Komparativna analiza utjecaja javnih i privatnih poduzeća na lokalnu zajednicu

Bulić, Ivan

Master's thesis / Diplomski rad

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:867677

Rights / Prava: Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**



Repository / Repozitorij:

REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economcs & Business Zagreb







Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Diplomski studij „Menadžment“

KOMPARATIVNA ANALIZA UTJECAJA JAVNIH I PRIVATNIH PODUZEĆA NA LOKALNU ZAJEDNICU

Diplomski rad

Ivan Bulić

Zagreb, rujan 2019.

Ekonomski fakultet

Diplomski studij „Menadžment“

KOMPARATIVNA ANALIZA UTJECAJA JAVNIH I PRIVATNIH PODUZEĆA NA LOKALNU ZAJEDNICU
COMPARATIVE ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PUBLIC AND PRIVATE ENTERPRISES ON THE LOCAL COMMUNITY

Diplomski rad

Ivan Bulić, 0067524396

Mentor: Prof. dr. sc. Mislav Ante Omazić

Zagreb, rujan 2019.

Ivan Bulić

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student/ica:

U Zagrebu, 24.09.2019. _____

(potpis)

SAŽETAK I KLJUČNE RIJEČI NA HRVATSKOM JEZIKU

Javna i privatna poduzeća oduvijek, a pogotovo danas, u velikoj mjeri utječu na društvo i okoliš, samim time i na lokalnu zajednicu. Društvena odgovornost poduzeća postala je dosta velik problem i iako se većina poduzeća trudi biti društveno odgovorna, postavlja se pitanje mogu li ona doista i biti društveno odgovorna. U teorijskom dijelu rada definirani su pojmovi poduzetništva i poduzeća kao i razlike između javnih i privatnih poduzeća, analizirana su poduzeća u Republici Hrvatskoj, objašnjen je pojam lokalne zajednica, njezinog održivog razvoja te simbioza društvene odgovornosti poduzeća i lokalne zajednice. U empirijskom djelu rada napravljane je komparativna analiza utjecaja javnih i privatnih poduzeća na lokalnu zajednicu i to na temelju studije slučaja jednog javnog i jednog privatnog poduzeća. Također, napravljeni su i polustrukturirani intervjui sa relevantnim ljudima za potrebe pojedinih studija slučaja.

Ključne riječi: javna poduzeća, privatna poduzeća, lokalna zajednica, društvena odgovornost

SAŽETAK I KLJUČNE RIJEČI NA ENGLESKOM JEZIKU

Public and private enterprises have always, and especially today, to a large extent affect society and the environment, therefore the local community. Corporate social responsibility has become quite a big problem and although most companies are trying to be socially responsible, the question is whether they really can be socially responsible. In the theoretical part there are defined terms of entrepreneurship and companies as well as the differences between public and private companies, analyzed companies in the Republic of Croatia, explained the concept of the local community, its sustainable development and symbiosis of corporate social responsibility and community. In the empirical part of the work were made in a comparative analysis of the impact of public and private companies on the local community and on the basis of case studies, one public and one private company. Also, there are made and semi-structured interviews with relevant people for the needs of individual case studies.

Key words: public companies, private companies, local community, social responsibility

SADRŽAJ

1. UVOD 1
1.1. Predmet i cilj rada 1
1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka 1
1.3. Sadržaj i struktura rada 2
2. PODUZETNIŠTVO I PODUZEĆE 3
2.1. Pojmovno određenje poduzetništva i poduzeća 3
2.2. Definiranje oblika poduzeća 5
2.3. Definiranje razlika između javnih i privatnih poduzeća 7
2.4. Analiza poduzeća u Republici Hrvatskoj i njihov utjecaj na gospodarstvo 10
2.5. Usporedba javnih i privatnih poduzeća u Republici Hrvatskoj 13
3. ZAJEDNICA I LOKALNA ZAJEDNICA 17
3.1. Pojmovno određenje zajednice i lokalne zajednice 17
3.2. Održivi razvoj lokalne zajednice 19
3.3. Simbioza društvene odgovornosti poduzeća i lokalne zajednice 22
4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE: KOMPARATIVNA ANALIZA UTJECAJA JAVNIH I PRIVATNIH PODUZEĆA NA LOKALNU ZAJEDNICU NA TEMELJU STUDIJE SLUČAJA 26
4.1. Metodologija istraživanja 26
4.2. Studija slučaja poduzeća Komunalac d.o.o. Bjelovar 35
4.3. Studija slučaja poduzeća Benzinske postaje Hodak d.o.o. 44
4.4. Komparativni prikaz 52
4.5. Ograničenja istraživačke metodologije 54
5. ZAKLJUČAK 55
POPIS KORIŠTENIH IZVORA 57
POPIS SLIKA 60
POPIS TABLICA 61
POPIS GRAFIKONA 62
ŽIVOTOPIS KANDIDATA 64

1. UVOD

Tema diplomskog rada „Utjecaj javnih i privatnih poduzeća na lokalnu zajednicu“ odabrana je zbog velikog značaja koji u današnjem urbanom svijetu imaju poduzeća svih vrsta na živote gotovo svih živih bića, u prvom redu na živote ljudi te samim time i na lokalne zajednice. Sve češće u medijima možemo čuti pojmove globalnog zatopljenja, izumiranja određene vrste životinja, ispštanja otpada u rijeke i slično. Ponašanje raznih poduzeća nije jedini razlog zašto do takvih problema dolazi, ali je svakako jedan od ključnih razloga. Često su viđena ispuštanja otpada u rijeke, prevelika količina ispušnih plinova u tvornicama, kao i onečišćenje zraka ispušnim plinovima iz automobila. Sve to ima utjecaj na okoliš i na lokalnu zajednicu, što će kasnije i biti analizirano. Tema je odabrana i iz razloga što je Republika Hrvatska zapravo još uvijek zemlja u tranziciji, koja je 90-ih godina 20. stoljeća počela sa prelaskom iz planskog u tržišno gospodarstvo te je prošla kroz proces privatizacije.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet rada u najvećoj je mjeri istraživanje koncepta društvene odgovornosti poduzeća, a u manjoj mjeri i makroekonomija. Sve veći broj poduzeća diljem svijeta, ali i Republike Hrvatske, prepoznaje važnost implementacije koncepta društvene odgovornosti u svoje poslovanje, no neki ga implementiraju i provode uspješnije, a neki sa manje uspjeha. Iznimno je važno da poduzeća kroz svakodnevne aktivnosti sustavno provode društveno odgovorno poslovanje, tj. da ono nije samo formalno postavljeno kao dio poslovne strategije već da ga u poduzeću svi aktivno provode, od zaposlenika na najviših do zaposlenika na najnižim razinama. Cilj ovog diplomskog rada je na konkretnim primjerima jednog javnog i jednog privatnog poduzeća prikazati kako njihovo ponašanje, djelovanje i poslovanje utječe na lokalnu zajednicu.

1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka

Metode koje su korištene u ovom radu su primarna i sekundarna metoda prikupljanja podataka. Pri pisanju rada najviše se koristilo podacima iz sekundarnih izvora. Koristio se velik broj stručnih knjiga i znanstvenih članaka o poduzeću, poduzetništvu, lokalnoj zajednici, održivosti lokalne zajednice i društvenoj odgovornosti poduzeća. U manjoj mjeri korišteni su i internetski izvori. Svi korišteni izvori literature navedeni su na kraju rada, u popisu korištenih izvora.

Pri izradi rada su također korišteni i primarni izvori podataka. Provedeno je empirijsko istraživanje na temelju studije slučaja, tj. proveden je anketni upitnik o utjecaju javnih i privatnih poduzeća na lokalnu zajednicu gdje su ispitanici koji su upoznati sa poduzećima koja se obrađuju o radu, odgovarali na 27 pitanja postavljenih u upitniku. Za taj dio istraživanja uzet je uzorak od 60 ljudi. Za izradu studije slučaja, pored javno dostupnih podataka i anketnog upitnika, napravljeni su i polustrukturirani intervjui te su intervjuirati relevantni ljudi za potrebe pojedinih studija slučaja.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad se sastoji od ukupno pet poglavlja. Prije prvog – uvodnog poglavlja, napravljeni su sažetak i ključne riječi na hrvatskom jeziku te sažetak i ključne riječi na engleskom jeziku. Uvodno poglavlje sastoji se od tri potpoglavlja. To su predmet i cilj rada, izvori i metode prikupljanja podataka te sadržaj i struktura rada.

U drugom poglavlju, pod nazivom „Poduzetništvo i poduzeće“, pojmovno su određeni poduzetništvo i poduzeće, definirani su oblici poduzeća i razlike između javnih i privatnih poduzeća, analizirana su poduzeća u Republici Hrvatskoj te je napravljena usporedba između javnih i privatnih poduzeća u RH.

U trećem poglavlju, pod nazivom „Zajednica i lokalna zajednica“, pojmovno su određeni pojmovi zajednice i lokalne zajednice, opisan je održivi razvoj lokalne zajednice te je objašnjena simbioza između društvene odgovornosti poduzeća i lokalne zajednice.

U četvrtom poglavlju, pod nazivom „Empirijsko istraživanje: komparativna analiza utjecaja javnih i privatnih poduzeća na lokalnu zajednicu na temelju studije slučaja“, sastoji se od metodologije provedenog istraživanja, studije slučaja poduzeća Komunalac d.o.o. Bjelovar kao javnog poduzeća te studije slučaja poduzeća Benzinske postaje Hodak d.o.o. kao privatnog poduzeća, od komparativnog prikaza ta dva poduzeća i od ograničenja istraživačke metodologije.

U posljednjem, petom poglavlju, iznešen je zaključak te su sistematizirana dosadašnja teorija i istraživanja sa rezultatima dobivenima u radu. Na kraju rada nalazi se popis korištenih izvora, popis tablica, slika i grafikona i životopis kandidata.

2. PODUZETNIŠTVO I PODUZEĆE

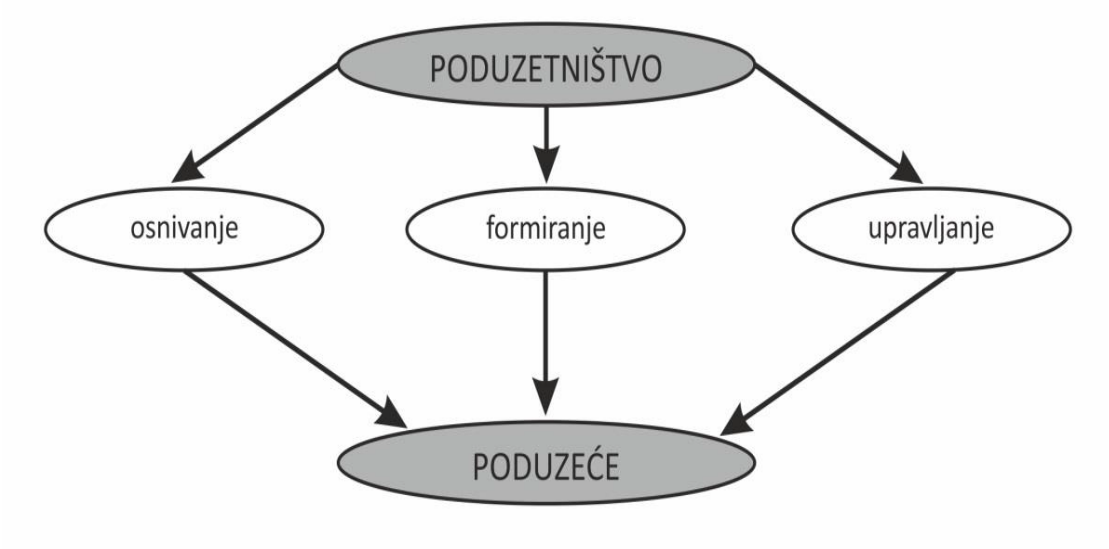
U ovom poglavlju pojmovno će biti određeni poduzetništvo i poduzeće, ukratko će biti definirani oblici poduzeća kao i razlike između javnih i privatnih poduzeća. Zatim će biti analizirana poduzeća u Republici Hrvatskoj te njihov utjecaj na gospodarstvo te za kraj bit će uspoređena javna i privatna poduzeća u Republici Hrvatskoj.

2.1. Pojmovno određenje poduzetništva i poduzeća

Tijekom povijesti brojni su autori dali različite definicije poduzetništva. Poduzetništvo nije ni znanost ni umjetnost, to je praksa (Drucker, 2006.). Za ekonomiste, poduzetništvo je "metaekonomski" događaj, nešto što duboko utječe i doista oblikuje ekonomiju bez da je i samo dio nje (Drucker, 2006.). Različitost razmišljanja govori kako jedna jedinstvena definicija poduzetništva uopće nije moguća ili bi bila ili previše opširna ili neprecizna i beskorisna (Kolaković, 2006.). Poduzetništvo se uglavnom definira kao sposobnost da se na osnovi kreativne čovjekove ekonomske djelatnosti i ograničenih proizvodnih čimbenika formira određena efikasna gospodarska djelatnost (Kolaković, 2006.).

Poduzetništvo je ljudska kreativna i inovativna djelatnost preko koje se kombiniraju različiti tipovi resursa da bi se u procesu proizvodnje proizveli potrebni proizvodi i usluge radi zadovoljenja ljudskih potreba (Vuković, 1999.). Poduzetništvo je skup aktivnosti na osnivanju, ustrojstvu i upravljanju poslovanjem poduzeća. Objašnjava ga kao ulaganja radi ostvarivanja dobiti ili profita (Škorić, 1995.). Poduzetništvo je proces inovacije i pokretanja novih poduzetničkih pothvata utemeljen na individualnim i organizacijskim sposobnostima pojedinca, a potpomognut državom, obrazovnim sustavom i ostalim pratećim institucijama (Kuratko, 1998.). Poduzetništvo je bitan čimbenik proizvodnje, tako da je teško zamisliti razvijeno društvo bez ljudi koji vode i organiziraju ekonomski život (Kolaković, 2006.). Poduzeće čini temeljnu organizacijsku jedinicu koja obavlja neku ekonomsku djelatnost, tj. temeljni poslovni subjekt. U svim dosadašnjim društvenim uređenjima proizvodnja se odvijala u određenim organizacijskim jedinicama, pa se tako poduzeće pojavljuje u kapitalizmu, što znači da je poduzeće povijesna kategorija (Gorupić i Gorupić, 1990.).

Slika 1. Sadržaj poduzetničkih aktivnosti



Izvor: Škorić, A. (1995.), *Uvod u poduzetništvo,* HITA-CONSULTING, Zagreb, str. 22

U povijesnom razvoju poduzeća postoje tri osnovne faze (Gorupić i Gorupić, 1990.):

1. Jedan je način povijesnog postanka poduzeća iz pojedinačnog pothvata na otkrićima i trgovini s novim dalekim zemljama. To je počelo kao jednokratna akcija u uvjetima velike neizvjesnosti. Pothvat se osnovao, obavio zadatak i raspustio. Ti pothvati su se poslije ponavljala, zahtijevali su posebnu organizaciju – poduzeće. Tako se razvio niz: poduzetnik – pothvat – poduzeće.
2. Kad je poduzeće raslo i djelovalo u mirnijim i predvidivim uvjetima razvoja, vlasništvo se počelo odvajati od upravljanja. Nastaju trajnije organizacije sa stalnim djelovanjem. Poduzetništvo nije toliko rizično i inovativno i dolazi u drugi plan. Društveni ugled poduzetnika slabi.
3. Suvremeni velik i brz razvoj znanosti i tehnologije donosi velike promjene, neizvjesnost i nepredvidljivost. To ponovno zahtijeva inovativnoga i dinamičnog poduzetnika. Društveni ugled mu ponovno raste.

Poduzeće je ekonomska, ljudska, organizacijska i pravna cjelina koja kombiniranjem čimbenika proizvodnje proizvodi proizvode, odnosno usluge, koji se prodaju na tržištu, a radi ostvarenja profita (Sikavica i Novak, 1999.). Poduzeće je gospodarska, tehničko-tehnološka, ljudska, organizacijska i pravna cjelina koja se koristi odgovarajućim inputima i kombinira ih, stvarajući proizvode i usluge namijenjene tržištu, s ciljem stvaranja profita, ali i postizanja drugih ciljeva (Jelavić i dr., 1995.).

Zaključno se može reći da poduzeće označuje samostalnu gospodarsku, tehničku i društvenu cjelinu u vlasništvu određenih subjekata, koja proizvodi dobra ili usluge za potrebna tržišta, koristeći se odgovarajućim resursima i snoseći poslovni rizik, radi ostvarivanja dobiti i drugih ekonomskih i društvenih ciljeva (Kolaković, 2006.). Tako formuliran pojam poduzeća obuhvaća svaku gospodarsku organizaciju, bez obzira na karakter njezina vlasništva, predmet poslovanja, veličinu, pravni oblik ili neko drugo obilježje (Kolaković, 2006.).

2.2. Definiranje oblika poduzeća

U suvremenoj ekonomiji imamo brojne oblike i vrste poduzeća, kao i različite podjele poduzeća koje ovise ponajviše o pravnim sustavima država, ali i o raznim drugim čimbenicima.

Prva podjela poduzeća može se izvesti s aspekta vlasništva. Dvije su osnovne vrste vlasništva nad poduzećem (Kolaković, 2006.):

1. javno vlasništvo i
2. privatno vlasništvo.

U ekonomskoj teoriji, ali i u gospodarskoj praksi, uobičajena je podjela poduzeća na mala, srednja i velika. Međutim, mnoge zemlje imaju vlastitu predodžbu i definiciju malih, srednjih i velikih poduzeća tako da je vrlo teško doći do jedinstvene definicije (Škrtić i Mikić, 2011.).

Potrebno je utvrditi osnovne kriterije na temelju kojih se mala i srednja poduzeća mogu klasificirati i razgraničiti od velikih poduzeća, a to su (Škrtić i Mikić, 2011.):

- kvantitativni kriteriji,
- kriteriji osnivanja poduzeća i
- kvalitativni kriteriji.

Jedna od najvažnijih je podjela poduzeća prema veličini. Prema toj su podjeli danas najučestaliji oblici poduzeća u tržišnoj ekonomiji ovi (Kolaković, 2006.):

1. inokosna (individualna) poduzeća,
2. partnerstva (ortaštva) i
3. korporacije (dionička društva).

Prema Zakonu o trgovačkim društvima, pravni oblici poduzeća u Hrvatskoj zajednički se nazivaju *trgovačka društva*. Trgovačko društvo je pravna osoba osnovana i uređena prema tom zakonu. Trgovačka drušva dijele se na:

1. javno trgovačko društvo,
2. komanditno društvo,
3. društvo s ograničenom odgovornošću, i
4. dioničko društvo.

Javno trgovačko društvo i komanditno društvo spadaju u društva osoba. Dioničko društvo i društvo s ograničenom odgovornošću spadaju u društva kapitala.
Javno trgovačko društvo osnivaju dvije ili više osoba poradi trajnog obavljanja poslovnih aktivnosti pod zajedničkom tvrtkom (Kolaković, 2006.). Imovina se društva formira unosom uloga članova koji osnivaju društvo, a svaki član društva odgovara vjerovnicima neograničeno i solidarno cjelokupnom svojom imovinom (Kolaković, 2006.). Na čelu društva nalazi se osoba ovlaštena za vođenje društva koja je dužna o poslovanju i rezultatu društva polagati račun svim članovima društva (Kolaković, 2006.). Zbog relativno jednostavnog načina osnivanja, javna trgovačka društva prikladan su pravni oblik poduzeća za mala (i eventualno srednja) poduzeća (Kolaković, 2006.).

Komanditno društvo je trgovačko društvo u koje se udružuju dvije ili više osoba poradi zajedničkog obavljanja poslovnih aktivnosti pod zajedničkom tvrtkom (Kolaković, 2006.). Komanditno društvo može imati dvije vrste članova (Kolaković, 2006.):

1. komplementari koji odgovaraju za obveze društva neograničeno cjelokupnom svojom imovinom, i
2. komanditori koji odgovaraju samo do visine uloga koji su unijeli u društvo.

Komanditori imaju samo pravo uvida u poslovne knjige i u godišnja izvješća o rezultatima poslovanja te sudjeluju u dobiti prema unesenom ulaganju u društvo (Kolaković, 2006.).

Društvo s ograničenom odgovornošću je trgovačko društvo kapitala u koje jedna ili više pravnih ili fizičkih osoba ulaže temeljne uloge do visine unaprijed dogovorenoga temeljnog kapitala (Kolaković, 2006.). Dok društvo za svoje obaveze odgovara čitavom svojom imovinom, osnivatelji ili ulagači odgovaraju samo s vrijednošću koju unose u temeljni kapital društva (Kolaković, 2006.). Na taj način društvo s ograničenom odgovornošću slično je dioničkom društvu, ali se razlikuje od njega po znatno manjem broju članova (Kolaković, 2006.).

Dioničko društvo je trgovačko društvo kapitala u kojemu članove čine dioničari koji u temeljnom kapitalu društva sudjeluju ulozima (Kolaković, 2006.). Temeljni kapital društva podijeljene je na jednake dijelove – dionice (Kolaković, 2006.). Dioničko društvo, odnosno korporacija, najrazvijeniji je oblik poduzeća u tržišnoj ekonomiji (Kolaković, 2006.). To je najrazvijeniji oblik prikupljanja kapitala, prikladan pogotovo za veće gospodarske aktivnosti u kojima priroda procesa poslovanja zahtijeva velika financijska sredstva (Kolaković, 2006.). Prednost se očituje i u relativno sigurnom načinu ulaganja, jer se rizik ulagača ograničava samo na ono što je uložio u dionice, ali ne i na osobnu imovinu (Kolaković, 2006.).

2.3. Definiranje razlika između javnih i privatnih poduzeća

Prema Hrvatskoj enciklopediji, javno poduzeće je kolokvijalni izraz za društvo koje se bavi djelatnošću od nekog javnog interesa. U većini država osniva se na područjima prometne i telekomunikacijske infrastrukture (željeznice, ceste, pristaništa, luke, zračne luke, pošta itd.), zatim u komunalnim djelatnostima (gradska čistoća, grad. promet i sl.) te na području usluga od općeg interesa. Zbog mogućega monopolskog položaja, pod nadzorom su javne vlasti koja ih je osnovala. Takva poduzeća postoje u različitim pravnim sustavima, pod različitim nazivima.

