

Transformacija činitelja poslovanja u poljoprivrednim subjektima Vukovarsko-srijemske županije

Jemrić, Pia

Master's thesis / Diplomski rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of agriculture / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Poljoprivredni fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:151:971416>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-01**



Sveučilište Josipa Jurja
Strossmayera u Osijeku

**Fakultet
agrobiotehničkih
znanosti Osijek**

Repository / Repozitorij:

[Repository of the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek - Repository of the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Pia Jemrić

Sveučilišni diplomski studij Agroekonomika

TRANSFORMACIJA ČINITELJA POSLOVANJA U
POLJOPRIVREDNIM SUBJEKTIMA VUKOVARSKO-SRIJEMSKE
ŽUPANIJE

Diplomski rad

Osijek, 2017.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Pia Jemrić

Sveučilišni diplomski studij Agroekonomika

TRANSFORMACIJA ČINITELJA POSLOVANJA U
POLJOPRIVREDNIM SUBJEKTIMA VUKOVARSKO-SRIJEMSKE
ŽUPANIJE

Diplomski rad

Povjerenstvo za ocjenu i obranu diplomskog rada:

1. izv. prof. dr. sc. Jadranka Deže, predsjednik
2. dr. sc. Jelena Kristić, mentor
3. izv. prof. dr. sc. Ljubica Ranogajec, član

Osijek, 2017.

SADRŽAJ

| | |
|---|----|
| 1. UVOD..... | 1 |
| 2. PREGLED LITERATURE | 2 |
| 2.1. Klasični činitelji proizvodnje..... | 2 |
| 2.1.1. Zemlja..... | 2 |
| 2.1.2. Rad..... | 4 |
| 2.1.3. Kapital | 7 |
| 2.2. Novi činitelji proizvodnje..... | 9 |
| 2.2.1. Intelektualni kapital | 9 |
| 2.2.2. Virtualna organizacija | 14 |
| 2.2.3. Telework..... | 18 |
| 3. MATERIJAL I METODE..... | 23 |
| 4. REZULTATI I RASPRAVA | 24 |
| 5. ZAKLJUČAK..... | 37 |
| 6. POPIS LITERATURE..... | 38 |
| 7. SAŽETAK..... | 39 |
| 8. SUMMARY | 40 |
| 9. PRILOZI..... | 41 |
| 9.1. Popis poljoprivrednih subjekata (ukupna statistička masa)..... | 41 |
| 9.2. Upitnik..... | 47 |
| 10. POPIS TABLICA | 53 |
| 11. POPIS SLIKA | 54 |
| 12. POPIS GRAFIKONA..... | 55 |
| TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA | |
| BASIC DOCUMENTATION CARD | |

1. UVOD

Polazišna točka ovoga diplomskog rada je obrada klasičnih činitelja proizvodnje, a kasnije povezivanje s novim činiteljima proizvodnje. U klasične činitelje proizvodnje ubrajaju se zemlja, rad i kapital. Diplomskim radom se želi istaknuti značaj znanja, ali i intelektualnog kapitala uz želju da se primjenom znanja uspostavi ravnoteža interesa, te ravnomjeran stupanj socijalne, ekonomske, ali i političke jednakosti. Jedno od značajnih pokazatelja znanja je i virtualna organizacija. Ona omogućava da nove tehnologije komunikacija i tokovi informacija omogućavaju nesmetanu i pouzdanu suradnju između poduzetnika i poslovnih subjekata kroz promatrano vrijeme i prostor, što je indirektno dovelo do teleworka, odnosno radom od kuće.

Proizvodnja je proces pomoću kojeg se od ulazne sirovine, pomoću jednog ili više procesnih tokova dolazi do konačnog proizvoda. Cilj konačnog proizvoda je zadovoljavanje potreba krajnjeg korisnika odnosno kupca. Funkcija proizvodnje definira maksimalnu količinu procesne proizvodnje, koja je proizvedena zadanim utroškom. Već prilikom raspodjele ekonomske znanosti na „staru“ i „novu“ potrebno je naglasiti glavna obilježja „nove“ ekonomske znanosti. Virtualna organizacija, rad od kuće, te intelektualni kapital obilježavaju današnje „nove“ ekonomske znanosti. Razlog njihovog ubrzanog rasta, proučavanja i kontinuiranog poboljšavanja je neprestani ekonomski rast i razvoj.

Cilj diplomskog rada je analiza klasičnih i novih činitelja poslovanja na poljoprivrednom tržištu te istraživanje sastavnica činitelja poslovanja i njihove važnosti u poljoprivrednim subjektima na području Vukovarsko-srijemske županije.

2. PREGLED LITERATURE

U ovome diplomskom radu, kao izvor podataka korištena je stručna i znanstvena literatura iz područja opće ekonomije, intelektualnog kapitala, te ekonomije znanja. Uz navedenu stručnu i znanstvenu literaturu, koristila se također literatura iz područja poslovne ekonomije, te poljoprivredna enciklopedija. Razlozi korištenja literature iz navedenih područja je bolje razumijevanje i objašnjenje primarnog istraživanja diplomskog rada odnosno istraživanja transformacije činitelja poslovanja u poljoprivrednim subjektima.

2.1. Klasični činitelji proizvodnje

Nekadašnji seljaci živjeli su od rada i prirodnih dobara zemlje. Rad i zemlja nekada su bili jedini kapital i osnovni opstanak ljudskog društva. Ali zbog naglog tehnološkog napretka i tržišne konkurencije odlazilo se iz malih zajednica prema gradovima. Posljedica toga je razdvajanje tradicionalne spojenosti zemlje, rada i kapitala. Današnji čovjek proširio je sustav svog života. U današnje vrijeme radnici u mnogim područjima, seljaci, obiteljska gospodarstva prepuštena su sama sebi. Država pokušava putem poticajnih programa provesti neke mjere, ali ta sredstva nisu najbolje nadzirana niti usmjerena. Život na selu trebao bi biti usmjeren prema mladim ljudima koji su vezani uz poljoprivredu. Poljoprivreda treba vratiti pravnu vrijednost. Mora se voditi briga za dobrobit stanovništva pazeći da tehnologija bude ekološki neškodljiva. Bitno se promijenio odnos društva prema poljoprivredi, proizvodima selu i seljaštvu (Leksikografski zavod, 1968.).

Dobar aspekt za ruralna mjesta su dobro uređeni prostori zemlje, kapitala i rada gdje se dolazi do velikih mogućnosti ruralnog razvoja. Bogate i razvijene zemlje upotrebom ovih činitelja s kombinacijom znanja i tehnologije doveli su zemlje do financijskog plusa. Danas je bitno jeftino kupiti, a skupo prodati svoje proizvode. Tako su poljoprivrednici podijeljeni na one uspješne i neuspješne. Zato je potrebno paziti na ravnotežu činitelja proizvodnje.

2.1.1. Zemlja

Ljudi su oduvijek cijenili zemlju i od nje živjeli i uz nju su se bavili lovom i nomadskim stočarstvom. Osnovno sredstvo za rad u grani poljoprivrede, zemlja, predstavlja iznimno važan čimbenik, budući da od njezine kvalitete i obrade ovisi plodnost korištene kulture, što

u konačnici donosi rezultat same proizvodnje (kvalitativna i kvantitativna proizvodnja). Kako je zemlja u ovisnoj korespondenciji s dobivenim konačnim proizvodima, koji su najčešće sirovina u drugim granama industrije, kao što su npr. procesna industrija obrade i konzerviranja voća i povrća, možemo zaključiti da je zemlja kao takva važna za ekonomiju poljoprivrede. Narušavanje, te neracionalno korištenje prirodnih resursa, u koje se pribraja i zemlja, može djelomično ili trajno, ali i lokalno ili globalno ugroziti ravnotežu, pa čak dovesti do potpune neobnovljivosti takvih resursa. Kako je poljoprivreda u uskoj povezanosti s ekonomijom, ekonomisti diljem svijeta upozoravaju na racionalno korištenje svih resursa, što čovjeka dovodi u usku povezanost s težnjom ka očuvanju okoliša.

Pojam zemlja podrazumijeva ne samo zemlju kao takvu već i sve prirodne darovitosti kao što su šume, vode, rude i nafta. Promatrajući zemlju globalno, po svome sastavu je različita po kvaliteti, a kao prirodno dobro je omogućeno da njezina prostorna ograničenost postane nepokretna imovina privatnih vlasnika. Ona se koristi kao osnovna sirovina za rudarsku industriju, industriju građevine, a uz korištenu kulturu, i za proizvodnju bilo koje poljoprivredne kulture. Zbog svoje važnosti, zemlja se plasirala kao jedna od važnijih sirovina, te postala unosno za trgovanje kapitalom.

Jedan od važnih faktora, koji je ujedno i pokretač razvoja poljoprivrede, zemlja, prostorno je ograničena, a zbog toga ima značajan ekonomski utjecaj u društvu, izražen najčešće kroz novčanu transakciju, te se u tome slučaju naziva renta. Ekonomski je važna, ne samo zbog pojedinaca, već i zbog čitavog društva, budući da se postiže fiskalnim putem, odnosno poreznim doprinosom za državu. Takav odljev poreznih doprinosa u državnu blagajnu je značajan, budući da se isti reproducira za daljnje razvijanje društva, ali i ograničenih prirodnih resursa, u što ulazi i zemlja.

Teorija zemljišne rente nastala je nastankom klasne političke ekonomije. Renta se smatrala viškom vrijednosti. Pod pojmom renta podrazumijeva se neradni dohodak kao npr. dohodak od zakupa, iznajmljivanja, te ustupljivanja kapitala na određeno vrijeme. U ekonomiji se renta naziva dohodak (Leksikografski zavod, 1969.).

Jedan od činitelja proizvodnje je zemlja. Površina zemlje ne može se povećati ni dizati cijenu ili smanjivati na nižu cijenu kao neka druga dobra iako se plodna zemlja može povećavati odvodnjavanjem, isušivanjem te izgradnjom nasipa. Najvažnije obilježje je da je zemljina ponuda potpuna fiksna. Plaćanje zemljišne rente na duže vrijeme je zemljovlasnikov dohodak od vlasništva na zemlju.

