežavanje i suradnju kroz organiziranje formalnih partnerstava između civilnog, poslovnog i javnog sektora na mikro-regionalnoj razini, a sve u cilju bolje funkcionalnosti lokalnih akcijskih grupa,

odnosno LAG područja u ekonomskom, socijalnom, okolišnom, kulturnom i svakom drugom smislu. Hrvatska je započela implementaciju LEADER mjera u 2008. godini uz financijsku pomoć TAIEX-a (eng. *Technical Assistance and Information Exchange*) – Tehnička pomoć i razmjena informacija.

LEADER pristup određuju sljedeći elementi:

1. lokalne strategije razvoja koje se temelje na području, predložene za dobro identificirane podregionalne ruralne teritorije,
2. javno-privatno partnerstvo uz tijelo upravljanja koje donosi odluke predstavljajući interes različitih skupina ruralnog stanovništva,
3. odluke o pripremi i provedbi lokalnih razvojnih strategija donose lokalne akcijske grupe (*bottom-up* pristup),
4. multi-sektorska izrada i provedba strategije koja se temelji na interakciji između sudionika i projekata različitih sektora lokalne ekonomije,
5. provedba inovativnog pristupa,
6. provedba projekata suradnje,
7. mrežni rad lokalnih partnerstava.

LEADER pristup u budućnosti treba osigurati umreženost ukupnog ruralnog prostora Hrvatske s LAG-ovima. LAG će predstavljati ruralno područje koje ima više od 5.000 i manje od 150.000 stanovnika uključujući manje gradove, te gradove s manje od 25.000 stanovnika. Teritorij koji predstavlja LAG će biti funkcionalno cjelovit prostor s gospodarskog, društvenog i fizičkog (zemljopisnog) stajališta i neće se preklapati s teritorijem drugih LAG-ova, što znači da jedna lokacija ne smije pripadati više od jednom LAG-u što se tiče partnerstva, strategije i teritorija.

8. TRŽIŠTE POLJOPRIVREDNIH PROIZVODA

Dr.sc. Ružica Lončarić

8.1. Proizvodnja ratarskih proizvoda u Republici Hrvatskoj

Proizvodnja žitarica predstavlja bazu cjelokupne poljoprivredne djelatnosti, obzirom da neposredno osigurava hranu za stanovništvo, kao i hranu neophodnu za stočarsku proizvodnju. Zbog toga opseg i struktura žitarica utječe na opseg i strukturu stočarske proizvodnje. Proizvodnju žitarica karakterizira tzv. vremenska dimenzija, odnosno proizvodnja je sezonskog karaktera. Ujedno proizvodi od žitarica predstavljaju i komplementarne proizvode i uvjet su propulzivnih djelatnosti te djeluju sinergijski na brojne komplementarne proizvodnje. Komplementarnost žitarica ogleda se u potpunijem zadovoljavanju potreba potrošača i povećanju cjelokupnog dohotka, što u krajnjoj liniji djeluje na usklađivanje i operacionalizaciju proizvoda od žitarica na pravcu proizvodnje, prerade, finalizacije, distribucije i potrošnje.

Na smanjenje površina pod žitaricama (u 2005. i 2006. godini površine zasijane pod žitaricama smanjene su do 20% u odnosu na prijašnje godine) utjecala je ekonomska politika dajući prednost proizvodnji industrijskog bilja kako bi se osigurala

dovoljna količina inputa za prerađivačku industriju (u novije vrijeme i proizvodnja bio-dizela), kao i preorijentacija poljoprivrednih proizvođača sa kapitalno-intenzivnih na radno-intenzivne kulture. Strukturno, proizvodnju žitarica u Republici Hrvatskoj karakterizira stalno prisutna tendencija istiskivanja kultura koje daju niže prinose po jedinici površine (raž, krupnik, proso, heljda).

Tablica 6. Proizvodnja najvažnijih žitarica u Republici Hrvatskoj

	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.	2006.
Pšenica						
Površina (ha)	240.000	234.000	206.000	215.000	146.000	176.000
Prinos (t/ha)	4,0	4,2	2,9	3,9	4,1	4,6
Proizvodnja	965.153	988.175	609.258	850.000	601.748	804.601
Kukuruz						
Površina (ha)	406.000	407.000	406.000	380.000	319.000	296.000
Prinos (t/ha)	5,4	6,1	3,7	5,5	6,9	6,5
Proizvodnja	2.211.599	2.501.774	1.569.150	2.100.000	2.206.729	1.934.517
Ječam						
Površina (ha)	51.172	50.653	53.833	57.000	50.341	59.159
Prinos (t/ha)	3,2	3,4	2,5	2,9	3,2	3,6
Proizvodnja	161.487	170.946	132.238	180.000	162.530	215.262

Izvor: <http://dzs.hr>

Međutim, brojni problemi s kojima se susreću poljoprivrednici kao što je neorganizirano i nestabilno tržište, konstantan problem otkupnih cijena, visoke cijene inputa (pogotovo mineralnih gnojiva i pesticida) kao i limitirajući faktori više produktivnosti (rascjepkane površine, zastarjela mehanizacija itd.) utječu nepovoljno kako na opseg poljoprivredne proizvodnje (koji je nepredvidiv iz godine u godinu po pitanju zasijanih površina te postignutog prinosa), tako i kvalitetu finalnog proizvoda.

Proizvodnja žitarica, pogotovo kukuruza i pšenice, tradicionalno je najzastupljenija u ratarskoj poljoprivrednoj proizvodnji Republike Hrvatske. Žitarice sudjeluju s više od dvije trećine u zasijanim poljoprivrednim površinama, od čega su najzastupljeniji kukuruz (296.000ha u 2006. godini, ili 34%) i pšenica (176.000ha, ili

20%) – tablica 7. Od uljarica su najzastupljenije soja (63.000ha) i suncokret (35.000ha). Među najznačajnije ratarske usjeve spada i šećerna repa (32.000ha).

Tablica 7. Proizvodnja uljarica i šećerne repe

	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.	2006.
Suncokret						
Površina (ha)	25.336	26.835	28.211	30.000	49.769	35.308
Prinos (t/ha)	1,7	2,3	2,4	2,2	1,6	2,3
Proizvodnja	42.985	62.965	69.253	65.000	78.006	81.614
Soja						
Površina (ha)	41.621	47.897	49.860	50.000	48.211	62.810
Prinos (t/ha)	2,2	2,7	1,7	2,2	2,5	2,8
Proizvodnja	91.841	129.740	82.591	110.000	119.602	174.214
Uljana repica						
Površina (ha)	10.319	13.041	15.524	18.000	20.149	8.413
Prinos (t/ha)	2,2	2,0	1,8	1,8	2,1	2,4
Proizvodnja	22.456	25.585	28.596	32.000	41.275	19.996
Šećerna repa						
Površina (ha)	23.757	25.149	27.327	-*	29.370	31.881
Prinos (t/ha)	40,6	47,1	24,8	-*	45,6	49,0
Proizvodnja	964.880	1.183.445	677.569	-*	1.337.750	1.559.737

Izvor: <http://dzs.hr> * (u Statističkom ljetopisu nisu dostupni kompletni podaci za 2004. godinu)

Utjecaj državne politike politikom poticaja u vezi s preferiranjem uljarica može se zaključiti uspoređujući visinu poticaja te konzekventno tome obujam proizvodnje u narednim godinama (tablica 7 i 8). Naime, proizvodnja pšenice i kukuruza u konstantnom je padu od 2003. godine, dok je proizvodnje uljarica u konstantnom porastu (izuzev vidljivog kolebanja kod uljane repe).

*Tablica 8. Pregled poticaja za prikazane usjeve od 2001. do 2006. godine**

	2001.	2002.	2003 – 2006.
Pšenica	1370	1610	1650
Ječam	1500	1500	1650
Kukuruz	800	1000	1250
Suncokret	1720	2250	2250
Soja	1580	1660	1660
Uljana repica	1490	2250	2250
Šećerna repa	2830	3000	3000

* (Zakon o novčanim poticajima i naknadama u poljoprivredi i ribarstvu NN 29/99, Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o novčanim poticajima i naknadama u poljoprivredi i ribarstvu 12/2001 i Zakon o državnoj potpori u poljoprivredi, ribarstvu i šumarstvu NN 87/02).

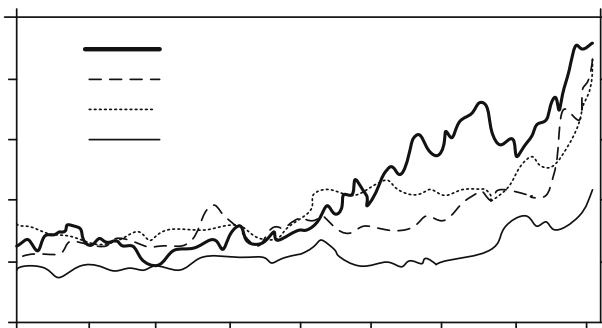
Na spomenute tendencije proizvodnje svakako utječe i cijena proizvoda. Na cijene kod nas svakako utječu i svjetske cijene i općenito globalna kretanja u svijetu. 2007. godine FAO indeks cijena hrane skočio je za 40%, u odnosu na 9% koliko je iznosio godinu dana ranije. Od 2000. godine cijena pšenice na svjetskom tržištu se utrostručila, a cijena kukuruza se više nego udvostručila. To se također odnosi i na mliječne proizvode, meso, perad itd. Nacionalne vlade i međunarodni subjekti poduzimaju različite korake kako bi minimalizirali učinke viših međunarodnih cijena na domaće cijene pomoću konkretnih akcija za pomoć najugroženijim grupama stanovništva te akcija za pomoć proizvođačima kako bi zadovoljili potražnju za poljoprivrednim proizvodima.