Prema Priručniku MMF-a, javna poduzeća su sve cjeline u državnom vlasništvu i/ili pod državnom kontrolom koje prodaju industrijska ili komercijalna dobra i usluge širokoj javnosti, a formirana su kao korporacije. No, ova definicija nije jednoznačna i detaljna jer je mnogo lakše odrediti vlasnika nekog poduzeća negoli definirati kontrolu države nad njim. Uobičajeno se vlasnikom poduzeća smatra javna vlast ili privatna osoba koja posjeduje sve ili preko 50% dionica ili druge vrste trajnog kapitala poduzeća, dok se kontrola javnih vlasti određuje kao stvaran utjecaj države na temeljne aspekte poslovanja poduzeća.

Priručnik MMF-a navodi da je »javno poduzeće koncept koji objedinjava elemente javnosti i tržišnosti. Elementi javnosti odražavaju se na način da:

1. najvažnije poslovne odluke donosi država kao vlasnik trajnog kapitala (putem neke svoje agencije ili upravnih odbora u kojima sjede državni predstavnici). Kriteriji za donošenje odluka nisu vezani isključivo uz financijsku dobit, već i uz šire društvene interese (npr. socijalnu politiku);

2. dobit odnosno gubici poslovanja putem državnog proračuna pripadaju cijeloj zajednici;
3. javno je poduzeće odgovorno za svoje poslovanje cijelom društvu, odnosno parlamentu kao krajnjem 'čuvaru' javnog interesa.

Elementi tržišnosti odnose se na to da se:

1. očekuje da javno poduzeće bude financijski zdravo u dugom roku i da bude podvrgnuto stalnoj tržišnoj provjeri te na to da bi
2. cijene koje javno poduzeće naplaćuje trebale biti zasnovane na troškovima poslovanja (tj. cijene bi trebale pokriti granične troškove). Ova dva posljednja kriterija razlikuju javno poduzeće od ostalih javnih djelatnosti (obrazovanje, sudstvo i zaštita okoliša)«.

U Republici Hrvatskoj javna poduzeća obavljaju različite državne poslove i izvršavaju financijske transakcije na zahtjev države i njezinih jedinica kao vlasnika. Zakonom o proračunu definiraju se kao pravne osobe u većinskom izravnom ili neizravnom državnom vlasništvu, čije su dionice ili poslovni udjeli u portfelju Republike Hrvatske, ili u kojima Republika Hrvatska ima osnivačka (vlasnička) prava (Bajo i Jurlina Alibegović, 2008.). Hrvatska je još u fazi transformacije s planske ekonomije na tržišno gospodarstvo, zbog kojih je dio ovlasti i funkcija iz planskog sustava (posebice u području javnih društava) privatizirala i, tijekom 90-ih godina, prenijela u ovlasti privatnog sektora" (Bajo i Jurlina Alibegović, 2008.).

Javna poduzeća možemo u dosta slučajeva poistovjetiti sa pojmom državnih poduzeća. Poduzeća u državnom vlasništvu važan su element većine gospodarstava, uključujući i mnoge naprednije ekonomije (OECD, 2018.). Državna poduzeća su najprisutnija u strateškim sektorima kao što su energija, minerali, infrastruktura, druge komunalije i, u nekim zemljama, financijske usluge (OECD, 2018.).

Javno vlasništvo nad poduzećem odnosi se na dva oblika (Kolaković, 2006.):

- državna poduzeća (koja pripadaju općini, županiji, i drugim političko-teritorijalnim jedinicama) i
- društvena poduzeća (u vlasništvu mirovinskih fondova, sindikata, crkava, znanstvenih, obrazovnih, političkih i drugih organizacija).

Privatna poduzeća su ona poduzeća koja su u privatnom vlasništvu individualnog vlasnika ili nekog većeg broja vlasnika. U takvim poduzećima vlasnik najčešće zapošljava manji broj ljudi. Često vlasnik zapošljava i članove svoje obitelji, pa imamo dosta obiteljskih poduzeća. Glavne

djelatnosti privatnih poduzeća su uslužne djelatnosti, sitna industrija, ugostiteljstvo te trgovina na malo. U ovaj oblik vlasništva ubrajaju se i sva trgovačka društva koja se razlikuju po svom pravnom obliku (Horvat i Tintor, 2006.).

Privatni sektor obuhvaća tvrtke koje su u vlasništvu privatnih pojedinaca, pa ih oni financiraju i pokreću (Bakotić i Bušić, 2014.). Cilj tvrtki u privatnom sektoru je profit (Bakotić i Bušić, 2014.). Ovaj sektor odgovoran je za alokaciju najvećeg dijela resursa unutar gospodarstva i u osnovi pokreće cijelo nacionalno gospodarstvo (Bakotić i Bušić, 2014.).

S druge strane, osim malih i srednjih poduzeća sa malim tj. manjim brojem vlasnika, imamo i velika poduzeća s velikim brojem vlasnika, tj. korporacije. U njih ubrajamo zadružna poduzeća sa većim brojem pojedinačnih vlasnika te korporativna poduzeća – dionička društva (d.d.) i društva sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.). Njih karakterizira mnoštvo pojedinačnih vlasnika te veliki kapital i veliki obrtaj novčanih sredstava. Takva poduzeća, posebno u Republici Hrvatskoj, imaju jednog većinskog vlasnika koji ima vlasništvo nad 50% ili više od 50% dionica same korporacije, a kao jedan od najboljih primjera može se navesti Emil Tedeschi kao većinski vlasnik Atlantic grupe.

Privatno vlasništvo temelj je tržišnog poslovanja. Brojna su istraživanja dokazala da privatna poduzeća imaju višu proizvodnost i bolju učinkovitost općenito (Gregurek, 2001.). Potrebno je naglasiti da se očekivanja mogu postići u slučaju uspostavljenog učinkovitog tržišnog okruženja i u slučaju zemalja koje pripadaju srednje i više razvijenima (Gregurek, 2001.). U slučaju ekonomija u tranziciji iskustva su novijega datuma i upućuju na bolju učinkovitost privatiziranih poduzeća, iako je potrebno izvjesno vrijeme za prilagodbu i za napuštanje modela ponašanja državnih poduzeća (Gregurek, 2001.).

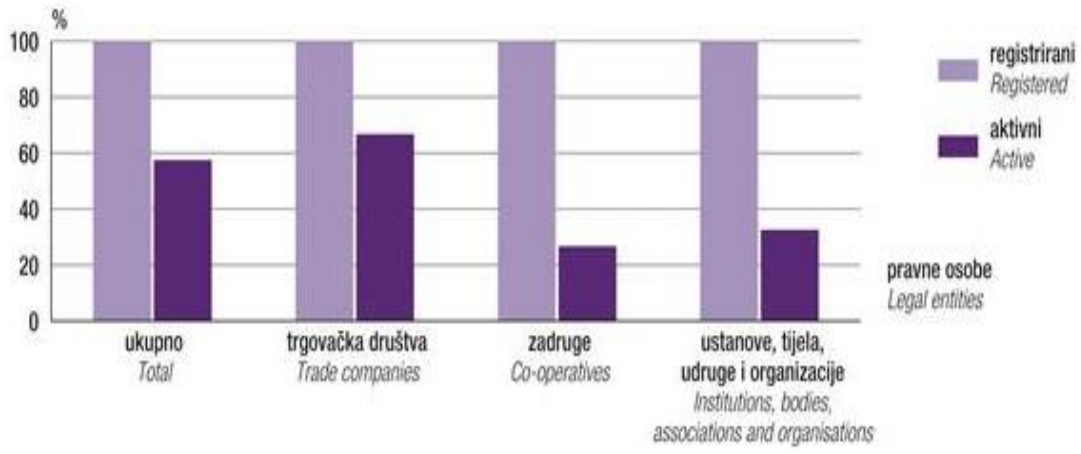
Privatno vlasništvo nad poduzećem obuhvaća ove oblike (Kolaković, 2006.):

- inokosno poduzeće (samo jedan vlasnik),
- obiteljsko poduzeće (u obiteljskom vlasništvu),
- ortačko poduzeće (partnersko poduzeće),
- zadružno poduzeće (veći broj pojedinačnih vlasnika) i
- korporativno poduzeće (mnoštvo pojedinačnih vlasnika)

Privatna i javna poduzeća dakle imaju više međusobnih razlika, nego što imaju sličnosti. Kao najvažnija razlika može se navesti vlasništvo nad poduzećem – kod javnih poduzeća to su npr. država, županije, općine, crkva itd., dok su kod privatnih poduzeća vlasnici fizičke osobe. Osim toga još jedna vrlo bitna razlika je financiranje tih dvaju oblika poduzeća – javna poduzeća financiraju se iz državnog proračuna, iz proračuna regionalnih i lokalnih jedinica samouprava i sl., dok se privatna poduzeća financiraju novcem fizičkih osoba, bilo novcem koji oni već posjeduju ili njihovim kreditima.

2.4. Analiza poduzeća u Republici Hrvatskoj i njihov utjecaj na gospodarstvo

Grafikon 1. Struktura pravnih osoba prema pravno ustrojbenim oblicima i aktivnosti na dan 31.ožujka 2019.

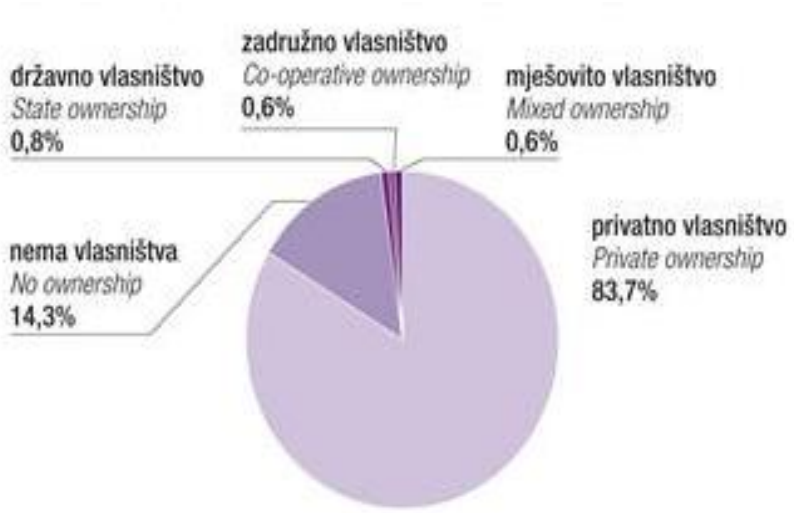


Izvor: Državni zavod za statistiku - DZS (2019.), Broj i struktura poslovnih subjekata u ožujku 2019., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/11-01-01_01_2019.htm

Prema podacima DZS-a, na dan 31. ožujka 2019. godine u RH bile su registrirane ukupno 268.204 pravne osobe. Od toga aktivno je bilo 154.184 pravnih osoba, što je relatnivno iskazano 57,5% od ukupnog broja registriranih pravnih osoba. Najviše registriranih pravnih osoba su trgovačka društva, njih 195.593, a od ukupnog broja registriranih društava aktivno je njih 66,8%. To je ujedno i najveći postotak aktivnih registriranih pravnih osoba od četiri promatrane kategorije. Najmanji postotak aktivnih pravnih osoba imaju zadruge – od ukupno 3.522 registrirano, aktivno je njih 940 ili 26,7%. U analizu su uključena i tijela državne vlasti te tijela jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave.

Prema podacima DZS-a, više od polovice registriranih i aktivnih subjekata zastupljeno u četirima područjima djelatnosti: Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikla, s udjelom registriranih od 18,6% i aktivnih od 19,2%, Prerađivačka industrija, s udjelom registriranih od 7,8% i aktivnih od 9,5%, Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti, s udjelom registriranih od 10,2% i aktivnih od 13,3%, te Ostale uslužne djelatnosti, s udjelom registriranih od 17,4% i aktivnih od 10,2%. Udio profitnih subjekata u ukupnim aktivnim poslovnim subjektima iznosi 85,4%, dok udio neprofitnih aktivnih subjekata iznosi 14,6%.

Grafikon 2. Struktura aktivnih pravnih osoba prema oblicima vlasništva na dan 31. ožujka 2019.



Izvor: Državni zavod za statistiku - DZS (2019.), Broj i struktura poslovnih subjekata u ožujku 2019., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/11-01-01_01_2019.htm

Na grafikonu 2 relativno je prikazana struktura aktivnih pravnih osoba prema oblicima vlasništva, na dan 31. ožujka 2019. Dominira broj aktivnih pravnih osoba koje su u privatnom vlasništvu, njih je čak 83,7%. Zanimljiv podatak je da za 14,3% aktivnih pravnih osoba nema definiranog vlasništva. U državnom, zadružnom i mješovitom vlasništvu nalazi se manje od 1% ukupnih aktivnih pravnih osoba.

Prema podacima DZS-a, u strukturi trgovačkih društava prema pravno ustrojbenim oblicima uvelike prevladava oblik društava s ograničenom odgovornošću, čiji je udio registriranih 75,4% i aktivnih 73,2%. Jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću prema brojnosti je drugi

oblik. Na njega otpada 23,2% registriranih i 25,5% aktivnih. Ostali oblici trgovačkih društava čine ostalih 1,4%.

Promatra li se struktura aktivnih pravnih osoba prema broju zaposlenih, najveći udio (53,1%) imaju subjekti s 1 − 9 zaposlenih i 36,4% subjekti bez zaposlenih, 8,0% je udio subjekata s 10 – 49 zaposlenih, 2,2% je udio subjekata s 50 – 249 zaposlenih, a samo 0,4% udjela imaju subjekti s više od 250 zaposlenih

Grafikon 3. Broj zaposlenika u Republici Hrvatskoj 2011.-2018., u mil.



Izvor: Hrvatska gospodarska komora – Digitalna komora, https://digitalnakomora.hr/hr/enterprise

Na grafikonu 3 prikazan je broj ukupno zaposlenih u Republici Hrvatskoj 2011.-2018. godine, u milijunima kuna. U razdoblju 2011.-2013. broj ukupno zaposlenih imao je tendenciju pada, a upravo te 2013. godine broj ukupno zaposlenih bio je najmanji i iznosio je 1.524.000 zaposlenih. Nakon 2013., broj ukupno zaposlenih konstantno ima tendenciju rasta, a najveći broj ukupno zaposlenih bio je u posljednjoj promatranoj, 2018. godini, kada je iznosio 1.655.000 zaposlenih.

Upravo prema posljednjem grafikonu vidimo jedan od najvažnijih utjecaja poduzeća na gospodarstvo RH. Poduzeća, bila ona javna ili privatna, otvaraju nova radna mjesta te mogu

utjecati na povećanje ili smanjenje nezaposlenosti. Pokazatelji u posljednje vrijeme ukazuju na to da se nezaposlenost u državi smanjila, no svakodnevno se susrećemo sa odlascima naših ljudi u inozemstvo u potrazi za poslom ili u potrazi za boljim poslom. Goruć i je to problem naše države i morat će se puno stvari popraviti kako bi se taj problem smanjio, ako se već ne može u potpunosti spriječiti. Međutim, evidentan je utjecaj poduzeća u segmentu zaposlenosti.

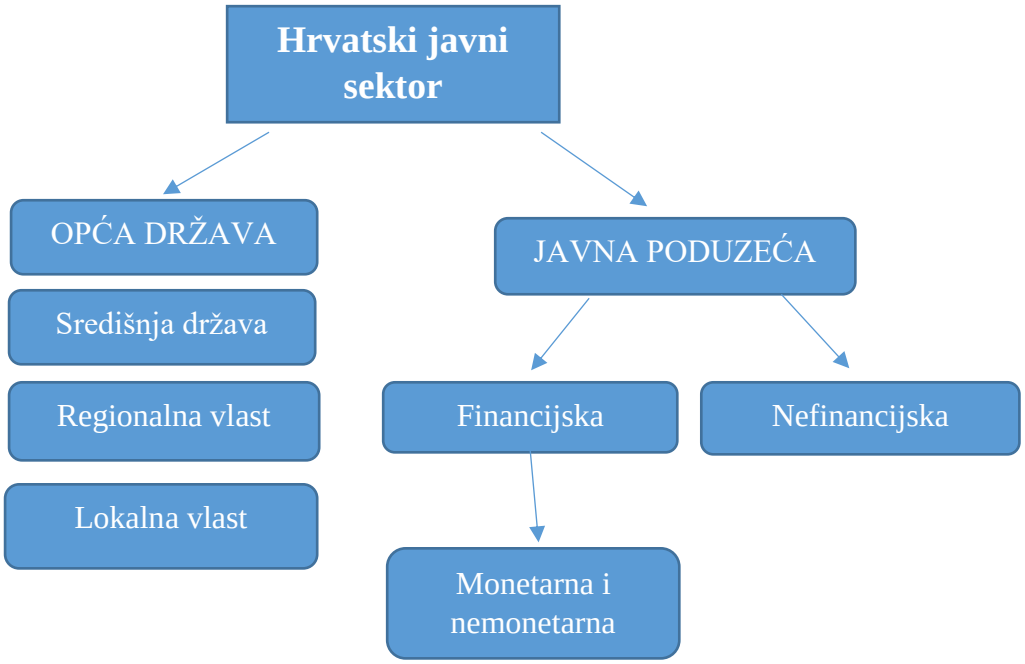
Sa zaposlenošću se povlače i daljnji utjecaji – ljudi primaju plaću te se njihov ekonomski standard i kupovna moć tako povećavaju. S porastom kupovne moći raste i njihova osobna potrošnja te su voljni i spremni više trošiti. Većom potrošnjom puni se državna blagajna, kao i blagajna poduzeća u kojima potrošači troše svoj osobni dohodak te samim time omogućuju poduzećima opstanak, likvidnost i stabilnost poslovanja. Likvidnost i stabilnost poslovanja značu i stabilne poslove zaposlenika. Dakle imamo vidljivi krug utjecaja poduzeća na gospodarstvo te za njegov rast, a samim time i na BDP. Na razini gospodarstva, BDP mjeri agregatnu vrijednost koju su stvorila sva poduzeća u zemlji, a gospodarski rast se definira kao trend kontinuiranog rasta BDP-a po glavi stanovnika (Pavlišić, 2016.). Što je više poduzeća, pogotovo onih uspješnih, veći je i BDP naše države. Isto tako, veći je i broj zaposlenih ljudi pa je samim time manja i stopa nezaposlenosti. Zaključak svega je da poduzeća pozitivno djeluju na gospodarsko i na njegov rast i razvoj. Oni su aspekt gospodarstva koji ima još puno prostora za napredak i aspekt na kojem treba konstantno raditi i graditi ga kako bi se nezaposlenost smanjivala i kako se više ne bismo suočavali sa odlascima ljudi iz naše države. Definitivno je da imamo sve preduvjete za to, samo treba uložiti još više truda.

2.5. Usporedba javnih i privatnih poduzeća u Republici Hrvatskoj

Hrvatska javna poduzeća obavljaju različite državne poslove i izvršavaju financijske transakcije na zahtjev vlasnika, tj. državnih jedinica (Bejaković, Vukšić i Bratić, 2011.). Zakonom o proračunu definirana su kao pravne osobe u većinskom izravnom ili neizravnom državnom vlasništvu, čije su dionice ili poslovni udjeli u portfelju Republike Hrvatske ili u kojima ona ima osnivačka (vlasnička) prava (Bejaković, Vukšić i Bratić, 2011.). No, zbog ovako općenite definicije i nedovoljno precizno definiranog pitanja vlasništva u praksi je otvoreno pitanje (ne)pripadnosti određenih javnih i dioničkih društava u Hrvatskoj ukupnom javnom sektoru, tj. sektoru javnih poduzeća (Bejaković, Vukšić i Bratić, 2011.).

Na slici 2 prikazana je podjela hrvatskog javnog sektora. Hrvatski javni sektor dijeli se na opću državu koju čine središnja država te regionalna i lokalna vlast i na javna poduzeća. Javna poduzeća dijele se na financijska i nefinancijska javna poduzeća, a financijska dalje na monetarna i nemonetarna.

Slika 2. Hrvatski javni sektor



Izvor: izrada autora, prema Bajo i Jurlina Alibegović, 2008.

Monetarna su financijska javna poduzeća rezidentna depozitarna društva pod kontrolom jedinica opće države (Bajo i Jurlina Alibegović, 2008.). Čine ih financijska društva, privatna društva koja podmiruju glavne društvene potrebe i tržišne neprofitne institucije čija je glavna djelatnost financijsko posredovanje, i koje imaju obveze u obliku depozita ili financijskih instrumenata koji su, praktično, supstituti depozita (Bajo i Jurlina Alibegović, 2008.). U ovu skupinu ubrajaju se Hrvatska narodna banka (HNB), Hrvatska banka za obnovu i razvoj (HBOR), Hrvatska poštanska banka (HPB), Croatia osiguranje d.d.10 i Croatia banka (Bejaković, Vukšić i Bratić, 2011.).

Nemonetarna financijska javna poduzeća su sva rezidentna financijska društva pod kontrolom jedinica opće države (osim javnih depozitarnih društava i središnje banke) i ona su kombinacija nefinancijskih i nemonetarnih financijskih javnih društava (Bajo i Jurlina Alibegović, 2008.). Te institucije obavljaju pomoćne aktivnosti transakcija vezanih za financijsku imovinu i obveze

ili transformaciju sredstava; ne izlažu se riziku osiguranja financijske imovine ili stvaranja obveze, nego obavljaju financijsko posredovanje kao glavnu aktivnost (Bajo, Jurlina Alibegović, 2008.). Prilagodivši se toj definiciji, prema tim autorima u ovoj su skupini Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga (HANFA), Financijska agencija (FINA) te Središnje klirinško depozitarno društvo (SKDD).

Nefinancijska javna poduzeća u Hrvatskoj pružaju usluge od posebnog državnog interesa i posebne važnosti za provedbu ekonomske politike Vlade RH te pokrivaju područja prometa, infrastrukture i ostalih usluga od općeg ekonomskog i društvenog interesa, nad kojima država provodi redovito praćenje, kontrolu i reviziju poslovanja (Bejaković, Vukšić i Bratić, 2011.).

Prema istraživanju Nestić, Rubil i Tomić 2015. godine, zaposleni u javnom sektoru još uvijek čine značajan dio ukupne zaposlenosti. Naime, udio privatnog sektora rastao je tijekom razdoblja tranzicije, a taj se trend nastavio i u 2000-tima pa je s oko 43 posto u 2000. povećan na oko 57 posto u 2008. i 2012. Povećanje udjela privatnog sektora u ukupnoj zaposlenosti dobrim se dijelom može objasniti privatizacijom i smanjenjem zaposlenosti u poduzećima u državnom vlasništvu.

