

# Zadrugarstvo i poslovno povezivanje u agrobiznisu (26531)

## Nositelj predmeta

[izv. prof. dr. sc. Ornella Mikuš](#)

## Opis predmeta

Na globalnoj razini zadruge su prepoznate kao poslovni modeli koji temeljeni na zajedničkom radu, demokratskom i neposrednom načinu upravljanja, stvaraju veću gospodarsku, socijalnu i ekološku održivost. Kroz predavanja studenti se upoznaju s 'filozofijom', načelima i osobitostima zadružnog organiziranja, zadružnom legislativom, s principima zadružnog menadžmenta i prednostima zadružnog marketinga. Posebna tematska cjelina obuhvaća upoznavanje studenata s drugim oblicima poslove suradnje u poljoprivredi i agrobiznisu. Seminarska nastava omogućuje studentima da samostalno obrade i prodube određeni problem iz zadrugarstva temeljem literaturnih izvora ili empirijski istraže određeni problem na primjeru konkretne zadruge.

Tematske cjeline predmeta obuhvaćaju: Pojam i povijest zadružnog organiziranja u nas i u svijetu. Zadružne škole i filozofija zadružnog organiziranja. Kooperacija i individualizam-interpretacija sheme po Gaston Lanneaua; evolucija socio-ekonomske suradnje (kooperacije): (a) na razini pojedinca, (b) na razini (obiteljskog) gospodarstava; pojam clastera i uloga zadruge u lokalnom gospodarskom razvoju. Zadružno organiziranje i poslovno okrupnjavanje gospodarske strukture. Zadruga kao specifični organizacijski oblik i načela poslovanja; poslovne i menadžerske distinkcije, zadružni menadžment i zadružni marketing; zadružno zakonodavstvo. Globalne socioekonomske nužnosti suradnje u agrobiznisu i oblici poslovne suradnje. Strateški savezi u agrobiznisu: pojam, način i vrste strateških saveza; mjesto zadruge u strateškim savezima.

ECTS: **3.00**

Engleski jezik: **R1**

E-učenje: **R1**

**Sati nastave: 30**

Predavanja: 18

Seminar: 12

### Izvođač predavanja

- [prof. dr. sc. Mario Njavro](#)
- [izv. prof. dr. sc. Željka Mesić](#)

### Izvođač seminara

- [dr. sc. Tihana Kovačićek](#)

### Ocjenjivanje

Dovoljan (2): 60-70%

Dobar (3): 71-80%

Vrlo dobar (4): 81-90%

Izvrstan (5): 91-100%

## Vrsta predmeta

- Preddiplomski studij / [Agrarna ekonomika](#) (Obvezni predmet, 4. semestar, 2. godina)
- Preddiplomski studij / [Biljne znanosti](#) (Izborni predmet, 6. semestar, 3. godina)

## Opće kompetencije

Kolegij osposobljava studente za razumijevanje organizacijskih posebitosti zadružnog modela poduzetništva te drugih poslovnih oblika povezivanja u agrobiznisu. Studenti se upoznaju s osnovnim principima zadružnog marketinga i zadružnog menadžmenta te se osposobljavaju za kritičku analizu poslovnih i marketinških planova zadružne proizvodnje.

## Oblici nastave

- Predavanja
- Seminari  
studenti samostalno pišu seminarske radove na odabrane teme povezane s predavanjima te ih izlažu pred nastavnicima i ostalim studentima nakon čega slijedi rasprava i donošenje zaključaka.