Nekoliko je glavnih faktora koji utječu na agflaciju (porast cijena poljoprivrednih proizvoda). Jedan od odlučujućih faktora svakako je visoka cijena energije. Energija i cijene poljoprivrednih proizvoda čvrsto su povezane (grafikon 1.). Cijena nafte od više od 100\$/barelu utječe na Vlade mnogih razvijenih zemalja da potiču uzgoj usjeva za energiju. Zbog toga se sve više obradivih površina u svijetu, i u Hrvatskoj, koristi za proizvodnju bio-goriva, a ne hrane. Glavne sirovine za proizvodnju bio-dizela su kukuruz, uljana repica, te sve više soja. U proizvodnji bio goriva prednjači SAD koji do 2022. godine planira 33% ukupnog kukuruza pretvoriti u benzin. Zbog toga dolazi do nestašice kukuruza kao stočne hrane.

Drugi, ako ne i značajniji faktor, rast je potražnje za hranom. Ekonomski prosperitet u nekoliko zadnjih godina utjecao je na rast srednjih slojeva u najmnogoljudnijim zemljama (Kina, Indija) što je jasno utjecalo na veću potrošnju mesa i mlijeka, što je povisilo cijenu žitarica koje se koriste kao stočna hrana.

Agflaciju potiču i nepovoljni klimatski uvjeti, odnosno globalno zatopljenje. U Australiji, Kanadi i EU, u tri od pet najvećih svjetskih izvoznika pšenice, prošle je 2007. godine velika suša značajno smanjila urod.

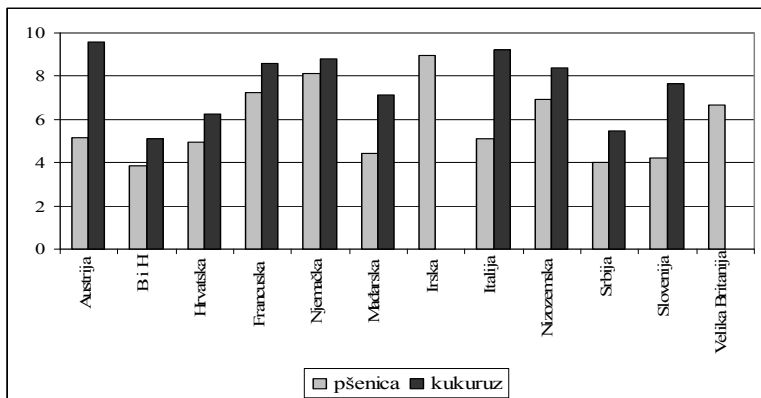
Grafikon 1. Svjetske robne cijene, siječanj 2000. do veljače 2008. (US\$/toni/barelu)



Izvor: FAO international commodity prices database 2008, IMF world economic outlook database 2007

Iz prethodno iznijetog može se zaključiti da se hrvatski proizvođači hrane susreću s brojnim problemima: od globalne krize do neorganiziranog i nestabilnog tržišta, konstantnog problema otkupnih cijena, visoke cijene inputa (pogotovo mineralnih gnojiva i pesticida) kao i limitirajućim faktorima više produktivnosti koji nepovoljno utječu na visinu prinosa (grafikon 2.) i proizvodnost gotovo svih ratarskih kultura.

Grafikon 2. Prinosi pšenice i kukuruza ($t\ ha^{-1}$) u Hrvatskoj i odabranim zemljama (prosjeak 2004-2006, t/ha)



Izvor: <http://faostat.fao.org/>

8.2. Proizvodnja stočarskih proizvoda u Republici Hrvatskoj

Kretanje brojnog stanja stoke po vrstama uvjetovano je nizom činitelja od kojih su najznačajniji: mogućnost plasmana, ukupne proizvodnje stočne hrane, proizvodnja industrije stočne hrane, odnosa cijena stočnih proizvoda i hrane, dužini ciklusa reprodukcije, izgrađenosti i potreba prerađivačkih kapaciteta i drugo. Dug proces reprodukcije u govedarskoj proizvodnji, nemogućnost plasmana mesa potkraj devedesetih godina (kravlje ludilo), smanjenje tržišta i socioekonomske strukture stanovništva te nedovoljno stimulirane ekonomske mjere agrarne politike za proizvodnju mlijeka i mesa, neposredno su utjecale na pad broja goveda.

Nasuprot govedarskoj proizvodnji, razvoj industrijske proizvodnje stočne hrane, stalne potrebe prerađivačkih kapaciteta, mogućnosti plasmana, kraći reprodukcijski ciklus utjecali su na manji pad broja svinja i peradi. Stočarska proizvodnja karakterizira se kao visoko diverzificirana proizvodnja te se ona može grupirati kao primarna proizvodnja u koju pripadaju proizvodi od goveda, svinja, peradi i slično; sekundarni poluproizvodi, (mlijeko, meso) te prerađevine (mesne i mliječne prerađevine, mast i drugo).

Tablica 9. Kretanje proizvodnje mesa (t) u Republici Hrvatskoj od 2001-2007.

Godina	Govedina	Svinjetina	Piletina
2001	25570	63900	25000
2002	26602	65100	34539
2003	28150	61750	41380
2004	31507	61000	38500
2005	32600	57500	44800
2006	35600	57500	39600
2007	32000	56000	36000
Indeks (01/07) %	125	88	144
Stopa rasta /pada	3,89	-2,22	6,39

Izvor: <http://www.faostat.fao.org>

Iz podataka iz tablice 9. vidljivo je da je proizvodnja svinjskog mesa jedina zabilježila pad u promatranom razdoblju i to za 12%, odnosno po negativnoj stopi od 2,22%. Takav trend posljedica je enormnog uvoza, slabog izvoza te nestimulativnim mjerama agrarne politike. Pozitivan trend bilježi proizvodnja goveđeg i pilećeg mesa od 25 i 44%, odnosno po prosječnoj godišnjoj stopi od 3,89, odnosno 6,39%.

8.3. Agregatna potražnja poljoprivrednih proizvoda u Republici Hrvatskoj

Agregatna potražnja važnijih poljoprivrednih proizvoda u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 1999. do 2005. godine ima tendenciju rasta po prosječnoj godišnjoj stopi od 0,56 do 5,17% (tablica 10.), što znači kako je neophodno povećati proizvodnju i traženost poljoprivrednih proizvoda kako bi se ostvarila veća samodostatnost. Preduvjet razvoja proizvodnje poljoprivrednih proizvoda je i razvoj efikasnijeg distribucijskog sustava unutar cjelokupnog gospodarskog sustava, koji je uvjetovan razvojem tržišno-konkurentskih odnosa.

Tablica 10. Agregatna potražnja poljoprivrednih proizvoda u Republici Hrvatskoj

Proizvod (t)	1999.	2005.	Stope rasta (pada)
Pšenica	728.272	777.500	1,32
Kukuruz	1.980.022	2.220.500	2,32
Šećer	152.877	163.500	1,35
Biljna ulja	67.500	71.000	1,02
Krumpir	347.644	357.500	0,56
Voće	340.427	421.000	4,34
Goveđe meso	56.830	70.000	4,26
Svinjsko meso	105.736	128.500	3,98
Mlijeko, tis.lit	764.636	984.000	5,17
Jaja, tis.kom	911.205	937.500	0,57

Izvor: Studija "Proizvodno-potrošne bilance poljoprivrednih proizvoda u Hrvatskoj",
Ministarstvo poljoprivrede i šumarstva, str. 8., Zagreb, 2000.

8.4. Vanjsko-trgovinska razmjena poljoprivrednih proizvoda

Vanjska trgovina je funkcija izvedena iz faktora domaćeg tržišta, stranog tržišta i tržišne intervencije. Domaće tržište poljoprivredno-prehrambenih proizvoda opisano je u prethodnim stranicama. Strano tržište poljoprivredno-prehrambenih proizvoda uređeno je međunarodnim sporazumima od kojih su najznačajniji sporazumi na svjetskoj razini – WTO, Svjetska trgovinska organizacija koja uređuje tržišne odnose na globalnoj razini te sporazumi regionalnog i uglavnom ekonomskog karaktera (EU, CEFTA itd.). WTO se zalaže za liberalizaciju svjetske trgovine. Hrvatska je prema WTO klasifikaciji svrstana u zemlju u razvoju tako da ima blaže obveze liberaliziranja trgovine (snizavanje carina) u dužim vremenskim rokovima. Do 2009. godine Hrvatska se obvezala smanjiti carine s prosječne razine od 35,1% na 15,5%.

Kao što je vidljivo iz tablice 11., saldo vanjsko-trgovinske razmjene poljoprivredno prehrambenih proizvoda je negativan. Stopa pokriva uvoza izvozom u 2007. godini iznosila je samo 32%. Generalno zabrinjava odnos primarnih i prerađenih proizvoda koji je nepovoljan (izvoz primarnih, a uvoz prerađenih i skupljih proizvoda).

Tablica 11. Uvoz i izvoz poljoprivrednih proizvoda (2003-2007) RH (000\$)

	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	Stopa
	UVOZ					
Poljoprivreda*	383.266	435.056	472.569	504.899	-	9,52
Goveda	47.373	59.037	80.680	88.126	86.958	16,40
Svinje	6.584	11.173	28.875	39.156	34.873	51,70
Govede meso	3.679	10.278	23.104	11.541	16.816	46,22
Svinjsko meso	43.642	67.529	92.732	89.105	92.658	20,71
Meso peradi	2.567	6.231	10.023	10.036	22.390	71,85
Pšenica	1.148	11.553	8.619	646	305	-28,21
Ječam	12.123	9.568	9.020	8.581	10.896	-2,63
Kukuruz	7.762	24.045	3.243	5.562	36.442	47,20
Šećer	31.341	30.589	71.376	172.502	100.225	33,73
	IZVOZ					
Poljoprivreda	125.724	110.305	117.604	161.402	-	8,59
Goveda	-	256	1.066	3.002	11.959	255,57
Svinje	-	106	88	41	179	18,88
Govede meso	1.680	2.718	2.753	6.979	8.717	50,93
Svinjsko meso	10	628	488	1.194	949	212,12
Meso peradi	4.862	7.433	7.230	4.216	7.096	9,91
Pšenica	20.635	269	355	13.826	102.192	49,18
Ječam	197	458	213	124	1.231	58,11
Kukuruz	19.799	7.039	12.525	31.011	10.259	-15,16
Šećer	120.025	40.746	134.950	185.433	203.910	14,17

Izvor: <http://www.tisup.mps.hr/> (Izješće za 2008. godinu)* uvoz i izvoz se odnosi samo na poljoprivredu, lovstvo i šumarstvo, a ne na prehrambenu industriju

Najčešći oblici zaštite hrvatske poljoprivredne proizvodnje su:

- 'ad valorem' (vrijednosne) carine – obračunavaju se i plaćaju na vrijednost uvezene robe (jedinstvena i specijalizirana *ad valorem* carina),
- specifična carina – obračunava se prema količini uvezene robe,
- kombinirane carine,
- preferencijalne carine (ishodene međudržavnim ugovorima),
- kvote (kontingenti) – apsolutna granica, izražena količinski ili vrijednosno, do koje neko gospodarstvo može uvoziti, odnosno izvoziti u određenom razdoblju,
- kombinacije carina unutar i izvan kvota (EU).