Prema istom istraživanju, najveću razinu obrazovanja posjeduju zaposleni u javnom sektoru, gdje je udio zaposlenih sa završenim sveučilišnim obrazovanjem (preddiplomski, diplomski ili poslijediplomski studij) iznosio preko 30 posto u 2012., dok je taj udio u privatnom sektoru bio oko 10 posto. Prosječna neto plaća po satu rada u javnom sektoru 2000. bila je za oko 38 posto veća nego u privatnom sektoru, da bi 2008. i 2012. ta razlika bila oko 25 posto. U pogledu usporednih plaća prema razinama obrazovanja, pokazuje se da u javnom sektoru postoji premija na plaće u odnosu na privatni sektor na svim razinama obrazovanja iznad osnovne škole, osim kod završenog visokog obrazovanja.

Prema Poslovnom dnevniku, velika je vjerojatnost da će većina mladih koji se danas školuju svoj posao u budućnosti naći u privatnom sektoru. To sad ne zvuči dobro. Naime, često se privatni poslodavci prikazuju kao robovlasnici ili feudalci koji nemilice i nezakonski izrabljuju svoju radnu snagu. Ima vjerojatno i takvih, ali s njima se trebaju baviti institucije koje se bave kriminalom. Takvim, nadamo se, ipak izdvojenim slučajevima ne treba dopustiti da stvore loš dojam o svim privatnim poslodavcima.

Međutim, takve situacije sve češće možemo čuti u kuloarima, ali i u medijima. Velik broj ljudi koji rade u privatnim poduzećima, pogotovo onim manjima, žali se na odnos svojih poslodavaca prema njima. Radni tjedni bez slobodnog dana, rad nedjeljom te blagdanima, samo su neki od primjera „izrabljivanja“ ljudi. Stavljajući na stranu činjenicu da svi žele ostvariti što veći profit, veća briga bi se trebala voditi o zaposlenicima i o njihovim potrebama. Mnogi nemaju mogućnost biti za blagdane sa svojim obiteljima jer su prisiljeni te dane raditi, inače im se prijeti otkazima ili smanjenjem plaće. Po tome smo dosta zaostali za razvijenim dijelovima svijeta i to su stvari na koje treba upozoriti te obratiti veću pažnju. Upravo zbog toga dojam je da je posao u javnim poduzećima puno sigurniji i stabilniji nego što je u privatnim poduzećima u kojima većina toga ovisi o volji poslodavaca.

3. ZAJEDNICA I LOKALNA ZAJEDNICA

U ovom poglavlju pojmovno će biti određena zajednica i lokalna zajednica, bit će objašnjen održivi razvoj lokalne zajednice te simbioza između društvene odgovornosti poduzeća i lokalne zajednice.

3.1. Pojmovno određenje zajednice i lokalne zajednice

Ideja zajednice prisutna je – kad je riječ o zapadnoj kulturi i civilizaciji – već u najranijim promišljanjima odnosa između čovjeka i šireg konteksta njegova pojedinačnog i grupnog opstanka (Zeman i Zeman, 2010.). Pojam zajednice po mom mišljenju vrlo je širok i kompleksan pojam, koji bih ja okarakterizirao kao skupinu ljudi koji zajedno rade i teže prema ostvarenju nekog unaprijed određenog cilja. Zajednicu kao pojam možemo promatrati na više razina, od lokalne zajednice kao najmanje cjeline, do cijelog svijeta kao jedne velike zajednice ljudi različitih rasa, religija, vjera, znanja, sposobnosti, vještina itd. Unatoč činjenici da je bila jednim od središnjih sociologijskih koncepata, ideja zajednice, međutim poput niza drugih značajnih ideja nikad nije uspjela zadobiti neko posve neprijeporno, općeprihvaćeno značenje (Zeman i Zeman, 2010.).

Zajednička definicija zajednice pojavljuje se kao skupina ljudi s različitim obilježjima koji su povezani društvenim vezama, dijele zajedničke perspektive i sudjeluju u zajedničkim akcijama na nekim zemljopisnim lokacijama ili sredinama (MacQueen i suradnici, 2001.). Članovi zajednice definirani su kao ljudi koji dijele sljedeće (MacQueen, McLellan i ostali, 2001.):

- Vrijednosti, norme, raspoloženje, gledište, ideologiju, uvjerenja, vizije;
- Strasti, opsesije, interese, voljenja i nesviđanja, mišljenja, zabrinutost;
- Aktivnosti i ciljeve;
- Simbole i žargon;
- Boju kože i seksualni identitet;
- Nevolje, represiju i povijest.

Prema Hrvatskoj enciklopediji, zajednica je jedna ili nekoliko skupina ljudi međusobno povezanih radom i drugim aktivnostima i/ili zajedničkim interesima te simbolima kolektivne pripadnosti. U užem i najstarijem značenju, zajednica je skupina ljudi koja živi na nekom geografskom području i čiji se članovi međusobno poznaju.

Prema Hrvatskoj enciklopediji, lokalna zajednica je zajednica ljudi povezanih zajedničkim potrebama, tradicijom i identitetom u prostoru koji im omogućuje izravan dodir i komunikaciju. Život lokalne zajednice odvija se u svakodnevnim i spontanim interakcijama ili na organiziran način u odnosu prema formalnim institucijama, osobito u oprečnosti spram posve formalnom određenju lokalnih teritorijalnih jedinica.

Lokalna zajednica jest geografski definirana. Povezana je s određenim mjestom, pa, u pravilu, upućuje na zajednicu mjesta[1]. Zajednicu mjesta čini skupina ljudi koji žive jedni do drugih na određenom prostoru i dijele određene vrijednosti, iskustva i interese (Zeman i Zeman, 2010.). U tom sklopu lokalno označuje različite entitete: autohtono stanovništvo, sela, gradove i gradske četvrti, tvornice, regije, nacije ili mjesta – uvijek je povezano s kontekstualnim, konkretnim i ukorijenjenim (Zeman i Zeman, 2010.).

Tipična lokalna zajednica se sastoji od institucija (tijela koja donose odluke), poslovnih subjekata i stanovnika, kao i njihove interakcije koje mogu uključivati dijeljenje resursa, informacije i pomoć, kao i uspostavljanje poslovnih odnosa između lokalnih poduzetnika i potrošača (Sablić, 2016.). Kada se govori o lokalnoj zajednici, valja istaknuti da ona uz teritorijalna obilježja (tj. područje koje obuhvaća neki dio grada, čitav grad ili selo) podrazumijeva i psihološko-socijalna obilježja (Sablić, 2016.). Unutar lokalne zajednice postoje intimni međuljudski odnosi temeljeni na jasnom shvaćanju pozicije svakog člana društva (Tonnies, 2001.). Te se veze temelje na zadovoljavanju socijalnih potreba koje su svima zajedničke, zajedničkim interesima, temeljnim vrijednostima kojima se u životu vode pripadnici zajednice, normama ponašanja, ali i osjećanju pripadnosti toj zajednici (Sablić, 2016.).

Glavna razlika između pojma zajednice i pojma lokalne zajednice je dakle ta da je lokalna zajednica geografski određena. Zajednica je dosta širi pojam koji se, kao što je ranije rečeno, može gledati kao svijet u cjelini. Odnosi u lokalnoj zajednici su prisniji i intimniji, ljudi se bolje poznaju, više znaju jedni o drugima te uglavnom dijele zajednička razmišljanja i njeguju zajedničke običaje. Kao primjer lokalne zajednice mogu se navesti Općina Nova Rača u čijem sastavu se nalazi 13 sela, a u njoj se također nalazi i Benzinska postaja Hodak, koja će kasnije biti predmetom istraživanja, zatim lokalne zajednice pojedinih otoka, gradovi itd.

[1] Community of place

Međutim, situacija nije savršena u niti jednoj lokalnoj zajednici. Ljudska pohlepa, ljubomora, zavist i netrpeljivost bile su i uvijek će biti problem svake lokalne zajednice, ali i svijeta. Ljudi su najkompleksnija bića i ne postoji nijedan isti karakter na ovom svijetu. Iz tog razloga uvijek dolazi do prepirki, sukoba i neslaganja i nikad se neće dogoditi da se svatko slaže sa svakim. Zato se mišljenja ljudi u istim lokalnim zajednicama razlikuju, što će se posebno vidjeti u kasnijem istraživanju u ovom diplomskom radu.

3.2. Održivi razvoj lokalne zajednice

Prema Hrvatskoj enciklopediji, održivi razvoj je ekonomski razvoj koji u potpunosti uzima u obzir djelovanje ekonomske aktivnosti na okoliš i osniva se na → obnovljivim izvorima dobara. Osnovna je postavka održivoga razvoja: povećanje dobrobiti mjeri se povećanjem kvalitete života pojedinca i sveukupnog stanovništva, a ne povećanjem količine proizvedenih ili utrošenih materijalnih dobara ili energije. Neusklađenost interesa i usmjerenja različitih skupina i država o prvenstvima ciljeva razvoja, uzrokom je neujednačenosti razvojnih planova pojedinih zemalja, regija ili kontinenata. Manje razvijene zemlje smatraju planove održivoga razvoja ograničenjima koja im nameću razvijene i tehnološki moćne zemlje, koje su svoj razvoj u prošlosti postigle upravo intenzivnim iskorištavanjem okoliša i odlaganjem štetnog otpada.

Pojam održivog razvoja nastao je iz potrebe da se naglasi nužnost očuvanja i zaštite, osobito neobnovljivih resursa, te da se razvoj uskladi s okolišem (Čavrak, 2003.). Drugim riječima održivi razvoj znači usklađeni i koordinirani razvoj na dugi rok, a ne puko forsiranje razvoja na kratki rok po svaku cijenu pa i po cijenu potpunog uništenja okoliša i iscrpljenja prirodnih resursa na način da aktualna generacija ne vodi računa o potrebama razvoja i za buduće generacije (Čavrak, 2003.). Većina suvremenih interpretacija pojma održivi razvoj sugerira da se radi o potrebi cjelovita promišljanja i provedbe takva gospodarskog razvitka koji je u suglasju s ograničenjima koje postavlja okvir prirodnog okoliša s nakanom da sadašnja generacija odgovorno postupa prema potrebama razvoja i budućih generacija (Čavrak, 2003.).

Održivi razvoj je projekt budućnosti, čije ostvarivanje pretpostavlja i traži globalne društvene promjene koje će imati karakter društvene inovacije. Tržište i kapital kao društveni odnos nemaju u sebi moć i domet da budu opći i sveobuhvatni mehanizam koji će učinkovito urediti povijesnu sudbinu čovječanstva, produktivne ekonomije, ali i stalnog obnavljanja života prirode i ljudi (Lay, 2007.).

Taj je pojam/koncept globalnu popularnost počeo stjecati nakon objavljivanja tzv. Bruntland Reporta, poznatog i pod naslovom Our Common Future (Naša zajednička budućnost), koji je, na zahtjev Opće skupštine Ujedinjenih naroda, 1987. godine podnijela Komisija Ujedinjenih naroda za okoliš i razvoj (United Nations Conference on Environment and Development, UNCED). U tom je dokumentu prvi put jasno artikulirana spoznaja o konačnosti planetarnih prirodnih resursa. U spomenutoj je publikaciji održivi razvoj određen kao razvoj koji „izlazi ususret potrebama sadašnjih generacija bez ugrožavanja mogućnosti budućih generacija da zadovolje svoje potrebe“.

Čini se da su se napori oko postizanja održivosti u razvoju, ali i u drugim oblicima uređivanja društvenog i individualnog života, tijekom posljednjeg desetljeća konačno uspjeli usredotočiti na razinu na kojoj imaju najviše smisla – onu lokalne zajednice (Zeman i Zeman, 2010.). Pritom pod lokalnom zajednicom ne treba misliti samo male zajednice, poput manjih mjesta ili četvrti u gradovima. Zajednice obuhvaćaju i velike gradove ili gradske aglomeracije, pa i cijele države, jer ono što zajednicu čini zajednicom – svjesna okupljenost i djelovanje socijalnih aktera oko određenih ciljeva i vrednota – ne podliježe prostornim ograničenjima (Zeman i Zeman, 2010.).

Slika 3. Četverostupni model održivosti



Izvor: Zeman, M. G., Zeman, Z. (2010.), *Uvod u sociologiju (održivih) zajednica*, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, str. 89

Na slici 3 prikazan je četverostupni model održivosti koji se sastoji od četiri dimenzije koje su međusobno povezane – kulturalna dimenzija, socijalna dimenzija, okolišna dimenzija i ekonomska dimenzija. Ključnu ulogu kod održivog razvoja ima kulturalna dimenzija, što se može i iščitati iz slike gdje je ona stavljena na čelo. Međutim, to ne znači da su ostale dimenzije nebitne ili manje bitne, nužna je njihova međusobna povezanost i suradnja kako bi se uspješno primijenio koncept održivog razvoja.

Tablica 1. Usporedba karakteristika održive i neodržive zajednice

NEODRŽIVA ZAJEDNICA	ODRŽIVA ZAJEDNICA
Troši resurse brže nego što se oni mogu obnoviti.	Troši resurse primjereno brzini njihova obnavljanja.
Proizvodi više otpada nego što ga prirodni sistemi mogu preraditi.	Proizvodi otpad u količini koju prirodni sistemi mogu preraditi.
Oslanja se na udaljene izvore pri zadovoljavanju temeljnih potreba.	Oslanja se na bliske izvore pri zadovoljavanju temeljnih potreba.
	Njeguje predanost mjestu.
	Promovira vitalnost.
	Djeluje kao čuvar.
	Stvara veze izvan granica zajednice.

Izvor: izrada autora, prema Zeman i Zeman, 2010.

U tablici 1 nalazi se usporedba karakteristika održive i neodržive zajednice. Kao ključna razlika navedeno je da održiva zajednica troši resurse primjereno brzini njihova obnavljanja, dok neodrživa zajednica troši resurse brže nego što se oni mogu obnoviti. Također, održiva zajednica proizvodi otpad u količini koju mogu preraditi prirodni sistemi, dok neodrživa zajednica proizvodi više otpada nego što ga prirodni sistemi mogu preraditi. Održiva zajednica stvara i veze izvan granica zajednice, njeguje predanost mjestu...

Svaka zajednica održivost na svom području mora definirati tako da krene od vlastitih vrijednosti i perspektive. Pritom treba u obzir uzeti četverostupni model održivosti, tj. lokalne kulturne, ekonomske, socijalne i okolišne aspekte. Uz to, procesi odlučivanja moraju uključivati sve članove zajednice. Nastojanja oko održivosti učinkovita su i smislena samo ako svojim utjecajem obuhvate i povežu sva područja društvenog života. Ako se sve uzme u obzir, ako se ispune svi preduvjeti te ako se u taj „pothvat“ krene kako treba, može se očekivati da će se održiva zajednica povezati sa svojim okolišem na svim razinama. Ljudski zdravstveni problemi

bi se smanjili (što fizički, što mentalni), ljudi bi se osjećali kao da su dio prirode, više bi pažnje obraćali prirodi i životu u prirodi te bi se povećala svijest o životu.

Ministarstvo prema Programu održivog razvoja lokalne zajednice u 2019. godini nastavlja pomagati održivost razvoja lokalne zajednice u smislu poboljšanja dostupnosti lokalne infrastrukture (izgradnja, obnova i rekonstrukcija objekata socijalne, komunalne, javne i gospodarske namjene na lokalnoj razini), vodeći pritom računa o promicanju jednakih mogućnosti i socijalne uključenosti (promicanja ravnopravnosti spolova te zabrana diskriminacije po bilo kojoj osnovi), promicanju održivog razvoja (očuvanje, zaštita i unaprjeđenje zaštite okoliša, promicanje korištenja obnovljivih izvora energije i unaprjeđenja energetske učinkovitosti) kao i o neovisnosti lokalne zajednice.

Korisnici ovoga Programa u širem smislu su svi stanovnici lokalne zajednice na potpomognutim područjima koji imaju korist od provedbenih aktivnosti Programa. U užem smislu, krajnji korisnici su jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave koje su stekle status potpomognutog područja i njihove ciljane skupine koje nakon provedbe projekta preuzimaju inicijativu daljnjeg širenja aktivnosti i prepoznatih prioriteta za potrebe lokalnog stanovništva i na korist široj lokalnoj zajednici.

Program je namijenjen jedinicama lokalne i područne (regionalne) samouprave koje su u skladu sa Zakonom o izmjenama i dopunama Zakona o regionalnom razvoju Republike Hrvatske (Narodne novine, broj 123/17) i Odlukom o razvrstavanju jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave prema stupnju razvijenosti (Narodne novine, broj 132/17) stekle status potpomognutog područja.

3.3. Simbioza društvene odgovornosti poduzeća i lokalne zajednice

Društvena odgovornost je pojam koji se jako nameće i ističe, pogotovo u novije vrijeme. Problematika društvene odgovornosti česta je tema znanstvene literature i različitih časopisa i novina. Također, i poduzeća ga sve više počinju isticati kao dio svoje poslovne strategije. Ovakav koncept poslovanja relativno je nov i svoje podrijetlo vuče iz 60-ih i 70-ih godina prošlog stoljeća kada se počela nazirati svijest o potrebi odgovornog društva (Vrdoljak Raguž i Hazdovac, 2014.). U današnjem svijetu koji se modernizira te iz godine u godinu sve više

tehnološki napreduje, i dalje smo svjedoci različitih nejednakosti, siromaštva, ratova, društva koje je zatrovano i u kojem se sve počelo vrtjeti oko novca. Ljude u velikoj mjeri karakterizira manjak suosjećanja prema drugima, manjak svijesti o problemima u društvu i o problemima s okolišem. Iako se ne može reći da se po tom pitanju ne radi na poboljšanju, svejedno se postavlja pitanje može li današnje društvo uopće biti odgovorno.

Čitava praksa društvene odgovornosti započela je kao nov način poslovanja u velikim multinacionalnim kompanijama koje su bile izložene napadima zbog svoje politike prema okolišu ili zaposlenicima (Vrdoljak Raguž i Hazdovac, 2014.). Naime, takve kompanije bile su usmjerene isključivo na profit i nisu vodile računa o potrebama društva i prirode, što je uzrokovalo kritički stav javnosti prema takvoj (ne)odgovornosti (Vrdoljak Raguž i Hazdovac, 2014.).

Hopkins definira društveno odgovorno poslovanje kao pažnju s kojom se na etičan i društveno odgovoran način odnosimo prema interesno - utjecajnim skupinama koje se nalaze izvan, ali i unutar organizacije. Cilj društvene odgovornosti je da uz očuvanje profitabilnosti istovremeno omogući stvaranje visokih standarda života za interesno - utjecajne skupine izvan i unutar poduzeća."

Korporativna društvena odgovornost označava sveukupni odnos korporacije sa svim njezinim Dionicima (Khoury i suradnici, 1999.). To uključuje kupce, zaposlenike, zajednice, vlasnike/investitore, vladu, dobavljače i konkurente (Khoury i suradnici, 1999.). Elementi društvene odgovornosti uključuju ulaganje u zajednicu, odnose sa zaposlenicima, stvaranje i održavanje zaposlenja, upravljanje zaštitom okoliša i financijski učinak (Khoury i suradnici, 1999.).

Pojam i praksa društvene odgovornosti poduzeća odnose se na cjelokupni raspon njegova djelovanja. Što poduzeće proizvodi, na koji način proizvodi, koje resurse upotrebljava, kako kupuje, kako prodaje, kako utječe na okoliš, kako zapošljava, kako se odnosi prema zaposlenicima, na koji ih način osposobljava za rad, kakvi su radni uvjeti, kako ulaže u društvenu zajednicu te poštuje li ljudska i radna prava samo su neka od pitanja koja određuju ukupni utjecaj tog poduzeća na društvo (Vrdoljak Raguž i Hazdovac, 2014.).

Cilj društveno odgovornog poslovanja korporacija je pridonositi podizanju svijesti o nužnosti održivog razvoja, razvijati proizvode i usluge koji unapređuju kvalitetu življenja i produktivnost te omogućavaju djelotvornije korištenje prirodnih dobara (Kotler, 2004.). Investiranje u tehnologije koje nisu opasne po okoliš može doprinijeti kompetitivnosti poduzeća (Pavić-Rogošić, 2017.). U socijalnoj sferi, ulaganje u edukaciju, radne uvjete te usvajanje dobrih odnosa sa zaposlenicima također može doprinijeti produktivnosti (Pavić-Rogošić, 2017.).

Izražavajući socijalnu odgovornost i dobrovoljnost kroz opredijeljenost koja prelazi propisane zakonske zahtjeve (koje ionako moraju poštivati), kompanije nastoje povećati standarde društvenog razvoja, zaštite okoliša te poštivanja ljudskih prava (Pavić-Rogošić, 2017.). Na taj način se ostvaruju nova partnerstva i proširuje postojeća suradnja unutar kompanija u pogledu socijalnog dijaloga, stjecanja vještina, jednakih mogućnosti, predviđanja i upravljanja promjenama (Pavić-Rogošić, 2017.). Tako jača ekonomska i društvena kohezija na lokalnoj ili nacionalnoj razini, a na globalnoj razini, na taj se način doprinosi zaštiti okoliša i poštivanju osnovnih ljudskih prava (Pavić-Rogošić, 2017.).

Slika 4. Hijerarhija društvene odgovornosti poduzeća



Izvor: Buble, M. (2006.), *Osnove menadžmenta*, Ekonomski fakultet, Split, str. 76.

U bazi piramide, kao prva razina u hijerarhiji društvene odgovornosti, nalazi se ekonomska odgovornost kao osnovna odgovornost svakog poduzeća i kao njegova osnovna svrha, svrha zbog koje je osnovano. Osnovni cilj te razine odgovornosti poduzeća je da ono bude profitabilno. Upravo na temelju profitabilnosti, poduzeće može ispuniti očekivanja vlasnika, ali i društva te okoliša.

Druga razina u ovoj hijerarhiji je zakonska odgovornost. Od poduzeća se očekuje da ispunjava svoje ekonomske ciljeve unutar zakona donesenih od za to nadležnih organa. Poslovanje svakog poduzeća uređeno je zakonima, propisima i pravilima kojih se oni moraju pridržavati, inače moraju platiti kaznu, ili u ozbiljnijim situacijama kršenja zakona, protiv poduzeća može biti pokrenut postupak na sudu.

Treća razina u hijerarhiji je etička odgovornost. Neetično ponašanje dešava se onda kada poduzeće svojim odlukama i djelovanjem radi na štetu pojedinaca i na štetu društva. Javnost očekuje da se poduzeća pridržavaju normi etičkog poslovanja, pa bi se poduzeća zato i trebala pridržavati tih normi, inače će biti izloženi kritikama javnosti koje će dovesti do smanjenja prodaje i smanjenja profitabilnosti.