Poljoprivreda starih nomada bila je povezana za obradu velikih zemljišta kako u riječnom tako i za obradu brežuljkastih zemljišta. Zemljište je supstrat u kojem žive mnogobrojni organizmi čija je aktivnost vezana za njegov daljnji opstanak, ali i plodnost o kojoj ovisi uzgoj biljnih vrsta. Ona se može također definirati i kao zajednica različitih grupa flore i faune. Jedna od bitnih karakteristika da neki članovi trajno žive u zemljištu jer su ishranom vezani za njegove sastojke.

Rast stanovništva u današnje vrijeme zahtijeva velike količine hrane i sirovina, zato se sadašnja poljoprivreda bazira na intenzivnoj proizvodnji na postojećim poljoprivrednim prostorima putem agrotehnike, gnojidbe, melioracije, navodnjavanja, te zaštite bilja. Danas se u svijetu vodi velika akcija da se sačuvaju resursi „prirodnih dobara“ odnosno voda, zrak, mineralne sirovine, šume, divlje životinje i zemljište. Zaštita zemlje usko je povezana s pravilnim iskorištavanjem i pravilnom gnojidbom, ali i čuvanju vode te zaštitu svih zemljišta koja čovjek iskorištava. Da bi se sačuvala i povećala plodnost tla danas postoji uravnotežena gnojidba, melioracija pašnjaka i livada, uvođenje manjih nadzemnih masa, izrada planova i projekata zaštitnog iskorištavanja zemljišta, stvaranje novih zemljišta, obnova zemljišta ili vegetacija.

2.1.2. Rad

Rad je svjesno i svrshodno organizirana djelatnost ljudi radi nekog korisnog učinka kojima se može zadovoljiti određena vrsta kako osobnih, ali i zajedničkih, bilo to proizvodnih ili neproizvodnih potreba. Po radu se čovjek izdvaja od životinjskog svijeta (Štefanac i sur., 2004.).

Rad je osnova svake poljoprivredne djelatnosti i samo se njime stvaraju novo stvorene vrijednosti. Čovjek se i razlikuje od ostalih živih bića po tome što radi savjesno i marljivo. S napretkom tehnike i s dolaskom novih inovacija, ali i društvenim promjenama, današnji čovjek se od mehaničkog proizvođača sve više pretvara u inicijatora određenog radnog procesa. Većina rada u poljoprivredi obavlja se u otvorenim prostorima (priroda) i čovjek je izložen svim klimatskim elementima (kiša, snijeg) koji na njega djeluju negativno poput visoke i niske temperature, vlažnosti, te vjetra. Neki od radova ne obavljaju se kroz cijelo godišnje razdoblje već samo u sezonama. Poljoprivredni rad čak i u najjednostavnijem obliku mora se obavljati s velikom preciznošću i smirenošću iako nisu potrebne neke veće intelektualne sposobnosti. Rad čovjeka u poljoprivredi može biti fizički i umni, zato je

stručno obrazovanje samog poljoprivrednika vrlo važno i značajno. Rad je također i djelatnost čovjeka, ali i određenog mehanizma kojem je cilj proizvodnja gotovih proizvoda, a samim time i ostvarenje profita. Rad prikazuje utrošeno vrijeme u nekoj proizvodnji (Kolaković, 2006.).

Rad je čimbenik procesa proizvodnje, dok su za njegovu proizvodnju potrebna sredstva za rad i predmeti rada. U samom procesu proizvodnje spajaju se rad i sredstva za proizvodnju. Završni cilj je usavršiti se za jednu proizvodnju kako bi krajnji proizvodni učinak bio što veći. Postoji nekoliko vrsta radova, a podijeljeni su na (Štefanac i sur., 2004.; Kolaković, 2006.):

- apstraktni rad - trošenje ljudske radne snage, trošenje mozga, živaca, mišića i sl.
- fizički rad - njime se sada bave samo određeni pripadnici društva odnosno fizički radnici. S razvojem proizvodnih snaga, osobito strojeva i transportnih sredstava, čovjek je sve više oslobođen od takvog rada ili ga u velikoj mjeri olakšava.
- grupni rad - ako na istom proizvodnom prostoru radi veći broj ljudi ili ga u isto vrijeme obavlja. Cilj je u planiranom roku obaviti zadanu radnju.
- individualni rad - to je rad čovjeka pojedinca. Društvena proizvodnja uvijek je rezultat manjeg ili većeg broja međusobno povezanih individualnim radom.
- jednostavan rad - rad koji može obaviti svaki prosječni pripadnik društva bez posebne izobrazbe i obrazovanja.
- konkretni rad - razlikuje se od svih drugih vrsta radova svojim specifičnim aktivnostima, predmetom što ga obavljaju, sredstvima rada i konačnim rezultatima. Radom se stvara upotrebna vrijednost robe ili usluga.
- kvalificirani rad - rad za koji je potrebna posebna naobrazba, veći mu je učinak od suprotnog nekvalificiranog rada. Takav rad je i bolje nagrađen.
- najamni rad - rad najamnog radnika odnosno posuđene radne snage.
- nekvalificirani rad - rad koji može obavljati svaki prosječni čovjek bez određenog školovanja i obrazovanja. Zato mu pripada manji dohodak odnosno plaća.
- potrebni rad - radi pri kojemu radnik proizvodi materijalne resurse potrebne za održavanje i reprodukciju njegove radne snage.
- prekovremeni rad - rad koji obavljaju zaposleni djelatnici preko radnog vremena i po pravilu se više nagrađuje odnosno plaća.
- ekonomsko-proizvodni rad - rad koji se obavlja u oblasti materijalne proizvodnje određenih resursa (u industriji, građevini, poljoprivredi, šumarstvu, trgovini,

ugostiteljstvu) kao smjer koji se odvija između čovjeka i prirode. Ovim se radom stvara dohodak i povećava proizvodno bogatstvo našeg društva.

- umni rad - rad u kojem se upotrebljavaju umne sposobnosti. Umni rad daje i duhovnu dimenziju osim materijalne koristi.
- višak rada - rad koji preostaje po odbitku potrebnog rada i koji proizvodi višak proizvoda i vrijednosti.

Proizvodnost rada je odnos ostvarene proizvodnje i u njega utrošenog rada, a izražava se količinom samog proizvoda ili usluge dobivenog u jedinici vremena ili količinom vremena utrošenog na jedinicu proizvoda ili usluge. Povećanjem proizvodnosti rada proučava se kroz analizu proizvodnje i utrošenog živog i minimalnog rada, kao i cjelinom koštanja proizvoda ili usluge. Živi rad stvara nove vrijednosti i prenosi se na novi proizvod ili uslugu vrijednosti utrošenih sredstava u tu proizvodnju. Ušteda utroška minimalnog rada može se postići samo kroz djelovanje živog rada.

Predmeti koji su potrebni radniku u obradi predmeta rada zovu se sredstva za rad. Sredstva za rad dijele se u dvije skupine. To su sredstva za rad u užem smislu (strojevi, alati) i sredstva za rad u širem smislu koja podrazumijevaju sredstva za odvijanje radnog procesa (uređaji, zgrade). Podjela rada se može gledati i kao društvena podjela rada (poljoprivreda, industrija), posebne grane u okviru pojedinih djelatnosti kao pojedinačna (u poslovnim subjektima) i prirodna podjela po dobi i spolu.

Za poslovni subjekt je bitna pojedinačna podjela rada jer unutar organizacije manje grupe ili pojedinac obavljaju određene poslove. Kao u cijelom gospodarstvu ova podjela rada odvija se u horizontalnom ili vertikalnom smjeru. Horizontalna podjela podrazumijeva obavljanje samostalne djelatnosti neovisno o drugim poslovima (npr. u poljoprivredi moguć je uzgoj žitarica, voća i povrća). Vertikalna podjela rada odnosi se na odvijanje radnog procesa od nižih do viših razina (npr. proizvodnja kruha započinje sjetvom pšenice, mljevenje pšenice u brašno i na kraju proizvodnja kruha).

Rad znači da čovjek unaprijed i svjesno smišlja djelatnosti usmjerene na zaradu u ekonomskom smislu. Rad je primorani, ali ugroženiji proizvodni čimbenik kroz kojeg se vidi manifestacija čovjekovog mentalnog i tjelesnog potencijala. Predmeti rada su one stvari koje odvajamo od prirode, prerađujemo ili im mijenjamo oblik da bi dobili na vrijednosti. Ovisno o stupnju obrade, predmeti rada se svrstavaju na one u prirodi zatečene (nafta, sol, stabla, rude), sirovine kao dijelove prirode, materijal kao radna sirovina iz koje dobivamo

materijal, energija pronađena u prirodi ili proizvedena čovjekovom rukom, poluproizvodi od kojih se proizvode outputi, nedovršeni proizvodi na kojima treba nastaviti raditi i na kraju output odnosno gotov proizvod prikladan za potrošnju.

Postoje metode za procjenu rada, a dijelimo ih na metodu rangiranja (metoda procjene poslova, način da se polazi od najjednostavnijeg posla prema složenijem), metodu klasifikacije (važna je dobra analiza prostora kako bi se po složenosti posla i odgovornosti rasporedili u odgovarajuće grupe), metodu usporedbe zahtjeva (metoda procjene opasnosti u fizičkom, intelektualnom i emocionalnom smislu), metodu bodovanja (značajke ove metode je da se za svaki posao definiraju kriteriji intenziteta na temelju čega im se dodjeljuje određeni broj bodova) i metodu ograničenja kako bi se što bolje stimuliralo radnika te mu se osigurala veća plaća za izvršeni rad (Grubišić, 2004.).

2.1.3. Kapital

Na bazi društvenih odnosa kapital donosi svome vlasniku višak vrijednosti odnosno novac kao sredstvo za proizvodnju određene infrastrukture. Kapital se može definirati kao ekonomska vrijednost, koja daljnjim ulaganjem u ekonomsku djelatnost ili procesnu proizvodnju ostvaruje dodatnu dobit.

Kapital odražava odnos između proizvodnje, razmjene i u konačnici potrošnje gotovih proizvoda, ali i ulaznih sirovina. Kapital je također spoj koji se sastoji od radne snage pojedinca, njegovih vještina, obrazovanja i sposobnosti. Kapital podrazumijeva sve proizvodne resurse koji se mogu koristiti u samoj proizvodnji drugih resursa.

Pojam kapital upotrebljava se u smislu najrazličitijih kapitala, ali i kapitalnih resursa. Važno je znati da financijski kapital podrazumijeva novčana sredstva kojima se mogu kupiti elementi kapitala, dakle zgrade, strojevi, alati, uređaji, oprema, ali i zalihe gotovih proizvoda, te sirovine. On obuhvaća sve oblike nekretnina (zgrade, kuće) i financijski profesionalni kapital (infrastruktura, strojevi, patenti, licencije) što ih upotrebljavaju poslovni subjekti i razne agencije.