8.5. Poboljšanje kakvoće i trženja poljoprivrednih proizvoda

Kako bi se poboljšala kakvoća i uvećao udjel trženih količina poljoprivrednih proizvoda potrebno je:

- potpora uspostavi, funkcioniranju i umrežavanju proizvođačkih organizacija (zadruga, specijalizirane udruge poljoprivrednih proizvođača, savezi, organizacije proizvođača kao dio tržišnog reda);
- potpore poljoprivrednicima koji sudjeluju u programima kakvoće hrane;
- promocija hrvatskih tradicionalnih poljoprivredno-prehrambenih i obrtničkih proizvoda i hrvatske tradicionalne kuhinje;
- potpora marketinškoj pripremi proizvoda za tržište;
- provedba postupka registracije oznaka izvornosti, oznake zemljopisnog podrijetla i oznake tradicionalnog ugleda poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda;
- potpora tržišnom informiranju.

U cilju bolje i brže prilagodbe poljoprivrednih proizvođača aktualnim tržišnim prilikama, potrebno je pratiti promjene kako na domaćem, tako i na stranom tržištu.

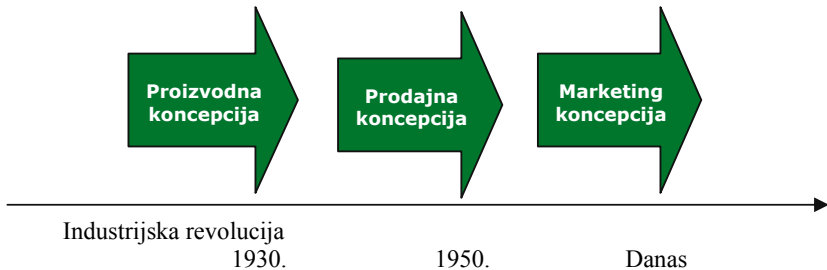
9. MARKETING I DISTRIBUCIJA POLJOPRIVREDNO PREHRAMBENIH PROIZVODA

Dr.sc. Zdravko Tolušić

Mr.sc. Igor Kralik

Sredinom prošlog stoljeća javlja se i postaje sve značajnija nova koncepcija poslovanja i poslovna orijentacija gospodarskih subjekata, marketing, odnosno marketing koncepcija poslovanja. Ona se nadovezuje na proizvodnu, odnosno prodajnu koncepciju poslovanja što je vidljivo sljedećoj slici.

Slika 3. Evolucija marketinga



Izvor: Meler, M.: *Marketing, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 1999. str.15*

Cilj proizvodne koncepcije i orijentacije gospodarskih subjekata bio je što više proizvesti uz smanjenje troškova. Ta koncepcija poslovanja vezana je uz prvu etapu industrijalizacije društva. Prodajna koncepcija poslovanja polazi od proizvoda i načina njezine brže i bolje prodaje.

Marketing koncepcija poslovanja nastaje kao posljedica novonastale situacije na tržištu. Obujam proizvodnje strahovito se povećao zbog razvoja tehnike i tehnologije, automatizacije tehnoloških postupaka, genetskog inženjeringa, a sve to dovelo je do situacije „manjka tržišta“, odnosno smanjenog broja kupaca/potrošača. Javlja se problem „kome i kako prodati sve proizvedene proizvode“.

Proces razmjene je čin pribavljanja onoga što trebamo ili želimo, a pri tome nudimo nešto za uzvrat. Sve se to odvija u procesu transakcija na tržištu, koje je splet stvarnih i potencijalnih kupaca proizvoda. Na kraju toga procesa su marketing i *marketeri*¹ koji utječu na potražnju time što određeni proizvod čine privlačnim, dostupnim, koji se bez teškoća može nabaviti, što je vidljivo iz sljedeće slike. Kotler ovaj proces naziva *bitnim koncepcijama marketinga*.² Slika koja slijedi pokazuje koncepcije marketinga.

Slika 4. Bitne koncepcije marketinga



Izvor: Kotler, Ph.: *Upravljanje marketingom, "Informator" Zagreb, Zagreb 1999, str. 5.*

¹ Marketer je u širem smislu akter (sudionik) na tržištu.

² Kotler, Ph.: *Upravljanje marketingom, Informator Zagreb, Zagreb 1994.g. str. 10.*

Nakon svega što je prethodno rečeno, mišljenja smo da se marketing može najbolje shvatiti kroz definiranje njegova cilja: "Cilj marketinga je zadovoljavanje potreba potrošača, a na temelju toga i zadovoljavanje potreba gospodarskih subjekata, ostvarenjem dobiti."³

9.1. Agromarketing

Bez obzira koji termin koristili, marketing, agromarketing poljoprivredno-prehrambene proizvodnje ili agroindustrijski marketing, možemo ga definirati kao skup tržišnih aktivnosti koje započinju istraživanjem potreba potrošača poljoprivredno-industrijskih (ili u užem smislu riječi poljoprivredno-prehrambenih) proizvoda te poduzimanjem drugih poslovnih aktivnosti koje će omogućiti primjereno zadovoljavanje potrošača i ostvarivanje primjerenog dobitka.⁴

Marketingom u poljoprivredi usklađuju se odnosi između potrošača hrane i poljoprivredno-prehrambenih proizvođača. Proizvođač/ponuđač želi ostvariti:

- primjereni dobitak (ovisno o uloženom kapitalu, radu i tehnologiji),
- stopu bržeg rasta i razvitka.

Kupac/potrošač također želi ostvariti:

- maksimalnu korisnost trošeći kupljenu robu,
- zadovoljenje svojih potreba, i
- postizanje zadovoljstva.

9.2. Marketing-mix

Kako bi se ostvarili ciljevi tržišne politike tj. tržišnog poslovanja gospodarskih subjekata pa tako i proizvođača poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, nužno je i definiranje marketing instrumenata, odnosno marketing mix-a (sljedeća slika) Marketing mix poljoprivredno-prehrambenih proizvoda predstavlja dinamičku poveznicu između proizvođača i kupca (potrošača) na vrlo zahtjevnom i probirljivom tržištu. Marketing mix poljoprivredno-prehrambenih proizvoda treba zadovoljiti količinsku, prostornu i vremensku dimenziju kroz aktivnosti proizvođača poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. Prostorna dimenzija se odnosi na sadašnja i potencijalna tržišta, a vremenska na kratkoročne, srednjoročne i dugoročne marketing aktivnosti na sadašnjem i potencijalnom tržištu.⁵

Proizvod je najvažniji element marketing mixa. Važan je kako za potrošača, tako i za proizvođača. Moguće ga je definirati: proizvod je sve ono što se može

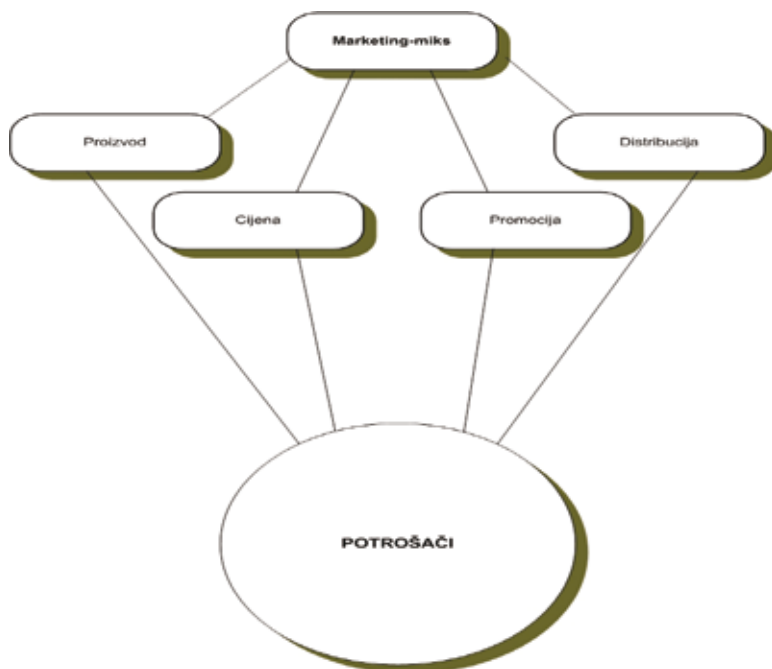
³ Meler, M.: *Društveni marketing*, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek, 1994., str. 28

⁴ Baban, Lj.: *Koncept predavanja iz agroindustrijskog marketinga*, Osijek, 2003., str. 37.

