

# UTJECAJ LIPIČKE RAZVOJNE I TURISTIČKE AGENCIJE LIRA D.O.O. NA RURALNI RAZVOJ

---

**Pleš, Marijana**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2022**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Križevci college of agriculture / Veleučilište u Križevcima**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:185:098251>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-23**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the Križevci University of Applied Sciences](#)



**REPUBLIKA HRVATSKA**  
**VISOKO GOSPODARSKO UČILIŠTE U KRIŽEVCIMA**

Marijana Pleš, studentica

**UTJECAJ LIPIČKE RAZVOJNE I TURISTIČKE**  
**AGENCIJE LIRA d.o.o. NA RURALNI RAZVOJ**

Završni rad

Križevci, 2022.

**REPUBLIKA HRVATSKA**  
**VISOKO GOSPODARSKO UČILIŠTE U KRIŽEVCIMA**

Preddiplomski stručni studij *Poljoprivreda*

Marijana Pleš, studentica

**UTJECAJ LIPIČKE RAZVOJNE I TURISTIČKE AGENCIJE**  
**LIRA d.o.o. NA RURALNI RAZVOJ**

Završni rad

Povjerenstvo za obranu i ocjenu završnog rada:

1. Dr. sc. Sandra Kantar, prof. v. š., predsjednica
2. Dr. sc. Kristina Svržnjak, prof. v. š., mentorica
3. Dr. sc. Silvije Jerčinović, prof. v. š., član

Križevci, 2022.

# SADRŽAJ

<b>1. UVOD</b> .....	1
<b>2. PREGLED LITERATURE</b> .....	3
<b>3. MATERIJALI I METODE</b> .....	9
3.1. Opis materijala.....	9
3.2. Opis metodologije .....	10
3.3. Opis metoda .....	10
<b>4. REZULTATI I RASPRAVA</b> .....	12
4.1. Socio-demografske karakteristike ispitanika.....	13
4.2. Općenite informacije o prijavama na mjeru Programa ruralnog razvoja .....	15
4.3. Zadovoljstvo pruženom konzultantskom uslugom u Lipičkoj razvojnoj i turističkoj agenciji LIRA d.o.o.....	17
4.4. Iskustvo s provedbom mjera Programa ruralnog razvoja .....	23
4.4.1. <i>Uspješna prijava na natječaj za mjeru Programa ruralnog razvoja bez konzultantske usluge</i> .....	24
4.4.2. <i>Pozitivan ishod na natječaju za mjeru Programa ruralnog razvoja ...</i>	24
4.4.3. <i>Utjecaj na provedbu mjere Programa ruralnog razvoja na ukupnu ekonomsku vrijednost korisnikove imovine i gospodarstva</i> .....	25
4.4.4. <i>Utjecaj na provedbu mjere Programa ruralnog razvoja na modernizaciju korisnikovog gospodarstva i proizvodnog procesa općenito ....</i>	26
4.4.5. <i>Utjecaj na provedbu mjere Programa ruralnog razvoja na unaprjeđenje korisnikovog gospodarstva i proizvodnog procesa općenito</i> .....	27
4.4.6. <i>Utjecaj na provedbu mjere Programa ruralnog razvoja na povećanje konkurentnosti korisnikovog gospodarstva i proizvoda na tržištu</i> .....	28
4.4.7. <i>Utjecaj na provedbu mjere Programa ruralnog razvoja na kvalitetu korisnikovog proizvodnog procesa i proizvoda</i> .....	29
4.4.8. <i>Utjecaj na provedbu mjere Programa ruralnog razvoja na promociju korisnikovog gospodarstva i proizvoda</i> .....	29

4.4.9. Utjecaj na provedbu mjere Programa ruralnog razvoja na nova radna mjesta u korisnikovog gospodarstvu .....	30
4.4.10. Utjecaj na provedbu mjere Programa ruralnog razvoja na povećanje korisnikovih želja da se nastave baviti time što rade i ostanu živjeti u ruralnom području .....	31
4.5. Sinteza dobivenih podataka .....	32
5. ZAKLJUČAK .....	34
6. LITERATURA .....	35
7. PRILOZI.....	37
7.1. Prilog 1. Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne agencije LIRA d.o.o. ....	37
SAŽETAK	

## 1. UVOD

Pojam ruralnog razvoja je često korišten u domaćoj i inozemnoj literaturi i to sa aspekta raznih znanosti. Jedna od poznatih definicija je ona autora Arapović i Bokan (2018) koji ruralni razvoj definiraju kao proces unapređenja kvalitete života i ekonomskog blagostanja ljudi koji žive u ruralnim područjima. Ova definicija se najviše poklapa s onime što zapravo treba ruralnim prostorima u Hrvatskoj, a to je bolja kvaliteta života i financijska neovisnost kako bi ljudi mogli napredovati u smislu da razvijaju i poboljšavaju svoje potencijale. Shodno tome, akteri ruralnog razvoja su oni koji aktivno utječu na proces unapređenja kvalitete života i ekonomskog blagostanja ljudi, a najaktivniji i najčešće spominjani su lokalne samouprave, akcijske grupe, udruge, zadruge, poljoprivredna gospodarstva, različite nadležne institucije, vjerske i društvene zajednice i sl. Kao potencijalni akteri naziru se i razvojne agencije što je tema ovog završnog rada.

Stoga, cilj ovog završnog rada jest istražiti utjecaj razvojnih agencija na ruralni razvoj kroz provedbu mjera Programa ruralnog razvoja s korisnicima. Predmet završnog rada je istraživanje mišljenja korisnika o pruženoj usluzi razvojne agencije kroz konzultantsku uslugu i utjecaju provedene mjere na njihovo gospodarstvo, a samim time i na ruralni razvoj.

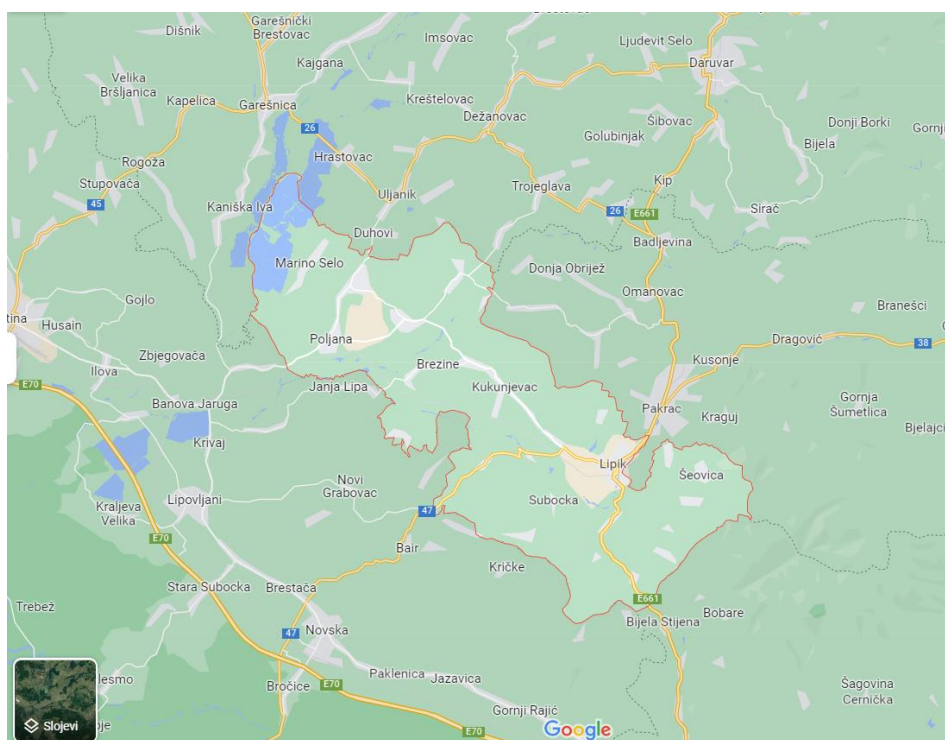
Svrha rada očituje se u rezultatima istraživanja koji će doprinijeti ukupnom znanju o utjecaju razvojnih agencija na ruralni razvoj. Također, svrha rada je i pragmatična, jer će se nakon istraživanja moći unaprijediti praktične aktivnosti agencije te će se dobiveni podaci moći koristiti za daljnja istraživanja te kao temelj za neke nove teorijske i strateške pristupe u analiziranju utjecaja razvojne agencije na ruralni razvoj.

Istraživanje će se provoditi kvantitativnom metodom anketiranja koja će rezultirati dobivanjem podataka o kvaliteti konzultantske usluge koju Lipička razvojna i turistička agencija LIRA d.o.o. (LIRA) pruža korisnicima mjera Programa ruralnog razvoja, te uzročno-posljedičnom vezom doprinosi ruralnom razvoju. Da bi istraživanje bilo što relevantnije i da bi se na kvalitetan način mogla potvrditi ili opovrgnuti zadana hipoteza, postaviti će se određene tvrdnje, pretpostavke prema pitanjima u provedenoj anketi. Radna hipoteza jest da *Lipička razvojna i turistička agencija LIRA d.o.o. ima utjecaj na ruralni razvoj i to na način da svojim konzultantskim uslugama pomaže korisniku da se prijavi na natječaj za Program mjera ruralnog razvoja, povećava mu šansu za dobivanjem novčanih*

*sredstava kojima unapređuje poslovanje svog gospodarstva, i tako utječe na razvoj ruralnog područja.*

## 2. PREGLED LITERATURE

Ideja za ovaj rad nastala je prilikom obavljanja stručne prakse u Lipičkoj razvojnoj i turističkoj agenciji LIRA d.o.o., kroz koju se autorica ovoga završnog rada upoznala s radnim mjestom konzultanta, prvenstveno za Program mjera ruralnog razvoja, ali i za ostale mjere Nacionalnog plana oporavka i (su)financiranja u ruralnim područjima od strane Republike Hrvatske. U sklopu obavljanja stručne prakse provela je istraživanje kojim se želi otkriti utječe li LIRA na ruralni razvoj lipičkog kraja (*Slika 1.*), te općenito istražiti dobrobit razvojnih agencija na ruralno područje



Slika 1. Općina Lipik i okolica

Izvor:

<https://www.google.com/maps/place/Općina+Lipik/@45.4438063,16.9492855,11z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x47670c95981751db:0xf1defa74b0ae0219!8m2!3d45.4876576!4d17.0045056>

Kako je spomenuto u uvodu ovoga rada, ruralni razvoj jest proces unapređenja kvalitete života i ekonomskog blagostanja ljudi koji žive u ruralnim područjima (Arapović i Bokan, 2018), a Kušen (2003) konstatira da ruralni prostor obuhvaća sva ruralna područja jedne države s pripadajućim selima i gradovima, a suprotnost su gradskom i jako



polarizacijskom prostoru. Autorica Bokan<sup>1</sup> objašnjava kako je ruralni razvoj suvremeni koncept razvoja seoskih područja koji sadržava aspekte ekonomske, ekološke i socijalne održivosti uz razvoj multifunkcionalnosti i društvene integracije kroz endogeni pristup.

Za unaprijeđenje kvalitete života u ruralnim područjima zaduženi su akteri ruralnog razvoja, a njihovu važnost prepoznali su Jelić Mück i sur. (2016) u periodičnom *osvrtu* „*Napredak politika ruralnog razvoja u Jugoistočnoj Europi.*“ Oni žele da se akterima ruralnog razvoja omogući bolje razumijevanje i uvid u rezultate procesa primjera dobre prakse s drugih područja kako bi došlo do razmjene iskustava i pokretanja zajedničkih pristupa kroz stalnu dvosmjernu komunikaciju na lokalnoj razini.