Kapital se može razlikovati i kao konstantni ili postojani i promjenjivi ili varijabilni kapital. Konstantni kapital je onaj kapital koji se ulaže u sredstva za proizvodnju zgrada, strojeva, alata, te sirovina. Varijabilni kapital podrazumijeva onaj dio kapitala u kojemu se plaća unajmljena radna snaga. Radnik reproducira vrijednost svoje radne snage, nadoknađuje

varijabilni kapital drugim dijelovima svog radnog vremena i može proizvoditi više vrijednosti i samim time povećavati proizvodnju uloženog kapitala.

Vrijednosni sastav kapitala izražava odnos njegova postojećeg i promjenjivog dijela, tehnički sastav kapitala predstavlja odnos ulaganja sredstava za proizvodnju i količinu živog rada, radne snage koja se pokreće, dok prirodni sastav kapitala predstavlja odnos vrijednosti postojanog i promjenljivog kapitala.

Kod kružnog kretanja i obrtaja kapitala, da bi se neka veća vrijednost održala kao kapital, mora se neprekidno mijenjati i kretati kroz razne bazne procese proizvodnje i prometa. U tom kretanju kapital naizmjenično poprima nekoliko oblika, pojavljujući se kao novčani, robni i proizvodni kapital. Što je brži obrtaj kapitala, to se i brže obnavlja sama proizvodnja i eksploatacija najamnog rada odnosno dolazi do mogućnosti proširenja reprodukcije kapitala (Zlatović, 2015.).

Stalni (fiksni) i optičajni kapital razlikuje se međusobno po načinu i brzini predstavljanja svoje vrijednosti na novo stvorenu vrijednost proizvoda ili usluge. Industrijski, trgovački i zajmovni kapital razlikuje se po svojoj funkciji u procesu proizvodnje i reprodukcije. Industrijski kapital uzima sa tri ranije spomenuta oblika (robni, novčani i proizvodni). Njegovi pripadnici eksploatiraju tuđu radnu snagu, prisvajaju višak vrijednosti i dijele ga s ostalim trgovačkim društvima. Trgovački kapital susrećemo u nastanku robnog prometa. Zajmovni kapital je osamostaljeni dio industrijskog kapitala koji se za određeno razdoblje, bilo ono duže ili kraće vrijeme, izdvaja i ustupljuje pravo drugim te se može i ulagati u banke. Bankovni kapital samo je jedan od posebnog oblika zajmavnog kapitala gdje se u bankama koncentriraju sva slobodna novčana sredstva i daju prema potrebi na zajam pojedinim poslovnim subjektima. Dioničkim i fiktivnim kapitalom se kupovinom dionica koje emitiraju dionička društva i društva s ograničenom odgovornošću, povećava osnivački kapital i formira dionički kapital. Prodajući određene dionice kao vrijednosne papire ustupa se novim vlasnicima i pravo ubiranja dividende.

Kapital ima više značenja, a predstavlja:

- glavnica, odnosno iznos pozajmljenih novčanih sredstava bez kamata,
- vrijednost ulaganja u drugi posao,
- novčanu vrijednost koja ostvaruje višak vrijednosti kapitala i odnos eksploatacije najamnih djelatnika.

Sukladno tome, kapital ne podrazumijeva samo novčana sredstva nego i društvene odnose. Također, novac može postati kapitalom. Jedna od njegovih bitnih značajki bila bi alokacija resursa. Važno je alocirati kapital u različite proizvodne djelatnosti organizacije i različite zemlje (Piketty, 2014.).

U današnjoj proizvodnoj djelatnosti definirala su se četiri mehanizma mobilnosti kapitala:

- tržište kapitala,
- sustav centraliziranih investicijskih fondova,
- sustav samoupravnog udruživanja sredstava kapitala,
- sustav kreditno-bankarskog financiranja.

Navedeni mehanizmi mobilnosti kapitala imaju svoje prednosti i nedostatke. Tržište kapitala i sustavi kreditno-bankarskih financiranja predstavljaju spomenutu alokaciju kapitala, dok sustav investicijskih centralnih investicija i sustav samoupravnih udruživanja nisu u alokaciji kapitala. Tržišni smisao kapitala podrazumijeva neograničeno financiranje sredstava namijenjeno samo za inovacije i inovativnost. Podrazumijevaju se odnosi ponude i potražnje kapitala, odnosno srednjoročnih i dugoročnih odnosa financijskih sredstava gdje je bitna razlika između novčanog tržišta i tržišta kapitala. Pomoću novca odražava se likvidnost banaka, dok se na tržištu kapitala prikupljaju sredstva za nove inovacije.

2.2. Novi činitelji proizvodnje

Znanje kao glavni čimbenik uvelike utječe na povećanje udjela prinosa. Ono također predstavlja najvažniji čimbenik u cjelovitom proizvodnom toku, te zahtijeva neprestano investiranje u isti. Između znanja i investicija, oduvijek je postojala uska međusobna povezanost. Kako investicije mogu povećati znanje, tako i znanje može ubrzati realizaciju novih investicija, čime rast prema endogenoj teoriji postaje neograničen (Borozan, 2006.).

2.2.1. Intelektualni kapital

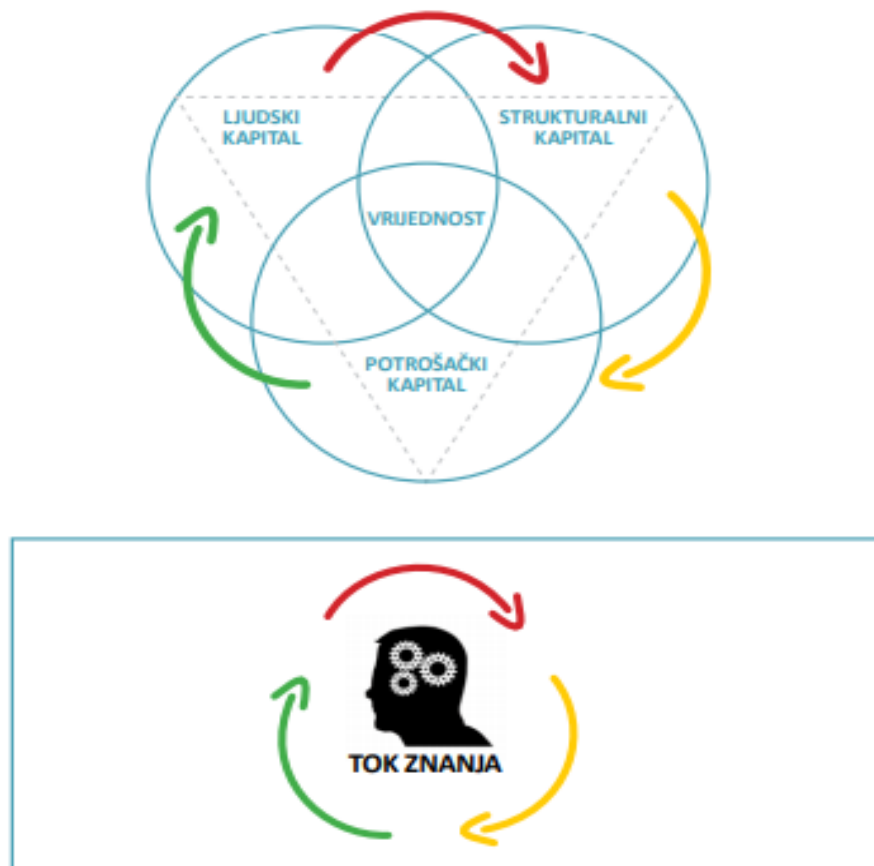
Jedinstveni kapital je znanje i nema nikakvih ograničenja, a ograničeno je samo ljudskim umom. Dok nam znanje pruža velike mogućnosti za razvoj, upotrebom znanja ne troši se energija i ne uništava se okolina. Dakle, znanje se ne troši nego se samo povećava. Znanjem se ujedno i povećava vrijednost usluga i proizvoda. Intelektualni kapital vidi se u ekonomskom poslovanju kao prihod, trošak i dobit. Znanstvenim procesom dolazi se do

novih industrijskih materijala, tehnologije i dizajna iz čega dolazimo do inovativnih proizvoda koji su nedavno bili nepoznati. Zbog takvih rezultata dolazimo do promjene kvalifikacijske strukture zaposlenih djelatnika, odnosno fizički radnici se zamjenjuju tzv. radnim umovima. Napredak hrvatskog gospodarstva vodi se k tome da gospodarstvo treba biti utemeljeno na intelektualnom kapitalu. Kako se ljudsko društvo mijenjalo kroz povijest, samim time mijenjala se i znanost, ali i sam čovjek koji je središte zbivanja i pokretač promjena na bolje. Za čovjeka je vrlo bitno i iskustvo.

Nekadašnji čimbenici proizvodnje koji su ranije spominjani, a to su zemlja, rad i kapital, nisu više glavni ekonomski čimbenici. Provedena je informatizacija, automatizacija, mehanizacija i virtualizacija. To znači da je najvažniji činitelj upravo intelektualno znanje. Zbog donošenja naglih i brzih promjena, poslovni subjekti se moraju brzo prilagođavati i pratiti nove prilike, ali i prijetnje. Znanje i intelektualni kapital stvara okruženje koje potiče zaposlenike na informativnost i kreativnost. U takvom okruženju veća je komunikacija između zaposlenih, te su djelatnici fleksibilniji, motiviraniji za rad i inovativniji.

Sposobnost fleksibilnosti omogućava poslovnim subjektima da se lakše prilagode na nove promjene na tržištu. Po fleksibilnosti se vidi i uspješnost poslovnog subjekta. Fleksibilni poslovni subjekti su uspješni i odgovorni jer prate potrebe kupaca, unapređuju proizvode i usluge te inovacijskim procesom stvaraju dodane vrijednosti. Intelektualni kapital značajno utječe na profitabilnost i konkurenciju na tržištu. Nevidljiva imovina poput intelektualnog znanja kroz proizvode i usluge donosi vrijednosti. Intelektualni kapital još uvijek nema točno svoju definiciju, ali nas čini materijalno i psihički bogatim. Njega dijelimo na ljudski kapital, strukturni kapital i potrošački kapital (Sundać i Švast, 2009.) kao što je i prikazano na Slici 1.