⁵ Tolušić, Z.: *Tržište i distribucija poljoprivredno-prehrambenih proizvoda*, Grafika Osijek, Osijek, 2007., str.107.

ponuditi tržištu da bi izazvalo pažnju, nabavu, upotrebu ili potrošnju, a što bi moglo zadovoljiti neku želju ili potrebu.⁶

Slika 5. Elementi marketing mix-a u funkciji poljoprivredno-prehrambenih proizvoda



Izvor: Tolušić, Z.: Tržište i distribucija poljoprivredno prehrambenih proizvoda, Grafika Osijek, Osijek 2007., str. 107.

Životni ciklus proizvoda ili ekonomski vijek vremenski je period od uvođenja novog proizvoda na tržište do njegove zamjene drugim, novim proizvodom. Dužina tog razdoblja različita je od proizvoda do proizvoda (može trajati nekoliko mjeseci, nekoliko godina, nekoliko desetaka godina). Dužina životnog ciklusa ovisi o brojnim činiteljima, a neki od njih su:⁷

- vrsta potreba koju zadovoljavaju,
- način na koji se proizvode,

⁶ Kotler, Ph.: *Upravljanje marketingom*, idem, str.540.

⁷ Tolušić, Z. (2007: *Tržište i distribucija poljoprivredno-prehrambenih proizvoda*, Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Osijek

- ekonomska snaga gospodarskog subjekta/proizvođača,
- veličina i otvorenost tržišta,
- snaga konkurencije.

Slika 6. Životni ciklus proizvoda



Izvor: Tolušić, Z. idem str.114.

Cijena proizvodnje predstavlja cijenu koštanja jediničnog proizvoda, a razlika do tržišne cijene predstavlja dobit koja će se ostvariti prodajom proizvoda na tržištu. Na određivanje, odnosno visinu cijene utječu brojni činitelji. Pojednostavljeno te činitelje možemo razvrstati u tri grupe, a to su:

1. troškovi,
2. ponuda i potražnja (tržište),
3. mjere i politika društva.

Promocija je sustav različitih oblika komuniciranja između proizvođača i kupca/potrošača, odnosno ukupne javnosti. Temeljna svrha promocije je da informira kupce, da ih usmjeri, odnosno da utječe na kupovne odluke kupaca.

Distribucija je element marketing mixa pomoću kojega gospodarski subjekti uspostavljaju vezu s tržištem. To je skup aktivnosti koje uključuju sve one poslove koji se poduzimaju da bi se proizvodi dopremili od proizvođača do potrošača neproizvodne potrošnje, tako i do potrošača proizvoda proizvodne potrošnje.⁸

Svaka distribucija pa tako i distribucija poljoprivredno-prehrambenih proizvoda ima dva elementa i to:

- kanale distribucije i
- fizičku distribuciju.

⁸ Grbac, B.: *Osvajanje ciljnog tržišta*, Digital Point Rijeka, Rijeka 2005.g. str. 151.

Kanali distribucije – distribucija predstavlja organiziranu aktivnost koja ima za zadatak da roba od proizvođača dođe do potrošača na vrijeme, mjesto i u formi pogodnoj za uporabu. Postoje izravni i neizravni kanali distribucije.

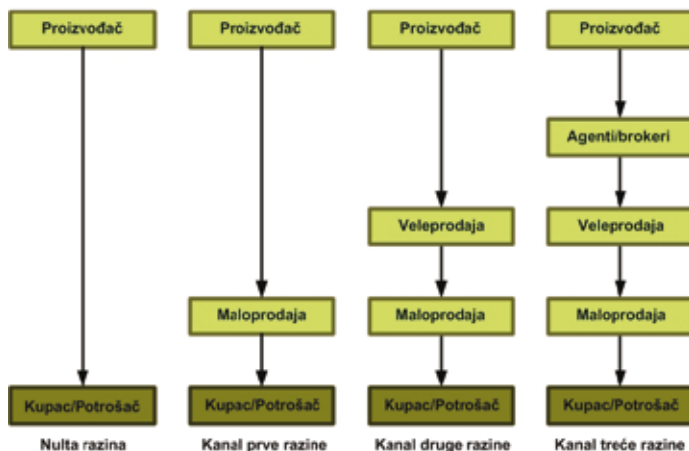
Izravni kanali distribucije predstavljaju kanale putem kojih proizvođači sami prodaju svoje proizvode krajnjim korisnicima. Neizravni kanali distribucije se koriste u većini slučajeva, jer većina poduzeća/gospodarstava nije u stanju odnosno nema financijske mogućnosti da samostalno organizira prodaju pa je u tom slučaju prepušta drugim za to specijaliziranim poduzećima.

Neizravni kanali distribucije se koriste u većini slučajeva, jer većina poduzeća/gospodarstava nije u stanju odnosno nema financijske mogućnosti da samostalno organizira prodaju pa je u tom slučaju prepušta drugim za to specijaliziranim poduzećima. Neizravni kanali distribucije se mogu podijeliti na:

- maloprodaju,
- veleprodaju i
- agente prodaje.

Slika 7. Neizravni kanali distribucije

Kanali prodaje za potrošna dobra



Izvor: prilagođeno prema Kotler, P.: idem, str. 643.

Broj posrednika može biti različit pa prema tome razlikujemo četiri kanala, odnosno razine distribucije, ovisno o broju posrednika (prikaz na gornjoj slici).

Maloprodaja - pod maloprodajom podrazumijevamo aktivnost kupnje robe od proizvođača i njenu prodaju krajnjim korisnicima. Maloprodaja je zadnja u lancu prodaje i u neposrednom je kontaktu s kupcima, a između nje i proizvođača u lancu

prodaje mogu biti i veleprodaje i agenti prodaje. Maloprodaja predstavlja i velike supermarkete i male trgovine.

Veleprodaju čine posrednici koji kupuju od proizvođača i prodaju maloprodaji ili drugim veleprodajama. U načelu i oni prodaju krajnjim korisnicima, ali zanemarivo male količine robe. Razlog postojanja veleprodaje je što one mogu kupovati veće količine robe i time dobiti određene popuste na količinu te je prodavati uz određenu zaradu maloprodaji u manjim količinama. Između nje i proizvođača u lancu mogu se pojaviti i agenti prodaje.

Agenti prodaje su ljudi koji rade usluge za proviziju od prodajne cijene. Mogu biti angažirani i od proizvođača i od prodavača. Agenti proizvođača obično nude cjelokupnu liniju proizvoda veleprodaje ili maloprodaje. Agenti prodaje vrše istu funkciju kao i veleprodaje samo što ne preuzimaju vlasništvo nad robom.

Intenzitet pokrivenosti tržišta – kod donošenja odluka vezanih za distribuciju mora se voditi računa i o tome koliko se široko želi distribuirati roba. Intenzitet pokrivenosti zavisi od potrošačevih navika, karakteristika ciljanog tržišta i konkurencije. Veleprodaje i maloprodaje osiguravaju različite intenzitete pokrivenosti tržišta i zato ono mora biti pažljivo odabrano da bi ostvario uspjeh. Pokrivenosti tržišta može biti:

1. Intenzivna distribucija – omogućava dostupnost proizvoda na što većem broju različitih mjesta. Ona je pogodna za robu široke potrošnje (npr. kruh, mlijeko, benzin) i cilj joj je da se kupovina može ostvariti sa minimalnim naporom i čekanja u redu.
2. Selektivna distribucija – koristi manji broj mjesta na kojima se roba može kupiti, izložiti. Ovaj oblik distribucije se koristi za proizvode koje potrošači kupuju samo nakon usporedbe cijena, kvaliteta i stila. Proizvodi koji se prodaju na taj način obično zahtijevaju pomoć prodavača pri kupovini, tehničke savjete, garanciju i servis.
3. Ekskluzivna distribucija – je oblik kod kojeg proizvođač daje posredniku jedinstveno pravo da prodaje njegove proizvode na određenom zemljopisnom području. Ekskluzivna distribucija suprotna je intenzivnoj distribuciji jer se proizvodi kupuju i koriste u dužem vremenskom periodu.

Fizička distribucija – isporuka – isporuka predstavlja skup aktivnost neophodnih da se proizvodi fizički premjeste od proizvođača do potrošača a obuhvaćaju aktivnosti transporta, pakovanja, skladištenja, čuvanja i manipuliranja robom. Fizička distribucija kreira vrijeme i mjesto koje je pogodno za dostupnost proizvoda kad se oni traže, s adekvatnom uslugom i minimalnim troškovima.

Treba istaknuti kako se pri fizičkoj distribuciji poljoprivredno-prehrambenih proizvoda pojavljuju i uključuju „povremeni, pomoćni“ posrednici. Oni ne preuzimaju vlasništvo nad robom i ne utječu na transformaciju robe već samo obavljaju neke aktivnosti pri fizičkom tijeku robe od subjekta do subjekta. tj. kupca u kanalu distribucije. To su najčešće posrednici koji obavljaju specifične usluge skladištenja (hladnjače) ili prijevoza (zamrznuti i ohlađeni poljoprivredno-prehrambeni proizvodi). Funkcije (poslovi) fizičke distribucije poljoprivredno-prehrambenih proizvoda su:

- prikupljanje, sabiranje i otkupljivanje,
- skladištenje,
- rukovanje ili manipuliranje proizvodima (standardiziranje, sortiranje, označavanje...),
- upravljanje i kontrola zaliha,
- transport,
- obrada narudžbi.

Izravni kanali distribucije predstavljaju kanale putem kojih proizvođači sami prodaju svoje proizvode krajnjim korisnicima. Neizravni kanali distribucije koriste se, u većini slučajeva, jer većina poduzeća/gospodarstava nije u stanju odnosno nema financijske mogućnosti da samostalno organizira prodaju pa je u tom slučaju prepušta drugim za to specijaliziranim poduzećima.

Maloprodaja podrazumijeva aktivnost kupnje robe od proizvođača i njenu prodaju krajnjim korisnicima. Zadnja je u lancu prodaje i u neposrednom je kontaktu s kupcima, a između nje i proizvođača u lancu prodaje mogu biti i veleprodaje i agenti prodaje. Maloprodaja predstavlja i velike supermarket i male trgovine.