Ivković i suradnici (2010) pišu kako na selu prevladavaju staračka domaćinstva koja nisu u stanju unaprijediti poljoprivrednu proizvodnju, a povratak onih koji su ga napustili, u tadašnjim uvjetima, nije bio vjerojatan. Tvrde kako je potrebno mladim ljudima koji se još uvijek bave poljoprivredom i žele se njome i dalje baviti, omogućiti takve uvjete da od svoga rada mogu sigurno i pristojno živjeti. Stoga je osmišljen Program mjera ruralnog razvoja. Njime je definirano 19 mjera, koje imaju za cilj povećanje konkurentnosti hrvatske poljoprivrede i gospodarstva, ali i unaprijeđenja životnih i radnih uvjeta u ruralnim područjima uopće, kako navodi službeni Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2014.-2020<sup>2</sup>. Kroz Program mjera ruralnog razvoja poljoprivredna gospodarstva dobivaju financijska sredstva kojima mogu generalno unaprijediti neki segment svog poslovanja. Većina ljudi prilikom prijave na natječaj traži konzultantsku pomoć u razvojnim agencijama pa je shodno tomu postavljen navedeni cilj rada - istražiti koji je utjecaj razvojnih agencija na ruralni razvoj kroz provedbu mjera Programa ruralnog razvoja s korisnicima. Kako bi ruralni razvoj mogao postati održiv potrebni su akteri koji će u tome posredovati. Najnoviji akteri ruralnog razvoja su Lokalne akcijske grupe (LAG) koje rade sa lokalnim stanovništvom kako bi utvrdili njihove potrebe i pronašli najprikladnije rješenje. Umrežavanje na lokalnom nivou pomaže u ostvarenju ciljeva kroz poticanje zajednica i pomaganje građanima ruralnih krajeva i ostalim akterima lokalnog života da poboljšaju poslovanje, očuvaju životnu sredinu i uspostave efikasniju isporuku javnih usluga, kako objašnjava Avram (2021). Razvojne agencije su osnovane kao koordinacijsko tijelo koje povezuje ciljeve i interese privatnog, javnog i civilnog sektora, a temeljni cilj je osigurati

---

<sup>1</sup> Detaljan opis kolegija Ruralni razvoj može se pogledati na internetskoj stranici Agronomskog fakulteta u Zagrebu <https://www.agr.unizg.hr/en/course/hr/20/Ruralni+razvoj> (11. srpnja 2022.)

uravnoteženi i dugoročno samoodrživi regionalni razvoj sukladno smjernicama Europske unije (Stipanović, 2017).

Temeljna potpora razvojne agencije u realizaciji koncepta ruralnog razvoja sastoji se u pružanju savjetodavne, koordinacijske, tehničke i projektne potpore poduzetnicima (Stipanović, 2017) kroz konzultantske usluge. Kako navodi Hrvatski jezični portal<sup>2</sup> konzultant je profesionalno kvalificirana osoba, koja uz naplatu pruža stručne savjete vezane za neko područje. Barišić (2012) objašnjava kako je vrlo mali broj studija usmjeren na ulogu konzultanata u projektima u odnosu na poduzetnike i njihove organizacije. Na internet stranici [www.Consultancy.uk](http://www.Consultancy.uk) (<https://www.consultancy.uk/consulting-industry/management-consulting>) pod naslovom Management consulting, objašnjene su tri glavne karakteristike zanimanja konzultanta. Prva je da konzultant, uz naplatu, pruža klijentu znanja i vještine koje mu u tom trenutku nedostaju, druga karakteristika je da konzultant posao obavlja samostalno i neovisno o klijentu jer je on zauzet svojim drugim poslovima. Treća i zadnja karakteristika jest da konzultant ima potrebne kvalifikacije i svoj posao odrađuje na profesionalan način. Osim nadležnih ministarstava u Hrvatskoj poput Ministarstva turizma i sporta, Ministarstva gospodarstva i održivog razvoja i Ministarstva poljoprivrede, postoje i institucije koje su od velike važnosti za konzultantske agencije kao što su Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO), Hrvatska banka za obnovu i razvoj (HABOR) i Hrvatska gospodarska komora (HGK).

Grad Lipik i lipičko područje nalazi se u Požeško–slavonskoj županiji, koja je klasificirana kao pretežito ruralno područje, kako navodi Čagalj (2021) u *Tablici 1. Županije u RH prema OECD kriteriju za urbana i ruralna područja i naselja*, i svi projekti usmjereni na boljitak života ljudi koji tu borave i žive, zapravo doprinose ruralnom razvoju. Stoga, osim Grada Lipika, LIRA bi mogla biti jedan od najvažnijih aktera ruralnog razvoja lipičkog kraja jer svojim radom pomaže fizičkim i pravnim osobama da unaprjeđuju ovo područje. Kako bi se to potvrdilo, provedena je anketa s korisnicima agencije koja prikazuje koliko je zapravo velik utjecaj LIRE na ruralni razvoj.

---

<sup>2</sup> Hrvatski jezični portal: konzultant; <https://hrvatski.en-academic.com/51256/konzultant>, (10. lipnja 2022.)

Tablica 1. Županije u RH prema OECD kriteriju za urbana i ruralna područja i naselja

Županija	Pretežito ruralna		Značajno ruralna		Pretežito urbana	
	Broj stanovnika	%	Broj stanovnika	%	Broj stanovnika	%
Bjelovarsko-bilogorska	119.764	6,00				
Brodsko-posavska	158.575	7,95				
Dubrovačko-neretvanska			122.568	8,17		
Istarska			208.055	13,87		
Karlovačka	128.899	6,46				
Koprivničko-križevačka	115.584	5,79				
Krapinsko-zagorska	132.892	6,66				
Ličko-senjska	50.927	2,55				
Međimurska			113.084	7,54		
Osječko-baranjska			305.032	20,33		
Primorsko-goranska			296.195	19,74		
Požeško-slavonska	74.034	3,91				
Sisačko-moslavačka	172.439	8,64				
Splitsko-dalmatinska			454.798	30,32		
Šibensko-kninska	109.375	5,48				
Varaždinska	175.951	8,82				
Virovitičko-podravska	84.836	4,25				
Vukovarsko-srijemska	179.521	9,00				
Zadarska	170.017	8,52				
Zagrebačka	317.606	15,92				
Grad Zagreb					790.017	100
Ukupno	1.994.420	100	1.499.732	100	790.017	

Izvor: Čagalj, 2021. Izračun prema DZS (Popis stanovništva, 2011)

Lipička razvojna i turistička agencija LIRA d.o.o.<sup>3</sup> osnovana je 2013. godine od strane Grada Lipika radi unaprjeđenja gospodarskog, turističkog i društvenog razvoja grada. Jedna od temeljnih zadaća LIRE je priprema i provedba EU i nacionalnih projekata. U agenciji djeluje ukupno 5 odjela: Razvojni odjel (priprema i provedba projekata), Centar umjetne inteligencije (Edukacijski centar i Poduzetnički inkubator), Lipički Kompas (web portal i tiskani mjesečnik), Lira Travel (turistička agencija, suvenirnica, iznajmljivanje bicikala), Bazeni Lipik (otvoreni bazeni u Lipiku).

<sup>3</sup> Podatci o Lipičkoj razvojnoj i turističkoj agenciji LIRA d.o.o. su preuzeti s njihove internetske stranice <https://www.liralipik.com> (20.7.2022.)

LIRA pruža niz usluga Gradu Lipiku, poduzetnicima, poljoprivrednicima, udrugama i ostalim ustanovama na području Grada Lipika i šire okolice. Podupire klijente u razvoju poduzetničkih ideja, pri ulasku u poduzetništvo kao i u rastu i razvoju njihovih poduzetničkih aktivnosti. Nudi financijsko, porezno i kreditno savjetovanje te savjetovanje o svim dostupnim natječajima. Djelatnici LIRE posjeduju višegodišnje iskustvo u pripremi i provedbi svih pretpristupnih i strukturnih fondova Europske Unije te natječaja nacionalnih ministarstava. U suradnji s poduzetnicima vrše cjelovitu analizu poduzetničkih pothvata, svih potrebnih elemenata za njegovo uspješno ostvarivanje te povezuje poduzetnike s kreditorima. Izrađuje Studije izvodljivosti s Analizom troškova i koristi čime dokazuje pripremljenost i koherentnost projektne ideje te detaljno analizira koristi i troškove projekta, temeljem čega se pokazuje opravdanost ulaganja u određeni projekt. Stručni djelatnici LIRE provode seminare i edukacije vezane za poduzetničku tematiku i fondove Europske Unije (uvod u poduzetništvo, poslovno planiranje, Project-Cycle management, Nove tehnologije itd.). LIRA je potporna institucija koji će svim zainteresiranim investitorima pomoći da brže realiziraju svoje projekte na području grada Lipika. Cilj je pomoći ulagaču da razvije svoje poslovanje uz što manje birokratskih prepreka, problema i kašnjenja, pri čemu je potrebna učinkovita suradnja između različitih organizacija. LIRA kroz svoje vlastite medijske projekte nudi mogućnost oglašavanja u Compasu, na Jumbo plakatima i bazenima u Lipiku.

LIRA ima bogato iskustvo u pripremi i provedbi projekata iz svih dostupnih EU fondova te na nizu projekata prekogranične suradnje. Imala je ustrojen Odjel socijalnih usluga kroz koji je nekoliko godina provodila program „Pomoć u kući“, uslugu „Dnevni boravak“ i organiziranje aktivnosti za starije i nemoćne. Sudjelovala je u pripremi i provedbi projekata prijavljenih na poziv Zaželi: „Zaželi i ti biti jedna od njih“ u vrijednosti od 3.068.643,98 kn i „Ponovno zaželi i ti biti jedna od njih“ u vrijednosti od 2.677.600,00 kn. Kontinuirano surađuje s udrugama različitih profila te ima iskustva u radu s mladima. Svojim iskustvom, kontaktima i suradnji s organizacijama civilnog društva koji rade s mladima značajno doprinosi provedbi projekta „Javi se, promijeni s(v)e!“ u kojem sudjeluje kao partner. Neki od projekata koje je LIRA pokrenula unutar svoje ovlasti su otvaranje Turističke agencije LIRA d.o.o., uspostava Lipičkog Compasa odnosno lokalnog medija, od 2020. godine upravlja kompleksima Bazena Lipik, provodila je projekt Pružanja postojećih i razvoj novih usluga LIRA za poduzetnike te sudjelovala u izgradnji veteranskog centra u Lipiku te provedbi Energetske obnove višestambenih zgrada u Lipiku itd.

U sklopu agencije djeluje i Centar umjetne inteligencije Lipik. Centar umjetne inteligencije Lipik (AI Center Lipik) osnovan je u Lipiku 30. ožujka 2021. godine. Unutar centra djeluju Edukacijski centar umjetne inteligencije koji provodi edukacije i osposobljavanja polaznika te Startup inkubator i akcelerator umjetne inteligencije koji pruža smještaj i mentorsku podršku tvrtkama koje se bave programiranjem i umjetnom inteligencijom.

Redovito sudjeluje na dodatnom usavršavanju i educiranju svojih zaposlenika pa tako ima potpisan ugovor s Hrvatskom agencijom za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO). Primjerice, ove godine sudjelovala je na radionicama u okviru usluge savjetovanje poduzetnika u rastu i razvoju gdje se zaposlenici na tjednoj bazi educiraju o poduzetništvu i načinu prijenosa tog znanja poduzetnicima. Također, novi zaposlenici su pohađali ciklus edukacija o pripremi i provedbi projekata za EU fondove organiziran od strane Regionalnog koordinatora razvoja Požeško-slavonske županije (PANORA). LIRA trenutno ima 10 zaposlenika.

### 3. MATERIJALI I METODE

Provedeno je će se istraživanje kojim se želi dokazati u kojoj mjeri LIRA utječe na ruralni razvoj lipičkog kraja, te se je istražila dobrobit razvojnih agencija na ruralno područje. Predmet istraživanja je mišljenje korisnika o pruženoj usluzi razvojne agencije i utjecaju provedene mjere na njihovo gospodarstvo, a samim time i na ruralni razvoj. Svrha istraživanja je znanstvena, jer će doprinijeti ukupnom znanju o utjecaju razvojne agencije na ruralni razvoj, ali i pragmatična, jer će se nakon ovoga istraživanja dobiti podatci koji će poslužiti za unaprjeđenje aktivnosti agencije. Također, do sada javnosti nisu poznata istraživanja na ovu temu konkretno, pa će isto doprinijeti cjelokupnoj slici aktera ruralnog razvoja. Cilj je usko vezan s predmetom jer se želi saznati pripada li LIRA u aktere ruralnog razvoja.

Analizom ankete će se utvrditi utječe li razvojna agencija na ruralni razvoj i u kojoj mjeri, a dobiveni odgovori će potvrditi ili odbaciti ranije postavljene pretpostavke prema anketi naziva Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o. (Prilog 1).

Stoga, radna hipoteza je da *Lipička razvojna i turistička agencija LIRA d.o.o. ima utjecaj na ruralni razvoj i to na način da svojim konzultantskim uslugama pomaže korisniku da se prijavi na natječaj za Program mjera ruralnog razvoja i time mu povećava šansu za dobivanjem novčanih sredstava kojima on unapređuje poslovanje svog gospodarstva, a time i ruralnog područja.*

#### 3.1. Opis materijala

U ovom odlomku su navedeni primarni i sekundarni materijali za izradu rada. Primarni materijali su: rezultati dobiveni kvantitativnom metodom anketiranja te analizom i sintezom. Sekundarni materijali preuzeti su iz razne literature, stručnih i znanstvenih časopisa i radova, internetskih članaka s portala i web stranica, statističkih podataka te knjiga. Literaturni podaci su pronađeni preko baze podataka Google Scholar i Hrčak - portala hrvatskih znanstvenih i stručnih časopisa.