Filantropska odgovornost čini vrh piramide društvene odgovornosti poduzeća. Filantropsku odgovornost obilježava dobrovoljnost i neobvezatnost. Poduzeća nisu pritisnuta nikakvim zakonima niti pravilima da moraju doprinijeti zajednici i kvaliteti života, međutim sigurno je da javnost više cijeni i radije će kupovati kod takvih poduzeća. To su aktivnosti poput donacija potrebitim ustanovama, pomaganja siromašnima, pomaganja požarom pogođenih područja i sl.

4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE: KOMPARATIVNA ANALIZA UTJECAJA JAVNIH I PRIVATNIH PODUZEĆA NA LOKALNU ZAJEDNICU NA TEMELJU STUDIJE SLUČAJA

U ovom, glavnom poglavlju ovog diplomskog rada, istražit će se utjecaj javnih i privatnih poduzeća na lokalnu zajednicu. Spomenuta će biti metodologija istraživanja, zatim će biti prikazani rezultati istraživanja koji se tiču oba istraživana poduzeća, nakon čega će biti prikazani rezultati istraživanja koje se tiču pojedinih od ta dva promatrana poduzeća. Na kraju će biti navedena i ograničenja istraživačke metodologije.

4.1. Metodologija istraživanja

Kao metoda istraživanja u ovom je radu korištena je anketa izrađena u Google obrascima, a kao instrument prikupljanja korišteni su anketni upitnik te polustrukturirani intervjui kojima su intervjuirani relevantni ljudi za potrebe pojedinih studija slučaja.

S ciljem utvrđivanja utjecaja javnih i privatnih poduzeća, provedeno je empirijsko istraživanje metodom anketnog upitnika na uzorku od 60 ispitanika. Istraživanje je provedeno na uzorku skupine ljudi koji su redoviti klijenti barem jednog od promatranih poduzeća, a najčešće su klijenti obadva promatrana poduzeća. Što se tiče samog anketnog upitnika, postavljeno je ukupno 27 pitanja zatvorenog tipa. Prvi dio upitnika zajednički je za oba poduzeća. To su demografski podaci koji su u upitniku bili dob, spol, obrazovanje, trenutni radni status, mjesečni osobni prihodi te zadovoljstvo radnim mjestom i osobnim prihodima. Drugi dio upitnika također je zajednički i odnosi se na pojmove održivog razvoja i društveno odgovornog poslovanja. Ispitanici su odgovarali na pitanja što za njih znači pojam održivi razvoj i jesu li uopće ikada čuli za njega, što za njih znači društveno odgovorno poslovanje i jesu li uopće čuli za taj pojam i sl. U trećem, najvažnijem dijelu upitnika, ispitanici su odgovarali na postavljena pitanja koja se tiču svakog od pojedinih poduzeća. Tim pitanjima utvrđeno je koliko ispitanici, tj. klijenti tih dvaju poduzeća, smatraju korisnim poduzeća za život lokalne zajednice, smatraju li ih društveno odgovornima i sl. Uz provedeni anketni upitnik, obavljeni su i polustrukturirani intervjui sa po tri zaposlenika svakog od poduzeća te sa članovima lokalne zajednice koji su dobro upoznati sa problematikom.

Tablica 2. Osnovne karakteristike ispitanika

Karakteristika ispitanika	Odgovor	Broj ispitanika	Broj ispitanika u %
Spol	Muško	42	70%
	Žensko	18	30%
Dob	<18 godina	4	6,7%
	18-25	30	50%
	26-35	12	20%
	36-45	7	11,7%
	46-55	4	6,7%
	56-65	0	0%
	>65 godina	3	5%
Obrazovanje	Bez osnovne škole	0	0%
	Završena osnovna škola	5	8,3%
	SSS	42	70%
	VSS	7	11,7%
	Magistar struke	5	8,3%
	Dr.sc.	1	1,7%
	Mr.sc.	0	0%
Trenutni radni status	Nezaposlen/a	16	26,7%
	Rad preko student servisa	4	6,7%
	Rad uz stručno osposobljavanje	0	0%
	Zaposlen/a na neodređeno vrijeme	30	50%
	Zaposlen/a na određeno vrijeme	10	16,7%

Izvor: izrada autora

U tablici 2 vidljive su osnovne karakteristike ispitanika – spol, dob, stupanj obrazovanja i trenutni radni status. Vidljivo je kako su anketu ispunjavali pretežno muškarci, njih je čak 70% od ukupnog broja ispitanika. Najviše ispitanika bilo je u dobi 18-25 godina, njih 50%, dok je najmanje ispitanika bilo koji su stariji od 65 godina, njih samo 5%. Ispitanika u dobi 56-65 godina nije bilo. Što se obrazovanja tiče, dominiraju oni sa srednjom stručnom spremom (SSS) kojih je čak 70%. Najmanje ispitanika, tj. jedan ispitanik, su doktori neke struke. Magistara znanosti među ispitanicima nije bilo. Što se trenutnog radnog statusa tiče, najviše ispitanika zaposleno je na neodređeno vrijeme, njih 50%. Nezaposlenih ispitanika je 26,7% što znači da većina ispitanika ima posao. Ispitanika na radu uz stručno osposobljavanje nije bilo. Od zaposlenih ispitanika 77,6% njih odgovorilo je da je zadovoljno svojim radnim mjestom.

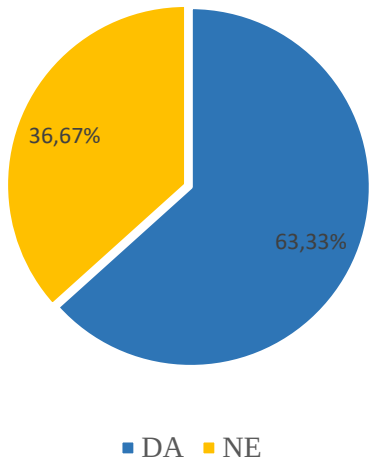
Tablica 3. Mjesečni osobni prihodi ispitanika

Visina prihoda	Broj ispitanika	Broj ispitanika u %
<1500kn	4	7,1%
1501-2500kn	7	12,5%
2501-3500kn	1	1,8%
3501-4500kn	11	19,6%
4501-5500kn	7	12,5%
5501-6500kn	13	23,2%
6501-7500kn	7	12,5%
>7500kn	6	10,7%
Ukupno	56	100,00%

Izvor: izrada autora

U tablici 3 vidljivi su mjesečni osobni prihodi ispitanika. Pitanje u anketnom upitniku nije bilo obavezno za sve jer se znalo da nisu svi ispitanici zaposleni te da nemaju svi izvore prihoda. Tako je od ukupno 60 ispitanika njih 56 odgovorilo na ovo pitanje, dok 4 nemaju nikakav izvor prihoda. Prema odgovorima vidi se da su mjesečni osobni prihodi ispitanika dosta disperzirani te da niti jedan od navedenih intervala prihoda ne prevladava. Najviše je onih čiji je mjesečni osobni prihod 5501-6500kn i to njih 23,2%, a najmanje je onih čiji je prihod 2501-3500kn, i to samo jedan ispitanik ili 1,8% od 56 ispitanih osoba. Ispitanicima je postavljeno i pitanje jesu li zadovoljni svojim osobnim mjesečnim prihodom, a na to pitanje odgovor ih je dalo svih 60. Od toga se njih 51,7% izjasnilo da su zadovoljni, dok ih 48,3% nije zadovoljno svojim osobnim mjesečnim prihodom. Podatak je to koji me malo začudio jer smatram da većina ispitanika ima dosta dobar mjesečni prihod.

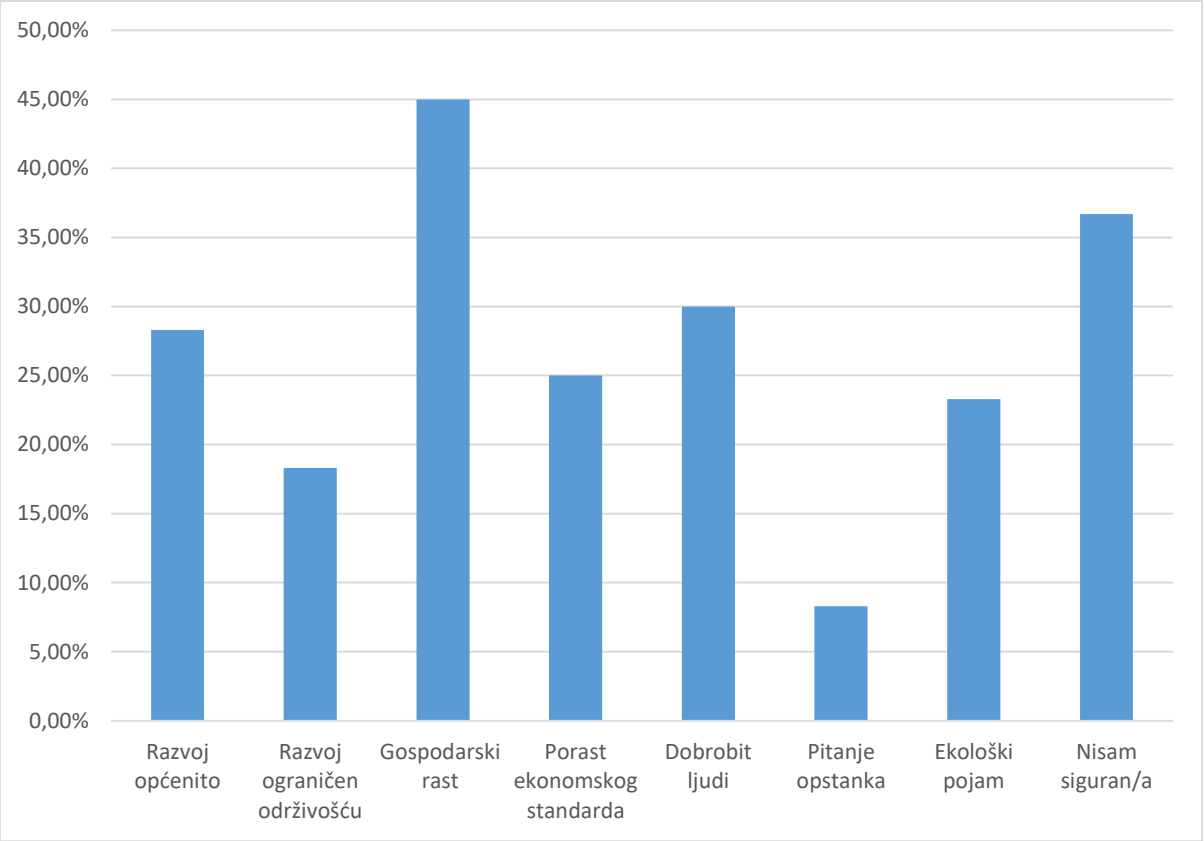
Grafikon 4. Odgovor ispitanika na pitanje "Jeste li ikada čuli za pojam *održivi razvoj*?"



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 4 u relativnim iznosima prikazani su odgovori ispitanika na pitanje „Jeste li ikada čuli za pojam *održivi razvoj*?“ Njih 63,33% pozitivno se izjasnilo, dok se njih 36,67% negativno izjasnilo na postavljeno pitanje. Takav odnos odgovora otprilike je bio i očekivan jer to nije pojam koji se baš toliko često čuje.

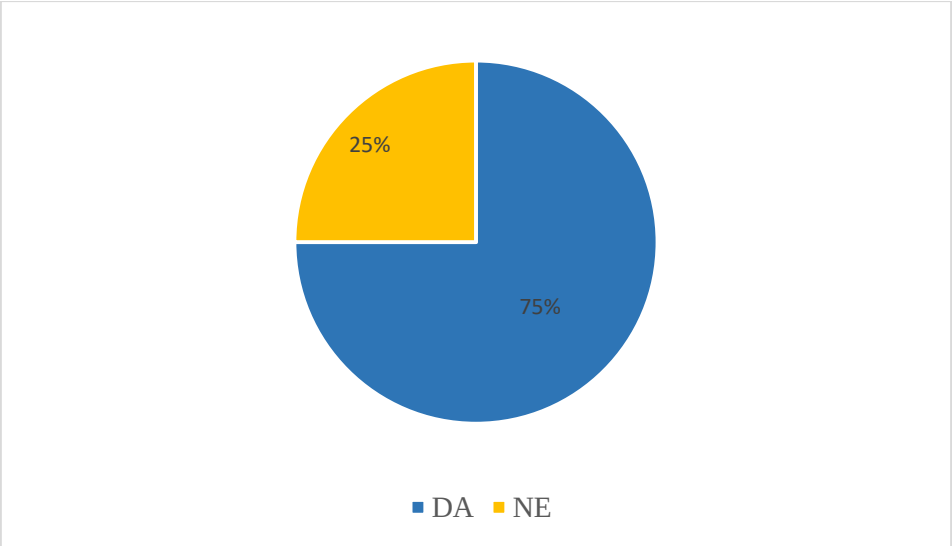
Grafikon 5. Odgovor ispitanika na pitanje "Što za Vas znači pojam održivi razvoj?"



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 5 prikazani su odgovori ispitanika na pitanje „Što za Vas znači pojam *održivi razvoj*?“. Odgovori su vrlo disperzirani, a zanimljivo je da nijedan od odgovora nije prešao 50%. Najviše njih, odnosno 45%, smatra da je održivi razvoj pojam koji označava gospodarski rast. Nakon toga slijede odgovori da je to pojam koji označava dobrobit ljudi te da je to pojam koji označava neki općeniti razvoj. Najmanje ispitanika odgovorilo je da je održivi razvoj pojam koji označava pitanje opstanka, njih je bilo 8,3%. 36,7% ispitanika odgovorilo je da nisu sigurni, što odgovara broju ispitanika koji su se u prethodnom pitanju izjasnili da nisu čuli za pojam održivog razvoja.

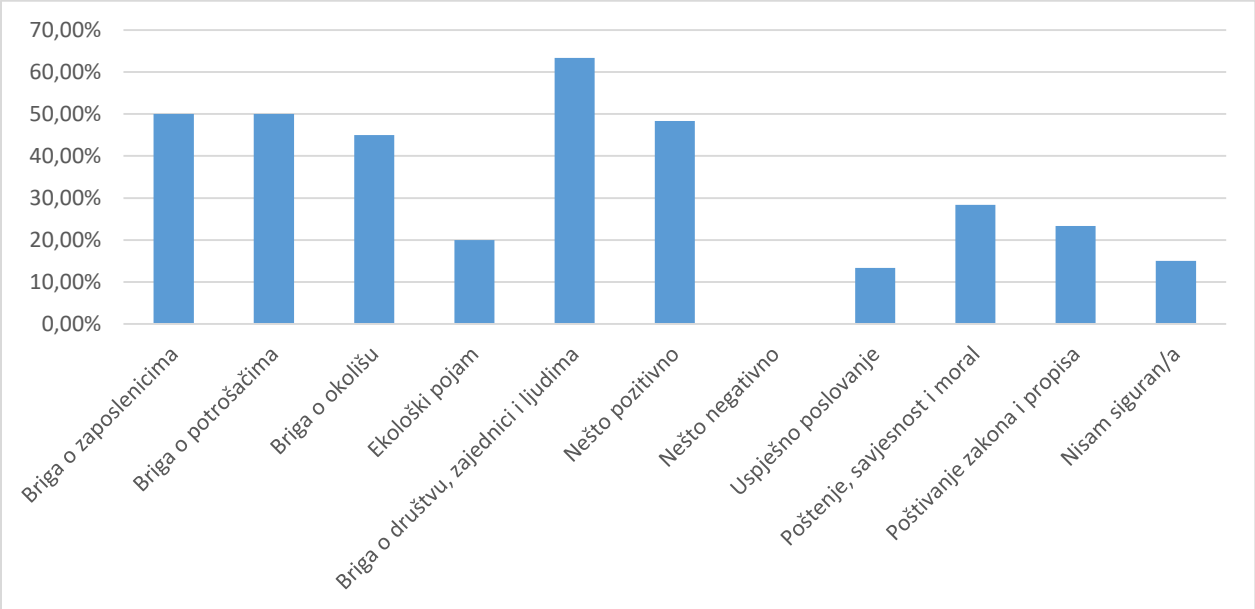
Grafikon 6. Odgovor ispitanika na pitanje "Jeste li ikada čuli za pojam *društveno odgovorno ponašanje* poduzeća?"



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 6 prikazan je odgovor ispitanika na pitanje "Jeste li ikada čuli za pojam *društveno odgovorno ponašanje* poduzeća?". Njih 2/3, tj. 75% potvrdno je odgovorilo na postavljeno pitanje, dok 25% njih nije čulo za taj pojam, što je dosta iznenađujuće jer pojam je to s kojim se sve češće i češće susrećemo.

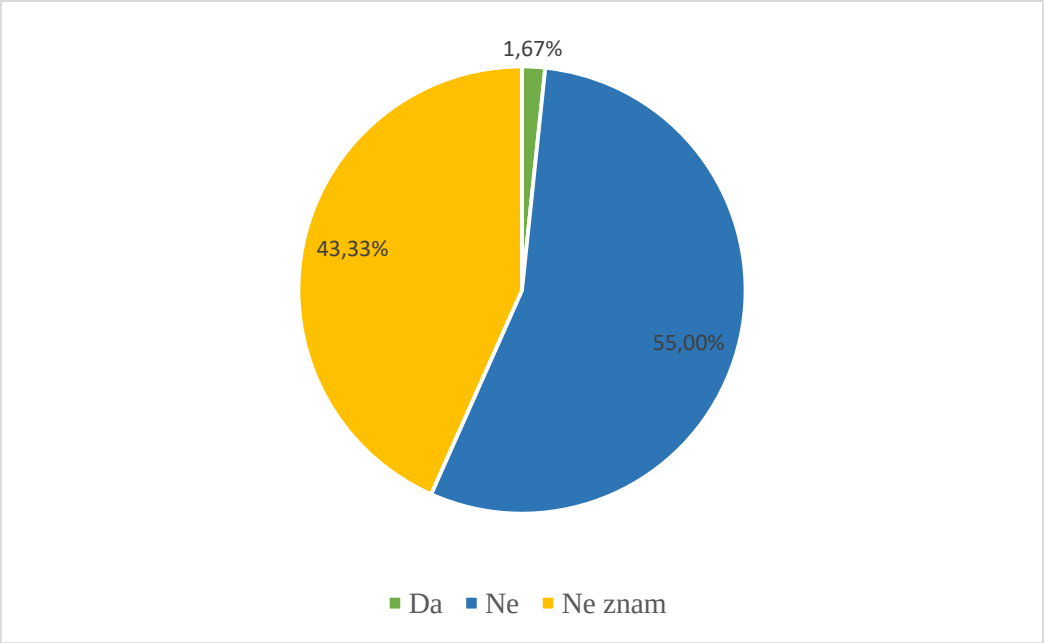
Grafikon 7. Odgovor ispitanika na pitanje "Što za Vas znači pojam *društveno odgovornog poslovanja*?"



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 7 prikazani su odgovori ispitanika na pitanje „Što za vas znači pojam *društveno odgovornog poslovanja*?“. Najviše ispitanika, njih 63,33% odgovorilo je da za njih taj pojam označava brigu o okolišu, zajednici i ljudima. Nakon toga sa 50% odgovora slijede briga o zaposlenicima i briga o potrošačima. Zanimljivo je da se tek na četvrtom mjestu po broju odgovora nalazi odgovor „Nešto pozitivno“, iako se iz samog pojma može iščitati da se radi o nečem što je pozitivno. S druge strane, nitko od ispitanika ne smatra da je to pojam koji označava nešto što je negativno. Najmanje ispitanika odgovorilo je da taj pojam označava uspješno poslovanje, njih 13,33%, dok 15% njih nije sigurno što taj pojam označava.

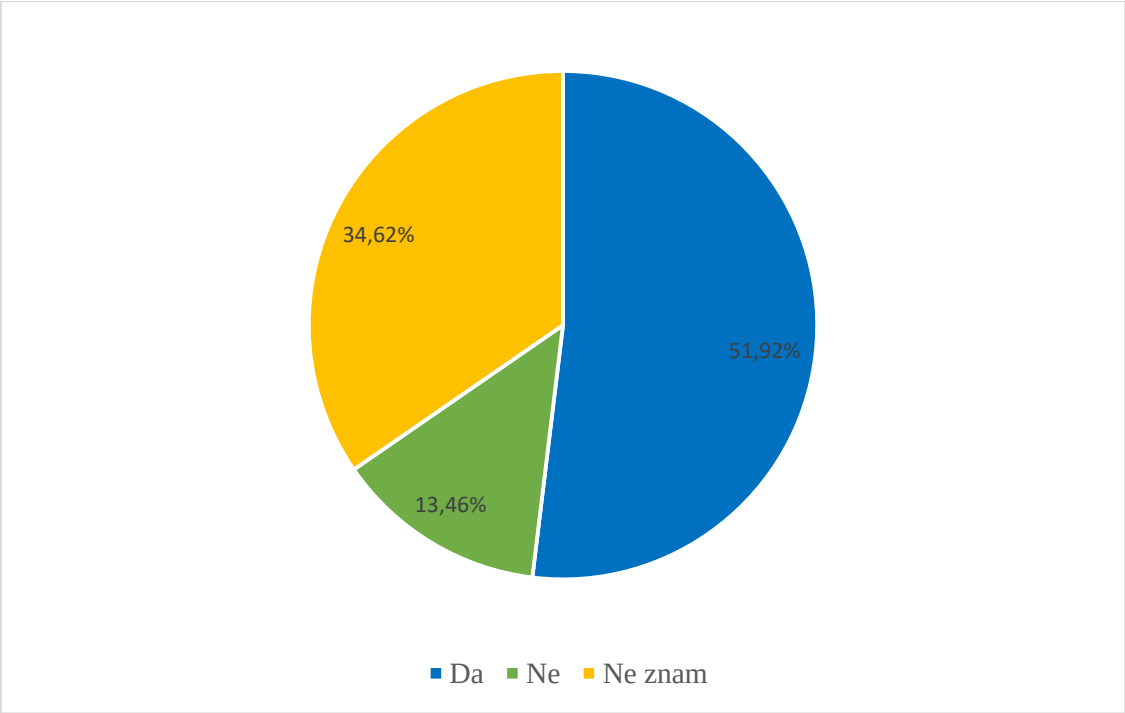
Grafikon 8. Odgovor ispitanika na pitanje "Smatrate li da dovoljan broj hrvatskih poduzeća provodi koncept društveno odgovornog poslovanja?"