## Ishodi učenja i način provjere

Ishod učenja	Način provjere
Opisati i objasniti specifičnosti zadružnog poduzetništva u odnosu na druge poslovne oblike	Prvi test znanja, završni ispit
Opisati zadružna načela i vrijednosti te objasniti dualnost (dualnu prirodu) zadruge u stvaranju ekonomskih i socijalnih vrijednosti za društvo i državu	Prvi i drugi test znanja, završni ispit
Prepoznati ključne čimbenike u osnivanju i poslovanju zadruge te objasniti njihov utjecaj na poslovne rezultate zadruge	Seminarska nastava (pisani oblik i usmena prezentacija)
Opisati i objasniti menadžmentski plan razvoja poslovanja zadruge	Drugi test znanja, završni ispit
Prepoznati i opisati ključne elemente u stvaranju marketinškog plana zadružne proizvodnje	Vježbe, seminarski rad
Prepoznati i opisati oblike poslovnog povezivanja u poljoprivredi i agrobiznisu	Drugi test znanja, završni ispit, seminarska nastava (pisani oblik i usmena prezentacija)
Prezentirati seminarsku temu, vrednovati i argumentirati zaključke	Seminarska nastava (pisani oblik i usmena prezentacija)

## Način rada

### Obveze nastavnika

Održavanje predavanja, organizacija seminarske nastave, održavanje konzultacija i pomoć pri izradi seminarskih radova; održavanje pismenih/usmenih ispita.

### Obveze studenta

Pohađanje nastave, izrada i javna obrana seminarskog rada, polaganje kolokvija (međuispita) i/ili usmenog ispita. Studenti samostalno pišu seminarske radove i provode jednostavna istraživanja na odabrane teme povezane s predavanjima te ih izlažu pred nastavnicima i ostalim studentima nakon čega slijedi rasprava i donošenje zaključaka

## Polaganje ispita

Elementi praćenja	Maksimalno bodova ili udio u ocjeni	Bodovna skala ocjena	Ocjena	Broj sati izravne nastave	Ukupni broj sati rada prosječnog studenta	ECTS bodovi
Prisutnost na nastavi	10%					
Seminarski rad	30%	<60% 60- 70% 71-80% 81-90% 91-100%	Nedovoljan (1) Dovoljan (2) Dobar (3) Vrlo dobar (4) Izvrstan (5)	12	33	1,1
Završni ispit	60%	< 60% 60-70% 71-80% 81-90% 91-100%	Nedovoljan (1) Dovoljan (2) Dobar (3) Vrlo dobar (4) Izvrstan (5)	18	57	1,9
1. Međuispit: Pismeni	(30%)	/ 60-70% 71-80% 81-90% 91-100%	Nedovoljan (1) Dovoljan (2) Dobar (3) Vrlo dobar (4) Izvrstan (5)			
2. Međuispit: Pismeni	(30%)	/ 60-70% 71-80% 81-90% 91-100%	Nedovoljan (1) Dovoljan (2) Dobar (3) Vrlo dobar (4) Izvrstan (5)			
UKUPNO	100%			30	90	3

Elementi praćenja	Opis	Rok	Nadoknada
2. test znanja	Mogućnost polaganja druge programske cjeline nastavnog gradiva ( Financijski menadžment i marketing u zadrugarstvu). Međuispit se izvodi u trajanju 60 min. Uvjet za pristup je pozitivno položen 1. test znanja	15. tjedan	Nije moguća
Završni pismeni/usmeni ispit	Nakon održane nastave, predaje i prezentacije seminarskog rada student pristupa završnom pismenom i/ili usmenom ispitu ako nije položio oba testa znanja. Završni ispit obuhvaća kompletno gradivo obrađeno na predavanjima i predviđenom literaturom.	Nakon održane nastave	Tijekom redovitih ispitnih rokova
Pohađanje predavanja	Bilježe se dolasci i aktivnost studenata na nastavi (predavanja +sem. )	Tijekom semestra	Nije moguća