10. MOGUĆNOSTI UDRUŽIVANJA POLJOPRIVREDNIH PROIZVOĐAČA

Dr.sc.Tihana Sudarić

U uvjetima tržišne ekonomije i poslovanja sve više dolazi do izražaja potreba za udruživanjem poljoprivrednih proizvođača u cilju ostvarivanja bolje konkurentnosti, smanjenja cijena proizvodnje i lakšeg plasmana proizvoda na tržište. Zbog te potrebe, s vremenom su se prepoznale različite mogućnosti organiziranja poljoprivrednih proizvođača kao što su clusteri, zadruge, udruge i slično.

Clusteri su udruženja određene geografske cjeline (lokalne ili regionalne) gdje se koncentriraju ekonomske aktivnosti, gospodarski subjekti, institucije i slično, a koji uspostavljaju formalne ili neformalne, horizontalne i vertikalne odnose te naklonost industrijskog sektora preko kojeg razmjenjuju informacije, znanje i robu u cilju izrade zajedničkog proizvoda.

Clustersko povezivanje može obuhvatiti i poljoprivredne zadruge i udruge. Zadruga i udruge predstavljaju dobrovoljna udruženja, gdje je zadruga za razliku od udruge gospodarski subjekt registriran na Trgovačkom sudu i kao takav je dužan poštivati sve zakone koji se odnose na trgovačka društva. Iako su i udruge i zadruge interesna udruženja, osnovna je razlika što su udruge neprofitne, a zadruge su profitne organizacije.

U daljnjem tekstu bit će pojašnjena mogućnost udruživanja kroz zadrugarstvo koje se temelji na uzajamnom djelovanju ljudi, slobodi udruživanja, demokratskoj kontroli i upravljanju. Naime, rad zadruge može biti vrlo širok i raznolik pa tako postoje udruživanja radi zajedničke kupovine ili prodaje jednog ili više proizvoda ili zbog međusobnog kreditiranja, širenja zajedničke proizvodnje različitih proizvoda i usluga.

Osnovna pravna okosnica zadružnih odnosa je Zakon o zadrugama (NN 36/95; 67/01 i 12/02) kojim se regulira osnivanje i upravljanje zadrugom, tijela zadruge, imovina i poslovanje sa zadrugom, prestanak zadruge, udruživanje u zadružne saveze i slično.

Prema Zakonu, zadrugom se smatra dobrovoljno udruženje zadrugara u kojem svaki član sudjeluje neposredno i koje zajedničkim poslovanjem, sukladno načelu uzajamne pomoći, unapređuje i zaštićuje svoj gospodarski i drugi profesionalni interes, radi stjecanja osobnoga zajedničkog dobitka zadrugara u skladu sa zakonom i pravilima zadruge (NN 36/95 čl. 1.).

Zadugar, u smislu ovoga Zakona, predstavlja fizičku osobu koja u cijelosti ili djelomično posluje u zadrugi, tj. ona osoba koja prodaje svoje proizvode, odnosno usluge, nabavlja proizvode ili koristi usluge potrebne za obavljanje svoje djelatnosti ili na drugi način neposredno sudjeluje u ostvarivanju ciljeva radi kojih je zadruga osnovana. Prema Zakonu o zadrugama, zadruga se razlikuje od drugih oblika gospodarskih udruživanja po sljedećem:

- zadrugu mogu osnovati najmanje 3 poslovno sposobne fizičke ili pravne osobe,
- predmet poslovanja zadruge može biti obavljanje svake djelatnosti koja zakonom nije zabranjena,
- zadrugom upravljaju zadrugari,
- novi zadrugari imaju ista prava i obveze kao i osnivači, a utvrđuje ih se pravilima zadruge,
- zadrugar ulaže u zadrugu članski ulog,
- članski ulozi mogu biti u kunama, stvarima i pravima izraženima u novčanoj protuvrijednosti.

Zakon razlikuje članski ulog i udjel zadrugara. Članski ulog može biti u novcu, stvarima i pravima te je, u pravilu, jednak, odnosno, veći broj članskih uloga ne donosi veća prava u upravljanju. Udjel zadrugara različit je i ovisi upravo o opsegu ostvarenja zadružnih poslova u kumulativnoj primjeni tijekom trajanja zadružnog odnosa, dakle kao rezultat količine i kvalitete poslovanja sa zadrugom i izdvajanja u proširenje zadružne djelatnosti ili uvećanja zadružne imovine.

Imovinu zadruge čine članski ulozi zadrugara i imovina stečena poslovanjem zadruge. Dobit pripada zadrugarima sukladno ugovoru o osnivanju i pravilima zadruge, ali skupština zadruge (sami zadrugari) može odlučiti da dobit ili dio dobiti uporabi za razvoj zadruge. Svaki zadrugar ima pravo i mogućnost, kada izlazi iz zadruge, prema sporazumu s ostalim zadrugarima dobiti isplatu dijela imovine koja je stečena njegovim udjelom u stjecanju.

10.1. Zadružna načela

Osnove zadružne vrijednosti, na kojima se temelji poslovanje zadruga, definirana su kroz zadružna načela:

1. načelo: dobrovoljno i otvoreno članstvo. Zadruge su dobrovoljna udruženja otvorena za sve osobe, koje su sposobne koristiti njihove usluge i spremne preuzeti članske obveze, bez obzira na spolne, društvene, rasne, političke i vjerske razlike;
2. načelo: demokratsko upravljanje članova. Zadruge su demokratska udruženja, ali i tvrtke, kojima upravljaju njihovi članovi. Članovi zadruge aktivno surađuju u određivanju politike razvoja svoje tvrtke i u donošenju svih bitnih odluka. Članovi u osnovi imaju jednaka glasačka prava;
3. načelo: gospodarska suradnja članova. Zadruga imovina koju stvaraju zadrugari u pravilu je zajednička ili barem djelomično zajednička i nedjeljiva. Zajednička i nedjeljiva treba biti sva ona imovina zadruga koje su poslovale do donošenja Zakona o zadrugama. Dobit koju zadruge ostvaruju može se rasporediti za razvitak zadruge, za raspodjelu članovima prema obujmu njihovog poslovanja preko zadruge te za podupiranje drugih djelatnosti koje su od interesa za zadrugare;
4. načelo: autonomija i nezavisnost. Zadruge su autonomne tvrtke koje nadziru i kojima upravljaju članovi. Čak i kada ulaze u dogovore ili ugovore s državnim ili financijskim institucijama, one ne smiju ugroziti svoju samostalnost i demokratsku kontrolu svojih članova;
5. načelo: izobrazba, osposobljavanje i priopćivanje. Zadruge neprekidno osiguravaju izobrazbu i osposobljavanje svojih članova, članova tijela zadruge te zaposlenih. Izobrazba sa zadrugnog stajališta nikada nije završen proces. O značaju zadrugarstva članovi obavještavaju javnost i predstavnike sredstava javnog priopćavanja;
6. načelo: međuzadruga suradnja. Zadruge učinkovito ostvaruju koristi svojim članovima učvršćujući zadrugu suradnju na mjesnoj, regionalnoj, državnoj i međudržavnoj razini;
7. načelo: briga o zajedništvu. Budući da su zadruge društva osoba različitih gospodarskih i političkih stajališta, one moraju neprestano usklađivati različitost interesa i stvarati duh zajedništva i tolerancije. Zato i svaki član zadruge mora imati potrebne moralne vrijednosti.

10.2. Potrebna dokumentacija za registraciju zadruge

Prije postupka osnivanja zadruge potrebno je prikupiti dokumentaciju za registraciju zadruge:

1. Ugovor o osnivanju zadruge,
2. Pravila zadruge,
3. Poziv s dnevnim redom za osnivačku skupštinu,
4. Popis članova zadruge (tabelarni),
5. Zapisnik s osnivačke skupštine zadruge,
6. Odluka o imenovanju predsjednika skupštine zadruge,
7. Odluka o imenovanju upravitelja zadruge,

8. Odluka o imenovanju članova nadzornog odbora (eventualno),
9. Poziv s dnevnim redom za sjednicu nadzornog odbora (eventualno),
10. Zapisnik sa sjednice nadzornog odbora (eventualno),
11. Odluka o imenovanju predsjednika i zamjenika nadzornog odbora (eventualno),
12. Zapisnik ovjere potpisa ovlaštene osobe – upravitelja,
13. Izjava o odgovornosti zadrugara.

10.3. Postupak osnivanja zadruge

Redoslijed potrebnih radnji i dokumenata kod javnog bilježnika, trgovačkog suda i nakon registracije za početak rada zadruge prikazan je tablično prema redoslijedu:

Tablica 12. Postupak osnivanja zadruge

Osnivanje zadruge	
1.	Najmanje 3 fizičke i/ili pravne osobe istih djelatnosti ili/i interesa
2.	Potpisivanje Ugovora o osnivanju zadruge
3.	Sazivanje Osnivačke skupštine
4.	Donošenje: Pravilnika zadruge, odluke o odabiru upravitelja, imenovanju članova nadzornog odbora
5.	Ovjeriti sve dokumente kod javnog bilježnika s tim da ih prethodno potpišu: Ugovor o osnivanju zadruge – svi na svakoj stranici; na zadnjoj stranici se potpisuju osnivači, Zapisnik sa osnivačke skupštine – zapisničar i predsjedavajući Skupštine, Pravilnik zadruge – predsjednik Skupštine, Ovjera potpisa upravitelja – potpisuje upravitelj, Popis osnivača – potpisuju se svi osnivači.
6.	Izvršiti prijavu u Sudski registar, a uz nju unosi se: Zapisnik sa osnivačke skupštine, Ugovor o osnivanju zadruge, Odluku o imenovanju članova Nadzornog odbora, Odluka o imenovanju predsjednika i zamjenika Nadzornog odbora, Odluka o imenovanju upravitelja zadruge, Ovjereni potpis upravitelja zadruge, Izjava osobe ovlaštene da vodi poslove zadruge, Popis članova zadruge, Potvrda o uplati za državni proračun, Potvrda o uplati osnivačkog uloga.
7.	Prijava Državnom zavodu za statistiku (Ilica 3, Zagreb)
8.	Otvaranje računa kod poslovne banke
9.	Izvršiti prijavu zadruge za mirovinsko i zdravstveno osiguranje
10.	Prijava u registar obveznika poreza na dodanu vrijednost (porezna uprava općine)
11.	Prijava u Hrvatski savez zadruga (Gajeva 2a, Zagreb)

Prema Zakonu, najmanje tri poslovno sposobne fizičke ili pravne osobe zaključuju ugovor o osnivanju u obliku javnobilježničke isprave. Budući zadrugari na osnivačkoj skupštini donose pravila zadruge, biraju upravitelja i imenuju predsjednika skupštine kao i članove nadzornog odbora (u slučaju ako zadruga ima više od deset zadrugara). Potrebno je ispuniti formulare za registraciju na trgovačkom sudu te podnijeti prijavu za upis zadruge u sudski registar.