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 8 prikazan je odgovor ispitanika na pitanje "Smatrate li da dovoljan broj hrvatskih poduzeća provodi koncept društveno odgovornog poslovanja?". Više od polovice ispitanika, tj. njih 55%, smatra da nedovoljan broj naših poduzeća provodi koncept DOP-a. Samo 1,67% ispitanika, tj. jedan jedini ispitanik, smatra da dovoljan broj naših poduzeća provodi koncept DOP-a, a čak 43,33% njih odgovorilo je da ne znaju. Zanimljivi su ovo i možda pomalo neočekivani rezultati, pogotovo činjenica da samo jedan ispitanik smatra da dovoljan broj hrvatskih poduzeća provodi koncept DOP-a, što bi značilo da ispitanici nemaju pozitivnu sliku o našim poduzećima.

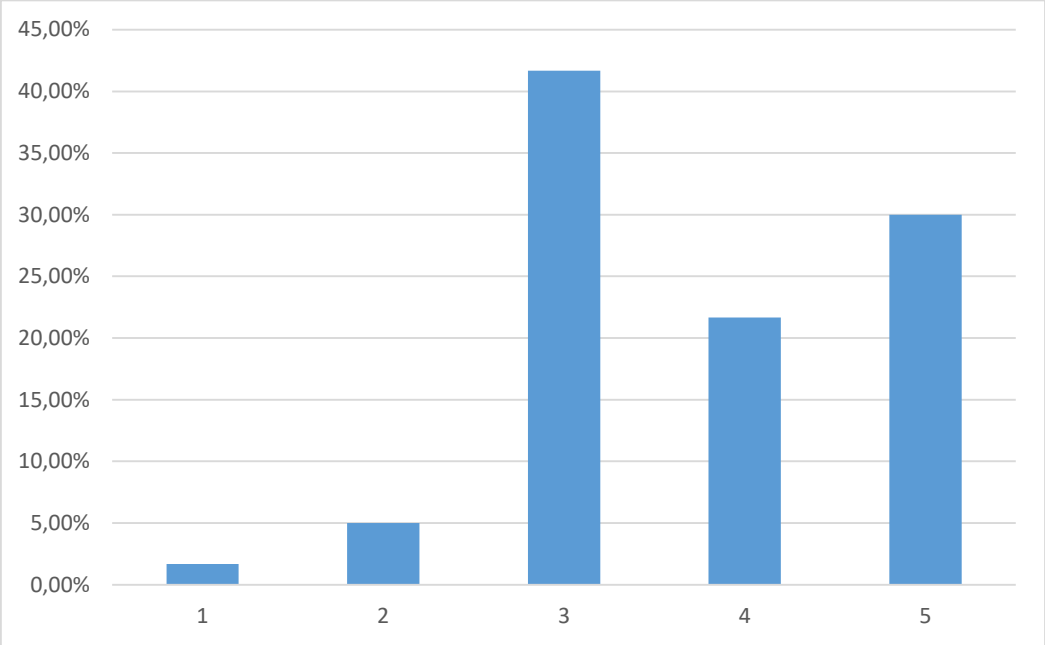
Grafikon 9. Odgovor ispitanika na pitanje "Smatrate li poduzeće u kojem radite društveno odgovornim?"



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 9 prikazan je odgovor na pitanje "Smatrate li poduzeće u kojem radite društveno odgovornim?". Ovo pitanje nije bilo obavezno u anketi, pa je na njega odgovorilo 52 od ukupno 60 ispitanika. Više od polovice ispitanika, točnije njih 51,92% odgovorilo je potvrdno na postavljeno pitanje, dok je samo njih 13,46% odgovorilo da ne smatra poduzeće u kojem radi društveno odgovornim. Može se primjetiti dosta proporcionalan odnos ovog i prethodnog pitanja. U prethodnom pitanju samo jedan ispitanik smatra da je dovoljan broj naših poduzeća provodi koncept DOP-a, dok ovdje vidimo da više od polovice njih smatra svoje poduzeće društveno odgovornim. Čak 34,62% ispitanika ne zna da li je poduzeće u kojem rade društveno odgovorno. To se može smatrati pomalo zabrinjavajućim podatkom jer ukazuje na eventualni manjak svijesti i manjak informacija koju neki od ispitanika imaju o poduzećima u kojima rade.

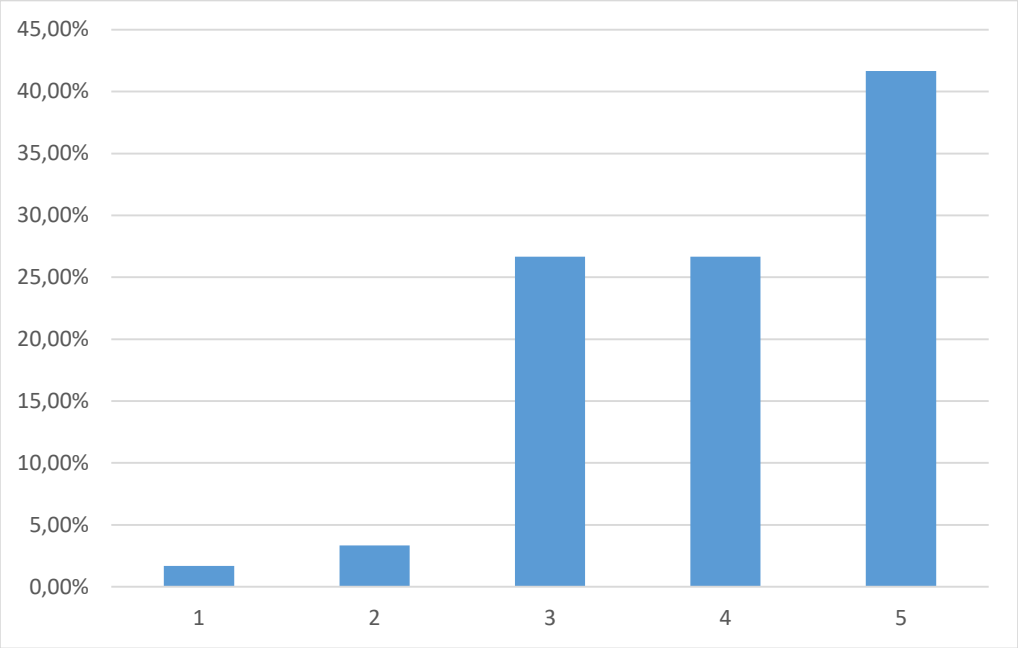
Grafikon 10. Odgovor ispitanika na pitanje "Koliko je vjerojatno da biste skuplje platili proizvod istih ili sličnih karakteristika kada biste znali da proizvođač vodi posebnu brigu o zaštiti okoliša?"



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 10 ocjenama od 1 (najmanje vjerojatno) do 5 (najviše vjerojatno) prikazani su odgovori ispitanika na pitanje "Koliko je vjerojatno da biste skuplje platili proizvod istih ili sličnih karakteristika kada biste znali da proizvođač vodi posebnu brigu o zaštiti okoliša?". Samo jedan ispitanik, tj 1,76% od ukupnog broja smatra najmanje vjerojatnim da bi skuplje platio proizvod takvog poduzeća. Najviše ispitanika smjestilo je svoj odgovor na sredinu ljestvice, njih 41,67%. Nakon toga najviše odgovora imamo na vrhu ljestvice, tj. 30% ispitanika smatra najviše vjerojatnim da bi skuplje platili proizvod takvog poduzeća. Dobiveni rezultati približno su zadovoljavajući, posebno ohrabruje činjenica da su se samo četiri ispitanika pozicionirala na dnu ljestvice vjerojatnosti – na ocjenama 1 i 2. Međutim, najviše ispitanika nalazi se na sredini ljestvice što bi značilo da ih se ne može smjestiti niti u onu skupinu koja bi platila skuplje proizvod takvog poduzeća, niti u onu skupinu koja ne bi skuplje platila proizvod takvog poduzeća i to je ono što može, ali i ne mora zabrinjavati jer izrazito je važno voditi brigu o okolišu i štititi ga na što je više moguće načina jer i mi sami u njemu živimo.

Grafikon 11. Odgovor ispitanika na pitanje "Koliko je vjerojatno da biste skuplje platili proizvod istih ili sličnih karakteristika kada biste znali da proizvođač vodi posebnu brigu o svojim zaposlenima?"



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 11 ocjenama od 1 (najmanje vjerojatno) do 5 (najviše vjerojatno) prikazani su odgovori ispitanika na pitanje "Koliko je vjerojatno da biste skuplje platili proizvod istih ili sličnih karakteristika kada biste znali da proizvođač vodi posebnu brigu o svojim zaposlenima?" Samo jedan ispitanik, tj. 1,67% od ukupnog broja ispitanika smatra najmanje vjerojatnim da bi skuplje platio proizvod takvog poduzeća. Grafikon ima tendenciju rasta, a ocjene 3 i 4 na ovoj ljestvici vjerojatnosti imaju jednak broj odgovora, njih 26,67%. Najviše odgovora imamo na vrhu ljestvice - 41,67% ispitanika odgovorilo je da smatra najviše vjerojatnim da bi skuplje platili proizvod takvog poduzeća. U usporedbi sa prethodnim grafikonom gdje se u obzir uzimala briga o okolišu, vidljivo je da ispitanici važnijim faktorom u izboru proizvoda koji će kupiti smatraju brigu za zaposlenike u nekom poduzeću, nego posebnu brigu o zaštiti okoliša.

Ovim pitanjem završen je zajednički dio studije slučaja jer je svih 60 ispitanika odgovaralo na pitanja za obadva promatrana poduzeća pa je napravljena objedinjena anketa. Slijedi istraživanje po pojedinim poduzećima koji su predmet istraživanja. Prvo će biti analizirani rezultati dobiveni na temelju studije slučaja i polustrukturiranih intervjua za poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar, a zatim za poduzeće Benzinske postaje Hodak d.o.o.

4.2. Studija slučaja poduzeća Komunalac d.o.o. Bjelovar

Poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar javno je poduzeće u vlasništvu Grada Bjelovara, sa sjedištem u ulici Ferde Livadića 14a. Predsjednik Uprave poduzeća Komunalac d.o.o. Bjelovar je Ivan Ivančić, dipl. oec. Prema podacima sa internet stranice poduzeća, predmet njegova poslovanja su:

- održavanje čistoće,
- odlaganje komunalnog otpada,
- druge obrade otpada,
- oporabe otpada,
- posredovanje u gospodarenju otpadom,
- prijevoz otpada,
- sakupljanje otpada,
- trgovanje otpadom,
- zbrinjavanje otpada,
- gospodarenje otpadom,
- održavanje javnih površina,
- održavanje nerazvrstanih cesta,
- održavanje groblja i krematorija, te obavljanje pogrebnih poslova,
- graditeljstvo (izvođenje priključaka vodovoda i kanalizacije, izvođenje, rekonstrukcije i sanacije vanjskih vodovoda i kanalizacija, izgradnja grobnica i sl.),
- obavljanje dimnjačarskih poslova,
- obavljanje poslova veterinarske higijene,
- kupnja i prodaja robe,
- ostale prateće djelatnosti u kopnenom prometu.

Misija društva Komunalac d.o.o. Bjelovar je biti pouzdan servis grada i svakodnevno na usluzi građanima. Navedeno se ostvaruje svrhovitim, gospodarski učinkovitim i ekološki održivim obavljanjem komunalnih djelatnosti na uslužnom području grada Bjelovara i drugih JLS u kojima Društvo pruža usluge. Društvo Komunalac d.o.o. Bjelovar organizacijom rada, ulaganjem u ljudske resurse i suvremena tehnološka znanja i opremu, te gradnjom potrebne infrastrukture, djeluje u smjeru stalnog poboljšavanja sigurnosti, kontinuiteta i kvalitete isporuke komunalnih usluga. Društvo se obvezalo na poštovanje poslovnih, profesionalnih i

etičkih normi i stalno nastojanje unapređivanja poslovanje širenjem asortimana i povećavanjem dostupnosti usluga korisnicima kao i poštivanje i ispunjavanje potreba i očekivanja svih zainteresiranih strana, a u skladu s vizijom i ciljevima Društva.

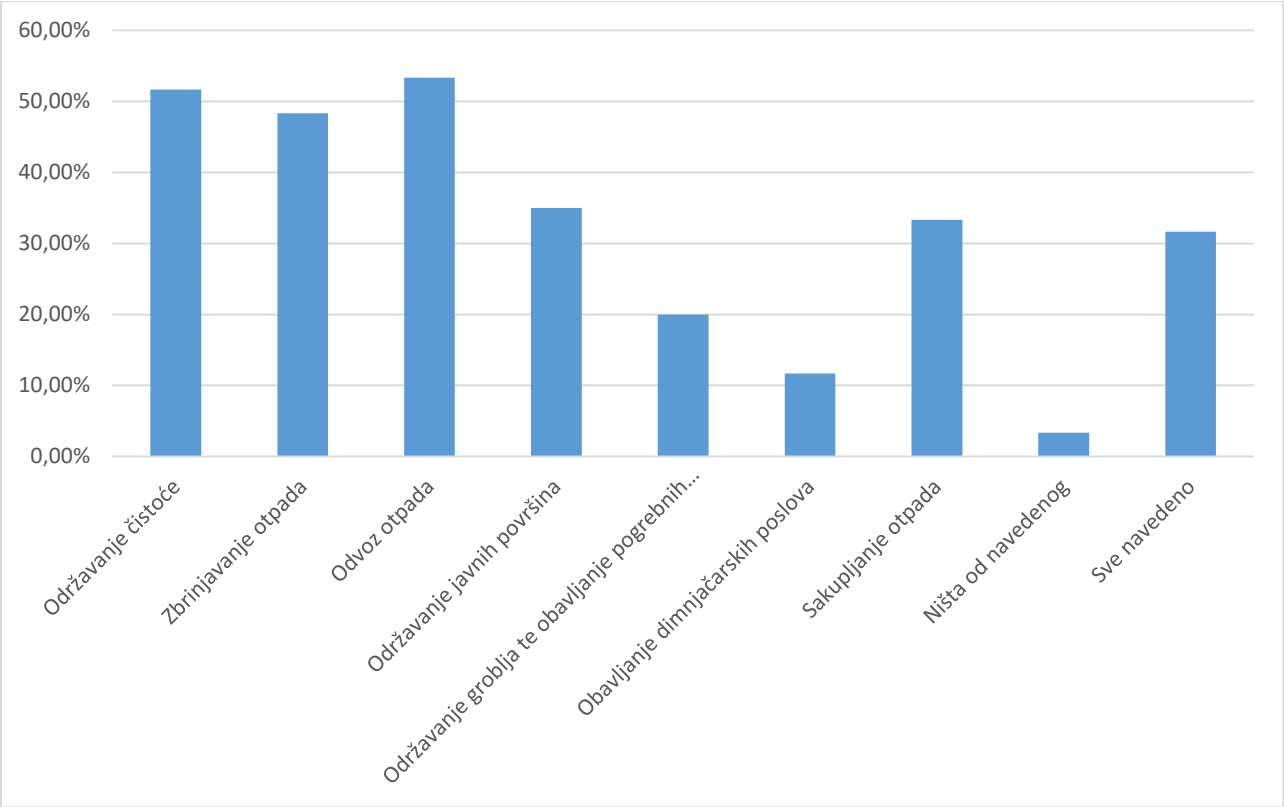
Društvo Komunalac d.o.o. Bjelovar je vodeće komunalno društvo u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji, a suvremenim pristupom razvoju vlastitih tehničko-tehnoloških i ljudskih resursa, te gospodarenjem imovine, teži biti među vodećim komunalnim društvima u RH. Ostvarenje vizije mjerimo kroz dokazano zadovoljstvo korisnika cijenom i kvalitetom usluga, stabilno poslovanje i učinkovito gospodarenje imovinom, uz napredak zasnovan na principima održivog razvoja i poštivanja najviših ekoloških standarda, a sve sa ciljem da prostor na kojem djelujemo učinimo ugodnijim i poželjnijim za život, te zadovoljstvo naših osnivača/vlasnika i korisnika usluga stalno rastućim.
Prema podacima preuzetima s internetske stranice poduzeća, na putu prema ispunjenju vizije vode ih:

- Profesionalni pristup u pružanju usluga,
- Organizacijski ustroj usmjeren prema specijalizaciji stručnih znanja i vještina vezanih uz svaku pojedinačnu uslugu,
- Poboljšavanje kvalifikacijske strukture zaposlenih uz kontinuirano ulaganje u njihovo usavršavanje i stjecanje novih znanja i vještina,
- Praćenje i primjena suvremenih trendova i novosti na tržištu tehnoloških znanja i opreme, te intenzivno ulaganje u daljnji razvoj i unapređivanje komunalnih sustava u Gradu Bjelovaru.

Prema podacima preuzetima s internetske stranice poduzeća, ciljevi poduzeća su:

- Zadovoljni korisnici,
- Financijski stabilno i dugoročno održivo poslovanje,
- Učinkovita suradnja s lokalnom zajednicom i osnivačem,
- Zaštita okoliša po najvišim EU standardima,
- Zadovoljni i educirani zaposlenici,
- Transparentno i na poštivanju zakona utemeljeno poslovanje.

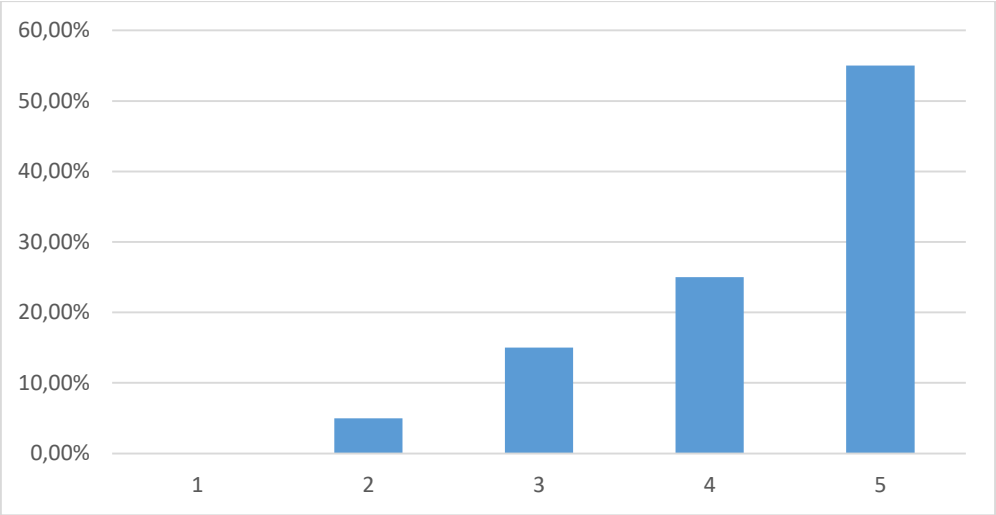
Grafikon 12. Odgovor ispitanika na pitanje "Koju djelatnost/djelatnosti poduzeća Komunalac d.o.o. Bjelovar smatrate najkorisnijom?"



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 12 prikazani su odgovori ispitanika na pitanje "Koju djelatnost/djelatnosti poduzeća Komunalac d.o.o. Bjelovar smatrate najkorisnijom?". Iz predmeta poslovanja poduzeća u anketu su odabrani oni poslovi koji se smatraju najbitnijima za lokalnu zajednicu. Moguće je bilo zaokružiti više od jednog ponuđenog odgovora na postavljeno pitanje. Najviše ispitanika odgovorilo je da najkorisnijom djelatnosti poduzeća smatra odvoz otpada, njih 53,33% što je više od polovice. Tek jedan odgovor manje bio je za održavanje čistoće koju 51,67% ispitanika smatra najkorisnijom djelatnošću poduzeća. Na samom vrhu još se nalazi i djelatnost zbrinjavanja otpada koju najvažnijom smatra 48,33%. Na dnu se sa nešto više od 10% nalazi djelatnost obavljanja dimnjačarskih poslova te odgovor „Ništa od navedenog“ sa 3,33% odgovora, tj. dva ispitanika ne smatraju niti jednu od navedenih djelatnosti najkorisnijom. Sve navedene djelatnosti najkorisnijima smatra 31,67% ispitanika. Odgovori su dosta disperzirani što nije čudno jer je bilo moguće više odgovora na postavljeno pitanje. Ovakvi odgovori su i očekivani, najviše odgovora vezano je uz otpad i brigu oko otpada te za održavanje čistoće što se kroz dosadašnje razgovore s ljudima i najviše isticalo.

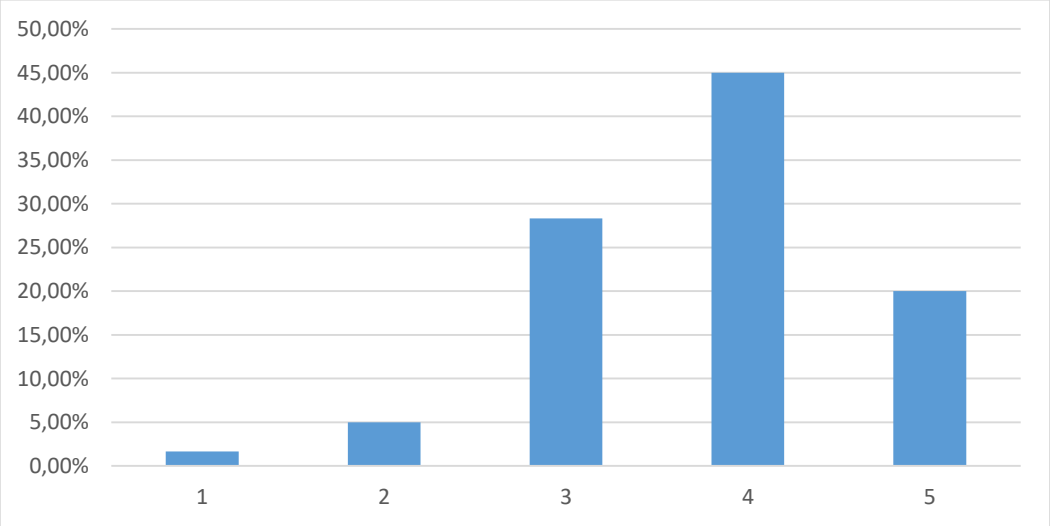
Grafikon 13. Odgovor ispitanika na pitanje "Koliko korisnim smatrate djelatnosti koje obavlja poduzeće Komunalac d.o.o.Bjelovar?"