## Tjedni plan nastave

1. P- Uvod u modul. Teorijski okvir zadrugarstva: Grupa i organizacijsko zajedništvo. Kooperacija i individualizam-interpretacija sheme po Gaston Lanneaua. Evolucija socio-ekonomske suradnje. S- Organizacija seminarske nastave, struktura seminara i odabir tema.
2. P - Povijesna izvorišta zadrugarstva. Što je zadruga, zadružne vrijednosti i načela. Filozofija poljoprivrednog zadrugarstva.
3. P - Povijesni pregled zadrugarstva u Hrvatskoj. Uloga zadruga u lokalnom i regionalnom razvoju. Aktualno stanje zadrugarstva u nas i u svijetu. Budućnost globalnog zadružnog sektora.
4. P- Zadružno zakonodavstvo i institucijska potpora. Zadružna legislativa u Hrvatskoj i EU.
5. P-Organizacijski oblici i poslovno povezivanje u poljoprivredi/agrobiznisu
6. P - Zadružni menadžment. Razlike između zadružnog i korporativnog menadžmenta.
7. P - Financijski menadžment u zadrugarstvu.
8. P - Što je zadružni marketing. Prednosti zadružnog marketinga.
9. P - Marketinški plan razvoja zadružne proizvodnje.
10. S - Prvi parcijalni ispit, prezentacije seminarskih radova i rasprava
11. S - Prezentacije seminarskih radova, rasprava.
12. S - Prezentacije seminarskih radova, rasprava.
13. S - Prezentacije seminarskih radova, rasprava.
14. S - Drugi parcijalni ispit, prezentacije seminarskih radova i rasprava
15. S - Prezentacije seminarskih radova, rasprava. Predrok.

## Obvezna literatura

1. Babić, Z., Račić, D. (2009). Zadrugarstvo i socijalna ekonomija u Hrvatskoj, Hrvatski savez zadruga, Zagreb, dostupno:  
<http://www.zadruga.hr/~hrzadrug/images/stories/ZadrugarstvoSocEkonom.pdf>
2. Brown R. (2006). Grupni procesi : Dinamika unutar i između grupa, Naklada Slap
3. Kovačić, D. (2005). Izravna prodaja seljačkih proizvoda, Agrarno Savjetovanje, Zagreb (str. 32-68 dio o marketingu)
4. Nedanov, A.; Franić, R.; Gugić, J. (2012). Analiza zadružnog zakonodavstva Republike Hrvatske, 47th Hrvatski & 7th Međunarodni simpozij agronoma, Opatija 2012
5. Nedanov, A., Žutinić, Đ., Mihić .(2015). Revizija u zadrugarstvu i zadružnom poduzetništvu, 50th Hrvatski & 10th Međunarodni simpozij agronoma, Opatija 2015.
6. Nedanov, Žutinić, Đ, Kuš. (2014). Uloga zadruga u promicanju socijalne ekonomije i socijalno odgovornog poduzetništva, // Zbornik radova 49. hrvatskog & 9. međunarodnog simpozija agronoma u Dubrovniku.
7. Njavro, M. (2013.): Zadružni menadžment, interna skripta
8. Mataga, Ž. (2009). Etičke vrijednosti i gospodarski značaj zadrugarstva - Hrvatsko zadrugarstvo na povijesnim razmeđima, M.A.K. Golden d.o.o., Zagreb,
9. Mataga, Ž. (2005). Zadružni priručnik Zagreb : Hrvatski savez zadruga, Zagreb.
10. Tipurić, D.; Markulin, G. (2000). Strateški savezi – suradnjom do konkurentskih prednosti, Sinergija, Zagreb, 2000
11. Sociologija sela, 2005., br 167 (1), IDIS Zagreb, (članci: Defilipis; Tratnik i sur.)
12. Weihrich, H., Koontz, H. (1994). Menadžment (10. Izdanje), MATE, Zagreb

## Preporučena literatura

1. Douglas W. A., Dean L. (2004). The Nature of the Farm (Contracts, Risk, and Organization in Agriculture) The MIT Press, New Ed edition
2. Merrett, C. D.; Walzer, N. (2004). Cooperatives and Local development, Theory and Applications for the 21 st Century, 2004.

## Sličan predmet na srodnim sveučilištima

- AgEd 353-Cooperative Business Principles and Practices - Montana State University (MSU), College of Agriculture, Agricultural Education, , Montana, S.A.D.
- Zadrugarstvo - Sveučilište Josip Jurja Strossmayera Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Zavod za agroekonomiku, Hrvatska.