Hrvatsko zadrugarstvo razvija se sporo i neodlučno, ali ipak zadržava ekonomski integritet te političku i vjersku neutralnost. Zadruga je slobodno udruženje, u kojem se ljudi demokratski organiziraju kako bi zadovoljili svoje ekonomske i druge potrebe. Najveća socijalna vrijednost zadruge je što ona potiče ljude na inicijativu, slobodno poduzetništvo, odgovornost za upravljanje i vođenje poslova, suradnju s poslovnim i stručnim akterima koji će djelovati kroz zadrugne poslove u vlastitom interesu.

10.4. Hrvatski savez zadruga

Hrvatski savez zadruga stručno je poslovna organizacija zadruga i zadrugnih saveza osnovana radi promicanja, usklađivanja i zastupanja interesa zadrugara, zadruga i zadrugnih saveza. Savez zastupa interese zadruga i zadrugnih saveza pred državnim i drugim tijelima u zemlji i inozemstvu. Svaka novoosnovana zadruga dužna je rješenje o upisu u sudski registar dostaviti Hrvatskom savezu zadruga u roku od 15 dana od dana upisa. Hrvatski savez zadruga organizira stručnu službu za obavljanje stručnih, administrativnih, pomoćnih i drugih poslova.

Slika 8. Logo HSZ-a



Zadaci, odnosno predmet poslovanja Hrvatskog saveza zadruga su:

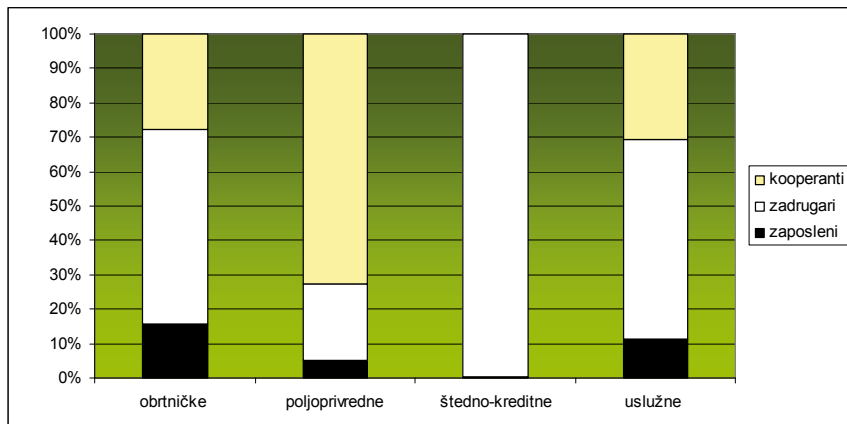
- promicanje zadrugarstva i zadrugnih načela,
- zastupanje interesa zadruga i zadrugnih saveza pred tijelima državne uprave i drugim organizacijama,
- davanje mišljenja i prijedloga državnim tijelima pri donošenju propisa iz područja zadrugarstva,
- pružanje stručne i druge pomoći zadrugarima, zadrugama i zadrugnim savezima, pri osnivanju, poslovanju i prestanku rada zadruga i zadrugnih saveza,
- vođenje evidencije zadruga i zadrugnih saveza,

- obavljanje zadružne revizije,
- organiziranje burze zadružnih roba i usluga i promocija zadružnih proizvoda i usluga,
- međunarodna suradnja,
- organizacija i izobrazba zadrugara i upravitelja te zaposlenika zadružnog sustava,
- poslovno savjetovanje članica i izrada poslovnih planova i investicijskih elaborata,
- izdavanje biltena, časopisa i stručne literature,
- posredovanje u prometu zadružnih roba i usluga.

Prilikom osnivanja Zadruga svaka novoosnovana zadruga dužna je prijaviti se i svu dokumentaciju dostaviti u Hrvatski savez zadruga. Temeljem toga, Hrvatski savez zadruga vodi statističku evidenciju svih prijavljenih zadruga. Najznačajnije prijavljene vrste zadruga su:

- obrtničke zadruge,
- poljoprivredne zadruge,
- štedno-kreditne zadruge i
- uslužne zadruge.

Grafikon 3. Vrste zadruga prema broju zaposlenih, zadrugara i kooperanata



Izvor: prema Dominić I., Dominić, S.: Zadrugarstvo za 21. stoljeće, Osječko-baranjska županija, Osijek, 2006

Iako najviše prevladavaju obrtničke (85) i poljoprivredne zadruge (355), u posljednjih nekoliko godina broj štedno-kreditnih zadruga (44) je u većem porastu što se vidi prema broju zadrugara (60.601) i broju zaposlenih (199).

10.5. Zakonska regulativa

Svojstvo zadrugara iz svega navedenog stječe se osnivanjem zadruge ili pristupanjem zadrugi, a sve detaljnije informacije nalaze se u sljedećoj zakonskoj regulativi:

- Zakon o zadrugama (NN 36/95, 67/01 i 12/02),
- Pravilnik o imeniku zadrugara (NN 85/02),
- Pravilnik o evidenciji zadruga i zadružnih saveza (NN 88/02),
- Statut Hrvatskog saveza zadruga (NN 87/03),
- Zakon o štedno-kreditnim zadrugama (NN 84/02),
- Odluka o uvjetima i načinu obavljanja poslova platnog prometa u štedno-kreditnim zadrugama (NN 150/02),
- Pravilnik o sredstvima pričuve štedno-kreditnih zadruga (NN 130/02).

11. ZAKLJUČCI I PREPORUKE PROIZVOĐAČIMA

Kako bi se mogli definirati zaključci ovog priručnika potrebno je poznavati situaciju, te razumjeti gdje se nalaze poljoprivredni proizvođači u odnosu na ostale gospodarske djelatnosti. Uz rizičnost procesa proizvodnje, neizvjesnost, nezaposlenost, socijalne probleme, sve češća najavljivanja globalne ekonomske krize, te uz krizu moralnog sustava vrijednosti, zaista je neophodna inicijativa pojedinca u rješavanju brojnih i kumuliranih problema rasta i razvoja poljoprivrede. Svi oni koji se na izravan ili neizravan način bave poljoprivredom imaju važnu ulogu i doprinos njezinom razvoju. Zbog toga je i načinjen ovaj priručnik koji ima cilj pružiti nove informacije i potaknuti drugačije načine razmišljanja i djelovanja kojima bi se iniciralo stvaranje nove vrijednosti iz poljoprivredne djelatnosti, a da se pri tome ne izgube stare. Sljedeće preporuke mogu doprinijeti uspješnosti budućeg razvoja poljoprivrede:

↪ Rizičnost i neizvjesnost moguće je umanjiti procesom planiranja činitelja proizvodnog procesa. Ulazne vrijednosti rezultiraju troškovima na koje proizvođači mogu direktno djelovati, na način ažurnog evidentiranja svih inputa, te praćenja njihovih učinaka na proces proizvodnje - proizvodnju novih proizvoda i usluga.

↪ Sustav državnih potpora poljoprivrednoj proizvodnji kroz različite modele, kao i sredstva europskih fondova neophodni su izvor financiranja, ako je zajednički cilj svih institucija stvoriti pretpostavke za razvoj i poboljšanje kvalitete procesa poljoprivredne proizvodnje.

↪ U cilju bolje i brže prilagodbe poljoprivrednih proizvođača aktualnim tržišnim prilikama, potrebno je pratiti promjene kako na domaćem, tako i na stranom tržištu.

↪ Poljoprivredna gospodarstva primjenom marketing-koncepcije mogu u velikoj mjeri promijeniti i svoj pristup tržištu, odnosno krajnjem potrošaču. Važno je pratiti potrebe, želje i očekivanja potrošača. U tu svrhu se pokreće marketing-proces

prvo sa istraživanjem tržišta, pomoću kojeg se dobivaju neophodne informacije, na temelju kojih se utvrđuju marketing-ciljevi, marketing-strategija i marketing-program nastupa na tržište (marketing-mix). Marketing-mix predstavlja usklađenost četiri ključna elementa – proizvoda, cijene, promocije i distribucije. Primjenom marketing-koncepcije poljoprivredni proizvođači stječu prednost na sve zahtjevnijem tržištu.

↳ Zadržno organiziranje u poljoprivredi je složen, ali i sustavan proces koji sve više postaje dio života i uspješnog poslovanja poljoprivrednika. Iako, zadržno udruživanje za pojedince predstavlja negativnu percepciju (povratak socijalističkim načelima), broj zadruga konstanto raste, jer su prepoznate prednosti zadržnog organiziranja koje se ogledaju u olakšanom pristupu tržištu, poticajima, znanju, tehnologiji i slično. Zadržno organiziranje koje potiče poduzetničku slobodu, neće pomoći samo državi ili pojedinoj zadruzi, već će omogućiti svakom članu lakše poslovanje, konkurentnost, veću dobit i povećanje životnog standarda.

Ove smjernice mogu umanjiti razinu neizvjesnosti i rizika na putu razvoja poljoprivrede u Republici Hrvatskoj.