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 13 ocjenama od 1 (beskorisne) do 5 (iznimno korisne). prikazani su odgovori ispitanika na pitanje "Koliko korisnim smatrate djelatnosti koje obavlja poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar?". Grafikon ima konstantnu tendenciju rasta, a svoj vrh doseže na ocjeni 5, gdje se 55% ispitanika izjasnilo da smatra djelatnosti koje poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar obavlja iznimno korisnima. Beskorisnima djelatnosti koje poduzeće obavlja ne smatra niti jedan ispitanik.

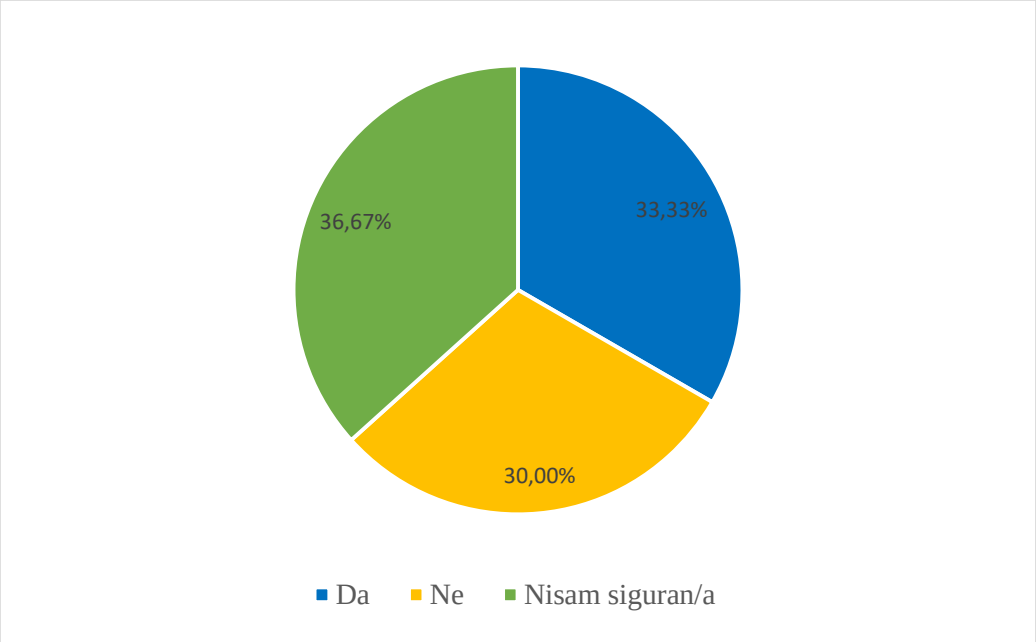
Grafikon 14. Odgovor ispitanika na pitanje "Kojom ocjenom biste ocijenili kako poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar obavlja svoje djelatnosti?"



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 14 ocjenama od 1 do 5 prikazani su odgovori ispitanika na pitanje "Kojom ocjenom biste ocijenili kako poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar obavlja svoje djelatnosti?". Najviše ispitanika, njih 45% ocijenilo je obavljanje djelatnosti poduzeća sa ocjenom vrlo dobar. Nakon toga slijedi ocjena dobar za koju se opredijelilo 28,33% ispitanika te ocjena odličan za koju se opredijelilo 20% ispitanika. Samo 6,67% ispitanika smatra kako poduzeće svoje djelatnosti obavlja lošije od ocjene dobar. To znači da su ispitanici vrlo zadovoljni kako poduzeće obavlja svoje djelatnosti, no ipak vidljivo je da ima prostora za napredak.

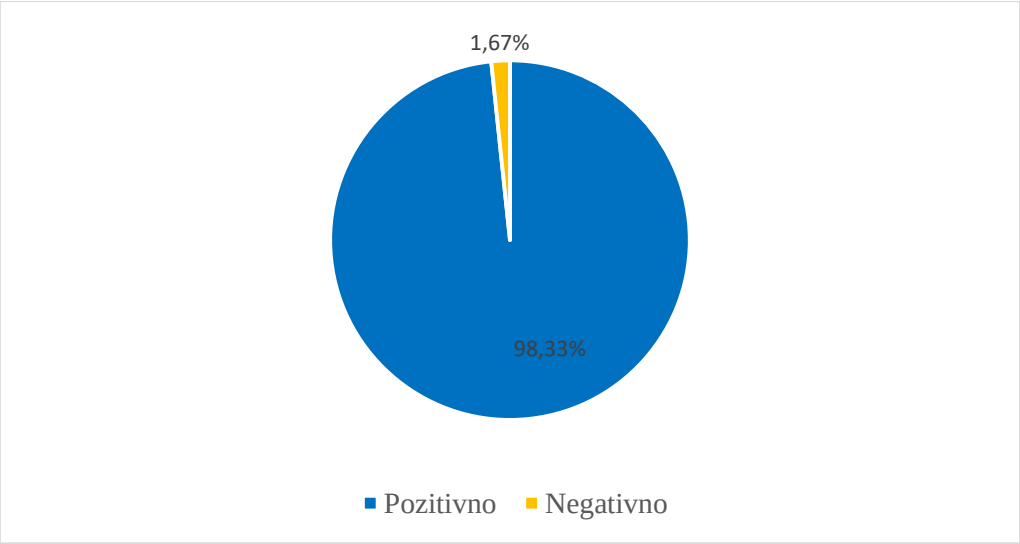
Grafikon 15. Odgovori ispitanika na pitanje "Smatrate li da djelatnosti koje obavlja poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar imaju realnu cijenu za njih?"



Izvor: izrada autora

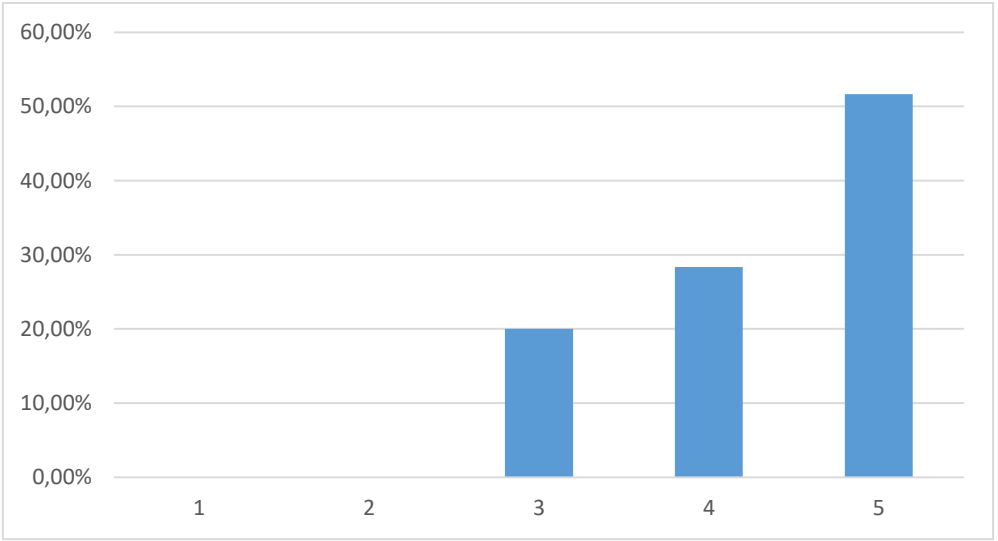
Na grafikonu 15 prikazani su odgovori ispitanika na pitanje "Smatrate li da djelatnosti koje obavlja poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar imaju realnu cijenu za njih?". Jedna trećina ili 33,33% ispitanika odgovorila je potvrdno, dok s druge strane 30% ispitanika smatra da poduzeće nema realnu cijenu za djelatnosti koje obavlja, a čak 36,67% njih nije sigurno. Taj omjer odgovora može se smatrati pomalo zabrinjavajućim jer znači da velik broj ispitanika nije u potpunosti zadovoljan sa omjerom cijene i kvalitete koju nudi poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar u obavljanju svojih djelatnosti.

Grafikon 16. Odgovori ispitanika na pitanje "Smatrate li da poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar pozitivno ili negativno utječe na lokalnu zajednicu?"



Na grafikonu 16 prikazani su odgovori ispitanika na pitanje "Smatrate li da poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar pozitivno ili negativno utječe na lokalnu zajednicu?". Samo jedan ispitanik odgovorio je da smatra da poduzeće negativno utječe na lokalnu zajednicu, dok je 98,33% ispitanika odgovorilo da smatraju da poduzeće pozitivno utječe na lokalnu zajednicu. Ovakav omjer odgovora bio je i očekivan jer djelatnosti koje poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar obavlja definitivno su nešto bez čega bi život lokalne zajednice bio puno, puno teži.

Grafikon 17. Odgovor ispitanika na pitanje "Koliko korisnim smatrate poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar za život lokalne zajednice?"



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 17 ljestvicom od 1 do 5 prikazani su odgovori ispitanika na pitanje "Koliko korisnim smatrate poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar za život lokalne zajednice?". Za ocjene 1 i 2 nije se odlučio nitko od ispitanika, a najmanje njih – 20%, odlučilo se za ocjenu 3. Grafikon nakon toga ima tendenciju rasta, a svoj maksimum dostiže na ocjeni 5 za koju se odlučilo 51,67% ispitanika. Ovaj grafikon najbolji je pokazatelj koliko pozitivno poduzeće Komunalac utječe na život lokalne zajednice i koliko pomaže ljudima.

Ovim pitanjem završava se istraživanje poduzeća Komunalac d.o.o. Bjelovar na temelju studije slučaja. Ispitanici su u anketnom upitniku odgovorili na 5 pitanja koja se tiču tog poduzeća i njegova utjecaja na lokalnu zajednicu. Prema dobivenim podacima može se utvrditi da je poduzeće iznimno korisno za lokalnu zajednicu jer obavlja širok spektar djelatnosti koje stanovništvu pomažu u lakšem održavanju čistoće, lakšem zbrinjavanju otpada te samim time očuvanju okoliša. Nakon istraživanja na temelju studije slučaja slijedi dio istraživanja koji se temelji na polustrukturiranim intervjuima koji su provedeni. Intervjuiran je član Uprave poduzeća. tri zaposlenika te nekoliko članova lokalne zajednice s kojima se dublje ušlo u temu i koji su pobliže objasnili što im dobroga ili lošega donosi poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar.

Sastanci sa članom Uprave te sa zaposlenicima obavljali su se na njihovim radnim mjestima. Razgovori su obavljeni tijekom kolovoza. Na samom početku razgovora najavljeno im je da se podaci koriste isključivo za potrebe ovog diplomskog rada, te da neće biti korišteni u niti jednu drugu svrhu. Svaki intervju započeo je kratkim predstavljanjem ispitivača i ispitanika. Nakon uvoda te kratkog predstavljanja ispitanici su počeli odgovarati na pitanja vezana za utjecaj svog poduzeća za lokalnu zajednicu.

1) **Smatrate li poduzeće korisnim za društvo i lokalnu zajednicu?**

   Član Uprave: „Naše poduzeće smatram iznimno korisnim za društvo i lokalnu zajednicu. Pružamo vrste usluga koje nitko drugi ne pruža na ovom području i pružamo ih na najbolji mogući način. Brinemo o jako puno stvari koje su bitne za kvalitetan i neometan život lokalne zajednice te za sami okoliš koji je puno čišći zahvaljujući našim djelatnicima.“

Zaposlenici: „Naše poduzeće jako je korisno za društvo i lokalnu zajednicu jer održavamo i brinemo o jako velikim i raznolikim površinama. Između ostalog održavamo groblja, ulice, okoliš, brinemo se o otpadu te tako olakšavamo članovima naše lokalne zajednice. Naša odgovornost dosta je velika i konstantno smo na terenu jer uvijek nešto treba napraviti, no to nam ne predstavlja problem jer su ljudi odmah sretniji i zadovoljniji."

Članovi lokalne zajednice: „Komunalac je jako koristan za nas i olakšava nam život na puno načina. Gradski okoliš uvijek je lijepo uređen, groblja su dobro uređena, pogotovo ona gradska, no mora se priznati da se ponekad dogodi da malo duže vremena groblja po nekim selima nisu pokošena ili uređena i na tome bi se trebalo poraditi. Raspored odvoza otpada dobro je organiziran. Sve u svemu, da Komunalca nema život ne bi bio isti."

2) **Jeste li zadovoljni veličinom osobnog prihoda koji za Vas predstavlja rad u poduzeću?**

Član Uprave: „Da, zadovoljan sam prihodima koje mi donosi posao u poduzeću. Oni su dosta veliki, no velika je i moja odgovornost jer kao član Uprave morate stalno paziti da sve ide svojim tokom i pokušavati unaprijediti usluge. Smatram veličinu prihoda koju primam prikladnom s obzirom na posao koji obavljam i odgovornosti koje imam."

Zaposlenici: „Približno smo zadovoljni sa veličinom osobnog prihoda, no smatramo kako bi plaća mogla biti i malo veća pogotovo zato što je naš rad uglavnom fizički, izloženi smo svim vremenskim prigodama te za nas nema odmora ni kad je jako vruće ni kad je jako hladno. Međutim to nije na nama i ne želimo da ispada da se žalimo jer to nije tako, mi smo zadovoljni jer odnos prema nama je dobar."

3) **Za što Vam najviše koriste prihodi koje dobivate radom u poduzeću?**

Član Uprave: „Prihodi mi u prvom redu koriste kako bih poplaćao sve račune, a nakon toga i za ostale potrepštine koje trebam za dobar život. Kako mi je plaća dosta velika, mogu si priuštiti neke stvari koje si većina ljudi teško može te mogu reći da mi plaća omogućuje uživanje u životu. Mogu priuštiti svojoj obitelji godišnje odmore na

otmjenijim mjestima. Naravno, nije sve u tome, dio plaće se uvijek štedi kako bi se djeci moglo u budućnosti priuštiti kvalitetno obrazovanje i zalog za budućnost.“

Zaposlenici: „Prihodi nam koriste za plaćanje računa, kupovinu namirnica, plaćanje rati kredita itd.“

4) **Smatrate li da usluge poduzeća treba unaprijediti kako bi se još više olakšao život lokalne zajednice?**

Član Uprave: „Smatram da su naše usluge već sada na zavidnoj razini. Naravno da se uvijek može bolje i uvijek treba težiti prema boljem i uvijek smo spremni saslušati članove zajednice o potencijalnim problemima ili savjetima vezanima za naš rad, ali mi smo zadovoljni načinom svog poslovanja.“

Zaposlenici: „Usluge koje pružamo su izvrsne i svatko od nas ulaže krajnje napore kako bi se sve uspješno i na vrijeme odradilo. Mislimo da neka posebna unapređenja nisu potrebna.“

Članovi lokalne zajednice: „Usluge bi trebalo unaprijediti, ali samo u nekim situacijama poput već navedene situacije na nekim selskim grobljima. Također, zna se rijetko desiti da grabe uz prometnice nisu pokošene po dva tjedna, ali to je vrlo rijetka situacija. Sve ostalo smatramo dobrim.“

5) **Kao član Uprave, jeste li zadovoljni ukupnom dobiti koju poduzeće privređuje?**

Član Uprave: „Da, zadovoljni smo ukupnom dobiti. Najbitnije od svega nam je da plaće isplaćujemo redovno i da nema nikakvih zaostataka. Također i sve ostale naše obveze redovito podmirujemo i s te strane iznimno smo zadovoljni. Poduzeće posluje sa dobitkom što nas također naravno iznimno veseli. Uvijek se može bolje i uvijek ćemo pokušavati povećavati našu dobit, ali zadovoljni smo i trenutnim rezultatima.“

4.3. Studija slučaja poduzeća Benzinske postaje Hodak d.o.o.

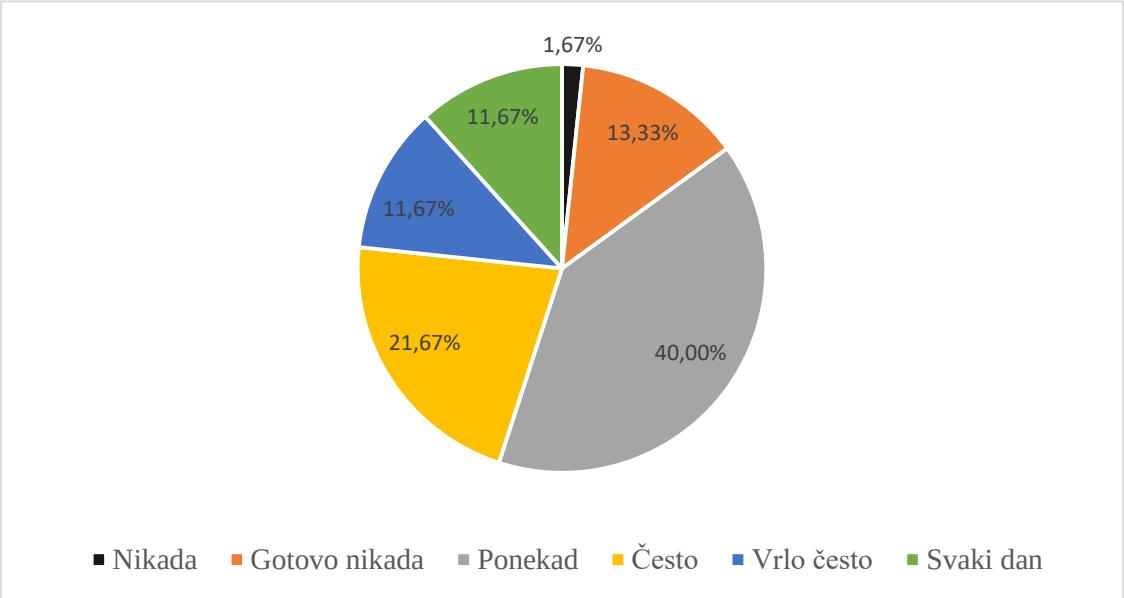
Poduzeće Benzinske postaje Hodak d.o.o. obiteljska je tvrtka u vlasništvu Josipa Hodaka i njegovih sinova, Marka i Ante Hodaka. Sjedište tvrtke je u ulici Marka Križevčanina 1 u Bjelovaru. Poduzeće je osnovano 1998. godine. Do sredine prošle godine poduzeće je u svom sastavu imalo tri benzinske postaje – u Kenđelovcu, Virju te u Bulincu, koja jedina nije prodana u velikom preuzimanju umirovljenog generala Ivana Čermaka i njegova poduzeća Crodux, koji je od Hodaka preuzeo postaje u Kenđelovcu i Virju. Benzinska postaja Hodak u Bulincu u svome sklopu ima benzinsku postaju sa pripadajućom opremom, ugostiteljski objekt „H2“ i autopraonicu. Od nedavno u sklopu postaje nalazi se i pekara „Rajić“ kojoj su u najam dali dio prostora unutar same postaje. Glavna aktivnost tvrtke Hodak d.o.o. je prodaja naftnih derivata. Radno vrijeme benzinske je 0-24 što ih čini jednom od samo nekoliko benzinskih postaja na području Bjelovarsko-bilogorske županije sa takvim radnim vremenom. Benzinska postaja Bulinac ukupno ima 15 zaposlenika. Od toga njih devet radi u smjenama i brinu se o točenju naftnih darivata, o usluživanju klijenata te o održavanju čistoće i održavanju autopraonice. Njih pet djelatnice su ugostiteljskog objekta koji je u sastavu benzinske, dok je jedna osoba zaposlena na poslovima računovodstva.
Na slici 4 prikazana je benzinska postaja Hodak u Bulincu.

Slika 5. Benzinska postaja Hodak Bulinac



Izvor: izrada autora

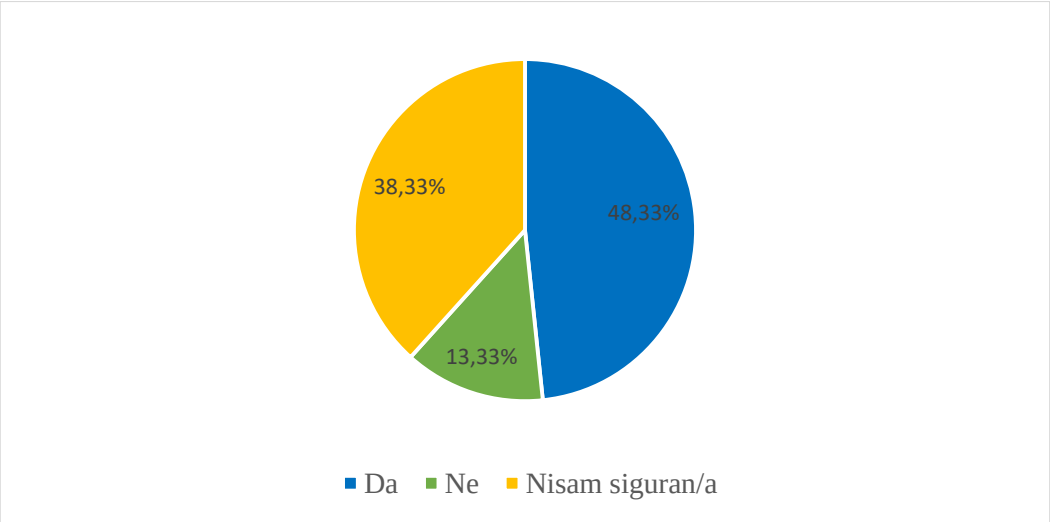
Grafikon 18. Odgovor ispitanika na pitanje "Koliko često ste klijent Benzinske postaje Hodak Bulinac?"



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 18 prikazani su odgovori ispitanika na pitanje "Koliko često ste klijent Benzinske postaje Hodak Bulinac?". Najviše njih, i to 40%, izjasnilo se da su ponekad klijenti BP Hodak Bulinac. Od ostalih odgovora vrijedi izdvojiti da je 21,67% ispitanika često klijent, a samo jedan ispitanik nikada nije bio klijent BP Hodak Bulinac.