Pokretač intelektualnog kapitala je ljudski kapital. Osim znanja i sposobnosti, susrećemo karakteristike kao što su kreativnost, odgovornost, marljivost i upornost, motivacija stavova o životu i o poslovanju, sposobnost rješavanja problema, kritičko ponašanje, samostalno učenje i fleksibilnost. Svi ti čimbenici zajedno doprinose ka uspjehu ljudskog kapitala i inovaciji proizvoda, usluga i procesu organizacijske i marketinške inovacije. Uvođenje inovacija u poslovni subjekt dovodi i do unapređenja načina rada, proizvoda i usluga. Najznačajniji izvor konkurentske prednosti poslovnog subjekta je skenirano znanje koje je spremljeno u glavama pojedinaca, a njegove karakteristike su rijetkost, vrijednost i nemogućnost imitiranja. Svaki poslovni subjekt bi trebao višestruko iskorištavati znanje, zaštititi ga, iznajmljivati ili čak prodavati.



Slika 1. Elementi intelektualnog kapitala

Izvor: www.efos.unios.hr, 2017.

Opasnost od gubitka konkurentske prednosti je manja ukoliko je pojedinac integriran sa strukturnim kapitalom.

U Moryovoj terminologiji katkad je riječ o općoj razini znanosti i općim moćima ljudskog uma, o obrazovanju koji će pojedinac moći steći zahvaljujući povećanju slobodnog vremena i koji će povratno djelovati na proizvodnu snagu rada (Gorz, 2015.). Ljudski kapital ne može biti u posjedu drugih osoba, niti se može razmjenjivati na tržištu. Neljudski kapital obuhvaća sve oblike bogatstva koje pojedinac ili skupina želi posjedovati, prenositi i njime trgovati na tržištu. Granica između onoga što privatne osobe mogu ili ne mogu posjedovati jako se mijenja ovisno o vremenu i prostoru. Kapital nije nepromjenjiv pojam, a odražava se stupnjem razvoja i društvenih odnosa u okruženju.

Za razliku od ljudskog kapitala, strukturni kapital moguće je promatrati kao omjer dvije vrste kapitala te ga se može vrijednosno odrediti. U strukturalni kapital podrazumijevaju se nacrti, planovi, priručnici odnosno sustavi za lakše upravljanje financijsko-računovodstvenim sustavom.

Značajke dobre organizacijske kulture su:

- jasno definirana vizija i misija koja promiče lidera,
- menadžment koji motivira, usmjerava i komunicira sa zaposlenim djelatnicima,
- motivirani zaposlenici,
- kultura odgovornosti poput normi i pravila i posljedice kako menadžmenta tako i zaposlenika,
- zajednička suradnja i osjećaj pripadnosti.

Ukoliko se ne pridržavamo značajki dobre organizacijske kulture, poslovni subjekt će doživjeti neuspjeh. Intelektualno vlasništvo stvara se nematerijalnim dobrima koja proizlaze od ljudske kreativnosti, nacionalnim zakonodavstvom i dobrim poslovima s ciljem postizanja poslovnog uspjeha poduzetnika i ukupnim napretkom države i ljudskog društva u cjelini. Licence i autorska prava su prava intelektualnog vlasništva. To se pravo ne odnosi na duhovne tvorevine. Žigom se za razliku od drugih prava (npr. patenti) ne štiti intelektualno duhovno stvaralaštvo jer za znak kojim se obilježava proizvod ili usluga nije bitno je li znak tvorevina ili ne, već je bitna funkcija. Žig se smatra kao ključ nematerijalnog dobra nekog poslovnog subjekta. Intelektualno vlasništvo predstavlja segment intelektualnog kapitala društva ili pojedinaca u tržišnoj utakmici kojeg je moguće vrijednosno odrediti. Uz pravo intelektualnog vlasništva često se javlja patentno pravo, pravo nelojalne konkurencije, te pravo dizajna. Kod intelektualnog vlasništva (npr. dizajna) može postojati i dvostruka zaštita (www.efos.unios.hr, 2017.).

Potrošački kapital vezan je za ljudsko znanje. Naziva se još i relacijski te je on odnos između poslovnih jedinica poslovnog subjekta i vanjske okoline (kupci, distributeri, partneri i ostale skupine iz poslovne okoline). Potrošački kapital možemo razvrstati u tri kategorije;

- poslovne mreže (komunikacija s potrošačima na obostrano zadovoljstvo),
- brand odnosno marka proizvoda ili usluge,
- potrošački, odnosno odnos sa subjektima te razvijanje komunikacije, poslovne mreže (prijevoz-dostava-skladištenje, reklamiranje, ponuda proizvoda, zadržavanje kupaca, te jačanje imidža).

Poslovne mreže upotrebljavaju pojedinci koji se nastoje povezati preko interneta i obavljati neku određenu radnju. Brand je poznata oznaka nekog proizvođača koji je prepoznatljiv po svojoj kvaliteti, cijeni ili okusu, a njome se želi ostaviti osjećaj povjerenja. Zadovoljenje svojih potrošača doprinosi uspjehu. Zadovoljan potrošač pokazuje privrženost brendu

širenjem pozitivnih i kvalitetnih komentara svojim poslovnim kolegama i poznicima. Uspjeh potrošačkog odnosno relacijskog kapitala vezan je i uz dobro razvijen ljudski kapital.

Tablica 1. Struktura intelektualnog kapitala

| INTELEKTUALNI KAPITAL | | | | | | |
|---|--|---------------------------------------|--|--|--|--------------------------------------|
| Ljudski kapital | | Strukturni kapital | | Potrošački kapital | | |
| Menadžment | Zaposleni | Intelekt. vlasništvo | Org. proces | Brand | Poslovne mreže | Potrošači |
| fleksibilnost, inovativnost, motiviranost, upornost, volja za učenjem, rješavanje prepreka, upravljanje, uspješnost | komunikativnost, promišljenost, napredovanje, rješavanje zadataka, odgovornost, iskustvo | patenti, licenca, autorska prava, žig | projekti, planovi, obrada i baza podataka, dokumenti, koncepti | zaštitni znak, kvaliteta, stvaranje imidža, prepoznatljivost | elek. mreže, udruženja, odnos partnera, marketing i distribucija | zadovoljstvo, vraćanje, komunikacija |

Izvor: razrada autora

Za potrošače vrlo često vrijedi Paretov princip prema kojem 80% profita kompanije donosi 20% potrošača, dok 80% potrošača donosi 20% profita. Kako bi poslovni subjekti uspješno zadržali postojeće potrošače i privukli nove, a istovremeno sebi omogućili nove poslovne prilike, ona uviđaju potrebu za boljim upoznavanjem svojih postojećih i potencijalnih kupaca. Način na koji je to najbolje napraviti jest prikupljanjem informacija o njima. Na temelju prikupljenih informacija moguće je modificirati, prilagoditi i personalizirati svoje usluge ili proizvode. Implementacijom CRM poslovnog sustava - sustava za upravljanje odnosima s kupcima – poslovni subjekti mogu odgovoriti zahtjevima i željama svojih potrošača, te na taj način ojačati svoj odnos s postojećim potrošačima i pridobiti njihovu lojalnost. Pridobivanjem lojalnih potrošača subjekti osiguravaju dugoročno veće prihode i povećanje profita. CRM sustavom moguće je i identificirati visoko profitabilne potrošače, te se fokusirati na izgradnju individualiziranih i dugoročnih odnosa (Sundać i Švast, 2009.).

U Tablici 1 je prikazana struktura intelektualnog kapitala. Ljudski kapital jednim dijelom je podijeljen na menadžment i zaposlene djelatnike koji imaju znanje, iskustvo, različite sposobnosti te ih je vrlo bitno zadržati što duže u poslovnom subjektu ukoliko ostvaraju

uspjeh. Strukturalni kapital obuhvaća sve čimbenike koji ostaju u poslovnom subjektu nakon što ga zaposlenici nakon radnog vremena napuste, a odnosi se na dokumente, projekte i razne koncepte. On se odnosi i na intelektualno vlasništvo poput patenata, licence i autorskih prava. Najveći izazov je transformirati ljudski kapital u strukturalni, dok je potrošački kapital usko vezan uz ljudski kapital. U današnjim uvjetima vrlo je važno zadovoljiti potrošača. Potrošači uvijek traže više i napretkom tehnologije rijetko se događa da poslovni subjekti nisu u mogućnosti ispuniti njihove zahtjeve. Funkcioniranjem svih komponenti intelektualnog kapitala moguće je postići uspješno upravljanje poslovnim subjektom.

2.2.2. Virtualna organizacija

Virtualna organizacija je oblik mrežne organizacije, koja pomoću suvremenih informacijskih i komunikacijskih tehnologija, omogućava nesmetanu i pojednostavljenu poslovnu suradnju. Poslovna suradnja odvija se između poduzetnika i poslovnih subjekata, a ona se odvija kroz prostor, vrijeme i organizacijske granice. Virtualna organizacija može biti određena samo na dijelove ili grupu poslovnog subjekta, ili na samostalnog poduzetnika, a kojima je cilj međusobno povezivanje u vidu obavljanja poslovne aktivnosti, koja može biti jednokratna ili promatrana kroz neodređeni vremenski period (web.efzg.hr, 2017.).

Osnovne karakteristike virtualne organizacije su prilagodljivost, koja je djelomično izražena kroz karakteristiku brzog reagiranja na zahtjeve okoline, i modularnost. Odlika virtualne organizacije je značajna redukcija sredstava ulaganja u razvoj novih proizvoda, čime dolazi i do redukcije krajnje prodajne cijene po jedinici proizvoda, te oslobađa kapital potreban za ulaganja. Ukoliko virtualna organizacija trajno odvlači poslovni subjekt od strategije rasta, te ako predstavlja veliki rizik u konačnici ili sprečava subjekta da ponudi kvalitetnu uslugu ili proizvod, poslovni subjekt ne bi trebao primjenjivati ovaj oblik organizacije.