12. POJMOVNIK

*Dr.sc. Ljubica Ranogajec
Ana Crnčan, dipl.ing.*

Akumulacija - podrazumijeva nepotrošena novčana sredstva – dohodak, odnosno razliku između dohotka i potrošnje.

Amortizacija - dio vrijednosti koju stalno sredstvo upotrebom u nekom razdoblju izgubi i prenese na novi proizvod ili uslugu. Amortizacija je element troškova proizvodnje; Osnovica za amortizaciju predstavlja razliku između početne i krajnje vrijednosti stalnog sredstva; Početna vrijednost jednaka je kupovnoj (fakturnoj) vrijednosti uvećanoj za troškove dopreme i troškove stavljanja u rad, pogon (montaža i obuka rukovalaca za rad, odnosno stavljanje stalnog sredstva u funkciju); Krajnja ili likvidacijska vrijednost odnosi se na dotrajala sredstva u trenutku prestanka njihova korištenja, odnosno na kraju vijeka korištenja; Revalorizacija amortizacije računski postupak korigiranja (prepravljanja) vrijednosti stalnih sredstava u skladu s mijenjanjem njihove tržišne vrijednosti.

Anuitet - označava ratu otplate kredita po amortizacijskom planu.

Bilanca (bilanca stanja) - najvažniji je računovodstveni izvještaj zato što sustavno prikazuje financijski položaj poduzeća; sažeti pregled imovine, kapitala i obveza poduzeća određenoga dana.

Bilješke uz financijska izvješća - sadrže dopunsku razradu i tumačenje podataka bilance, računa dobiti i gubitka te izvještaja o promjenama u financijskom položaju; sadrže pojašnjenja računovodstvenih postupaka i metoda korištenih pri utvrđivanju pojedinih stavaka iz financijskih izvještaja (metode amortizacije, vođenje zaliha i obračun troškova materijala, pokazatelje likvidnosti, solventnosti, zaduženosti, proizvodnosti, ekonomičnosti i rentabilnosti).

Cijena koštanja - zbroj svih troškova nastalih u određenoj proizvodnji po jedinici količine dobivenih proizvoda; ukupni iznos troškova raspoređuje se po jedinici proizvoda i tako dobiva jedinični (prosječni) trošak ili cijena koštanja; visina cijene koštanja u nekoj liniji proizvodnje bitna je informacija o uspješnosti i ekonomskoj opravdanosti te proizvodnje.

Dioničko društvo - trgovačko društvo u kojemu članovi (dioničari) sudjeluju s ulozima u temeljnom kapitalu podijeljenom na dionice; dioničari ne odgovaraju za obveze društva.

Društvo s ograničenom odgovornošću - trgovačko društvo u koje jedna ili više pravnih ili fizičkih osoba ulažu temeljne uloge s kojima sudjeluju u unaprijed dogovorenome temeljnom kapitalu; temeljni ulozi ne moraju biti jednaki; članovi društva ne odgovaraju za obveze društva.

Ekonomika poduzeća - mikroekonomska znanost koja proučava gospodarenje na razini poduzeća kao temeljne jedinice nacionalnog gospodarstva; proučava glavna pitanja učinkovitosti proizvodnje na razini gospodarskih subjekata.

Inflacija - predstavlja rast cijena proizvoda i usluga.

Investicija - ulaganje novčanih sredstava u nabavku i izgradnju realnih dobara radi stvaranja uvjeta za trajno poslovanje; to je trajno ulaganje novčanih sredstava u sredstva za proizvodnju, to jest u trajna obrtna i stalna sredstva; svrha im je održavanje kontinuiteta poslovanja i razvoj gospodarskih subjekata.

Izveštaj o novčanim tokovima - služi kao bilanca likvidnosti i solventnosti te prikazuje sve priljeve i odljeve novca iz poslovnih, financijskih i investicijskih aktivnosti poduzeća u određenom razdoblju.

Kalkulacija - računski postupak kojim se utvrđuju cijene proizvoda i usluga; cilj je izračunavanje troškova i cijena (cijene koštanja, prodajne cijene i sl.); služi kao podloga za donošenje različitih kratkoročnih i dugoročnih poslovnih odluka; Planska - sastavlja se prije početka procesa proizvodnje s ciljem utvrđivanja potrebnih resursa i mogućih proizvodno-ekonomskih rezultata; Obračunska - sastavlja se nakon procesa proizvodnje s ciljem utvrđivanja stvarnih troškova i tržišne vrijednosti proizvodnje.

Kamata - naknada za korištenje tuđeg novca (kapitala); godišnji iznos kamata izračunava se na temelju visine pozajmljenih ili uloženih financijskih sredstava (glavnice, kapitala), kamatnjaka (kamatne stope) i dužine trajanja ukamaćenja (kapitalizacije); Kamatnjak predstavlja iznos kamata koji se plaća na svakih 100 novčanih jedinica glavnice za razdoblje od jedne godine; Glavnica (kapital) je korištena svota novca.

Koeficijent obrtnja - pokazuje koliko obrtaja neko sredstvo napravi u jednoj godini; kod stalnih sredstava je manji od 1, a kod obrtnih veći od 1; ako poduzetnik brže obrće svoja sredstva, napraviti će više poslovnih ciklusa u istom razdoblju i tako ostvariti veći financijski rezultat (dobitak).

Kredit - posuđivanje novčanih sredstava uz vraćanje glavnice i plaćanje kamata.

Marketer – predstavlja u širem smislu aktera (sudionika) na tržištu.

Likvidnost - predstavlja odnos između raspoloživih sredstava i pristiglih obveza.

Načelo ekonomičnosti - pravilo ili zahtjev da se određena vrijednost proizvodnje i usluga ostvari sa što manjim ukupnim troškovima; to zahtijeva štednju svih proizvodnih resursa, to jest težnju da se planirana tržišna vrijednost proizvodnje postigne uz što manje količine potrošenih resursa potrebne kakvoće, nabavljenih po što nižim cijenama.

Načelo proizvodnosti rada - pravilo ili zahtjev da se određena količina proizvoda i usluga ostvari sa što manjom količinom ljudskog rada (utroškom radne snage); provedbu tog načela poduzeće će ostvariti ako za svako razdoblje planira potrebnu količinu rada za ostvarenje ciljnog opsega proizvodnje, a nakon isteka svakog razdoblja mjeri ostvarenu proizvodnost.

Načelo rentabilnosti - pravilo ili zahtjev da se određeni neto financijski rezultat (dobitak) ostvari uz što manje ulaganje poslovnih sredstava (što manji investirani kapital); to je najvažnije načelo poslovanja koje zahtijeva racionalno raspolaganje kapitalom uloženim u poslovanje poduzeća.

Netržišni materijali - rezultat su vlastite proizvodnje koji se kao reprodukcijски materijal koriste u daljnjoj proizvodnji na istom poduzeću/gospodarstvu; neki od tih netržišnih materijala su glavni proizvodi (sijeno, silaža, zelena stočna hrana, i sl.), a drugi su sporedni proizvodi (slama, pljeva, kukuruzovina, list šećerne repe, stajski gnoj, i sl.); nemaju tržišnu cijenu, ali imaju vrijednost koja se procjenjuje nekom od metoda procjene netržišnih materijala.

Norma – učinak koji radnik ostvari u jedinici vremena; razlikuju se pojedinačne norme, grupne norme i organizacijske norme.

Normativ - određuje koliko treba nečega utrošiti za određenu proizvodnju ili uslugu; normativ se izražava u novčanim ili naturalnim jedinicama.

Obračun poslovanja - krajnji je proizvod računovodstvenog procesa.

Obrt - označava pravno organizacijski oblik malog poduzetništva gdje se proizvodnja obavlja na zanatski način ili primjenom jednostavne tehnologije.

Obrtna (tekuća) sredstva - oblici su kratkotrajnih ulaganja u poslovanje poduzeća; mogu se nalaziti u novčanim, materijalnim (naturalnim) i prijelaznim oblicima.

Odlučivanje - podrazumijeva proces donošenja odluka na osnovu izbora između više mogućih rješenja nekog problema ili aktivnosti. Proces odlučivanja sastoji se od niza koraka: identifikiranja i definiranja problema, razvoja alternativa za rješavanje, vrednovanja alternativa u odnosu na ciljeve, izbora optimalnog rješenja, odnosno kvalitetne poslovne odluke.

Plaća - naknada za uloženi rad ili za izvršeni radni učinak; utvrđuju se za određeno vrijeme rada i isplaćuju mjesečno ili polumjesečno, a nadnice se utvrđuju dnevno za izvršeni rad (isplaćuju se obično tjedno).

Planiranje - pismeno utvrđivanje ciljeva, kreativni je proces predviđanja budućnosti i utvrđivanja aktivnosti gospodarskog subjekta.

Poduzeće - je pravna osoba koja obavlja gospodarsku djelatnost radi stjecanja dobiti; prema obliku vlasništva razlikuju se poduzeća u državnom (društvenom), privatnom, zadružnom i mješovitom vlasništvu.

Poduzetnik - osoba koja ima sposobnosti osnivanja gospodarskog subjekta i pokretanja njegovih poslovnih aktivnosti ulaganjem kapitala u potrebne resurse radi proizvodnje novih dobara i usluga; poduzetnik je osoba nadarena poduzetničkim duhom; uočava prilike za nove poslovne pothvate koje drugi ljudi nisu u mogućnosti uočiti ili nisu zainteresirani za njihovu realizaciju.

Poduzetništvo - predstavlja ukupnost poduzetnikovih znanja, vještina i sposobnosti za uspješno vođenje poslovne aktivnosti u cilju proizvodnje novih proizvoda, odnosno usluga ili nastajanja novih tržišta.

Porez - zajednički izraz za sva davanja državi čime se zadovoljavaju rashodi države.