### **3.2. Opis metodologije**

Tema završnog rada istražit će se kvantitativnom metodom anketiranja, a nakon toga analizom i sintezom, donijeti će se zaključak na temelju dobivenih podataka. U ovom odlomku je opisano zašto su korištene odabrane metode istraživanja.

Posavec (citirano prema Balabanić, 2021) istraživački proces rastavlja u tri faze: konceptualizaciju, operacionalizaciju i realizaciju istraživanja. Konceptualizacijom se definira predmet istraživanja, što uključuje: izbor i definiranje predmeta, definiranje svrhe ili razloga istraživanja, pregled literature, definiranje ciljeva istraživanja, orijentacijsko istraživanje, oblikovanje hipoteza, izbor varijabli istraživanja te izradu idejnoga nacrt istraživanja. U fazi operacionalizacije definiramo kako ćemo istražiti konceptualizirani predmet istraživanja. Ovaj segment istraživačkoga procesa uključuje: izbor metode i tehnike istraživanja, definiranje plana uzorka te osmišljavanje provedbe istraživanja. Na kraju se realizira istraživanje, koje uključuje: prikupljanje podataka, kontrolu postupka prikupljanja podataka, pripremu građe za obradbu te obradbu podataka.

Posavec (2011) navodi da su kvantitativna analiza sadržaja i analiza statističkih podataka podesne metode kojima će se na osnovi provedene ankete istražiti tema završnog rada.

### **3.3. Opis metoda**

Anketu je sastavila autorica rada u dogovoru s mentoricom na Učilištu i mentorom u LIRA-i d.o.o. Nakon definiranog predmeta, svrhe i cilja istraživanja, gdje su obuhvaćena općenita pitanja o pružanju usluge i zadovoljstvu pruženom uslugom konzultanata agencije LIRA, te pitanja o utjecaju provedbe mjere na poduzeće korisnika i socio-demografskih podataka, provedeno je pilot-testiranje na zaposlenicima agencije.

Razrađen je plan uzorka gdje je veća pozornost usmjerena na vrstu natječaja na koju su se prijavljivali korisnici te raznolikost lokaliteta s kojih dolaze, nego na ukupan broj ispitanika. Uzorak se sastoji od 40 potencijalnih ispitanika, koji su kontaktirani telefonskim putem, a zatim im je e-mailom poslan link ankete na Google obrascu (Prilog 1). Anketa je provedena u razdoblju od 1. do 11. lipnja 2022. godine.

Korištene metode analize i sinteze su usko povezane jedna s drugom. Analizom će se analizirati postotak učestalosti nekog odgovora na neko pitanje i postaviti mjerljive tvrdnje koje će se provjeravati statističkom analizom. Sintezom će se sintetizirati odgovori koji utječu na pojedine postavljene tvrdnje i na osnovu njih će se odbaciti ili prihvatiti radna

hipoteza. Na osnovu toga, donijeti će se zaključak o dosljednosti provedenog istraživanja te o postavljenoj hipotezi.

Sintezom odgovora ispitanika moći će se definirati karakteristike skupine ispitanika i to u područjima socio-demografskih karakteristika ispitanika, općenitih informacija o prijavama na mjeru Programa ruralnog razvoja te zadovoljstvu pruženom konzultantskom uslugom u LIRI.

Mjerljive tvrdnje u istraživanju dobivene su analizom pitanja koja su postavljana ispitanicima, gdje su morali odabrati u kojoj mjeri se slažu s određenom tvrdnjom preoblikovanom u pitanje. Stoga, tvrdnje koje treba prihvatiti ili odbaciti su: uspješna prijava na natječaj za mjeru Programa ruralnog razvoja bez konzultantske usluge, pozitivan ishod na natječaju za mjeru Programa ruralnog razvoja, utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na ukupnu ekonomsku vrijednost korisnikove imovine i gospodarstva, utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na modernizaciju korisnikovog gospodarstva i proizvodnog procesa općenito, utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na unapređenje korisnikovog gospodarstva i proizvodnog procesa općenito, utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na povećanje konkurentnosti korisnikovog gospodarstva i proizvoda na tržištu, utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na kvalitetu korisnikovog proizvodnog procesa i proizvoda, utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na promociju korisnikovog gospodarstva i proizvoda, utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na nova radna mjesta u korisnikovom gospodarstvu, utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na povećanje korisnikove želje da se nastave baviti time što rade i ostanu živjeti u ruralnom području.

Autorica rada smatra da je s obzirom na cilj istraživanja, metodologija ispravno postavljena, a što će omogućiti dobivanje relevantnih podataka.



## 4. REZULTATI I RASPRAVA

U ovom odlomku će se pojasniti razlog provođenja istraživanja i važnost dobivenih rezultata kroz odgovore korisnika konzultantskih usluga razvojne agencije LIRA. Na anketu je odgovorilo ukupno 30 ispitanika od predviđenih 40, koji su ujedno i korisnici konzultantskih usluga te će se u daljnjem tekstu koristiti oba naziva tijekom analize njihovih odgovora u istraživanju.

Prvenstveno je potrebno analizirati socio-demografske karakteristike ispitanika, općenite informacije o prijavama na mjeru Programa ruralnog razvoja te zadovoljstvo pruženom konzultantskom uslugom u LIRI kako bi se dobio uvid u obilježja uzorka ispitanika. Mjerljiva pitanja, odnosno ona iz kojih se mogu pretpostaviti tvrdnje relevantne za temu ovoga istraživanja, odnose se na uspješnost prijave na natječaj bez konzultantske pomoći, pozitivan ishod na natječaju za mjeru Programa ruralnog razvoja, povećanje ekonomske veličine, konkurentnosti i promocije gospodarstva, modernizaciju, kvalitetu i unapređenje proizvodnog procesa te otvaranje novih radnih mjesta i povećanje želje za nastavkom rada gospodarstva i života u ruralnom području.

Pretpostavlja se da se provođenjem mjera Programa ruralnog razvoja korisnicima povećava želja za življenjem u ruralnom području jer se financijskom pomoći može poboljšati dosadašnji rad gospodarstva ako je upravljanje gospodarstvom uspješno. Time se dolazi do boljeg financijskog rezultata, a prema Divu i sur. (2009) čovjek je zadovoljniji, stječe osjećaj važnosti te mu se povećava samopouzdanje i potvrđuje se da je ono što radi ispravno nakon što ostvari dobar financijski rezultat.

Ekonomski i socijalni pristupi se fokusiraju na ekonomiju i društvo kao jedinice analize, a psihološki pristup na pojedinca kao jedinicu analize, odnosno obilježja ličnosti poduzetnika povezana s poduzetništvom, kao što su potreba za postignućem, unutarnji lokus kontrole<sup>4</sup>, samopouzdanje i preuzimanje rizika (Dvir i sur., 2009). Primjenjujući ovaj

---

<sup>4</sup> lokus kontrole (lat. locus: mjesto i franc. contrôle: nadzor), opći naziv u psihologiji za doživljeni izvor kontrole osobnoga ponašanja i posljedica koje iz njega proizlaze. Osoba s unutarnjim lokusom kontrole sklona je preuzimanju odgovornosti za vlastita djela i najčešće vjeruje da je sama odgovorna za ono što joj se u životu događa. Osoba s vanjskim lokusom kontrole pripisuje svoje uspjehe i neuspjehe vanjskim silama, okolnostima,

koncept na konkretno istraživanje, moći će se prema dobivenim odgovorima odbaciti ili prihvatiti u uvodu navedena hipoteza da *Lipička razvojna i turistička agencija LIRA d.o.o. ima utjecaj na ruralni razvoj i to na način da svojim konzultantskim uslugama pomaže korisniku da se prijavi na natječaj za Program mjera ruralnog razvoja, čime mu povećava šansu za dobivanjem novčanih sredstava kojima on unapređuje poslovanje svog gospodarstva, a time i svoje ruralno područje.*

U nastavku su prikazani rezultati istraživanja među kojima se nalaze općeniti podatci te oni kojima će se prihvatiti ili odbaciti zadana hipoteza i to na način da su postavljene istraživačke pretpostavke koje treba opravdati i na temelju kojih će se statistički argumentirati postavljena hipoteza.

#### **4.1. Socio-demografske karakteristike ispitanika**

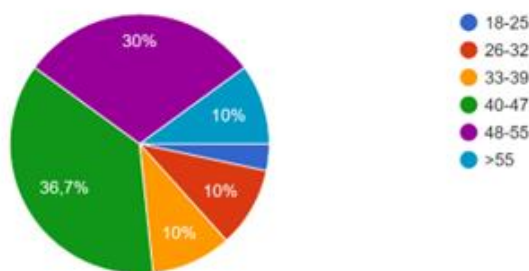
Analizom nadalje prikazanih podataka i grafikona dobit će se podaci o strukturi i karakteristikama ispitanika (spol, godine, mjesto stanovanja, razina obrazovanja). Ispitanici iz uzorka su slučajno odabrani korisnici konzultantskih usluga LIRE.

Na *Anketu o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.* odgovorilo je ukupno 30 osoba, od toga 9 žena (30%) i 21 muškarac (70%), što govori kako su vlasnici gospodarstava većinom muškarci. Može značiti i kako su muškarci skloniji zatražiti konzultantsku uslugu nego žene. Također se može i pretpostaviti da su možda muškarci hrabriji ulagati veće količine novca u poslovanje, no ovo su subjektivne pretpostavke autorice te je premali uzorak da bi se ijedna od navedenih pretpostavki mogla generalizirati, stoga se predlaže provedba istog istraživanja na većem uzorku na cijelom području Republike Hrvatske.

---

djelovanju drugih ljudi i sl. Lokus k. ne mjeri stvarno postojanje ili nepostojanje kontrole osobnoga ponašanja, već percepciju pojedinca o njegovu izvoru kontrole. Ispituje se ljestvicom internalnosti–eksternalnosti. (*lokus kontrole. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 23. 8. 2022. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=37041>*)

Koliko imate godina? Molimo odaberite.  
30 odgovora

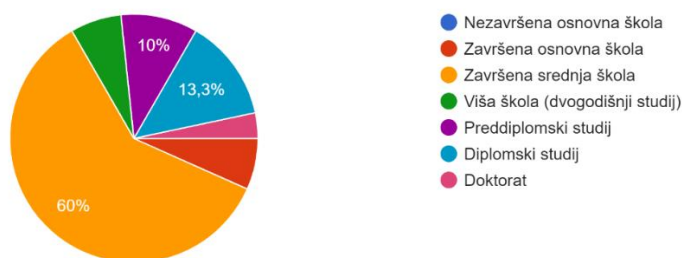


Grafikon 1. Starost ispitanika

Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

Prema *Grafikonu 1. Starost ispitanika* vidljivo je da je najviše ispitanika (37%) u rasponu starosti od 40 do 47 godina, a najmanje (3%) u rasponu starosti od 18 do 25 godina. Većina ispitanika, njih 13 (43%) dolazi iz Lipika, a ostali korisnici ravnomjerno iz okolnih sela kao što je Antunovac, Brekinska, Brezine, Janja Lipa, Marino Selo i Poljana te po jedan ispitanik iz Marindvora, Požege, Rešetara i dvoje iz Pleternice. Zaključuje se kako je konzultantska usluga dostupna na području općine Lipik i u širem području.

5. Koja je Vaša najviša razina obrazovanja? Molimo odaberite.  
30 odgovora



Grafikon 2. Najviša razina obrazovanja ispitanika

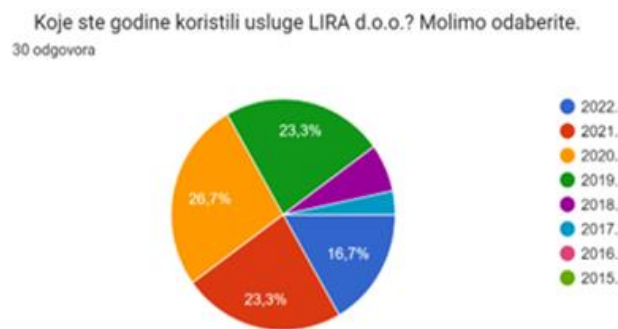
Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

*Grafikon 2. Najviša razina obrazovanja ispitanika* prikazuje strukturu obrazovanja ispitanika od kojih 60% ima završenu srednju školu, po dvoje osnovnu i višu školu, troje preddiplomski studij, četvero diplomski, a samo jedna od ispitanih osoba ima doktorat. Takva je obrazovna struktura ispitanika jako dobra, a ispitanici sa završenim srednjoškolskim obrazovanjem skloniji su zatražiti pomoć konzultanta pri prijavi na natječaj

za mjeru Programa ruralnog razvoja. Pod pravnim oblikom Obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva djeluje 80% ispitanika, 13% kao Samoopskrbno obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo, a svega 7% ispitanika vlasnici su Društva s ograničenom odgovornošću. Prema dobivenim odgovorima vidljivo je da se na natječaje za Program mjera ruralnog razvoja većinom prijavljuju obiteljska poljoprivredna gospodarstva.