Uvođenjem i samom primjenom virtualnog sustava poslovanja, razvila se i kategorija virtualnih pomoćnika, koji su na ovaj način proširili svoje usluge radne snage putem vlastitih web stranica ili pomoću web stranica poslovnih subjekata čija je uska specijalizacija posredovanje pri zapošljavanju virtualnih pomoćnika. Prvotna obveza virtualnog pomoćnika bila je obavljanje poslova za opisno mjesto tajnice, kao što su korekture potrebnih tekstova i raznih dokumenata, obavljanje telefonskih razgovora, te rukovođenje jednostavnijih baza podataka. Danas su se usluge virtualnih pomoćnika uzdigle na potpuno nove razine. Danas oni obavljaju usluge kompletnog marketinga, grafičkog i web dizajna, sudjeluju u pravnim

savjetovanjima, pisanju i dopunama memoranduma, izradi svih vrsta poslovnih prezentacija, te upravljanju kompleksnim bazama podataka. Navedeni poslovi zahtijevaju specijalizirana tehnička znanja, ali i znanja o poslovnom subjektu, najčešće izraženih kroz traženje usluga. Virtualni pomoćnici sa svojim klijentima obavljaju komunikaciju preko telefona, faxesa, e-maila, instant Messengera, a u novije vrijeme ta komunikacija se odvija brzim izmjenama poruka preko interneta, što ovaj vid suradnje svrstava u globalno poslovanje.

Velika prednost ovoga posla je postizanje određenog kompromisa između obiteljskog života i karijere, jer je ovim zanimanjem moguće obavljati posao od kuće, uz zadovoljavanje određenih kvalitativnih uvjeta i vremenske predanosti poslu. Kao i svako drugo zanimanje, tako i zanimanje virtualnog pomoćnika donosi niz određenih mana. Zaposlenik, ukoliko ne radi s partnerima, mora sam osigurati svoj radni prostor, ali i opremu pomoću koje obavlja sve kompleksnije aktivnosti, odnosno zadatke. S dijelom novčanih sredstava, zaposlenik je dužan samostalno uplaćivati zdravstveno i mirovinsko osiguranje. Sljedeća mana ovoga zaposlenja je odnos potrebnih izvršenja zadataka i osoba (virtualnih zaposlenika) dostupnih za izvođenje točno određenih zadataka. Potreba u ovome poslu je neprestano dopunjavanje znanja, potrebno je biti u neposrednom koraku s novim metodama, tehnologijama i neprestano ulagati u opremu. S realnim vještinama i znanjima, svaki od ovih zaposlenika, trebao bi pronaći određenu klijentelu kojoj može u određenom vremenu izvršiti zadatak za kojeg je i plaćen.

Virtualni kućni uredi, te drugi virtualni oblici, postali su svakodnevnica današnjeg života u poslovanjima suvremenih poslovnih subjekata. Koristeći se današnjim prednostima komunikacijske infrastrukture, ovaj način poslovanja definira nove standarde koji u određenim granama poslovanja zbog svoje efikasnosti izbacuju iz upotrebe tradicionalne načine poslovanja, čije se odlike zasnivaju na korištenju strukturnih papirnih dokumenata.

Virtualni način poslovanja postao je neizbježni faktor u ostvarivanju dobrog poslovanja današnjice. Javlja se kao konačni rezultat primjene novih znanja koje su popraćene novim tehnologijama. Modernizirani poslovni subjekti se sve više okreću virtualnim načinima, čime istiskuju fizičko postojanje, što im daje značajnu primjenu u savladavanju prepreka, kao što je zemljopisna udaljenost. Neovisno, za uspješno poslovanje, potrebno je imati pristup svjetskom tržištu informacija, neprestanoj razmjeni saznanja, ali i podataka, kako u traženim, tako i na svim poljima, kako bi konačni ishod poslovanja bio što kvalitetniji. Prilagodba svim svjetskim standardima, koji određuju uvođenje modernih dostignuća u tehnologijama kao što su informacijske tehnologije, te komunikacijske, omogućava

kvalitetno virtualno poslovanje. Virtualna organizacija predstavlja lepezu kombinacija raznolikih geografskih disperziranih sudionika, koji ujedinjavanjem vlastitih komplementarnih osnovnih aktivnosti i korištenja raznoraznih metoda postižu zadani cilj.

Virtualne organizacije predstavljaju ono najbolje od informacijskih tehnologija na najproduktivniji način. Budući da svatko ima mogućnost pristupa potrebnom sadržaju, fizička udaljenost više ne predstavlja problem ni prepreku. Reduciranje troškova prijevoza i prostora također predstavlja jednu od prednosti virtualne organizacije. Nadalje, brže djelovanje, kako postoji mogućnost distribucije posla po vremenskim zonama, znači da su vrata organizacije otvorena kroz cijeli dan. Bolja učinkovitost korištenja elektronske opreme za komunikaciju, nadzor, ali i kontrolu, povećalo je učinkovitost. Virtualna organizacija orijentirana je na svoje buduće kupce i na zadovoljstvo kupaca te stvaranju dobrog imidža. Precizno mjerenje performansi ostvaruje se pomoću elektronske opreme. Ovakvim pristupom omogućena je alokacija ljudskih resursa.

Neutraliziranje nerazmjera tržišta rada može biti neutralizirano postojanjem virtualnih organizacija s obzirom da one mogu iskorištavati radnike iz raznih regija i zemalja. Posljednja prednost, ali ne i manja bitna, je redukcija stresa i umora na poslu. Stres i umor mogu biti minimalni ako se odredi opseg i radno vrijeme od strane zaposlenika.

Uz sve pozitivne strane treba obratiti pažnju i na nedostatke. Nedostaci mogu predstavljati opasnost u postojanju virtualne organizacije. Nedostatak kontrole je najveći nedostatak jer ne postoji mogućnost adekvatnog nadzora i kontrole djelovanja virtualnih zaposlenika. Ukoliko dođe do kvara ili se kvarovi ne mogu riješiti, dolazi do zastoja u radu, što povlači i kašnjenje s rokovima. Zloupotreba je također veliki nedostatak jer postoji mogućnost zloupotrebe imovine poslovnog subjekta kao i nepošteno i nesavjesno ponašanje zaposlenika. Nedostaci su i visoki troškovi održavanja opreme, ne dolazi do razvijanja međuljudskih odnosa s klijentima te jednoličnost rada.

Najnoviji sustavi organiziraju virtualne timove koji nisu temeljeni samo na radu kod kuće. Svaki radnik može se za vrijeme rada nalaziti na bilo kojem mjestu gdje ima dostupan internet. Oni ustvari predstavljaju virtualne timove jer djeluje više zaposlenika. Neke organizacije su uvele okružja „vrućih radnih stolova“. Radnici nemaju fiksni radni stol, već pri dolasku na posao uvijek dobivaju drugi, kao pri dolasku na drugo mjesto. Prednost ovakvog organiziranja posla je visoko predstavljanje vrijednosti društvene kulture. Virtualni projekt okuplja više timova pa takvu organizaciju možemo nazvati projektnom virtualnom

organizacijskom strukturom. Okupljanje takvih timova stvara se radi optimalizacije kvalitete, troškova, ali i vremena. Privremene virtualne organizacijske strukture najčešće se povezuju s organizacijskim srodnim djelatnostima, dok stalne virtualne organizacijske strukture rade na temelju toga da svaka organizacija koja nije vodeća prepusti svoj posao drugim organizacijama. Tako se u zamjenu znanja ostvaruje prednost nad konkurencijom.

Projektne timovi su formirani u svrhu izvršenja specifičnih zadataka koji su vremenski ograničeni. Vrijeme ograničenja povezano je s vremenom trajanja zadataka. Postoje i procesni timovi koji se formiraju kada organizacija želi rješavati dugotrajne probleme i izazove pojedinih poslova. Servisni timovi su stvoreni zbog mogućnosti rješavanja specifičnih problema poslovnih klijenata. Karakteristika servisnih timova je da se stvaraju kada su prijeko potrebni, a kada je problem riješen, servisni tim se raspušta.



Slika 2. Inteliktualna organizacija u virtualnom prostoru

Izvor: <http://www.efos.unios.hr>, 2017.

U informacijskom društvu ima dovoljno poslova usmjerenih na savjetovanje, organiziranje, umrežavanje, pretraživanje ili prezentiranje korisnih informacija (Slika 2). Pojedinaac koji je

u stanju ostvariti novu ideju ili proizvod, preko interneta ulazi u virtualnu organizaciju u kojoj potražuje klijente i globalno ugovara poslove koji zahtijevaju visok stupanj fleksibilnosti. Zahtjevi okruženja sve su veći i podrazumijevaju da se u svako doba raspolože s najnovijim znanjima. Budućnost virtualnoga organiziranja rada i poslovanja najviše se sagledava kroz trenutak poslovanja koji ide prema smanjenju potrebe za većim infrastrukturnim zahvatima. Društveni odnosi u virtualnom svijetu tehnologije rada nisu statični, već su dinamični kao i sam virtualni svijet koji ga okružuje.

Buduće radno mjesto sastojat će se od tehnologije koja će biti neophodna, odnosno povezana posebno u slučajevima kada su uključene osobne i financijske aktivnosti. Radno mjesto u modernom okruženju postaje sve više otvoreno i manje sklono konfliktu kao što je to bilo u prošlosti. Znanje i tehnologije sve više određuju kriterije našeg života bez kojih je on danas nezamisliv (Relja i Šuljug, 2010.).

2.2.3. Telework

Tehničko-tehnološki razvoj društva i uporabe modernih telekomunikacijskih, informacijskih i multimedijalnih tehnologija doprinijeli su globalizaciji društva u cjelini. Omogućili su obavljanje određenih poslova izvan klasičnog, tradicionalnog radnog mjesta poslodavca pri tome stvarajući poslodavcima daleko širu bazu izbora zaposlenika izvan mjesta poslovanja, a zaposlenicima uvećanu fleksibilnost i sposobnost doprinosa u svezi izbora rada bez obzira na mjesto i vrijeme obavljanja posla.