Poslovni (financijski) rezultat poduzeća - razlika između prihoda i rashoda poduzeća ostvarenih poslovanjem tijekom određenog razdoblja; može biti pozitivan (dobitak) ili negativan (gubitak); Bruto dobitak se utvrđuje kao razlika između prihoda i nepunih troškova. Iznos nepunih troškova može biti različit ovisno o metodi obračunavanja troškova koja se koristi u poduzeću; Poslovni dobitak (dobit iz poslovanja) je razlika između bruto dobitka i troškova razdoblja (troškova uprave i prodaje); to je dobitak na koji se računa porez na dobitak, zato se naziva i dobitkom prije poreza; Neto dobitak izračunava se kao razlika između poslovnog dobitka i izračunate svote poreza na dobitak te se naziva dobitkom nakon poreza; neto dobitak je povećanje čiste imovine poduzeća koje je rezultat njegova poslovanja u određenom razdoblju.

Prihodi - izraz vrijednosti učinaka (proizvoda i usluga) prodanih na tržištu; u prihode se uračunavaju sva novčana primanja koja proizlaze iz prodaje proizvoda i usluga i za koje je izdana odgovarajuća isprava (obično račun, faktura) neovisno o tome je li izvršena naplata; utvrđuje se po načelu fakturirane realizacije, a to znači u trenutku kada su usluge izvršene odnosno proizvodi isporučeni kupcu; najveći je problem vezan uz prihode njihova pravodobna naplata, odnosno naplata potraživanja; Poslovni prihodi nastaju kao rezultat obavljanja redovite djelatnosti poduzeća; Financijski prihodi su naknade za uložena novčana sredstva, kamate, obračunate pozitivne tečajne

razlike iz poslovanja deviznim sredstvima, razlike pozitivnih revalorizacijskih efekata
Izvanredni prihodi nastaju kao sporedni i nepredviđeni poslovni učinci.

Račun dobiti i gubitka (bilanca uspjeha) - sažeti prikaz prihoda, rashoda i ostvarenoga financijskog rezultata u određenom razdoblju poslovanja poduzeća; jedan o temeljnih financijskih izvješća.

Računovodstveni izvještaji - dijelovi obračuna; konačna slika financijskog položaja i uspješnosti poslovanja poduzeća u proteklom razdoblju; definirani su Zakonom o računovodstvu.

Rashodi - nastaju korištenjem sredstava poduzeća i povećavanjem obveza poduzeća tijekom određenog razdoblja, kao posljedica proizvodnje dobara ili pružanja usluga, kao i drugih aktivnosti u poduzeću; nastaju prije svega redovitom aktivnošću poduzeća (proizvodnjom dobara i usluga), ali i drugim neplaniranim aktivnostima i vanjskim utjecajima; Poslovni rashodi nastaju kao posljedica obavljanja glavne djelatnosti poduzeća; Financijski rashodi nastaju u poslovanju poduzeća financijskim sredstvima; najvažniji rashodi financiranja su kamate koje poduzeće plaća na posuđena sredstva, obračunate negativne tečajne razlike iz deviznog poslovanja, negativne razlike revalorizacijskih efekata; Izvanredni rashodi su neplanirani, neočekivani i drugi slučajni izdaci koji nastaju neovisno o poslovanju poduzeća.

Stalna (osnovna) sredstva - dugotrajno su vezana u procesu poslovanja poduzeća; postupno se troše i u dugom razdoblju ukupnu svoju vrijednost prenose na gotove proizvode i usluge, a svojom supstancijom (sadržinom) ne ulaze u sastav dobivenih proizvoda.

Trošak rada - računa se množenjem količine uloženog rada s cijenom rada, a cijena se može utvrditi kao stavka plaće, kao nadnica, satnica, plaća po jedinici radnog učinka, i sl.

Troškovi - vrijednosni ili novčani izraz ulaganja osnovnih elemenata proizvodnje, koji nastaju radi stvaranja novih učinaka i stjecanja (ostvarivanja) dobitka; u troškove se ubrajaju tekuća ulaganja elemenata proizvodnje koja nastaju u poslovanju gospodarskih subjekata, a koja su uvijek izražena u novcu; pojmovi srodni pojmu troška su izdaci, rashodi, ulaganja i gubici; Izdaci su novčana davanja za nabavke sredstava za proizvodnju, plaćanje usluga i raznih obveza; to su izdavanja materijala radi proizvodnje; Rashod su svako smanjenje vrijednosti imovine poduzeća; Ulaganje obuhvaća sve oblike izdataka i troškova; dijeli se na tekuće (kratkoročno) i investicijsko (dugoročno); Gubitak je oblik negativnog financijskog rezultata.

Uvjetno grlo - podrazumijeva grlo teško 500 kg, a obilježeno je koeficijentom 1 te se sve vrste stoke i peradi svode na uvjetna grla primjenom odgovarajućeg koeficijenta.

POPIS LITERATURE

- Dominić I., Dominić, S.: Zadrugarstvo za 21. stoljeće, Osječko-baranjska županija, Osijek, 2006.
- Grbac, B.: Osvajanje ciljnog tržišta, Digital Point Rijeka, Rijeka, 2005.
- Karić, M.: Kalkulacije u poljoprivredi, Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Osijek, 2002.
- Kolaković, M.: Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Sinergija, Zagreb, 2006.
- Kotler, Ph.: Upravljanje marketingom, Informator Zagreb, Zagreb, 1994.
- Mataga, Ž.: Poljoprivredno zadrugarstvo Hrvatske, povijest, stanje i perspektive (1860-1990), Zadružni savez Hrvatske, Zagreb, 1991.
- Mataga, Ž.: Seljak i zadruga, "Prosvjeta" d.d., Bjelovar 1995.
- Meler, M.: Društveni marketing, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek, 1994.
- Rijavec, M., Miljković, D.: Kako upravljati promjenama, IEP:D2, Zagreb, 2001.
- Ružić, E.: Promjena – izazov suvremenog organizacijskog života, Računovodstvo i financije br. 11/08, Hrvatska zajednica računovoda i financijskih djelatnika, Zagreb, 2008.
- Tipurić, D.: Konkurentna sposobnost poduzeća, Sinergija, Zagreb, 1999.
- Tolušić, Z.: Tržište i distribucija poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, Grafika Osijek, Osijek, 2007.
- Tratnik, M., Radinović, S., Žutinić, Đ.: Zadrugarstvo Hrvatske: Izazovi stabilnosti poljoprivrednih gospodarstava, Agronomski glasnik, No.1, Zagreb, 2007.
- Zmaić, K.: Osnove agroekonomike. Poljoprivredni fakultet Osijek, Osijek, 2008.
- Zakon o obrtu NN 49/03
- Zakon o platnom prometu u zemlji N.N. 117/01
- Zakon o trgovačkim društvima N.N. 111/93, 34/99, 52/00
- Zakon o zadrugama - (NN 36/95, 67/01, 12/02)
- www.eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0746:FIN:EN:PDF
- www.entereurope.hr/page.aspx?PageID=159
- www.uzuvrh.hr/stranica.aspx?pageID=24
- www.mmtp.hr/UserDocsImages/3-rakusic-ipa.pdf
- www.strategija.hr/Default.aspx?art=59
- ***IPARD – plan za poljoprivredu i ruralni razvoj. Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja, 2007.
- *** Informacije o instrumentu pretpristupne pomoći IPA. Ministarstvo regionalnog razvoja, šumarstva i vodnoga gospodarstva, <http://www.mrrsvg.hr/default.aspx?id=95>
- *** Ministarstvo vanjskih poslova i europskih integracija. (pretpristupna pomoć EU: Nove mogućnosti i izazovi za Republiku Hrvatsku, prezentacija/Marija Pejčinović Burić, nacionalni koordinator programa pomoći EU, Šibenik, 2006.)
- *** Commission Of The European Communities: General Report On Pre-Accession Assistance, (Phare – Ispa – Sapard), 2005

POPIS TABLICA, GRAFIKONA I SLIKA

Tablica 1. Razlike između pristupa razvitku poslovanja poljoprivrednih gospodarstava	8
Tablica 2. Kriteriji za određivanje poreznog statusa poljoprivrednika (fizičke osobe) koji nije registriran kao obrtnik	19
Tablica 3. Porezne stope, mjesečna i godišnja osnovica dohotka	22
Tablica 4. Iznosi sredstava po programima (u mil. EUR)	30
Tablica 5. Iznosi sredstava po komponentama IPA programa (u mil. EUR, 2007-2010.)	31
Tablica 6. Proizvodnja najvažnijih žitarica u Republici Hrvatskoj	34
Tablica 7. Proizvodnja uljarica i šećerne repe	35
Tablica 8. Pregled poticaja za prikazane usjeve od 2001. do 2006. godine	35
Tablica 9. Kretanje proizvodnje mesa (t) u Republici Hrvatskoj od 2001-2007	38
Tablica 10. Agregatna potražnja poljoprivrednih proizvoda u Republici Hrvatskoj ..	38
Tablica 11. Uvoz i izvoz poljoprivrednih proizvoda (2003-2007) RH (000\$)	39
Tablica 12. Postupak osnivanja zadruge	50
 Grafikon 1. Svjetske robne cijene, siječanj 2000. do veljače 2008. (US\$/toni/barelu)	36
Grafikon 2. Prinosi pšenice i kukuruza ($t\ ha^{-1}$) u Hrvatskoj i odabranim zemljama (prosjeak 2004-2006, t/ha)	37
Grafikon 3. Vrste zadruga prema broju zaposlenih, zadrugara i kooperanata	52
 Slika 1. Proces provođenja promjena u poslovanju	9
Slika 2. Struktura troškova	17
Slika 3. Evolucija marketinga	42
Slika 4. Bitne koncepcije marketinga	42
Slika 5. Elementi marketing mix-a u funkciji poljoprivredno-prehrambenih proizvoda	43
Slika 6. Životni ciklus proizvoda	44
Slika 7. Neizravni kanali	45
Slika 8. Logo HSZ-a	51

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

[illegible]

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