#### 4.2. Općenite informacije o prijavama na mjeru Programa ruralnog razvoja

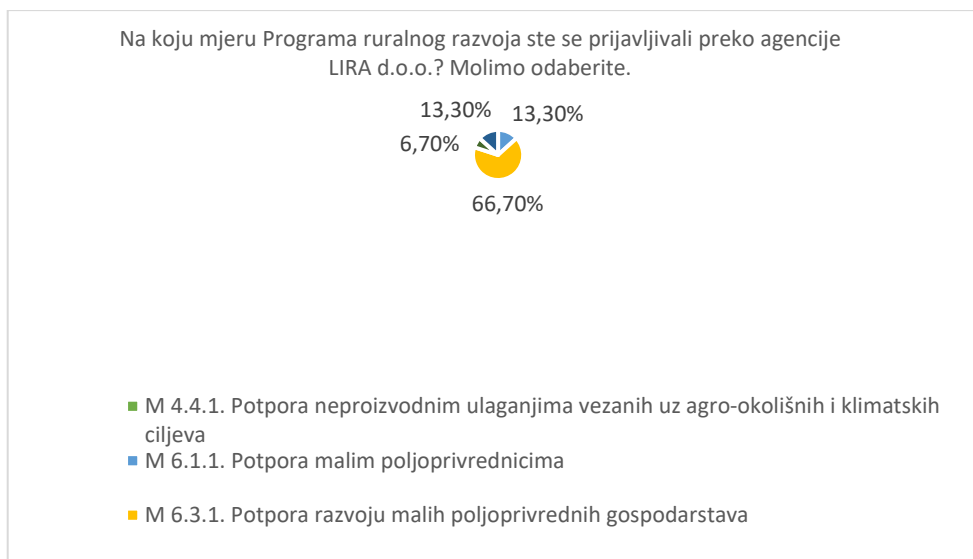
Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o. sadrži općenita pitanja o mjeri Programa ruralnog razvoja na koju su se ispitanici prijavili (godina korištenja konzultantske usluge, vrsta mjere Programa ruralnog razvoja, upoznatost s mjerom prije dolaska u LIRA d.o.o.).



Grafikon 3. Godina korištenja usluge LIRA d.o.o.

*Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.*

Grafikon 3. Godina korištenja usluge LIRA d.o.o. prikazuje kako je najviše ispitanika, njih 27% 2020. godine koristilo konzultantsku uslugu LIRE, zatim 23% 2019. i 2021. godine, 16% 2022., 6% 2018. te 3% 2017. godine.



**Grafikon 4. Mjere Programa ruralnog razvoja**

*Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.*

*Grafikon 4. Mjere Programa ruralnog razvoja* prikazuje kako se 20 (67%) ispitanika prijavljivalo na Mjeru 6.3.1. Potpora razvoju malih poljoprivrednih gospodarstva, četiri (13%) ispitanika se prijavilo na Mjeru 6.1.1. Potpora mladim poljoprivrednicima te isto toliko na Mjeru 4.1. Potpora ulaganju u poljoprivredna gospodarstva. Dvoje (7%) ispitanika se prijavilo na Mjeru 6.4. Ulaganje u razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnom području, te po jedan ispitanik (3%) na ostale mjere čije su nazive upisivali sami korisnici a koje spadaju u Mjeru 6.3.1. koju provodi LAG (Lokalna akcijska grupa Zeleni trokut).

*Mjera 6.3.1. Potpora razvoju malih poljoprivrednih gospodarstava* usmjerena je na ulaganja malih poljoprivrednih gospodarstava, ekonomske veličine između 2 000 € i 7 999 €. Prihvatljivi troškovi su kupnja domaćih životinja, bilja, sjemenskog i sadnog materijala, opremanje gospodarskih objekata, podizanje i/ili rekonstrukcija nasada, poboljšanje kvalitete poljoprivrednog zemljišta, njegova kupnja ili zakup, građenje i/ili opremanje objekata za prodaju i prezentaciju vlastitih poljoprivrednih proizvoda uključujući i troškove promidžbe te kupovina poljoprivredne mehanizacije, strojeva i opreme. *Mjera 6.1.1. Potpora mladim poljoprivrednicima* čiji su korisnici osobe od 18 do 40 godina usmjerena je na ista ulaganja kao i prethodno opisana Mjera 6.3.1. Jedina razlika je što je Mjera 6.1.1. usmjerena isključivo na mlade poljoprivrednike.

*Mjera 4.1. Potpora ulaganju u poljoprivredna gospodarstva* usmjerena je na rekonstruiranje, modernizaciju i povećanje konkurentnosti poljoprivrednih gospodarstava koji su upisani u Upisnik poljoprivrednika. *Mjera 6.4. Ulaganje u razvoj nepoljoprivrednih*

*djelatnosti* odnosi se na poljoprivredna gospodarstva upisana u upisnik poljoprivrednika, a prihvatljivi troškovi su iz sektora: turizam u ruralnom području; tradicijski, umjetnički obrti, izrada suvenira; usluge u ruralnim područjima; prerada/ trženje proizvoda, kako je navedeno na službenoj internetskoj stranici Programa ruralnog razvoja [www.ruralnirazvoj.hr](http://www.ruralnirazvoj.hr).

Na osnovu ovoga uzorka, može se zaključiti kako su se ispitanici prijavljivali na mjere kojima mogu prvenstveno unaprijediti i poboljšati svoje poslovanje u primarnoj poljoprivrednoj proizvodnji ili u ruralnom turizmu. Provođenjem nabrojanih mjera se utječe na važne segmente poslovanja gospodarstava što doprinosi ruralnom razvoju.

Prije odlaska u LIRA d.o.o, kako biste procijenili svoju upoznatost s mjerom Programa ruralnog razvoja na koju ste se prijavljivali? Molimo odaberite.  
30 odgovora



Grafikon 5. Upoznatost s mjerom Programa ruralnog razvoja

Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

Prije dolaska u razvojnu agenciju 40% ispitanika je detaljno proučilo sve priloge natječaja na koji se želio prijaviti, kako prikazuje *Grafikon 5. Upoznatost s mjerom Programa ruralnog razvoja*. Po pet ispitanika (17%) znalo je samo naziv mjere i na što se ta mjera odnosi, petoro ispitanika je čulo da izlazi natječaj za mjeru koja se odnosi na njih, a petoro je proučilo samo sažetak natječaja za mjeru na koju su se željeli prijaviti. Samo tri ispitanika (10%) nije znalo za mjeru na koju su se prijavili prije dolaska u LIRA d.o.o. po konzultantsku uslugu. To objašnjava upoznatost korisnika s mjerom na koju su se prijavljivali, pa se prema tome zaključuje kako više od polovice ispitanika (60%) nije samostalno iščitao sve priloge natječaja, a ostalih 40% koji jesu, je odlučilo povjeriti prijavu na natječaj konzultantu jer ju nisu htjeli/znali/mogli odraditi samostalno.

Analizom svih općenitih informacija o prijavi ispitanika na mjere Programa ruralnog razvoja može se zaključiti da postoji raznolikost u prijavama na natječaje za mjere ruralnog razvoja, čime se obuhvaćaju različita područja gospodarstva i stoga postoji pozitivan utjecaj Programa na ruralni razvoj općenito. U tome veliku ulogu ima LIRA koja pomaže svojim konzultantskim uslugama.

#### 4.3. Zadovoljstvo pruženom konzultantskom uslugom u Lipičkoj razvojnoj i turističkoj agenciji LIRA d.o.o.

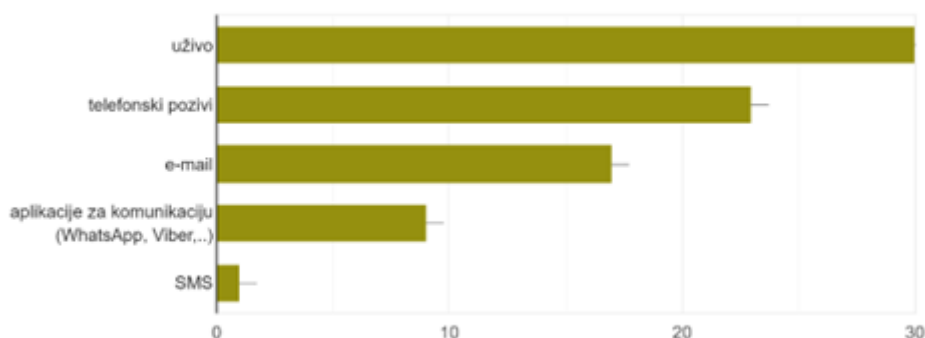
Tablica 2. Zadovoljstvo pruženom konzultantskom uslugom

		Uopće nisam zadovoljan /a	Nisam zadovoljan /a	Djelomično sam zadovoljan /a	Zadovoljan /a sam	Jako sam zadovoljan /a	Ukupan zbroj
Koliko ste zadovoljni s...	brzinom usluge?	-	-	1	17	12	30
	ljubaznošću konzultanta?	-	-	1	8	21	30
	pristupačnošću konzultanta?	-	-	1	9	20	30
	posvećenošću u agencije Vašem projektu?	-	-	1	18	11	30
	informacijama koje ste dobili od konzultanta?	-	-	2	15	13	30
	kvalitetom usluge općenito?	-	-	2	11	17	30

Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

Prema rezultatima istraživanja o zadovoljstvu pruženom uslugom sabranih u *Tablici 2. Zadovoljstvo pruženom konzultantskom uslugom* može se zaključiti kako su korisnici većinom zadovoljni ili jako zadovoljni brzinom usluge, ljubaznošću i pristupačnošću konzultanta, posvećenošću agencije njihovom projektu te informacijama koje su dobili. Korisnici su također zadovoljni ili jako zadovoljni kvalitetom usluge općenito, što govori kako će se oni vrlo vjerojatno vratiti po konzultantske usluge u budućnosti jer su bili zadovoljni kvalitetom pomoći prijave korisnika na mjeru Programa ruralnog razvoja.

Kako ste komunicirali sa konzultantom? Molimo odaberite sve što se odnosi na Vas.  
30 odgovora

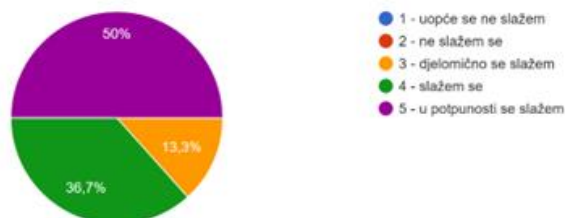


Grafikon 6. Komuniciranje s korisnikom

Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

Prema Grafikonu 6. Komuniciranje s korisnicima u 100% slučajeva komunikacija s korisnicima se odvijala uživo, što je očekivano na početku procesa prijave na natječaj. Često u praksi, zbog nekih informacija koje se mogu riješiti telefonski ili porukama, korisnici kasnije ne moraju dolaziti osobno u agenciju na sastanak s konzultantom. Sukladno tome, 77% korisnika je komuniciralo s konzultantom putem telefonskog poziva, njih 57% e-mailom, 30% aplikacijama za komunikaciju (WhatsApp, Viber,...), a samo jedan korisnik (3%) je naveo SMS poruke kao jedno od sredstava komunikacije. Iz ovih rezultata je vidljivo kako korisnicima najviše odgovara sastanak i komunikacija uživo ili je to samo praktičnije za prvi dogovor vezan uz natječaj. Međutim, vidljivo je i kako su konzultanti potpuno fleksibilni i dostupni za sve oblike komunikacije kao što su telefonski pozivi, e-mail, aplikacije za komunikaciju te SMS poruke.