Rad na daljinu (telecommuting, e-commuting, e-work, telework) relativno je novi pojam koji podrazumijeva rad od kuće ili s nekog drugog mjesta koje može biti udaljeno od središta matičnog poslovnog subjekta čak i stotinama kilometara. Ovakav način rada odbacuje pravila klasične, tradicionalne radne sredine s fiksnim radnim vremenom zaposlenih, ograničenim radnim prostorom i svakodnevnim putovanjem na posao gdje se stvara ušteda. Bitna odrednica rada na daljinu je i da takvi zaposlenici ne putuju ni na kakvo mjesto obavljanja svog posla, već svoj posao obavljaju gdje i kada žele, ali moraju poštovati rokove izvršenja svojih zadataka. Navedenim načinom rada, zaposlenik nema neposredne kontakte s drugim suradnicima, ali može s njima komunicirati upotrebom modernih komunikacijskih tehnologija. Takav zaposlenik se naziva zaposleni djelatnik na daljinu (teleworker). On može biti stalni radnik neke kompanije ili samostalni djelatnik koji svoje usluge i proizvode nudi putem interneta i društvenih mreža. Uspješnost ovakvog načina poslovanja mora se prije

svoga temeljiti na rezultatima rada po zadanim ciljevima, a ne po promatranju rada samih zaposlenika. Znači, drugim riječima bitan je krajnji rezultat, a ne vrijeme obavljanja posla. Rad na daljinu oblik je organizacije u okviru kojeg se nalazi ugovor o radu i isti je dobrovoljan i za zaposlenog djelatnika i za poslodavca, može biti uključen u zaposlenikov opis poslova ili se može naknadno nadopuniti na dobrovoljnoj osnovi samoga zaposlenika ili poslodavca. Rad kod ili od kuće postao je sve popularniji u svijetu, bilo da se radi o radnom odnosu, ugovoru o radu, ili povremenom tzv. honorarnom poslu vanjskih suradnika.

U svakom slučaju razvojem telekomunikacija kao i računalne tehnologije, poput internet sustava kao i mobilne telekomunikacije, naglo se povećava sam opseg poslova koji se mogu raditi na daljinu, uz što paralelno raste i interes za rad na daljinu.

Poslovni subjekti se koriste radom na različitim radnim mjestima (rad kod kuće u užem smislu) iz mnogih razloga. Jedan od tih razloga može biti i odluka menadžmenta zbog poslovnih planova, ili može biti zbog problema kao što je manjak prostora, povećanje profitabilnosti i produktivnosti, ili smanjenje troškova. Također može biti jedan od načina za rješavanje problema pronalazačenja, odnosno zadržavanja visokokvalificiranih djelatnika. Fleksibilan način rada može biti i inicijacija zaposlenika. U ovakvu vrstu posla tj. rad na daljinu ubrajaju se svi oni poslovi koji su nekad bili usko povezani za ured. Zahvaljujući novim komunikacijskim tehnologijama, poput maila, telefona i svega onoga što je povezano s internetom i radom na računalu, poslovi se mogu obavljati kod kuće u potpunosti. Ova kategorija ima najveći izgled za daljnji rast, a omogućuje da dio vremena zaposlenik provede kod kuće, a dio vremena na poslu. Kategorija samozaposlenih najviše se koristi radom na daljinu. S novim tehnologijama omogućava se učinkovito komuniciranje s klijentima i dobavljačima, a u mnogim slučajevima i isporuka proizvoda tj. outputa. Mali i srednji poslovni subjekti, koji se smatraju važnim dijelom gospodarskog sustava, u većini slučajeva koriste rad na daljinu kako bi smanjili troškove poslovanja.

U teoriji se rad na daljinu može definirati na različite načine. On podrazumijeva rad normalnih radnih aktivnosti s obzirom na mjesto rada odnosno lokaciju i na tehnologiju koja se koristi. Također podrazumijeva radnike znanja ili umne radnike. Tako se telework tj. rad od kuće, sagledava kao alternativan način organiziranja rada koji uključuje tehnološka znanja kako bi se lakše pristupalo zadanom zadatku s različitog udaljenog mjesta.

Važno je spomenuti da rad na daljinu nije fenomen u današnjem svijetu. On je dio globalne strategije ljudskih resursa čiji je cilj zadavanje radnicima veće odgovornosti kako bi

napredovali, a samim time i ostvarili obostrano zadovoljstvo. Važno je spomenuti da rad na daljinu nije primjenjiv za sve vrste poslova.

Rad na daljinu sadrži nekoliko značajki, a to su: mjesto rada koje je neovisno o lokaciji poslodavca, dobavljača ili klijenta, uporaba osobnih računala, e-maila, mobitela te komunikacija s poslodavcem. Aktivnosti koje se mogu obavljati koristeći pri tom rad na daljinu bile bi prikupljanje i obrada podataka, aktivnosti vezane za jačanje znanja, planiranje i provođenje planova, te pomoć savjetovanja. Isto tako nisu svi radnici kvalificirani za ovaj način rada. Oni koji su neovisni u svom radu i koji su usmjereni na krajnji cilj, te oni koji pokazuju inicijativu i ostvaruju vidljive rezultate, vrlo su uspješni u ovoj vrsti posla. Tradicionalni pristupi poslodavca u radnom odnosu koji se najviše odnose na kontrolu nisu nužno primjenjivi za rad na daljinu.

Međutim, uz ovu vrstu rada vežu se i problemi. Ne nastoji se odrediti što zaposlenici rade, već kako to i zašto nešto rade. Ako rad na daljinu nije uključen u opis poslova, a poslodavac ponudi rad na daljinu, zaposlenik takvu ponudu može i odbiti. Ako zaposlenik izrazi želju za rad na daljinu, poslodavac taj zahtjev također može prihvatiti ili odbaciti. Da bi se rad na daljinu proveo i u praksi, potrebno je prihvaćanje i poslodavca i zaposlenika.

Vrlo je bitno da dvije strane imaju iste ciljeve o radu na daljinu. Ovisno o poslu koji se radi i o osobnim karakteristikama zaposlenika može se dogovoriti da zaposleni djelatnik ima dobru samoorganizaciju i kontrolu nad profesionalnim i osobnim životom. Osim samih radnika, interes za radom na daljinu raste i kod velikih poslovnih subjekata, kreatora politike, društvene zajednice, telekomunikacijske industrije i drugih. Poslodavci trebaju predstaviti telekomunikacijsku infrastrukturu bez prostornih zabrana da bi ostali konkurentni na tržištu i pri tome zadovoljili svoje zaposlenike.

Promišljeno i djelotvorno korištenje rada na daljinu može poslužiti i kao osnova za virtualnu organizaciju. U razvijenim zemljama, broj virtualnih radnih mjesta je značajno porastao posljednjih godina zbog mnogih koristi koje se mogu na taj način ostvariti, a istovremeno smanjiti troškove. Glavne koristi za pojedince su siguran posao i uspostavljanje pravilne ravnoteže između privatnog i profesionalnog života, dok bi za organizacije najveća korist bila povećanje produktivnosti odnosno profitabilnosti uz što niže troškove. Osim toga, određene zemlje u razvoju bi mogle smanjiti stopu nezaposlenosti koja se bitno povećala u vremenima tranzicije i ekonomske krize, novih radnih metoda i transformacije postojećih poslova kroz implementaciju virtualnih radnih mjesta. Najveći postotak zaposlenih radnika

koji rade na daljinu je u Finskoj, Švedskoj, Nizozemskoj, dok je apsolutni broj zaposlenih koji rade na daljinu najveći u Velikoj Britaniji i Njemačkoj.

Prednosti rada na daljinu za poslodavce su sljedeće:

- smanjenje troškova,
- smanjenje potreba za nabavkom dodatne opreme i kancelarijskog prostora,
- povećanje angažiranja i produktivnosti - rad izvan ureda zahtijeva unikatni skup vještina i kompetencija,
- privlačenje i zadržavanje vrijednih djelatnika,
- poticanje kreativnosti i inovativnosti te izgradnja organizacije.

Zaposlenom djelatniku nudi se veća sloboda, ali i veća odgovornost i on mora biti sposoban da se samoorganizira i da sam upravlja svojim unaprijed određenim aktivnostima. Radnik na daljinu mora da razvije samopouzdanje za nadilaženje prepreka i rješavanje problema, sigurnost, samodisciplinu i angažiranost kako bi poslovni doprinos bio na visokom nivou. Kada je zaposlenom djelatniku određen veći broj zadataka koje mora riješiti, kada je ohrabren da preuzme odgovornost nad svojim poslom i kada mu je dopuštena veća vlast da realizira neki cilj, onda je on i više angažiran. Zato je virtualni posao značajan čimbenik povećanja produktivnosti kod angažiranja zaposlenih djelatnika.

Talentirani zaposlenici odnosno zaposleni djelatnici s većom sposobnošću, imaju veću mogućnost da kontroliraju i upravljaju vremenom i da usmjeravaju i motiviraju svoje kolege. Oni su oslobođeni vremenskih ograničenja jer mogu raditi gdje žele. Poslovni subjekti također mogu angažirati marljive i sposobne djelatnike bez obzira gdje se nalaze. Kreativnost i inovativnost se bolje razvijaju kada se razvija tim uzimajući u obzir sposobnosti na globalnoj razini. Također, sposobni djelatnici s više iskustva i vještina većinom se bolje razvijaju i prilagođavaju nego kada se pojedinci izlože određenom izazovu.

U virtualnom prostoru, posao više nije ograničen na tradicionalno osmosatno radno vrijeme. Zaposleni kojima je važna fleksibilnost virtualnog radnog mjesta su voljni raditi i izvan redovnog radnog vremena.

Telework pomaže zaposlenim djelatnicima da pronađu pravu ravnotežu između obiteljskog i profesionalnog života. Između svega navedenog nazire se još jedna velika prednost, a to je vrijeme za koje tvrtka može zaposliti radnika. Kako radnik radi iz svoga doma, nema potrebe za preseljenjem što znači da može početi raditi istog trena kada sklopi ugovor. Ove prednosti su odavno uočile i velike korporacije, ali i pojedinci iskorištavajući jeftiniju radnu snagu u

zemljama trećeg svijeta što dovodi do velikih problema. Potrebno je pripaziti i na negativne strane jer u određenim slučajevima dolazi do potpunog manjka međuljudskih odnosa stoga ne treba pretjerivati u radu na daljinu tamo gdje nije neophodan.

Nedostaci rada na daljinu:

- ponekad rad od kuće predstavlja potpunu depersonalizaciju okruženja,
- nedostatak razmjene znanja i ideja,
- problem razdvajanje privatnog i poslovnog života,
- nedostatak natjecateljskog duha,
- nesigurnost zbog nemogućnosti međuljudskih odnosa,
- ometanje ukućana,
- iskorištavanje zaposlenih djelatnika.

Za gospodarski rast važno je što prije i u što većoj mjeri usvojiti rad na daljinu jer se smanjuje stopu nezaposlenosti u vrijeme krize, a povećava se produktivnost proizvodnje.