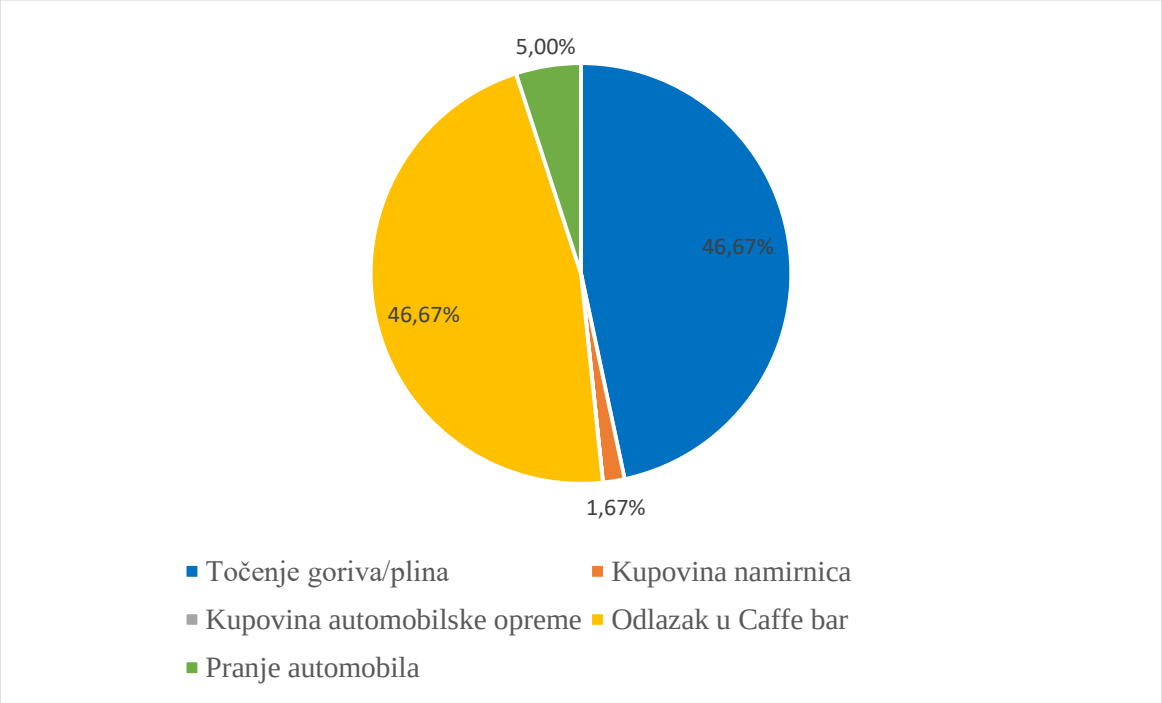
Grafikon 19. Odgovor ispitanika na pitanje "Smatrate li BP Hodak Bulinac društveno odgovornim poduzećem?"



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 19 prikazani su odgovori ispitanika na pitanje "Smatrate li BP Hodak Bulinac društveno odgovornim poduzećem?". Gotovo polovica ispitanika, njih 48,33%, smatra poduzeće Hodak društveno odgovornim poduzećem. Samo 13,33% ispitanika smatra da poduzeće nije društveno odgovorno, što je dobar podatak za poduzeće koje se bavi prodajom naftnih derivata, a čak 38,33% ispitanika nije sigurno je li poduzeće društveno odgovorno.

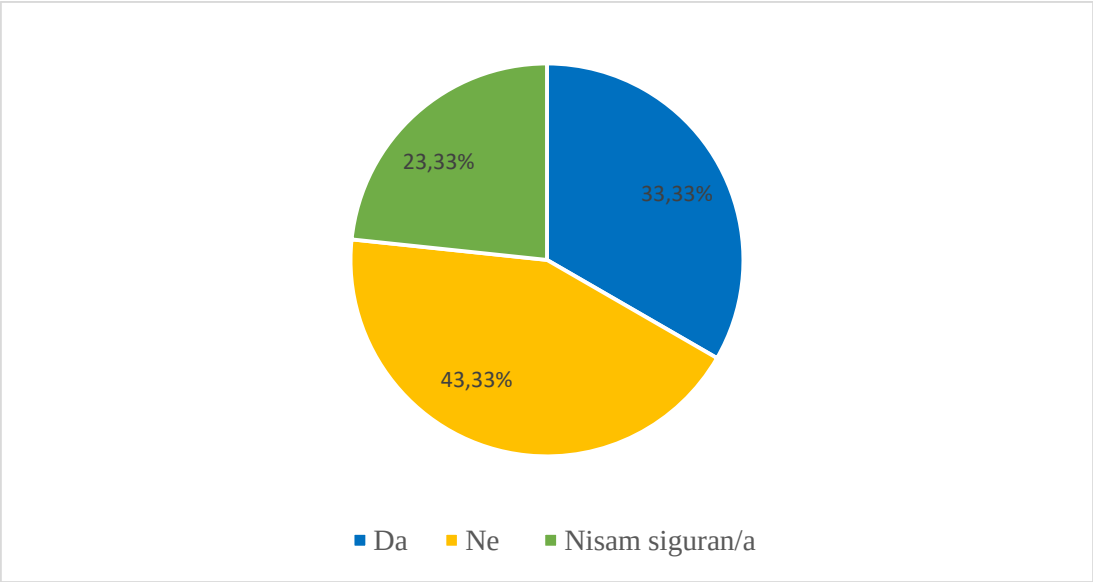
Grafikon 20. Odgovor ispitanika na pitanje "Koji je najčešći razlog Vaše posjete BP Hodak Bulinac?"



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 20 prikazani su odgovori ispitanika na pitanje "Koji je najčešći razlog Vaše posjete BP Hodak Bulinac?". Najviše ljudi, njih 46,67%, odgovorilo je da najčešće posjećuju BP zbog točenja goriva/plina i zbog odlaska u ugostiteljski objekt u sklopu BP. Zanimljiv i neočekivan podatak koji nam ukazuje na to da točenje goriva ili plina koje je osnovna djelatnost BP zapravo u dosta slučajeva uopće niti nije razlog posjete Hodaku. Na ostale razloge posjete odlučilo se 6,67% ispitanika, i to je 5% otpalo na pranje automobila, a 1,67% na kupovinu namirnica. Nijedan od ispitanika kao najčešći razlog postaje BP nije se odlučio za kupovinu automobilske opreme.

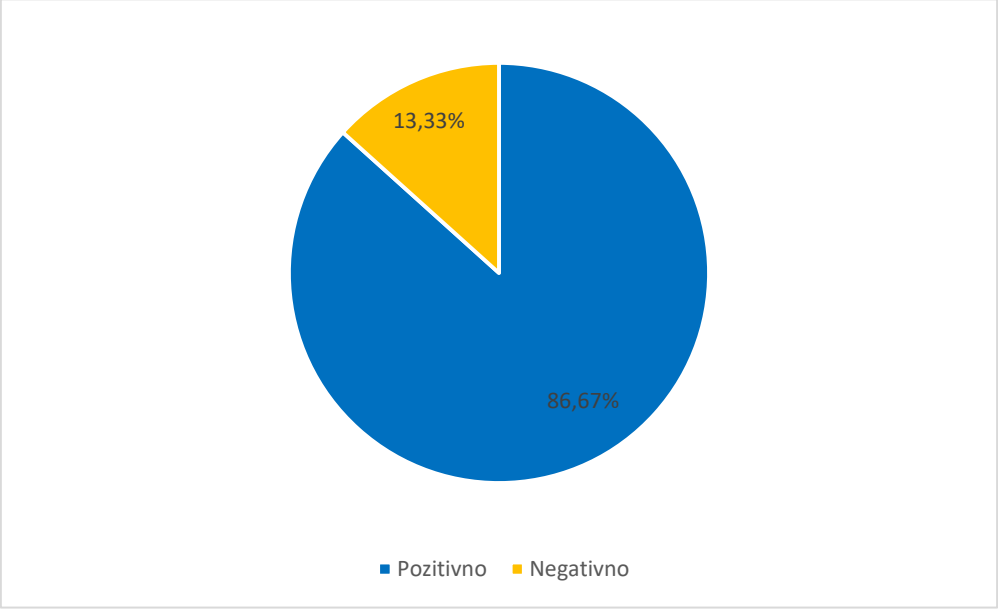
Grafikon 21. Odgovor ispitanika na pitanje "Smatrate li BP Hodak Bulinac štetnom za okoliš?"



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 21 prikazani su odgovori ispitanika na pitanje "Smatrate li BP Hodak Bulinac štetnom za okoliš?". Najviše ispitanika, njih 43,33% odgovorilo je da ne smatra BP Hodak Bulinac štetnim poduzećem za okoliš. Međutim, pomalo zabrinjavajuće je da 33,33% ispitanika smatra BP štetnom za okoliš, a 23,33% njih nije sigurno.

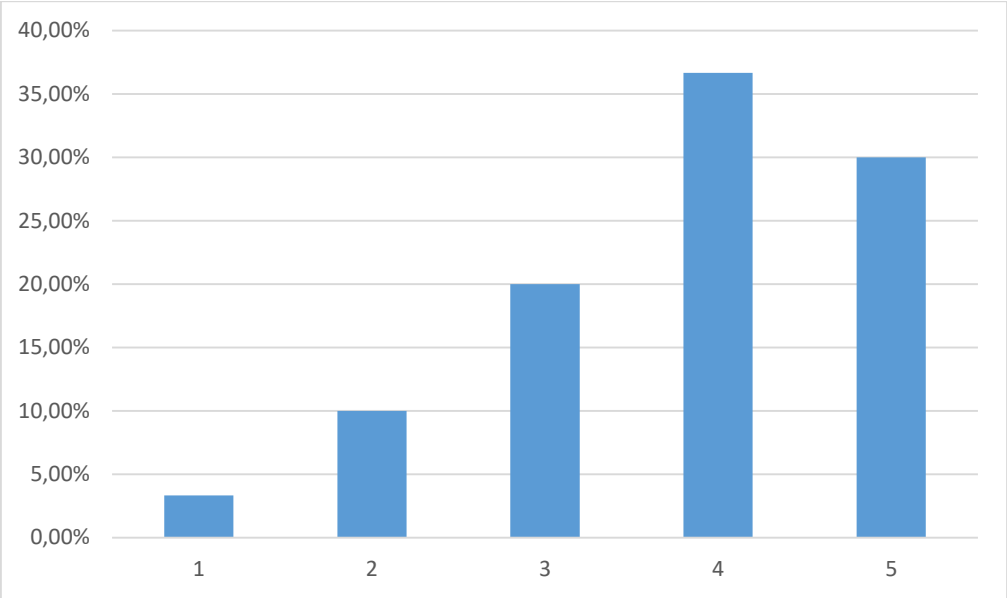
Grafikon 22. Odgovor ispitanika na pitanje "Smatrate li da BP Hodak Bulinac pozitivno ili negativno utječe na lokalnu zajednicu?"



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 22 prikazani su odgovori ispitanika na pitanje "Smatrate li da BP Hodak Bulinac pozitivno ili negativno utječe na lokalnu zajednicu?". Čak 86,67% ispitanika smatra da poduzeće pozitivno utječe na lokalnu zajednicu, dok samo njih 13,33% smatra da negativno utječe.

Grafikon 23. Odgovor ispitanika na pitanje "Koliko korisnim smatrate BP Hodak Bulinac za život lokalne zajednice?"



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 22 ljestvicom od 1 do 5 prikazani su odgovori ispitanika na pitanje "Koliko korisnim smatrate BP Hodak Bulinac za život lokalne zajednice?". Najviše ispitanika, njih 36,67% ocijenilo je ocjenom 4 korisnost poduzeća za život lokalne zajednice, a odmah nakon toga slijedi ocjena 5 za koju se opredijelilo 30% ispitanika. Na ocjene 1 i 2 otpada ukupno samo 13,33% glasova, što znači da ispitanici smatraju da je BP Hodak Bulinac vrlo korisno poduzeće za život lokalne zajednice.

Ovim pitanjem završava se istraživanje poduzeća Benzinske postaje Hodak d.o.o. na temelju studije slučaja. Ispitanici su u anketnom upitniku odgovorili na 6 pitanja koja se tiču tog poduzeća i njegova utjecaja na lokalnu zajednicu. Prema dobivenim podacima može se utvrditi da je poduzeće vrlo korisno za lokalnu zajednicu. Nakon istraživanja na temelju studije slučaja slijedi dio istraživanja koji se temelji na polustrukturiranim intervjuima koji su provedeni. Intervjuirani su suvlasnik poduzeća. tri zaposlenika te nekoliko članova lokalne zajednice.

Sastanci sa suvlasnikom poduzeća te sa zaposlenicima obavljali su se na njihovim radnim mjestima. Razgovori su obavljeni tijekom kolovoza. Na samom početku razgovora najavljeno im je da se podaci koriste isključivo za potrebe ovog diplomskog rada, te da neće biti korišteni u niti jednu drugu svrhu. Svaki intervju započeo je kratkim predstavljanjem ispitivača i ispitanika. Nakon uvoda te kratkog predstavljanja ispitanici su počeli odgovarati na pitanja vezana za utjecaj svog poduzeća za lokalnu zajednicu.

1) **Smatrate li poduzeće korisnim za društvo i lokalnu zajednicu?**

Suvlasnik poduzeća: „Naše poduzeće vrlo je korisno za društvo i za našu lokalnu zajednicu. Jedinstveno je ovo poduzeće u krugu od 30-ak kilometara. Osim naše benzinske postaje gdje ljudi mogu natočiti gorivo ili plin u automobil, kupiti si potrebne stvari za održavanje automobila, automobilsku opremu, namirnice, ljudi kod nas mogu posjetiti i biti gosti našeg ugostiteljskog objekta Caffe bar „H2“ koji radi svakoga dana 6-24h. Osim toga, imamo i autopraonicu koja radi 0-24 kao i naša benzinska postaja i u svakom trenutku mogu oprati svoje automobile. Zbog svega toga naša postaja može se shvatiti kao jedna vrsta odmorišta gdje ljudi u svakom trenutku mogu stati i predahnuti. Što se koristi za društvo tiče, tu pogotovo valja izdvojiti da je ugostiteljski objekt pun tijekom gotovo cijelog dana i to svaki dan, i u njemu se može vidjeti jako puno pripadnika lokalne zajednice kojoj postaja pripada i tamo se oni međusobno druže. Također poduzeće je korisno i iz tog razloga što su naši zaposlenici svi ujedno i članovi lokalne zajednice i nitko ne putuje na posao duže od 15-ak minuta, čime želimo pokazati da nam je stalo do ljudi iz lokalne zajednice.“

Zaposlenici: „Smatramo da je naše poduzeće korisno za društvo i lokalnu zajednicu iz tog razloga što članovi lokalne zajednice u svakom trenutku mogu doći k nama i bit će odlično usluženi. Također, naš Caffe bar često je okupljalište i mladih i starih tako da tu možete vidjeti i sresti mnoštvo domaćih ljudi.“

Članovi lokalne zajednice: „Hodak je više-manje koristan za nas, ima svojih prednosti, ali ima i svojih mana. To je mjesto na kojem možemo u bilo kojem trenutku natočiti u automobil, a također je i odlično jer u vrlo lijepo uređenom Caffe baru možemo svakog dana svratiti na kavu ili na pivo. S druge strane, autopraonica i gorivo onečišćuju okoliš pa je to jedna negativna strana tog poduzeća. No, bez obzira na to, pruža nam lijepo

mjesto za druženje. Tamo se nalazi i pekara pa možemo kupiti kvalitetan kruh svakog dana što je također jedna vrlo pozitivna stvar.“

2) **Smatrate li da poduzeće onečišćuje okoliš?**

Suvlasnik poduzeća: „Smatram da poduzeće u maloj mjeri onečišćuje okoliš. Naša benzinska postaja onečišćuje isto kao i sve druge i to tako „mora“ biti. Sve je prema standardima, a sama djelatnost poduzeća je takva da u nekoj mjeri mora onečišćivati okoliš. Vožnjom automobila nastaju ispušni plinovi koji onečišćuju okoliš, pogotovo oni automobili koji koriste Diesel gorivo. Međutim to je nešto što je neizbježno i očekivano i to možemo promatrati kao problem cijelog svijeta, a ne samo našeg poduzeća koji je samo minijaturni dio te slagalice. Što se autopraonice tiče, ona sama po sebi povlači određeno onečišćenje zbog otpadne vode i kemikalija sadržanih u vodi, ali na to ne možemo puno utjecati.“

Članovi lokalne zajednice: „BP Hodak onečišćuje okoliš isto kao i svaka druga benzinska postaja, no to je u njihovom opisu posla može se tako reći. Svaka benzinska postaja, pa tako i ova, onečišćuje zrak pa samim time i okoliš. Sastojci koji se nalaze u ispušnim plinovima opasni su za ljude, ali sve to ovisi o puno stvari.“

3) **Što Vama, kao zaposlenicima poduzeća, donosi posao na BP Hodak?**

Zaposlenici: „Donosi nam stalan posao te stabilan izvor prihoda. Svi smo u krugu 15-ak kilometara od benzinske postaje pa su nam putni troškovi mali i ne moramo puno putovati.“

4) **Jeste li zadovoljni veličinom osobnog prihoda koji Vam donosi rad, tj. vlasništvo u poduzeću?**

Suvlasnik poduzeća: „Da, zadovoljan sam veličinom prihoda koji mi donosi suvlasništvo nad poduzećem. Pogotovo nakon prodaje dvije benzinske postaje, u Kenđelovcu i Virju, gdje smo imali problema s naplatom potraživanja pa smo 2014. godine morali i pokretati predstečajni postupak. Prodajom te dvije postaje i zadržavanjem ove postaje u Bulincu stekli smo visoku razinu stabilnosti i likvidnosti te

samim time uspjeli smo i povećati prihode. Sada smo fokusirani samo na ovu postaju što nam uvelike olakšava posao.“

Zaposlenici: „Zadovoljni smo plaćom koju dobivamo, u posljednjih godinu dana dva puta smo dobivali povišicu te smo s te strane prezadovoljni. Plaća je dobra, realna i omogućava nam normalan život, a zahvaljujući blizini radnog mjesta troškovi nam nisu veliki.“

5) **Smatrate li poduzeće društveno odgovornim?**

Suvlasnik poduzeća: „Poduzeće je društveno odgovorno, pazimo na sve i osiguravamo da sve bude po propisanim standardima. Svjesni smo posljedica koje benzinske postaje na neki način vuku sa sobom, ali radimo sve u našoj moći da ih ublažimo i da budemo društveno odgovorni i savjesni.“

Zaposlenici: „Poduzeće je društveno odgovorno i sve je prema propisanim standardima.“

Članovi lokalne zajednice: „Poduzeće je po nama donekle društveno odgovorno zbog već ranije navedenih razloga – goriva i autopraonice koji onečišćuju okoliš.“

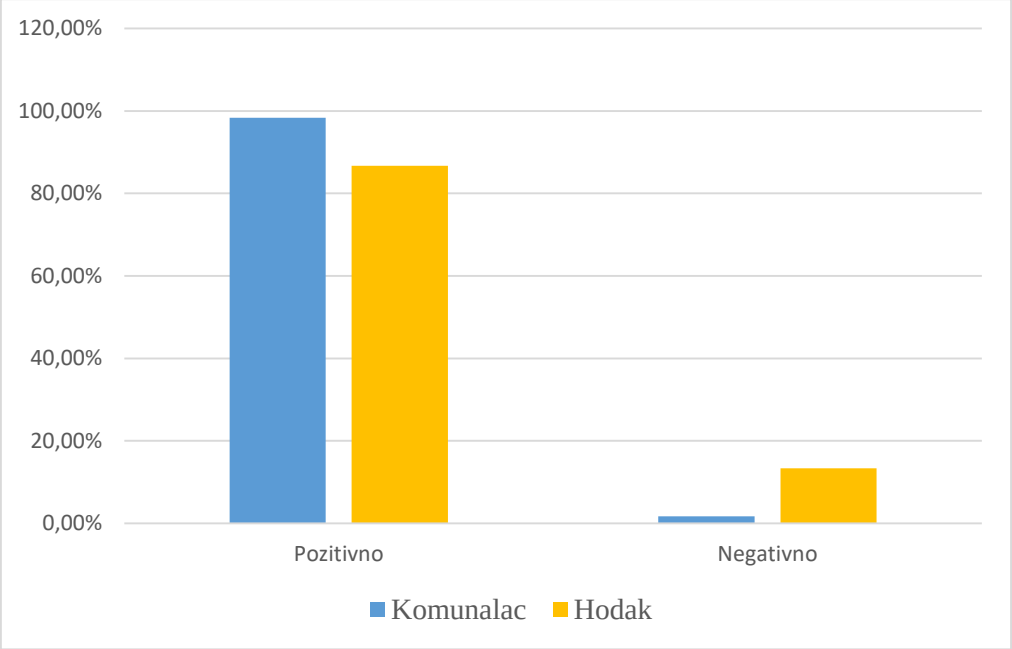
6) **Kao članovi lokalne zajednice, jeste li zadovoljni pružanjem usluga BP Hodak Bulinac i mislite li da se nešto treba unaprijediti?**

Članovi lokalne zajednice: „Vrlo smo zadovoljni uslugom na Hodaku, osoblje je vrlo uslužno, ljubazno i ugodno te s njima nema nikakvih problema. Sve je dobro organizirano i kvalitetno vođeno te nama kao članovima lokalne zajednice to puno znači jer se uvijek možemo osloniti na njih.“

4.4. Komparativni prikaz

U ovom poglavlju bit će komparativno prikazana dva najvažnija pitanja koja se tiču obadva promatrana poduzeća. To su utjecaji poduzeća na lokalnu zajednicu po mišljenju ispitanika te korisnost poduzeća za lokalnu zajednicu prikazanu ocjenama od 1 do 5.