Slažete li se da Vam je LIRA d.o.o. uštedila dragocjeno vrijeme koje biste utrošili da ste se samostalno prijavljivali na natječaj? Molimo odabrati od 1 do 5.  
30 odgovora



Grafikon 7. Ušteda vremena koje bi se utrošilo za prijavu na natječaj

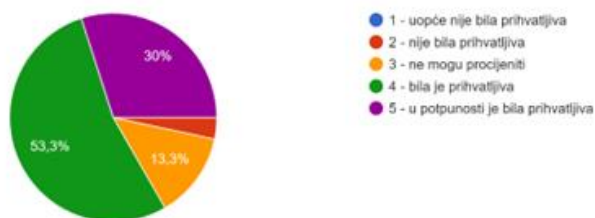
Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

Grafikon 7. Ušteda vremena koje bi se utrošilo na prijavu na natječaj prikazuje kako se 50% ispitanika u potpunosti slaže, a 37% se slaže sa tvrdnjom da im je LIRA uštedila



dragocjeno vrijeme koje bi utrošili za prijavu na natječaj za mjeru Programa ruralnog razvoja. Preostalih 13% ispitanika se djelomično slaže s prethodno navedenom tvrdnjom. Ovaj podatak direktno prikazuje kako LIRA svojim uslugama zadovoljava primarnu zadaću pomoći korisnicima da što brže, efikasnije i lakše obave prijavu na natječaj bez da moraju trošiti svoje dragocjeno vrijeme više nego što je potrebno. Time se ostvaruje pozitivan utjecaj na zadovoljstvo korisnika i stvaranje njihovog povjerenja prema razvojnoj agenciji te, vrlo vjerojatno, promociji „od uha do uha“ kao preporuku drugim potencijalnim korisnicima.

Je li Vam bila prihvatljiva cijena usluge koju ste platili agenciji LIRA d.o.o.? Molimo odabrati od 1 do 5.  
30 odgovora

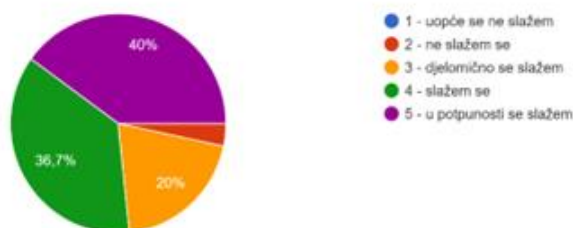


Grafikon 8. Prihvatljivost cijene pružene konzultantske usluge

Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

Prema Grafikonu 8. Prihvatljivost cijene pružene konzultantske usluge 16 ispitanika (53%) odgovara kako im je cijena konzultantsku usluge bila prihvatljiva, a 9 ispitanika (30%) kako im je cijena bila u potpunosti prihvatljiva. Četvero ispitanika, odnosno njih 13% to ne mogu procijeniti, a jedan korisnik tvrdi kako mu cijena usluge nije bila prihvatljiva. Ovi podaci govore kako je LIRA prilagodila cijene svojih usluga niži korisnika kojima ih nudi i pruža, odnosno da je usklađena cijena i kvaliteta dobivene usluge.

Slažete li se da bi trebalo biti više agencija kao što je LIRA d.o.o., koje se bave konzultantskim uslugama? Molimo odabrati od 1 do 5.  
30 odgovora



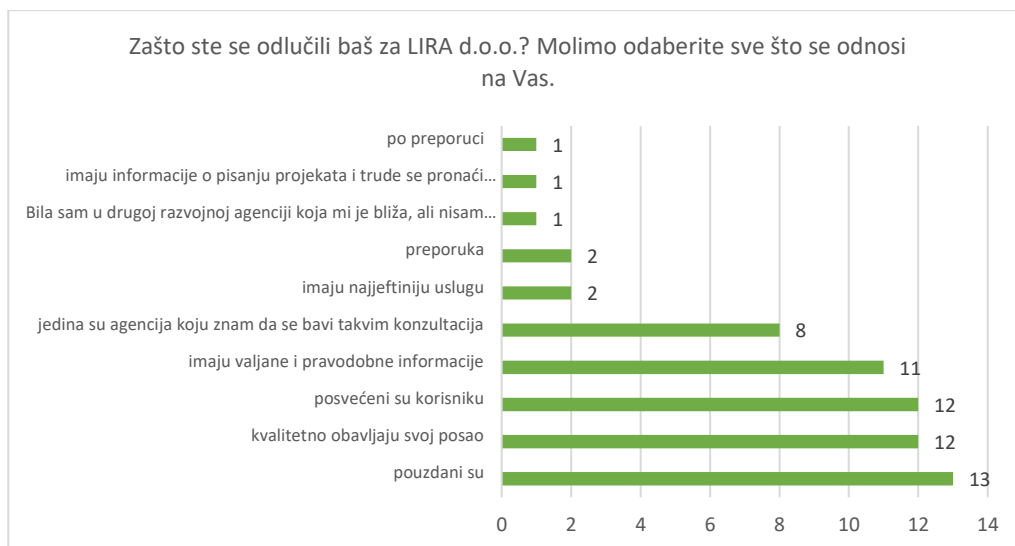
Grafikon 9. Potreba za agencijama koje se bave konzultantskim uslugama

Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

*Grafikon 9. Potreba za agencijama koje se bave konzultantskim uslugama* prikazuje kako se 36% ispitanika slaže, 40% ispitanika se u potpunosti slaže i 20% se djelomično slaže s tvrdnjom da bi trebalo biti više agencija kao što je LIRA d.o.o. koje se bave pružanjem konzultantskih usluga. Samo se jedan korisnik ne slaže s prethodnom navedenom tvrdnjom.

Na pitanje da u jednoj kratkoj rečenici opišu uslugu LIRA d.o.o. koja im je pružena, ispitanici su odgovarali većinom pozitivnim komentarima kako su zadovoljni i kako im je sve bilo uredu. „*Pruženo mi je sve detaljno od strane LIRA d.o.o., u potpunosti su bili pristupačni u bilo kojem trenutku ako mi nešto nije bilo jasno.*“ Ovo je jedan od pozitivnih komentara koji su pristigli uz pohvale na dobroj organizaciji, transparentnosti, brzini, ljubaznosti, stručnosti i razini usluge. Jedan odgovor ispitanika je sugerirao kako bi prema njemu usluga ipak mogla biti malo brža, a drugi se požalio na skupoću usluge koju je morao platiti.

Ispitanici su za LIRU najviše saznali preko prijatelja (33%) te preporukom u Savjetodavnoj službi i u Agenciji za plaćanja u poljoprivredi (33%). Njih 20% je saznalo preko prijašnjeg korisnika, isto toliko preko interneta. Dva su se ispitanika izjasnila da su za razvojnu agenciju saznali u gradskoj upravi, a dvoje ispitanika se nalaze u neposrednoj blizini agencije pa su tako saznali za agenciju. Po jedan ispitanik navodi višegodišnju suradnju, prijašnje projekte te Selekcijску službu kao izvor informacija za agenciju. Zanimljivo je kako nitko od ispitanika nije za LIRU saznao preko novina, iako agencija u sklopu svog poslovanja izdaju lokalni mjesečnik *Lipički Compas* koji često prati rad razvojnog odjela. Postavlja se pitanje kome je namijenjen lokalni mjesečnik, odnosno jesu li informacije koje se objavljuju u njemu kvalitetno usmjerene na ciljane skupine čitatelja. Također, je li tiskani mediji dobro distribuiran i da li je to podesan mediji za informiranje? To je nešto na što bi LIRA trebala obratiti pažnju u budućnosti svoga poslovanja. No, vidljivo je da su korisnici preko različitih institucija u svojem kraju doznali za analiziranu agenciju, najviše preko svojih prijatelja ili poznanika koji su preporučili agenciju kao korisnici njihovih usluga. Zadovoljstvo korisnika i institucija također u određenoj mjeri ima utjecaj na ruralni razvoj.



Grafikon 10. Zašto su se korisnici odlučili baš za LIRA d.o.o.

Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

Grafikon 10. sadrži odgovore ispitanika na pitanje zašto su se baš odlučili za LIRU. Od 30 ispitanika njih 13 (43%) navodi kako je razlog pouzdanost. Njih 40% navodi kao razlog kvalitetu obavljenog posla konzultanata, isto toliko navodi posvećenost korisnicima, 36% navodi kao razlog valjane i pravodobne informacije, a 27% kaže kako je to jedina agencija za koju znaju da se bavi pružanjem konzultantskih usluga. Kao razlog najjeftinije usluge navodi 7% ispitanika, a 10% da su uzeli konzultantsku uslugu zbog dobre preporuke. Jedan korisnik tvrdi kako je bio u drugoj razvojnoj agenciji gdje mu se usluga nije svidjela pa je potražio pomoć u LIRI, dok drugi ispitanik navodi da su razlog informacije koje konzultanti imaju za pisanje projekata te njihov trud za pronalazak rješenja problema koji se stvore tijekom pisanja projekta.

Analizom svih grafikona u ovom odlomku može se zaključiti kako je LIRA dobar partner u natječajnom postupku kojeg preporučuju nadležne gradske institucije, Savjetodavna služba, Agencija za plaćanja u poljoprivredi te zadovoljni korisnici koji su već koristili usluge razvojne agencije. S obzirom da su korisnici većinom zadovoljni ili jako zadovoljni brzinom usluge, ljubaznošću i pristupačnošću konzultanta, posvećenošću agencije njihovom projektu, informacijama koje su dobili, kvalitetom usluge općenito, zaključuje se kako LIRA svoj posao obavlja kvalitetno i odgovorno. Također, saznanje da su konzultanti dostupni za komunikaciju na raznim platformama, da je cijena usluga prihvatljiva velikoj većini korisnika te da se dobar glas daleko čuje, predlaže se zaključak da se već sada može inicirati

na pozitivnu uzročno-posljedičnu vezu kojom LIRA ima utjecaj ruralni razvoj i ostvaruje ulogu aktera ruralnog razvoja na ovom primjeru istraživanja.

#### **4.4. Iskustvo s provedbom mjera Programa ruralnog razvoja**

Prema pitanjima sadržanim u anketi postavljene su određene tvrdnje, odnosno pretpostavke prema kojima koje će se prihvatiti ili odbaciti zadana hipoteza, a to su: uspješna prijava na natječaj za mjeru Programa ruralnog razvoja bez konzultantske usluge, pozitivan ishod na natječaju za mjeru Programa ruralnog razvoja, utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na ukupnu ekonomsku vrijednost korisnikove imovine i gospodarstva, utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na modernizaciju korisnikovog gospodarstva i proizvodnog procesa općenito, utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na unapređenje korisnikovog gospodarstva i proizvodnog procesa općenito, utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na povećanje konkurentnosti korisnikovog gospodarstva i proizvoda na tržištu, utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na kvalitetu korisnikovog proizvodnog procesa i proizvoda, utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na promociju korisnikovog gospodarstva i proizvoda, utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na nova radna mjesta u korisnikovu gospodarstvu, utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na povećanje korisnikove želje da se nastave baviti time što rade i ostanu živjeti u ruralnom području.

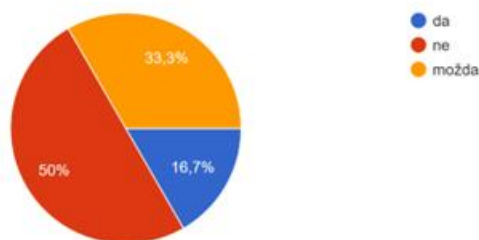
Analizom prethodno navedenih tvrdnji dobit će se konkretni odgovori na utjecaj provođenja mjera Programa ruralnog razvoja na poslovanje korisnikovog gospodarstva, gdje je uspješnost prolaska na natječaju ovisila o kvaliteti obavljenog posla konzultanta.

##### ***4.4.1. Uspješna prijava na natječaj za mjeru Programa ruralnog razvoja bez konzultantske usluge***

Zadaća konzultanta jest da svojim radom omogućuju korisniku što veću mogućnost prolaska na natječaju tako što će svojim znanjem i iskustvom doprinijeti kvaliteti prijave na natječaj za željenu mjeru Programa ruralnog razvoja.

Smatrate li da biste mogli **uspješno** obaviti prijavu na natječaj bez konzultantske usluge, sada kada imate iskustvo prijave? Molimo odaberite.