2. MATERIJAL I METODE

U diplomskom radu je za potrebe znanstvenog istraživanja korišten veći broj znanstvenih metoda kako bi se pridržavali pravila nastajanja i pisanja znanstvenog rada. U radu su se koristile metode analize i sinteze, indukcije i dedukcije, komparacije i kompilacije. Navedene metode najvećim su dijelom zastupljene u teorijskom dijelu diplomskog rada, dok su se metode uočavanja problema, prikupljanja i obrade podataka, metoda ispitivanja te statističke metode deskriptivne statistike koristile u istraživačkom dijelu diplomskog rada.

U skladu s navedenim ciljem diplomskog rada u znanstvenom istraživanju su prikupljeni primarni i sekundarni podaci. Sekundarni podaci se odnose na podatke koji su prikupljeni korištenjem dostupne relevantne i recentne literature iz područja opće i poslovne ekonomije. Primarni podaci su prikupljeni metodom ispitivanja pomoću upitnika.

Primarnim istraživanjem obuhvaćeni su poljoprivredni subjekti na području Vukovarsko-srijemske županije.

Ispitanici, koji predstavljaju svoje poljoprivredne subjekte, su ispunjavali upitnik koji se sastojao od tri cjeline s ukupno 41 pitanjem. Prva cjelina upitnika sadržavala je sedam pitanja za potrebe demografije i osnovnih obilježja poljoprivrednog subjekta, a odnosila se na djelatnost poljoprivrednog subjekta, vlasničku strukturu, broj zaposlenih, orijentaciju prema izvozu, te generalnu upoznatost s klasičnim i novim činiteljima proizvodnje.

Druga cjelina odnosila se na klasične činitelje poslovanja, gdje su ispitanici ocjenjivali kvalitetu svoje zemlje, strukturu zemlje, korištenje ljudske radne snage, ulaganje u infrastrukturne objekte, ulaganje u opremu te povećanje resursa poslovanja.

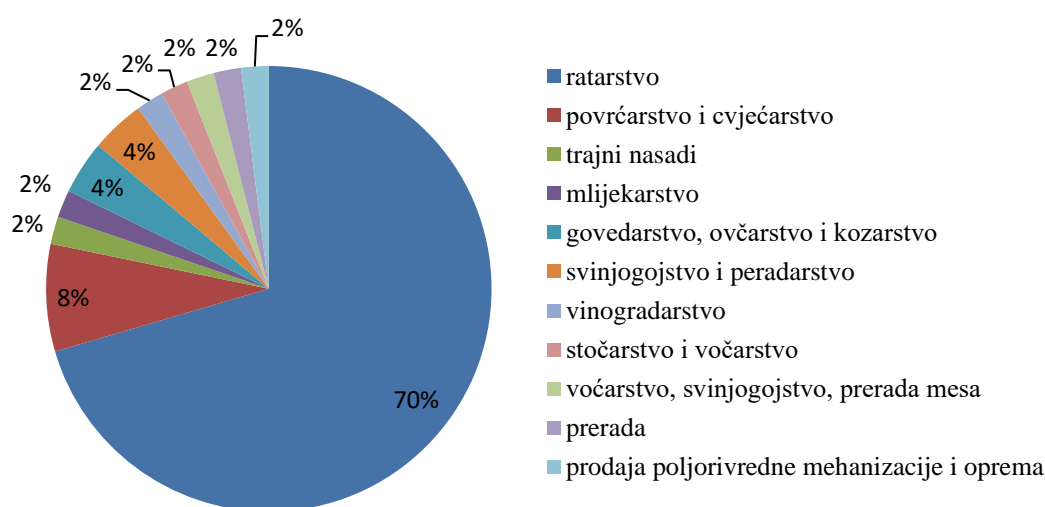
Treća cjelina se odnosila na nove činitelje poslovanja, a u njoj su ispitanici ocjenjivali ulogu virtualne organizacije, ulogu ljudskog i potrošačkog kapitala te stupanj uporabe teleworka u poljoprivrednom subjektu.

Istraživanjem su obuhvaćena 173 poljoprivredna poslovna subjekta na području Vukovarsko-srijemske županije. Popis svih poljoprivrednih subjekata kojima je upućen upitnik može se naći u prilogu ovog diplomskog rada.

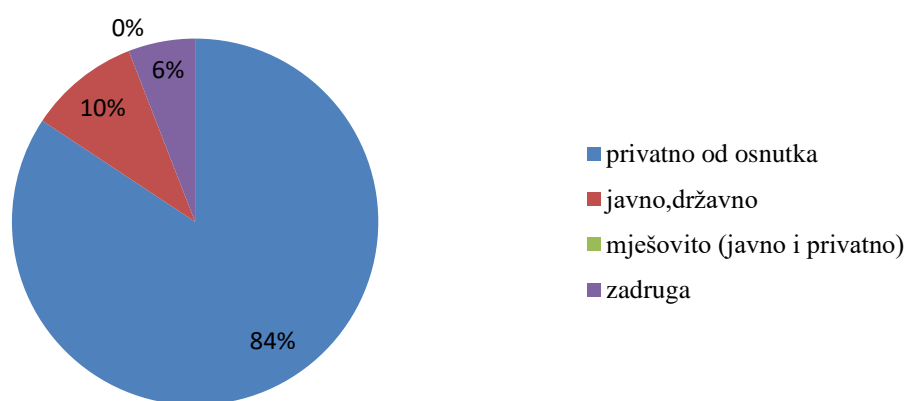
Vremensko razgraničenje istraživanja odnosi se na razdoblje od lipnja 2017. godine do srpnja 2017. godine. Na temelju provedenog on-line ispitivanja putem Google obrasca nastao je istraživački uzorak od 51 prikupljenih i ispravno popunjenih upitnika.

3. REZULTATI I RASPRAVA

Rezultati istraživanja prikazani su u grafikonima. U diplomskom radu nisu obuhvaćeni svi grafikoni iz istraživanja, već su iz svake kategorije obrađeni najznačajniji odgovori. Kategorije o istraživanju klasičnih i novih činitelja poslovanja svrstane su na osnovne podatke o poljoprivrednom subjektu, klasične činitelje (zemlja, rad i kapital) te nove činitelje u poslovanju (virtualna organizacija, telework i intelektualni kapital).

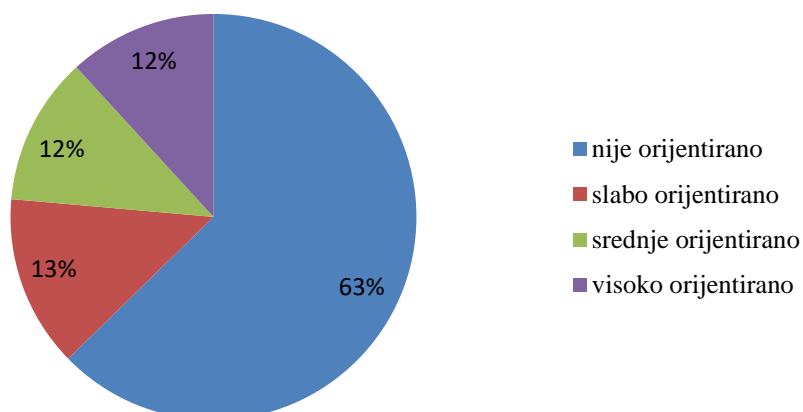


Grafikon 1. Distribucija odgovora na pitanje „Što je pretežita djelatnost Vašeg poljoprivrednog subjekta?“



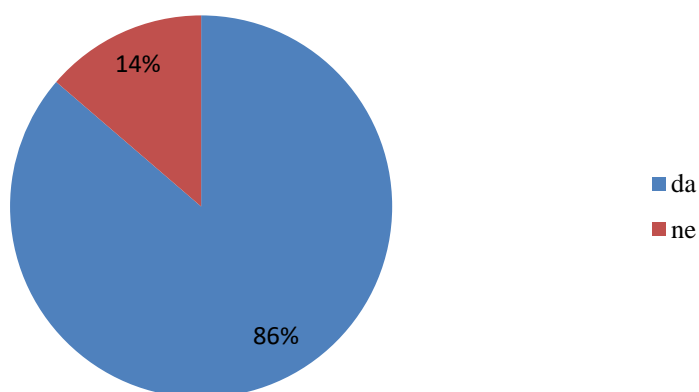
Grafikon 2. Distribucija odgovora na pitanje „Što je po vlasničkoj strukturi Vaš poljoprivredni subjekt?“

Od 51 ispitanika, njih 70% ih se izjasnilo kako je njihova pretežita djelatnost u poljoprivrednom subjektu ratarstvo, dok se nekolicina njih bavi stočarstvom, povrćarstvom, voćarstvom, ali i preradom i prodajom poljoprivredne mehanizacije (Grafikon 1). Također, većina ispitanika posjeduje svoj poljoprivredni subjekt (84%), njih 10% je u državnom vlasništvu, dok mješovitih subjekata nema, a preostalih 6% djeluje kao zadruga (Grafikon 2).

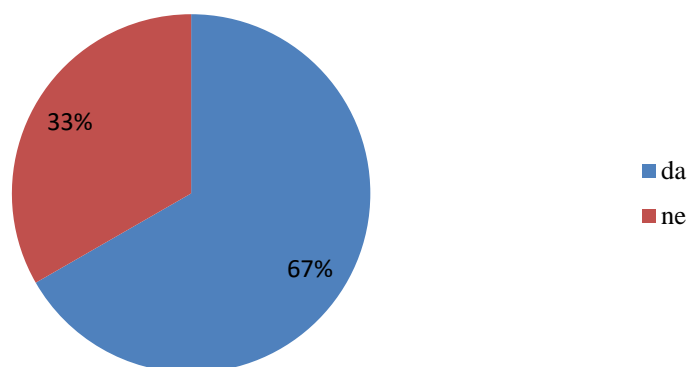


Grafikon 3. Distribucija odgovora na pitanje „Orijentacija poljoprivrednog subjekta prema izvozu je?“

U Grafikonu 3 prikazana je orijentacija poljoprivrednih subjekata prema izvozu. Vidljivo je kako 32 ispitanika (63%) nije orijentirano prema izvozu poljoprivrednih proizvoda, 7 ispitanika (13%) je slabo orijentirano, dok su 6 ispitanika (12%) srednje orijentirana i 6 ispitanika (12%) visoko orijentirana prema izvozu.