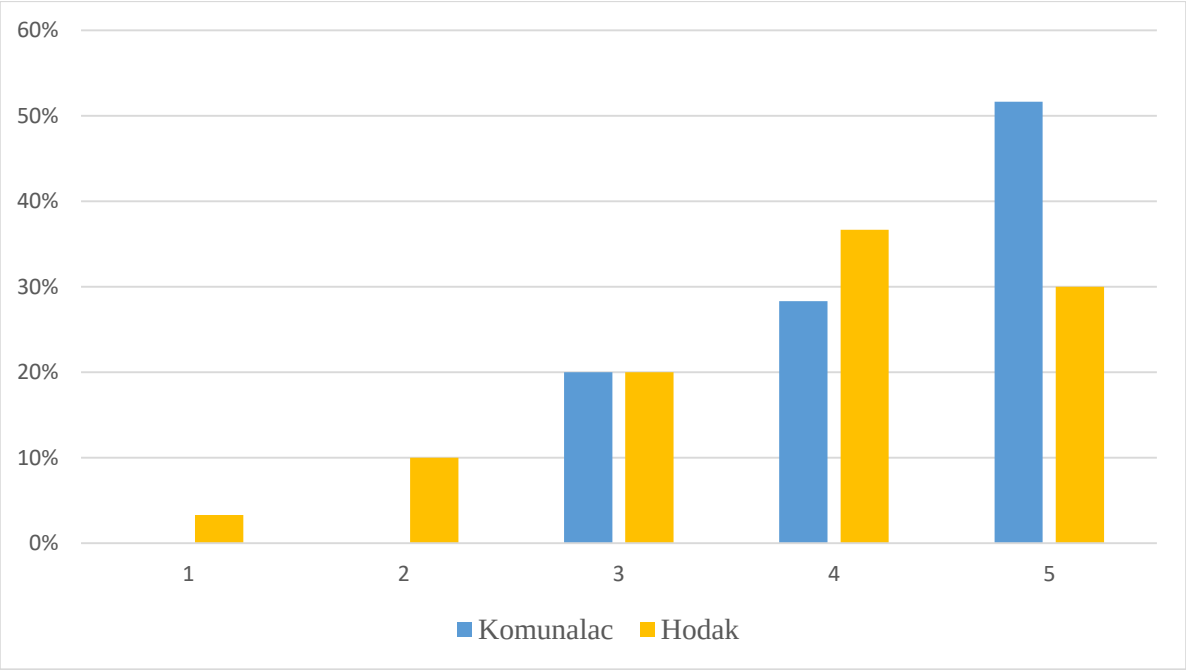
Grafikon 24. Komparativni prikaz utjecaja poduzeća na lokalnu zajednicu po mišljenju ispitanika



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 24 prikazan je komparativni prikaz utjecaja promatranih poduzeća na lokalnu zajednicu, prema mišljenju ispitanika. Plavom bojom prikazani su odgovori za poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar, a žutom bojom odgovori za poduzeće Benzinske postaje Hodak d.o.o. Vidljivo je kako većina ispitanika za obadva promatrana poduzeća smatra da pozitivno utječu na lokalnu zajednicu. Kod poduzeća Komunalac to je za 10% izraženije, tj. više ispitanika je za to poduzeće reklo da pozitivno utječu na lokalnu zajednicu, nego što ih je to reklo za poduzeće Hodak. Preciznije rečeno, samo je jedan ispitanik odgovorio da poduzeće Komunalac negativno utječe na lokalnu zajednicu. Međutim, zaključak je da obadva promatrana poduzeća prema mišljenju ispitanika pozitivno djeluju na lokalnu zajednicu.

Grafikon 25. Komparativni prikaz korisnosti poduzeća za lokalnu zajednicu prema mišljenju ispitanika



Izvor: izrada autora

Na grafikonu 25 komparativno je prikazana ljestvica korisnosti za lokalnu zajednicu za obadva promatrana poduzeća, prema mišljenju ispitanika. Plavom bojom prikazana je ljestvica korisnosti poduzeća Komunalac, a žutom bojom ljestvica korisnosti poduzeća Hodak. Vidljivo je kako za poduzeće Komunalac procjena korisnosti kreće tek od ocjene 3, dok za poduzeće Hodak imamo i ocjene 1 i 2. Ljestvica korisnosti Komunalca svoj maksimum doseže na ocjeni 5 gdje je veća od 50%, dok ljestvica korisnosti Hodaka svoj maksimum doseže na ocjeni 4 gdje je nešto manja od 40%. Prema viđenom možemo zaključiti kako ispitanici smatraju poduzeće Komunalac korisnijim poduzećem za lokalnu zajednicu od poduzeća Hodak, što je prema dobivenim rezultatima iz dosadašnjeg istraživanja i logičan zaključak.

Tablica 4. Prosječna ocjena korisnosti poduzeća za lokalnu zajednicu

Poduzeće	Broj ispitanika	Ukupan zbroj ocjena	Prosječna ocjena
Komunalac	60	259	4,32
BP Hodak	60	228	3,80

Izvor: izrada autora

Na tablici 4 prikazane su prosječne ocjene korisnosti obadva promatrana poduzeća za lokalnu zajednicu. Poduzeće Komunalac ima prosječnu ocjenu korisnosti 4,32, dok poduzeće BP Hodak ima prosječnu ocjenu 3,80. Dakle, ispitanici su ocijenili da je korisnost Komunalca za lokalnu zajednicu za pola ocjene veća od korisnosti Hodaka za lokalnu zajednicu, što nije zanemariva činjenica.

4.5. Ograničenja istraživačke metodologije

Provedeni internetski upitnik ima određene prednosti i nedostatke. Prednost ankete je što takav način prikupljanja podataka ujedinjuje postupak prikupljanja, unošenja i kontrole podataka te su troškovi svedeni na minimum. Najznačajniji nedostatak *on-line* anketa je što se njome mogu dosegnuti samo korisnici interneta, ali ni kontaktiranje takvih nije moguće u potpunosti nadzirati (Dumičić i Žmuk, 2009.).

Ograničenje u ovom diplomskom radu vezano je uz uzorak ljudi koji odgovarali na anketni upitnik. U uzorak je uzeto ukupno 60 ljudi za koje se sa sigurnošću moglo znati da su im poznata obadva poduzeća koja su bila predmetom istraživanja te da su bar nekada koristili usluge tih poduzeća. Isto tako uzeto je u obzir da ljudi koji ispunjavaju anketni upitnik budu korisnici interneta te da budu informatički pismeni kako bi dobiveni podaci bili vjerodostojni. Za pronalazak tolikog broja ljudi koji zadovoljavaju kriterije bilo je potrebno nekoliko dana. Također, što se tiče popunjavanja anketnog upitnika, uvijek je moguće da netko nema volje popuniti ga ili da namjerno popunjava netočne podatke te to isto predstavlja jednu vrstu ograničenja prilikom istraživanja.

Također, ograničenje je bilo prisutno i kod druge metode istraživanja – polustrukturiranih intervjua. U takvoj metodi najveće ograničenje je mogućnost subjektivnosti ispitanika jer oni iznose svoja mišljenja i stavove o temi, a ta mišljenja i stavovi ne moraju biti točni i istiniti. Ponekad ispitanici žele prikazati svoju organizaciju boljom nego što ona zaista jest kako bi porasli u očima javnosti i u očima potrošača. Također, ispitanici mogu dati i preopširne odgovore u kojima se ne drže teme i postavljenog pitanja pa dolazi do nekonzistentnosti u odgovorima.

5. ZAKLJUČAK

Društveno odgovorno poslovanje jedan je od aktualnih problema koji se dešavaju u današnjem urbanom poduzetničkom svijetu. Sva poduzeća bi trebala provoditi koncept društveno odgovorno poslovanja kako bi svoje poslovanje uskladili s potrebama društva te samim time i sa potrebama lokalne zajednice u kojoj poduzeće djeluje. Lokalna zajednica je zajednica ljudi povezanih zajedničkim potrebama, tradicijom i identitetom u prostoru koji im omogućuje izravan dodir i komunikaciju.

U ovom diplomskom radu i u ovom istraživanju analiziran je utjecaj javnih i privatnih poduzeća kao dvije suprotne vrste poduzeća na lokalnu zajednicu. Javno poduzeće je kolokvijalni izraz za društvo koje se bavi djelatnošću od nekog javnog interesa i ta poduzeća u vlasništvu su ili države ili tijela regionalne i lokalne samouprave. S druge strane, privatna poduzeća u vlasništvu su fizičkih osoba koji ulažu svoj kapital za osnivanje i poslovanje. Odabrana su poduzeća koja se nalaze u neposrednoj blizini i čije su poslovanje i djelatnost dobro poznati.

Utjecaj poduzeća možemo promatrati s dvije strane. Prva strana je ona ekonomska. Poduzeća omogućuju zaposlenje ljudima čime im osiguravaju određeni mjesečni izvor prihoda koji im koristi za ispunjavanje u prvom redu egzistencijalnih, a zatim i svih drugih potreba koje imaju. Samo zaposlenje smanjuje stopu nezaposlenosti u državi, a povećava zaposlenost što je vrlo pozitivna stvar. Ljudi primaju dohodak za svoj rad, a on im omogućava veću osobnu potrošnju koja puni državnu blagajnu i koja donosi poduzećima profit. Sve to povećava BDP koji je jedan od glavnih pokazatelja uspješnosti gospodarstva.

S druge strane imamo društveno odgovornu stranu poduzeća. Danas smo često svjedoci problema s okolišem poput globalnog zatopljenja, izumiranja nekih životinjskih vrsta, otapanja ledenjaka i slično. Poduzeća naravno nisu jedini krivac za te probleme, ali svakako jesu jedan od krivaca. Često možemo vidjeti kako neko poduzeće ispušta otpadne vode u rijeke ili mora, kako tvornice sa svojim ispušnim plinovima konstantno zagađuju zrak itd. Sve su to problemi za koje se još nisu našla adekvatna rješenja, a pitanje je hoće li se uopće i naći.

Istraživana poduzeća bili su jedna benzinska postaja kao primjer privatnog poduzeća i jedno komunalno poduzeće kao primjer javnog poduzeća. Za komunalno poduzeće dobiveni rezultati bili su potpuno očekivani jer rade poslove koji su od velikog značaja za lokalnu zajednicu,

poput održavanja javnih površina, sakupljanja otpada, odvoza otpada i slično. To su djelatnosti koje u velikoj mjeri pomažu ljudima iz lokalne zajednice što su ljudi i potvrdili svojim odgovorima u postavljenom anketnom upitniku. Samo jedan ispitanik smatra da promatrano komunalno poduzeće negativno utječe na lokalnu zajednicu. Za benzinsku postaju rezultati su bili pomalo neočekivani. Pretpostavka je bila da bi ljudi mogli gledati na benzinsku postaju kao poduzeće koje negativno utječe na lokalnu zajednicu jer glavna djelatnost je prodaja naftnih derivata koji dovode do ispušnih plinova automobila koji zagađuju okoliš i tlo. Međutim, rezultati su bili upravo suprotni, te se došlo do saznanja da velik broj članova lokalne zajednice smatra promatranu benzinsku postaju pozitivnom za lokalnu zajednicu. Najviše je to zbog toga što ima odlično uređen ugostiteljski objekt u svome sklopu te je to često okupljalište velikog broja ljudi koji dolaze tamo kako bi se družili. Također, zaposlenici poduzeća svi žive u krugu od 15-ak kilometara od poduzeća, tj. članovi su lokalne zajednice što ukazuje na to da poduzeće vodi brigu o lokalnoj zajednici. Konačan zaključak svega je da promatrana poduzeća pozitivno utječu na lokalnu zajednicu.

POPIS KORIŠTENIH IZVORA

1. Bajo, A., Jurlina Alibegović, D. (2008.), *Javne financije lokalnih jedinica vlasti,* Školska knjiga, Zagreb.
2. Bejaković, P., Vukšić, G., Bratić, V. (2011.), Veličina javnog sektora u Hrvatskoj, *Hrvatska i komparativna javna uprava,* 11(1): 99-125.
3. Brundtland, G. H., Khalid, M., Agnelli, S., Al-Athel, S., Chidzero, B. (1987.), *Our common future,* World Commision on Environment and Development, New York.
4. Buble, M. (2006.), *Osnove menadžmenta,* Ekonomski fakultet, Split.
5. Čanadi, V., Trstenjak, M., Blajić, B. (2017.), Simbioza društvene odgovornosti poduzeća i lokalne zajednice, *Obrazovanje za poduzetništvo-E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, 7(1): 179-191.
6. Čavrak, V. (2003.), Održivi razvoj ruralnih područja Hrvatske, *Zbornik ekonomskog fakulteta u Zagrebu,* 1(1): 73.
7. Drucker, P. (2014.), *Innovation and entrepreneurship,* Routledge, New York.
8. Državni zavod za statistiku - DZS (2019.), Broj i struktura poslovnih subjekata u ožujku 2019., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/11-01-01_01_2019.htm, pristupljeno: 18.7.2019.
9. Dumičić, K., Žmuk, B. (2009.), Karakteristike korisnika interneta u Hrvatskoj i reprezentativnost internetskih anketa, *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu,*7(2): 116-140.
10. Gorupić, D., Gorupić, D. (1990.), *Poduzeće: postanak i razvoj poduzetništva i poduzeća*, Informator, Zagreb.
11. Gregurek, M. (2001.), Stupanj i učinci privatizacije u Hrvatskoj. *Ekonomski pregled,* 52(1-2): 155-188.
12. Hrvatska gospodarska komora – Digitalna komora, https://digitalnakomora.hr/hr/enterprise, pristupljeno: 22.7.2019.
13. Hopkins, M. (2006.), What is Corporate Social Responsibility all about?, *Journal of Public Affairs: An International Journey, 6*(3-4): 298-306.
14. Horvat, Đ., Tintor, Ž. (2006.). *Poduzetnička ekonomija*, Trgovačka akademija, Zagreb
15. Hrvatska enciklopedija, http://www.enciklopedija.hr/, pristupljeno: 5.7.2019.
16. Khoury G, Rostami J, Turnbull JP. (1999.), *Corporate Social Responsibility: Turning Words into Action*, Conference Board of Canada, Ottawa.

17. Kolaković, M. (2006.), *Poduzetništvo u ekonomiji znanja,* Sinergija, Zagreb.
18. Komunalac d.o.o. Bjelovar, http://komunalac-bj.hr/, pristupljeno: 10.8.2019.
19. Kotler, P. & Lee, N. (2004.), *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, Hoboken, John Wiley & Sons.
20. Kuratko, D. (1998.), *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*, Harper & Row, New York.
21. Lay, V. (2007.), Održivi razvoj i vođenje, *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 16(6(92)): 1031-1032.
22. MacQueen, K. M., McLellan, E., Metzger, D. S., Kegeles, S., Strauss, R. P., Scotti, R., Blanchard, R., Trotter, R. T. (2001.), What is community? An evidence-based definition for participatory public health, *American journal of public health*, 91(12): 1929-1938.
23. Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, Program održivog razvoja lokalne zajednice, https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/programi-417/program-odrzivog-razvoja-lokalne-zajednice/454, pristupljeno: 27.7.2019.
24. Nestić, D., Rubil, I., Tomić, I. (2015.), Analiza razlika u plaćama između javnog sektora, poduzeća u državnom vlasništvu i privatnog sektora u Hrvatskoj 2000.-2012., *Privredna kretanja i ekonomska politika*, *24*(1 (136)): 7-51.
25. OECD (2018), Ownership and Governance of State-Owned Enterprises: A Compendium of National Practices, https://www.oecd.org/corporate/ca/Ownership-and-Governance-of-State-Owned-Enterprises-A-Compendium-of-National-Practices.pdf, pristupljeno: 15.7.2019.
26. Pavić-Rogošić, L. (2017.), Društveno odgovorno poslovanje (DOP), http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf, pristupljeno: 24.7.2019.
27. Pavlišić, P. (2016.), Inovacije i gospodarski rast: koliko je jaka povezanost? Primjer njemačkog gospodarstva, *Ekonomski pregled*, 67(5): 440-461.
28. Poslovni dnevnik, http://www.poslovni.hr/, pristupljeno: 13.7.2019.
29. Radić, M. (2016.), *Analiza zaposlenosti u javnom sektoru Republike Hrvatske,* završni rad, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu.
30. Sablić, M. (2016.), *Uloga lokalne zajednice u turističkom razvoju: Studija slučaja otok Vis,* diplomski rad, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu.
31. Škorić, A. (1995.), *Uvod u poduzetništvo*, HITA-CONSULTING, Zagreb.
32. Škrtić, M., Mikić, M. (2011.), *Poduzetništvo,* Sinergija, Zagreb.
33. Tonnies, F. (2001.), Community and civil society, *Cambridge University Press2001*.

34. Valente, M., Crane, A. (2010.), Public responsibility and private enterprise in developing countries, *California Management Review*, 52(3): 52-78.
35. Vrdoljak Raguž, I., Hazdovac, K. (2014.), Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa, *Oeconomica Jadertina*, 4(1): 40-58.
36. Vuković, I. (1999.), *Ekonomika poduzetništva u hotelijerstvu*, Dalmatina, Zagreb.
37. Zakon o trgovačkim društvima, *Narodne novine*, Zagreb, br. 111/1993
38. Zeman, M. G., Zeman, Z. (2010.), *Uvod u sociologiju (održivih) zajednica*, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb.

POPIS SLIKA

Slika 1. Sadržaj poduzetničkih aktivnosti 4
Slika 2. Hrvatski javni sektor 14
Slika 3. Četverostupni model održivosti 20
Slika 4. Hijerarhija društvene odgovornosti poduzeća 24
Slika 5. Benzinska postaja Hodak Bulinac 44

POPIS TABLICA

Tablica 1. Usporedba karakteristika održive i neodržive zajednice 21
Tablica 2. Osnovne karakteristike ispitanika 27
Tablica 3. Mjesečni osobni prihodi ispitanika..... 28
Tablica 4. Prosječna ocjena korisnosti poduzeća za lokalnu zajednicu 53

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Struktura pravnih osoba prema pravno ustrojbenim oblicima i aktivnosti na dan 31.ožujka 2019. 10
Grafikon 2. Struktura aktivnih pravnih osoba prema oblicima vlasništva na dan 31. ožujka 2019. 11
Grafikon 3. Broj zaposlenika u Republici Hrvatskoj 2011.-2018., u mil. 12
Grafikon 4. Odgovor ispitanika na pitanje "Jeste li ikada čuli za pojam održivi razvoj?" 28
Grafikon 5. Odgovor ispitanika na pitanje "Što za Vas znači pojam održivi razvoj?" 29
Grafikon 6. Odgovor ispitanika na pitanje "Jeste li ikada čuli za pojam društveno odgovorno ponašanje poduzeća?" 30
Grafikon 7. Odgovor ispitanika na pitanje "Što za Vas znači pojam društveno odgovornog poslovanja?" 30
Grafikon 8. Odgovor ispitanika na pitanje "Smatrate li da dovoljan broj hrvatskih poduzeća provodi koncept društveno odgovornog poslovanja?" 31
Grafikon 9. Odgovor ispitanika na pitanje "Smatrate li poduzeće u kojem radite društveno odgovornim?" 32
Grafikon 10. Odgovor ispitanika na pitanje "Koliko je vjerojatno da biste skuplje platili proizvod istih ili sličnih karakteristika kada biste znali da proizvođač vodi posebnu brigu o zaštiti okoliša?" 33
Grafikon 11. Odgovor ispitanika na pitanje "Koliko je vjerojatno da biste skuplje platili proizvod istih ili sličnih karakteristika kada biste znali da proizvođač vodi posebnu brigu o svojim zaposlenima?" 34
Grafikon 12. Odgovor ispitanika na pitanje "Koju djelatnost/djelatnosti poduzeća Komunalac d.o.o. Bjelovar smatrate najkorisnijom?" 37
Grafikon 13. Odgovor ispitanika na pitanje "Koliko korisnim smatrate djelatnosti koje obavlja poduzeće Komunalac d.o.o.Bjelovar?" 38
Grafikon 14. Odgovor ispitanika na pitanje "Kojom ocjenom biste ocijenili kako poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar obavlja svoje djelatnosti?" 38
Grafikon 15. Odgovori ispitanika na pitanje "Smatrate li da djelatnosti koje obavlja poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar imaju realnu cijenu za njih?" 39
Grafikon 16. Odgovori ispitanika na pitanje "Smatrate li da poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar pozitivno ili negativno utječe na lokalnu zajednicu?" 40

Grafikon 17. Odgovor ispitanika na pitanje "Koliko korisnim smatrate poduzeće Komunalac d.o.o. Bjelovar za život lokalne zajednice?" 40
Grafikon 18. Odgovor ispitanika na pitanje "Koliko često ste klijent Benzinske postaje Hodak Bulinac?" 45
Grafikon 19. Odgovor ispitanika na pitanje "Smatrate li BP Hodak Bulinac društveno odgovornim poduzećem?" 45
Grafikon 20. Odgovor ispitanika na pitanje "Koji je najčešći razlog Vaše posjete BP Hodak Bulinac?" 46
Grafikon 21. Odgovor ispitanika na pitanje "Smatrate li BP Hodak Bulinac štetnom za okoliš?" 47
Grafikon 22. Odgovor ispitanika na pitanje "Smatrate li da BP Hodak Bulinac pozitivno ili negativno utječe na lokalnu zajednicu?" 47
Grafikon 23. Odgovor ispitanika na pitanje "Koliko korisnim smatrate BP Hodak Bulinac za život lokalne zajednice?" 48
Grafikon 24. Komparativni prikaz utjecaja poduzeća na lokalnu zajednicu po mišljenju ispitanika 52
Grafikon 25. Komparativni prikaz korisnosti poduzeća za lokalnu zajednicu prema mišljenju ispitanika 53

ŽIVOTOPIS KANDIDATA

OSOBNI PODACI

Ime i prezime: Ivan Bulić

Datum rođenja: 22.03.1996.

Adresa: Bedenik 63, 43273 Bulinac

Broj mobitela: 091/2550550

E-mail: ivan-bulic@live.com

OBRAZOVANJE

Ekonomski fakultet Zagreb

Studeni 2018. - Rujan 2019. Diplomski sveučilišni studij „Poslovna ekonomija“, smjer Menadžment

Ekonomski fakultet Zagreb

Srpanj 2014. – Rujan 2018. Preddiplomski sveučilišni studij „Poslovna ekonomija“ – Prvostupnik ekonomije (univ.bacc.oec.)

Ekonomska i birotehnička škola Bjelovar

Rujan 2011. – Lipanj 2014. Ekonomist

RADNO ISKUSTVO

Studeni 2018. – Siječanj 2019. A1 Hrvatska d.o.o.; Rad u službi za korisnike

Kolovoz 2017. – Rujan 2017. Plodine d.d.; Punjenje polica

Veljača 2017. Kaufland k.d., Provođenje inventure

POZNAVANJE JEZIKA

Hrvatski jezik – materinji jezik

Engleski jezik – viša srednja razina, bez poteškoća razumijem, govorim i pišem, mogu komunicirati poslovnim jezikom

Njemački jezik – osnovna razina

DIGITALNE VJEŠTINE

Samostalni korisnik – obrada informacija, komunikacija, stvaranje sadržaja, sigurnost

Temeljni korisnik – rješavanje problema

Osnove rada na računalu, poznavanje rada u MS Office paketu.

ČLANSTVA

Član Studentskog zbora Ekonomskog fakulteta u Zagrebu

Član šireg i užeg Fakultetskog Vijeća Ekonomskog fakulteta u Zagrebu

Član Odbora za nagrade studentima Ekonomskog fakulteta u Zagrebu

Član Odbora za suradnju sa srednjim školama Ekonomskog fakulteta u Zagrebu

Član Udruge studenata Bjelovarsko-bilogorske županije

KONFERENCIJE

Ekonomska politika Hrvatske u 2018. (Opatija)
Ekonomska politika Hrvatske u 2019. (Opatija)