30 odgovora



Grafikon 11. Samostalna prijava na natječaj

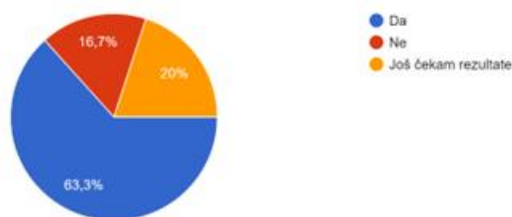
Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

Prema *Grafikonu 11. Samostalna prijava na natječaj* vidljivo je kako 50% ispitanika smatra da ne bi uspješno mogli obaviti prijavu na natječaj bez konzultantske usluge, a pod time se smatra da ne bi ostvarili financijsku potporu za unapređenje njihovog gospodarstva. Opciju da nisu sigurni u prethodno navedenu tvrdnju odabralo je 33% pa su odgovorili s „možda“, a 17% ispitanika je uvjeren da bi se mogli samostalno prijaviti na natječaj za mjeru Programa ruralnog razvoja i pritom ostvariti potporu. Ovakva struktura odgovora prikazuje utjecaj agencije na ruralni razvoj kroz uzročno-posljedičnu vezu jer 50% ispitanika vjeruje da bez konzultantskih usluga ne bi prošli na natječaju za mjeru Programa ruralnog razvoja ili bi se obeshrabrili da apliciraju na natječaju. S obzirom da su na natječaju prošli i investiraju u razvoj svojeg gospodarstva, oni definitivno utječu na ruralni razvoj lipičkog kraja uz pomoć razvojne agencije. Na ovom primjeru istraživanja, pretpostavka da će samostalna prijava na natječaj biti uspješna nije prihvaćena.

#### 4.4.2. *Pozitivan ishod na natječaju za mjeru Programa ruralnog razvoja*

Najbitnija stavka kod prijave na natječaj za mjeru Programa ruralnog razvoja jest da se na natječaju prođe i sukladno tome ostvare financijska sredstva kojima se može unaprijediti poslovanje gospodarstva u nekom segmentu.

Jeste li prošli na natječaju za mjeru Programa ruralnog razvoja na koji ste se prijavili?  
30 odgovora



Grafikon 12. Pozitivan ishod na natječaju za mjeru Programa ruralnog razvoja

Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

Prema podacima sadržanim u *Grafikonu 12. Pozitivan ishod na natječaju za mjeru Programa ruralnog razvoja*, vidljivo je da je čak 63%, odnosno 19 od 30 ispitanika, uspješno ostvarilo pravo na financiranje putem Programa mjera ruralnog razvoja. Njih 20% još čeka rezultate natječaja, a samo njih 5 (17%) nije ostvarilo pravo na financiranje. Razlog tomu može biti nedovoljno bodova za pozitivan ishod na natječaju, neadekvatno poslovanje koje nije u skladu za zahtjevima i pravilima natječaja, ili jednostavno nedostatak novca u fondu za financiranje. To su najčešći razlozi s kojima se susretala autorica rada tijekom obavljanja stručne prakse u agenciji. Može se zaključiti kako je većina ispitanih korisnika konzultantskih usluga LIRE ostvarila pravo na financiranje kojim mogu poboljšati neki segment svoga gospodarstva, ostvariti veću dobit, proširiti poslovanje i time utjecati na ruralni razvoj svog kraja.

Osim socio-demografskih karakteristika ispitanika, prema dosadašnjim rezultatima istraživanja LIRA je direktno utjecala na ruralni razvoj na način da je svojim radom doprinijela uspješnosti prolaska na natječaju za mjeru iz Programa ruralnog razvoja i na temelju uzorka LIRA ostvaruje ulogu aktera ruralnog razvoja. Daljnje tvrdnje ovise isključivo o uspješnosti upravljanja gospodarstvom te na koji način će se uložiti dobiveni novac i hoće li to poboljšati neki segment poslovanja, čime se može utjecati na cjelokupni ruralni razvoj lipičkog kraja.

#### **4.4.3. Utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na ukupnu ekonomsku vrijednost korisnikove imovine i gospodarstva**

Na sljedeća pitanja o utjecaju provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na poslovanje gospodarstva odgovarali su samo ispitanici koji su prošli na natječaju za

određenu mjeru. Prema *Grafikonu 12. Pozitivan ishod na natječaju za mjeru Programa ruralnog razvoja* vidljivo je da je ukupno 19 ispitanika prošlo na natječaju za mjeru Programa ruralnog razvoja.

Načelo uspješnog poslovanja jest da bi se financijskim ulaganjem trebala povećati ekonomska vrijednost gospodarstva. Iako u rijetkim slučajevima neuspješnog upravljanja gospodarstvom dolazi do pada ili stagniranja ekonomske vrijednosti gospodarstva uslijed financijskog ulaganja u isto, to nije bio slučaj kod ispitanika ovoga istraživanja.

Tablica 3. Utjecaj na ukupnu ekonomsku vrijednost korisnikove imovine i gospodarstva

Možete li procijeniti koliko provedba mjere utječe na ukupnu ekonomsku vrijednost Vaše imovine/ Vašega gospodarstva	Uopće ne utječe	Ne utječe	Ne mogu procijeniti	Utječe	Jako utječe	Ukupan zbroj
	-	-	1	11	7	19

Izvor: Anкета o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

Samo jedan ispitanik tvrdi kako ne može procijeniti je li provedba mjere utjecala na ekonomsku vrijednost njegovog gospodarstva, dok ostali ispitanici ističu da provedba mjere utječe (11), odnosno jako utječe (7) na ekonomsku vrijednost njihove imovine/gospodarstva što je prikazano u *Tablici 2*. Prema ovim odgovorima, za ovu tvrdnju, može se zaključiti kako provedba mjere Programa ruralnog razvoja ima utjecaj na ruralni razvoj u vidu povećanja ekonomskih vrijednosti gospodarstava.

#### **4.4.4. Utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na modernizaciju korisnikovog gospodarstva i proizvodnog procesa općenito**

Moderniziranje opreme, strojeva i proizvodnog procesa je jedna od ključnih stavki održivosti gospodarstva u Hrvatskoj. Preporučuje se da se ulaganja usmjere tako da u nekoj mjeri utječu na povećanje modernizacije gospodarstva.

Tablica 4. Utjecaj na modernizaciju korisnikovog gospodarstva i proizvodnog procesa općenito

Možete li procijeniti koliko provedba mjere utječe na modernizaciju Vašeg gospodarstva/ proizvodnog procesa općenito	Uopće ne utječe	Ne utječe	Ne mogu procijeniti	Utječe	Jako utječe	Ukupan zbroj
	1	1	-	10	7	19

Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

Više od polovice ispitanika koji su prošli na natječajima, odnosno 10 od 19 ispitanika (57%) smatra da je provedba mjere Programa ruralnog razvoja utjecala na modernizaciju njihovih gospodarstava i proizvodnog procesa općenito, a 7 ispitanika (37%) smatra da jako utjecala. Po jedan ispitanik (5%) smatra da provedba mjere nije ili da uopće nije utjecala na modernizaciju njegova gospodarstva. Prema ovim odgovorima, za ovu tvrdnju, može se zaključiti kako provedba mjere Programa ruralnog razvoja ima utjecaj na ruralni razvoj u vidu modernizacije korisnikovog gospodarstava i proizvodnog procesa općenito.

#### **4.4.5. Utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na unapređenje korisnikovog gospodarstva i proizvodnog procesa općenito**

Pokazatelj dobrog ulaganja i iskorištavanja kapitala jest unapređenje poslovanja gospodarstva, odnosno pozitivnog pomaka u poslovanju.

Tablica 5. Utjecaj na unapređenje korisnikovog gospodarstva i proizvodnog procesa općenito

Možete li procijeniti koliko provedba mjere na unapređenje Vašega gospodarstva/ proizvodnog procesa općenito	Uopće ne utječe	Ne utječe	Ne mogu procijeniti	Utječe	Jako utječe	Ukupan zbroj
	-	1	2	8	8	19

Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

U Tablici 5. Utjecaj na unapređenje korisnikovog gospodarstva i proizvodnog procesa općenito prikazano je kako 8 od 19 ispitanika (42%) koji su uložili neku svotu novca u svoje poslovanje tvrde kako je to utjecalo na unapređenje njihovog gospodarstva i proizvodnog procesa općenito, a isto toliko tvrdi da je jako utjecalo. Dvije osobe (10%) ne mogu procijeniti utjecaj, a jedna (5%) tvrdi da nije utjecalo. Prema ovim odgovorima, za ovu tvrdnju, može se zaključiti kako provedba mjere Programa ruralnog razvoja ima utjecaj



na ruralni razvoj u vidu unapređenja korisnikovog gospodarstava i proizvodnog procesa općenito.

#### 4.4.6. Utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na povećanje konkurentnosti korisnikovog gospodarstva i proizvoda na tržištu

Na hrvatskom tržištu ima mnogo poljoprivrednih gospodarstava odnosno proizvođača. Da bi se postigla konkurentnost proizvoda ili usluga koja se nudi, ona mora biti prvenstveno kvalitetna, ali i drugačija, originalna, na neki način posebna kako bi privukla pažnju kupca te kako bi zadovoljila njegove želje i potrebe. Na taj način će se kupac uvijek htjeti vratiti po isti proizvod i biti će spreman platiti više ako se zadovolje njegove potrebe. Pirić (2008) objašnjava konkurentnost poduzeća jednako kao i njegov imidž, da je utemeljena na cjelovitosti, intenzitetu i integriranosti korporacijskih komunikacijskih aktivnosti<sup>5</sup> poduzeća na razinama marketinške, organizacijske i menadžerske komunikacije.

Tablica 6. Utjecaj na povećanje konkurentnosti korisnikovog gospodarstva i proizvoda na tržištu

Možete li procijeniti koliko provedba mjere utječe na povećanje konkurentnosti Vašega gospodarstva/proizvoda na tržištu	Uopće ne utječe	Ne utječe	Ne mogu procijeniti	Utječe	Jako utječe	Ukupan zbroj
	-	1	4	8	6	19

Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

Jedan (5%) ispitanik smatra da provedba mjere nema utjecaj na povećanje konkurentnosti njegovog gospodarstva, dok 8 od 19 ispitanika (42%) smatra kako provedba mjere Programa ruralnog razvoja ima utjecaj na povećanje konkurentnosti njegova gospodarstva i proizvoda općenito, a 6 ispitanika (32%) smatra da jako utječe. Prema *Tablici 6. Utjecaj na povećanje konkurentnosti korisnikovog gospodarstva i proizvoda na tržištu* vidljivo je da četvero (21%) ispitanika ne može procijeniti utjecaj. Prema ovim odgovorima može se zaključiti kako provedba mjere Programa ruralnog razvoja ima utjecaj na ruralni

<sup>5</sup> Korporacijske komunikacije objedinjavaju dimenziju upravljačke, organizacijske i marketinške komunikacije na razini poduzeća te kako odgovarajućim intenzitetom njihove primjene i odgovarajućim stupnjem integracije mogu utjecati na upravljanje imidžom poduzeća. (Pirić, 2008)

razvoj u vidu povećanja konkurentnosti korisnikovog gospodarstava i proizvodnog procesa općenito.

#### **4.4.7. Utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na kvalitetu korisnikovog proizvodnog procesa i proizvoda**

Iako se često kaže da je kvaliteta subjektivna, za većinu proizvoda na tržištu postoje neki uvriježeni kriteriji kvalitete koji bi trebali postojati želi li netko svoj proizvod plasirati pod pridjevom kvalitetan.

Tablica 7. Utjecaj na kvalitetu korisnikovog proizvodnog procesa i proizvoda

Možete li procijeniti koliko provedba mjere utječe na kvalitetu Vašega proizvodnog procesa/ proizvoda	Uopće ne utječe	Ne utječe	Ne mogu procijeniti	Utječe	Jako utječe	Ukupan zbroj
	-	-	2	10	7	19

Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

Prema odgovorima U Tablici 7. može se zaključiti kako provedba mjere Programa ruralnog razvoja ima utjecaj na ruralni razvoj u vidu povećanja kvalitete korisnikovog proizvodnog procesa i proizvoda jer više od polovice (53%), odnosno 10 od 19 ispitanika se izjasnilo da provedba mjere Programa ruralnog razvoja utječe na kvalitetu njihovog proizvodnog procesa i proizvoda, a 7 (37%) tvrdi kako jako utječe. Samo dva ispitanika (10%) ne mogu procijeniti utjecaj.

#### **4.4.8. Utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na promociju korisnikovog gospodarstva i proizvoda**

Kao i kod konkurentnosti, treba ulagati i u promociju gospodarstva da bi se osigurao veći tržišni udio i povećala ekonomska dobit u vidu većih prihoda od prodaje.

Tablica 8. Utjecaj na promociju korisnikovog gospodarstva i proizvoda

Možete li procijeniti koliko provedba mjere utječe na promociju korisnikovog gospodarstva/proizvoda	Uopće ne utječe	Ne utječe	Ne mogu procijeniti	Utječe	Jako utječe	Ukupan zbroj
	2	2	4	7	4	19

Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

Da provedba mjere Programa ruralnog razvoja utječe na promociju njihovog gospodarstva i proizvoda smatra 7 od 19 ispitanika (37%), odnosno četvero (21%) da jako utječe. Također, četvero ispitanika ne može procijeniti utjecaj, a dvoje (10%) se izjasnilo da ne utječe odnosno dvoje da uopće ne utječe na promociju njihovog gospodarstva i proizvoda. Prema ovim odgovorima može se zaključiti kako provedba mjere Programa ruralnog razvoja utječe na ruralni razvoj u vidu promocije korisnikovog gospodarstva i proizvoda što pokazuje više od 50% pozitivnih odgovora na ovo pitanje.

#### 4.4.9. Utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na nova radna mjesta na korisnikovom gospodarstvu

Nezaposlenost u Hrvatskoj raste iz dana u dan i svako otvaranje novoga radnog mjesta, pogotovo u ruralnim područjima je jako važno. Stoga treba raditi na poboljšanju uvjeta za otvaranje novih radnih mjesta.

Tablica 9. Utjecaj na nova radna mjesta na korisnikovom gospodarstvu

Možete li procijeniti koliko provedba mjere utječe na nova radna mjesta/zapošljavanje u Vašem gospodarstvu	Uopće ne utječe	Ne utječe	Ne mogu procijeniti	Utječe	Jako utječe	Ukupan zbroj
	8	3	1	4	3	19

Izvor: Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

Tablica 9. Utjecaj na nova radna mjesta u korisnikovom gospodarstvu, možda i jedna od najvažnijih do sada, sadrži podatke da je provedba mjere Programa ruralnog razvoja kod 4 do 19 ispitanika (21%) utjecala na otvaranje novih radnih mjesta, a kod njih 3 (16%) je jako utjecala. Jedan ispitanik (5%) ne može procijeniti utjecaj, troje (16%) tvrdi da ne utječe,

a 8 ispitanika (42%) tvrdi da uopće ne utječe. Prema ovim odgovorima, statistički, se može zaključiti da mjere Programa ne utječu na otvaranje novih radnih mjesta u korisnikovu gospodarstvu. Omjer je 7:12 od ukupno 19 ispitanika, što govori kako u trenutku istraživanja ne postoji utjecaj, ali bi u budućnosti prijavom na neku novu mjeru Programa ruralnog razvoja moglo utjecati. Također je važno naglasiti da se radna mjesta ne gube za ovaj uzorak ispitanika.

#### ***4.4.10. Utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na povećanje korisnikovih želja da se nastave baviti time što rade i ostanu živjeti u ruralnom području***

Općepoznato je da hrvatska politika traži rješenja kako poboljšati gospodarske aktivnosti u zemlji, kako nekome povećati želju da ostane u Republici Hrvatskoj i nastavi se baviti time što radi i na taj način utječe na povećanje broja radnih mjesta, na brutto društveni proizvod, ruralni razvoj, razvoj gospodarstva i društva općenito. Prema ovome istraživanju trebalo bi se intenzivno raditi na tome da se financijski olakša i rastereti poslovanje poljoprivrednika jer prema *Tablici 10.*, nakon dobivenih financijskih sredstava poljoprivrednicima se povećala želja da se nastave baviti time što rade i ostanu živjeti i razvijati svoje ruralno područje. Prijašnja istraživanja<sup>6</sup> pokazala da su poljoprivrednici izuzetno vezani za svoja gospodarstva i izražavaju ponos prema onome što rade jer im to donosi hranu na stol. Istraživanja o zadovoljstvu korisnika konzultantskim uslugama, gotovo da i nisu provedena u posljednje vrijeme, tako da autorica rada ne raspolaže usporedivim podatcima.

---

<sup>6</sup> Martić (1971) u rezultatima istraživanja „Odnos prema zemlji i percepcije statusa i zanimanja poljoprivrednika“ prikazuje kako poljoprivrednici kao dobre strane navode da su sami svoje gazde, da si mogu neometano rasporediti poslove koje trebaju obaviti te da nisu vezani uz radno vrijeme. Također navode da ljeti rade, a zimi mogu odmarati te da nisu vezani ni za koga u vidu da imaju sve potrebne namirnice za preživljavanje i siguran prihod od istih.

Tablica 10. Utjecaj na povećanje korisnikove želje da se nastave baviti time što rade i ostanu živjeti u ruralnom području

Možete li procijeniti koliko provedba mjere utječe na povećanje želje da se nastavite baviti time što radite i ostanete živjeti u ruralnom području	Uopće ne utječe	Ne utječe	Ne mogu procijeniti	Utječe	Jako utječe	Ukupan zbroj
	-	-	2	8	9	19

Izvor: Anкета o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

Da provedba mjere Programa ruralnog razvoja ima utjecaj na povećanje njihove želje da se nastave baviti time što rade i ostanu živjeti u ruralnom području smatra 8 od 19 ispitanika (42,%), a njih čak 9 (47%) tvrdi da jako utječe. U Tablici 10. Utjecaj na povećanje korisnikove želje da se nastave baviti time što rade i ostanu živjeti u ruralnom području vidljivi su podatci kako samo dvoje ispitanika (10%) ne mogu procijeniti utjecaj. Prema ovim odgovorima može se zaključiti kako ih je provedba mjere Programa ruralnog razvoja potaknula da se nastave baviti time što rade i da im se poveća želja da ostanu živjeti u ruralnom području. Shodno tome i svim prethodnim tvrdnjama to je veliki uspjeh i utjecaj LIRE u procesu smanjenja trenda napuštanja poljoprivrednih zanimanja i ruralnog područja.

#### 4.5. Sinteza dobivenih podataka

Prema odgovorima iz ankete, struktura ispitanika je raznolika jer dolaze iz cijelog lipičkog kraja i šire, većina su muškarci, ali je raspon godina od 18 do više od 55. Najviše ih ima završenu srednju školu i većinom su vlasnici OPG-a. Može se zaključiti kako LIRA svoje usluge pruža i prilagođava svim grupama korisnika kako bi unapređenjem svog poslovanja utjecali na ruralni razvoj u svojem području. Također, raznolikost mjera Programa ruralnog razvoja doprinosi da u različitim područjima i segmentima gospodarstva korisnici mogu napraviti poboljšanja novčanim ulaganjima.

Od postavljenih tvrdnji posebno treba istaknuti one o uspješnosti prijave na natječaj za mjeru Programa ruralnog razvoja bez konzultantske usluge i prolasku na natječaju za mjeru Programa ruralnog razvoja jer tu LIRA još uvijek ima direktan utjecaj na uspješnost prijave na natječaj za mjeru Programa ruralnog razvoja i dobivanja novčanih sredstava. Prema rezultatima na ovom uzorku ispitanika njih polovica smatra kako ne bi mogla samostalno

obaviti uspješnu prijavu, a njih čak 63% je prošlo na natječaju. Ostale tvrdnje u velikoj mjeri ovise o samom upravljanju gospodarstva i načinu na koji će se dobiveni novac uložiti.

Prema rezultatima istraživanja zaključuje se da provedba mjera Programa ruralnog razvoja pozitivno utječe na ukupnu ekonomsku vrijednost korisnikove imovine i gospodarstva, na modernizaciju korisnikovog gospodarstva i proizvodnog procesa općenito, na unapređenje korisnikovog gospodarstva i proizvodnog procesa općenito, na povećanje konkurentnosti korisnikovog gospodarstva i proizvoda na tržištu, na kvalitetu korisnikovog proizvodnog procesa i proizvoda, na promociju korisnikovog gospodarstva i proizvoda te na povećanje korisnikovog želje da se nastave baviti time što rade i ostanu živjeti u ruralnom području.

Utjecaj provedbe mjere Programa ruralnog razvoja na nova radna mjesta u korisnikovu gospodarstvu nije statistički potvrđena, jer ne izražava postotnu većinu. Međutim, iako u trenutku provođenja istraživanja nije postajao utjecaj, prijavom na neku drugu ili novu mjeru u budućnosti bi moglo utjecati na nova radna mjesta.

Kada se sve uzme u obzir ovo istraživanje je dobra podloga za neka daljnja istraživanja. Također, istraživanjem se dokazuje kako razvojne agencije imaju značajan utjecaj na razvoj ruralnog područja i da svojim konzultantskim uslugama zaslužuju ulogu aktera ruralnoga razvoja.

Afirmativna hipoteza pretpostavlja pozitivnu povezanost ispitivanih pojava, ili rečeno statističkim rječnikom, pozitivnu korelaciju između zavisne i nezavisne varijable. U skladu s tom hipotezom proučavane su pojave u međusobnoj vezi i mijenjaju se u istom smjeru (Lamza Posavec, 2004).

Zaključno s ovim odlomkom i sintezom svih tvrdnji koje prema odgovorima ispitanika i statističkim kriterijima idu u pozitivnu korist radne hipoteze, ona prelazi u afirmativnu te se potvrđuje da *Lipička razvojna i turistička agencija LIRA d.o.o. ima utjecaj na ruralni razvoj i to na način da svojim konzultantskim uslugama pomaže korisniku da se prijavi na natječaj za Program mjera ruralnog razvoja i time mu povećava šansu za dobivanjem novčanih sredstava kojima on unapređuje poslovanje svog gospodarstva, a time i ruralno područje lipičkog kraja.*

## 5. ZAKLJUČAK

Provedbom kvantitativnog istraživanja anketiranjem korisnika o konzultantskim uslugama Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o. potvrđena je postavljena hipoteza *da Lipička razvojna i turistička agencija LIRA d.o.o. ima utjecaj na ruralni razvoj i to na način da svojim konzultantskim uslugama pomaže korisniku da se prijavi na natječaj za Program mjera ruralnog razvoja i time mu direktno povećava šansu za dobivanjem novčanih sredstava kojima unapređuje poslovanje svog gospodarstva, a time i ruralno područje lipičkog kraja.*

LIRA, prema odgovorima ispitanika, pruža stručnu, brzu i kvalitetnu uslugu kojom direktno utječe na uspješnost prijave na natječaj za mjeru Programa ruralnog razvoja. Zaključeno je da provedba mjera Programa ruralnog razvoja pozitivno utječe na ruralni razvoj prema sljedećim tvrdnjama: na ukupnu ekonomsku vrijednost korisnikove imovine i gospodarstva, na modernizaciju korisnikovog gospodarstva i proizvodnog procesa općenito, na unapređenje korisnikovog gospodarstva i proizvodnog procesa općenito, na povećanje konkurentnosti korisnikovog gospodarstva i proizvoda na tržištu, na kvalitetu korisnikovog proizvodnog procesa i proizvoda, na promociju korisnikovog gospodarstva i proizvoda te na povećanje korisnikove želje da se nastave baviti time što rade i ostanu živjeti u ruralnom području.

Iako je uzorak ispitanika bio nešto manji, rezultati ovog istraživanja su odlična podloga za daljnja istraživanja o zadovoljstvu konzultantskim uslugama razvojnih agencija u ruralnim područjima Republike Hrvatske.

Lipička razvojna i turistička agencija LIRA d.o.o. zahvaljujući stručnosti i kvaliteti svoji konzultantskih usluga bez premca zaslužuje ulogu aktera ruralnog razvoja lipičkog područja i okolice.

## 6. LITERATURA

1. Arapović, J. i Bokan, N. (2018). Ekološka modernizacija i ruralni razvoj: između teorije i prakse . *Agroeconomia Croatica*, 8 (1), 94-102. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/214214> (14.lipnja.2022.)
2. Avram, N. (2021). PRIMJENA" LEADER" PROGRAMA KAO KONCEPTA JAČANJA KONKURENTNOSTI I RURALNOG RAZVOJA EU. Preuzeto s [http://jbf.ekofis.ues.rs.ba/images/2021/ZR\\_JPF2021/33\\_Avram.pdf](http://jbf.ekofis.ues.rs.ba/images/2021/ZR_JPF2021/33_Avram.pdf) (14.lipnja.2022.)
3. Balabanić, I. (2021). Vesna Lamza Posavec: Metodologija društvenih istraživanja: temeljni uvidi. *Društvena istraživanja*, 30 (3), 637-639. Preuzeto s <https://doi.org/10.5559/di.30.3.09> (14.lipnja.2022.)
4. Barišić, A.F. (2012). Menadžment konzalting kao oblik poduzetničkog učenja i izvor poslovnog znanja. *Učenje za poduzetništvo*, 2 (1), 79-92. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/130178> (14.lipnja.2022.)
5. Čagalj, M., Ivanković, M., Dulčić, Ž., Grgić, I. i Paštar, M. (2021). Tipologija ruralnog prostora Republike Hrvatske s posebnim osvrtom na Splitsko-dalmatinsku županiju. *Agroeconomia Croatica*, 11 (1), 93-103. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/269945>
6. Dvir, D., Sadeh, A., Pines, A. M. i Shenhar, A. J. (2009.), Key entrepreneurial traits and their relationship to venture uncertainty and venture success, u: Kocaoglu, D. F., Anderson, T. R. i Daim, T. U. (ur.), *PICMET'09-2009. Portland International Conference on Management of Engineering i Technology* (str. 1812-1818.), Portland: Portland State University
7. Ivković, M., Barković, Đ. i Baćani, S. (2010). Komascija zemljišta i ruralni razvoj. *Geodetski list*, 64 (87) (4), 297-312. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/64686>
8. Kušen, E. (2003). Uređenje, razvoj i obnova hrvatskog ruralnog prostora. *Sociologija i prostor*, 41 (1/2 (159/160)), 29-45. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/35522> (14.lipnja.2022.)
9. Lamza Posavec, V. (2004.), *Metode društvenih istraživanja*, Interna skripta, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb,



10. Martić, M. (1971). Odnos prema zemlji i percepcije statusa i zanimanja poljoprivrednika (Rezultati istraživanja). *Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnog razvoja*, (34), 3-21.
11. Pirić, V. (2008). Utjecaj korporacijskih komunikacija na imidž i konkurentnost poduzeća. *Market-Tržište*, 20(2), 149-162.
12. Stipanović, B. (2017). Evaluacija uloge regionalne agencije Rera u promicanju mjere potpore razvoju malih poljoprivrednih gospodarstava. Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, 8 (1), 79-83. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/182989> (14.lipnja.2022.)
13. Stipanović, B. (2017). Odredišni menadžment čimbenik integralne povezanosti primorskog i ruralnog razvoja (doktorska disertacija). Međugorje, Fakultet društvenih znanosti dr. Milenka Brkića

Internet i ostali izvori:

14. Hrvatski jezični portal: konzultant; <https://hrvatski.en-academic.com/51256/konzultant>, (10. lipnja 2022.)
15. Jelić Mück, V. i sur. (2016). Napredak politika ruralnog razvoja u Jugoistočnoj Europi – Periodični osvrt. ODRAZ – Održivi razvoj zajednice, Hrvatska
16. Lamza Posavec, V. (2011). KVANTITATIVNE METODE ISTRAŽIVANJA: ANKETA I ANALIZA SADRŽAJA. Zagreb, Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu
17. Menagment consulting, Consulting.uk, <https://www.consultancy.uk/consulting-industry/management-consulting> ( 3.srpnja.2022.)
18. Pleš, M. (2022): Dnevnik stručne prakse, VGUK
19. Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2014.-2020. odobrena inačica EN verzija 9.1., <https://ruralnirazvoj.hr/program/> (10. lipnja 2022.)

## 7. PRILOZI

### 7.1. Prilog 1. Anketa o zadovoljstvu korisnika uslugom Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o.

Poštovani/na,

pred Vama se nalazi anketa kojom želimo istražiti Vaše prijašnje iskustvo suradnje s Lipičkom razvojnom i turističkom agencijom LIRA d.o.o. Lijepo Vas molimo da svojim iskrenim odgovorima pomognete u unapređenju konzultantskih usluge Lipičke razvojne i turističke agencije LIRA d.o.o., te u realizaciji završnog rada Marijane Pleš, studentice Visokog gospodarskog učilišta u Križevcima, smjera Menadžment u poljoprivredi, treće godine studija. **Anketa je u potpunosti anonimna**, a podatci će se obrađivati na grupnoj razini u svrhu pisanja završnog rada. Za sve informacije slobodno se obratite Marijani Pleš (e-mail: [marijana.ples12@gmail.com](mailto:marijana.ples12@gmail.com) ili broj mobitela: 099/830-1281) ili [dr.sc.](mailto:dr.sc) Kristini Svržnjak, mentorici završnog rada (e-mail: [ksvrznjak@vguk.hr](mailto:ksvrznjak@vguk.hr)).

Predviđeno vrijeme za rješavanje ankete je do 10 minuta.

#### **Pitanja o mjeri Programa ruralnog razvoju na koju ste se prijavljivali**

**Ako ste koristili konzultantske usluge LIRA d.o.o. za više od jedne prijave na mjeru Programa ruralnog razvoja, molimo Vas da ispunite ovu anketu za svaku prijavu pojedinačno.** Unaprijed hvala.

1. Koje ste godine koristili usluge LIRA d.o.o.? Molimo odaberite.

2022.

2021.

2020.

2019.

2018.

2017.

Ostalo:

2. Na koju mjeru Programa ruralnog razvoja ste se prijavljivali preko agencije LIRA d.o.o.? Molimo odaberite.

M 4.4.1. Potpora neproizvodnim ulaganjima vezanih uz agro-okolišnih i klimatskih ciljeva

M 6.1.1. Potpora malim poljoprivrednicima

M 6.2. Potpora ulaganja u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnom području

M 6.3.1. Potpora razvoju malih poljoprivrednih gospodarstava

M 6.4. Ulaganje u razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnom području

M 7.4.1. Ulaganje u pokretanje, poboljšanje ili proširenje lokalnih temeljnih usluga za ruralno stanovništvo, uključujući slobodno vrijeme i kulturne aktivnosti te povezanu infrastrukturu

M 4.1. Potpora za ulaganju u poljoprivredna gospodarstva

M 8.6.2. Modernizacija tehnologije, strojeva, alata i opreme u predindustrijskoj preradi drva

ne znam/ ne mogu se sjetiti

Ostalo:

3. Prije odlaska u LIRA d.o.o, kako biste procijenili svoju upoznatost s mjerom Programa ruralnog razvoja na koju ste se prijavljivali? Molimo odaberite.

nisam znao/la za tu mjeru

znao/la sam samo naziv mjere i na koga se odnosi

čuo/la sam da izlazi natječaj za mjeru koja se odnosi na mene

proučio/la sam sažetak natječaja za mjeru na koju sam se želio/la prijaviti detaljno sam proučio sve priloge natječaja za mjeru na koju sam se želio/la prijaviti

**Pitanja o zadovoljstvu pruženom uslugom**

**Molimo odaberite što se odnosi na Vas.**

1. Koliko ste zadovoljni s...

	Uopće nisam zadovoljan/a	Nisam zadovoljan/a	Djelomično sam zadovoljan/a	Zadovoljan/a sam	Jako sam zadovoljan/a
brzinom usluge?					
ljubaznošću konzultanta?					
pristupačnošću konzultanta?					
posvećenošću agencije Vašem projektu?					
informacijama koje ste dobili od konzultanta?					
kvalitetom usluge općenito?					

2. Kako ste komunicirali sa konzultantom? Molimo odaberite sve što se odnosi na Vas.

uživo

telefonski pozivi

e-mail

aplikacije za komunikaciju (WhatsApp, Viber,..)

Ostalo:

3. Smatrate li da biste mogli **uspješno** obavili prijavu na natječaj bez konzultantske usluge, sada kada imate iskustvo prijave? Molimo odaberite.

Da

Ne

Možda

4. Slažete li se da Vam je LIRA d.o.o. uštedila dragocjeno vrijeme koje biste utrošili da ste se samostalno prijavljivali na natječaj? Molimo odabrati od 1 do 5.

1 - uopće se ne slažem

2 - ne slažem se

3 - djelomično se slažem

4 -slažem se

5 - u potpunosti se slažem

5. Je li Vam bila prihvatljiva cijena usluge koju ste platili agenciji LIRA d.o.o.? \* Molimo odabrati od 1 do 5.

1 - uopće nije bila prihvatljiva

2 - nije bila prihvatljiva

3 - ne mogu procijeniti

4 - bila je prihvatljiva

5 - u potpunosti je bila prihvatljiva

6. Slažete li se da bi trebalo biti više agencija kao što je LIRA d.o.o., koje se bave konzultantskim uslugama? Molimo odabrati od 1 do 5.

1 - uopće se ne slažem

2 - ne slažem se

3 - djelomično se slažem

4 - slažem se

5 - u potpunosti se slažem

7. U jednoj kratkoj rečenici opišite uslugu LIRA d.o.o. koja Vam je pružena. (npr. super, dobra organizacija, sve mi je bilo jasno, moglo je biti bolje/brže)

8. Jeste li prošli na natječaju za mjeru Programa ruralnog razvoja na koji ste se prijavili?

Da

Ne (Prijeđite na pitanje broj 13)

Još čekam rezultate (Prijeđite na pitanje broj 13)

### **Pitanja o provedbi mjere Programa ruralnog razvoja**

1. Možete li procijeniti koliko provedba mjere utječe na...

	Uopće ne utječe	Ne utječe	Ne mogu procijeniti	Utječe	Jako utječe
ukupnu <b>ekonomsku vrijednost</b> Vaše imovine/Vašega gospodarstva?					
<b>modernizaciju</b> Vašega gospodarstva/proizvodnog procesa općenito?					
<b>unapređenje</b> Vašega gospodarstva/proizvodnog procesa općenito?					
povećanje <b>konkurentnosti</b> Vašega gospodarstva/proizvoda na tržištu?					
<b>kvalitetu</b> Vašeg proizvodnog procesa/proizvoda?					
<b>promociju</b> Vašega gospodarstva/proizvoda?					
<b>nova radna mjesta</b> /zapošljavanje u Vašem poduzeću?					
<b>povećanje želje</b> da se nastavite baviti time što radite i ostanete živjeti u ruralnom području?					

## Socio-demografski podatci

1. Koji je organizacijsko-pravni oblik Vašeg poduzetništva? Molimo odaberite.

OPG

SOPG

j.d.o.o.

d.o.o.

d.d.

Zadruga

Udruga

Zaklada, Fondacija

Državna ustanova

Ostalo:

2. Koliko imate godina? Molimo odaberite.

18-25

26-32

33-39

40-47

48-55

>55

3. Spol:

muško

žensko

drugo



4. Iz kojega mjesta dolazite? Molimo upišite.

5. Koja je Vaša najviša razina obrazovanja? Molimo odaberite.

Nezavršena osnovna škola

Završena osnovna škola

Završena srednja škola

Viša škola (dvogodišnji studij)

Preddiplomski studij

Diplomski studij

Doktorat

6. Kako ste saznali za agenciju LIRA d.o.o.? Molimo odaberite sve što se odnosi na Vas.

preko prijatelja

preko prijašnjeg korisnika preko novina

preko interneta

preporukom u Savjetodavnoj službi ili Agenciji za plaćanja u poljoprivredi

Ostalo:

7. Zašto ste se odlučili baš za LIRA d.o.o.? Molimo odaberite sve što se odnosi \* na Vas.

pouzđani su

kvalitetno obavljaju svoj posao posvećeni su korisniku

imaju sve valjane i pravodobne informacije

jedina su agencija za koju znam da se bavi takvim tipom konzultacija imaju najjeftiniju uslugu

Ostalo:

***Hvala Vam što ste svojim odgovorima pomogli unapređenju naših usluga.***

---

Google nije izradio niti podržava ovaj sadržaj.

Google Obrasci

## SAŽETAK

Razvojne agencije imaju utjecaj na ruralni razvoj i to na način da svojim konzultantskim uslugama pomažu korisniku da se prijavi na natječaj za Program mjera ruralnog razvoja i time mu direktno povećavaju šansu za dobivanjem novčanih sredstava kojima on unapređuje poslovanje svog gospodarstva, a time i svoje ruralno područje. Ova tvrdnja je ujedno i potvrđena hipoteza rada čiji je cilj istražiti utjecaj razvojnih agencija na ruralni razvoj provedbom mjera Programa ruralnog razvoja s korisnicima, kroz kvantitativno istraživanje anketiranjem. Lipička razvojna i turistička agencija LIRA d.o.o., prema rezultatima istraživanja, pruža stručnu, brzu i kvalitetnu uslugu kojom direktno utječe na uspješnost prijave na natječaj za mjeru Programa ruralnog razvoja. Zaključeno je, da provedbom mjera Programa ruralnog razvoja, na ispitanom uzorku korisnika, postoji pozitivan utjecaj na ukupnu ekonomsku vrijednost korisnikove imovine i gospodarstva, na modernizaciju korisnikovog gospodarstva i proizvodnog procesa općenito, na unapređenje korisnikovog gospodarstva i proizvodnog procesa općenito, na povećanje konkurentnosti korisnikovog gospodarstva i proizvoda na tržištu, na kvalitetu korisnikovog proizvodnog procesa i proizvoda, na promociju korisnikovog gospodarstva i proizvoda te na povećanje korisnikove želje da se nastavi baviti time što radi i ostane živjeti u ruralnom području.

**Ključne riječi:** razvojne agencije, konzultantske usluge, Programa mjera ruralnog razvoja, ruralni razvoj, akteri ruralnog razvoja