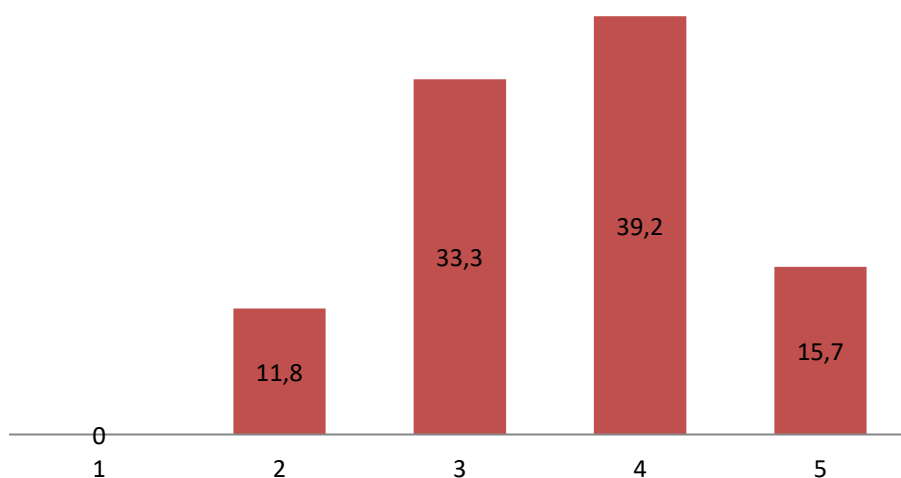


Grafikon 4. Distribucija odgovora na pitanje „Jeste li upoznati s klasičnim činiteljima poslovanja u poljoprivredi?“



Grafikon 5. Distribucija odgovora na pitanje „Jeste li upoznati s novim činiteljima poslovanja u poljoprivredi?“

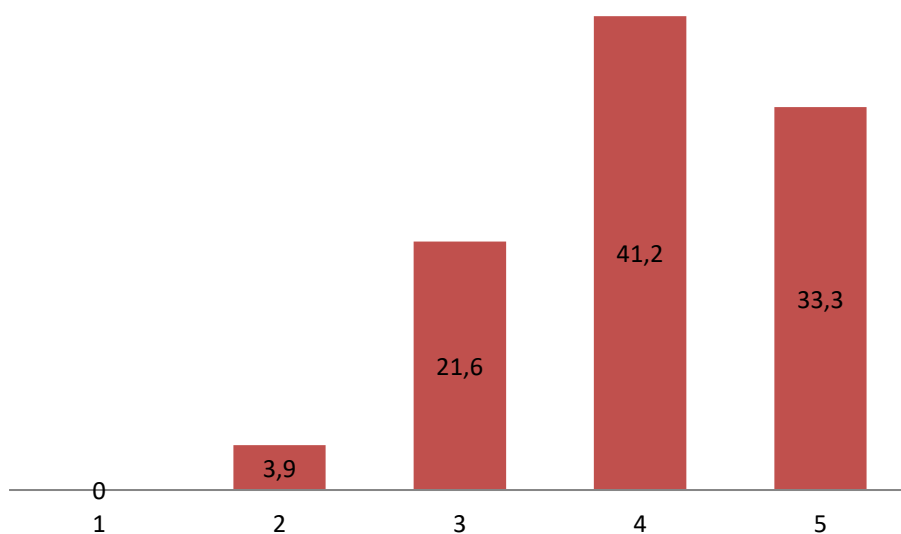
Od 51 ispitanika, 86% ih se izjasnilo kako su upoznati s klasičnim činiteljima poslovanja u poljoprivredi (Grafikon 4), dok njih 33% nije upoznato s novim činiteljima poslovanja u poljoprivredi (Grafikon 5).



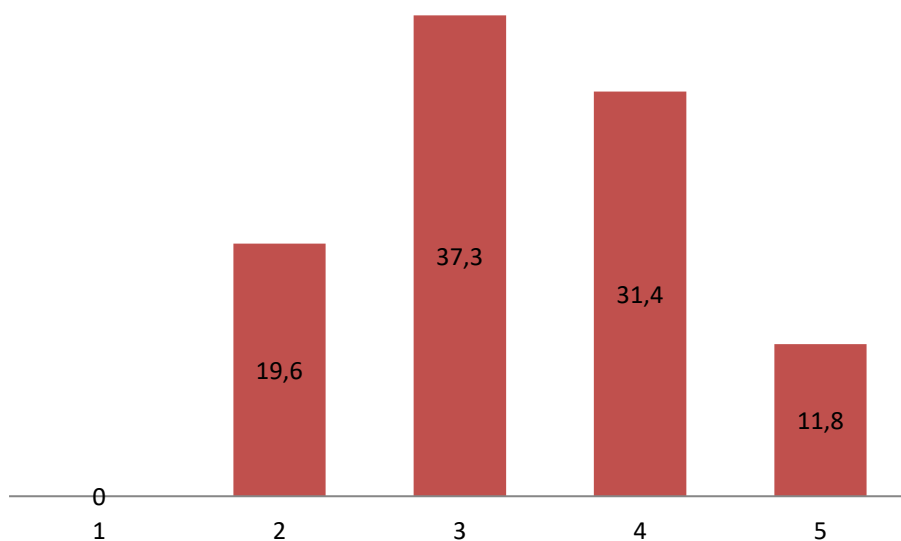
Grafikon 6. Distribucija odgovora na pitanje „Ocijenite kvalitetu Vaše zemlje“

Od 51 ispitanika, 20 ispitanika (39,2%) ocijenilo je kvalitetu svoje zemlje ocjenom 4, 11,8% ocjenom 2, 33,3% ocjenom 3 te 15,7% ocjenom 5 (Grafikon 6).

Na pitanje održavaju li povoljnu strukturu zemlje pravilnom gnojidbom, najviše ispitanika je odgovorilo, njih 41,2%, da jako (ocjena 4) paze na strukturu svoje zemlje i održavaju je pravilnom gnojidbom (Grafikon 7).

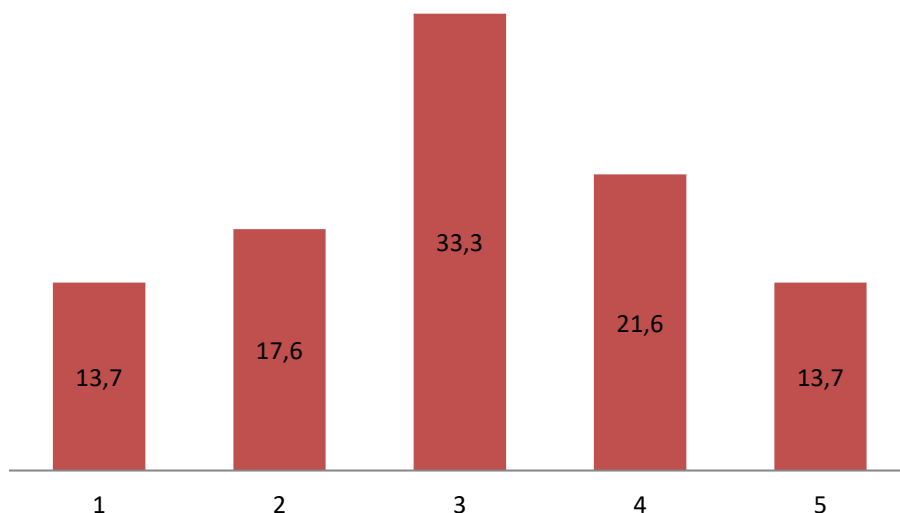


Grafikon 7. Distribucija odgovora na pitanje „Održavate li povoljnu strukturu zemlje (pravilna gnojidba)?“

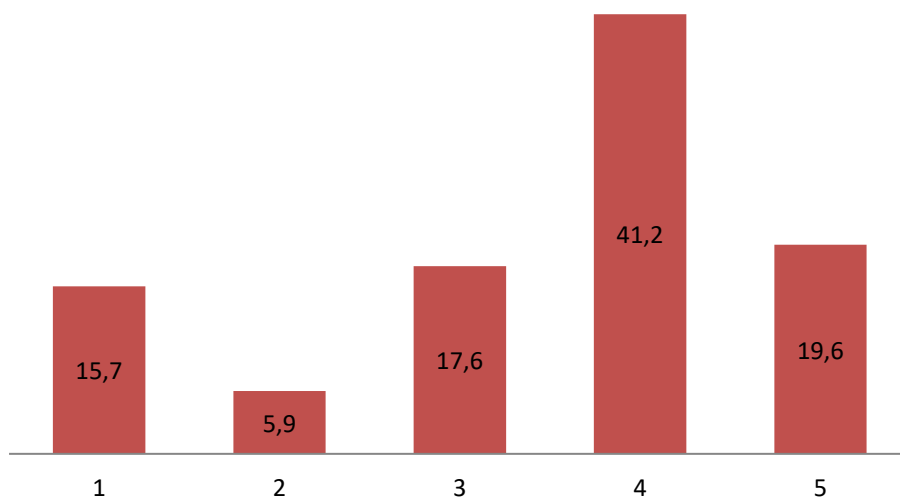


Grafikon 8. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko koristite ljudsku radnu snagu?“

U Grafikonu 8 je prikazano kako su ispitanici najčešće odgovarali da osrednje koriste ljudsku radnu snagu (37,3%). Vrlo blizu ovom odgovoru je i odgovor jako koristimo ljudsku radnu snagu, gdje se 31,4% ispitanika odlučilo za ovaj odgovor.



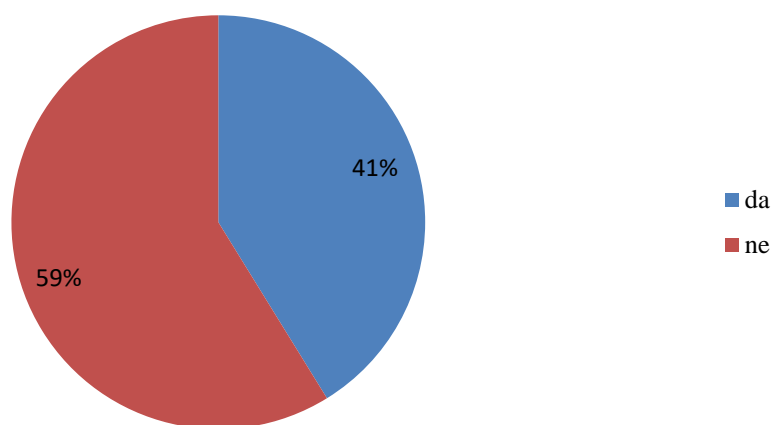
Grafikon 9. Distribucija odgovora na pitanje „Ulažete li u infrastrukturne objekte?“



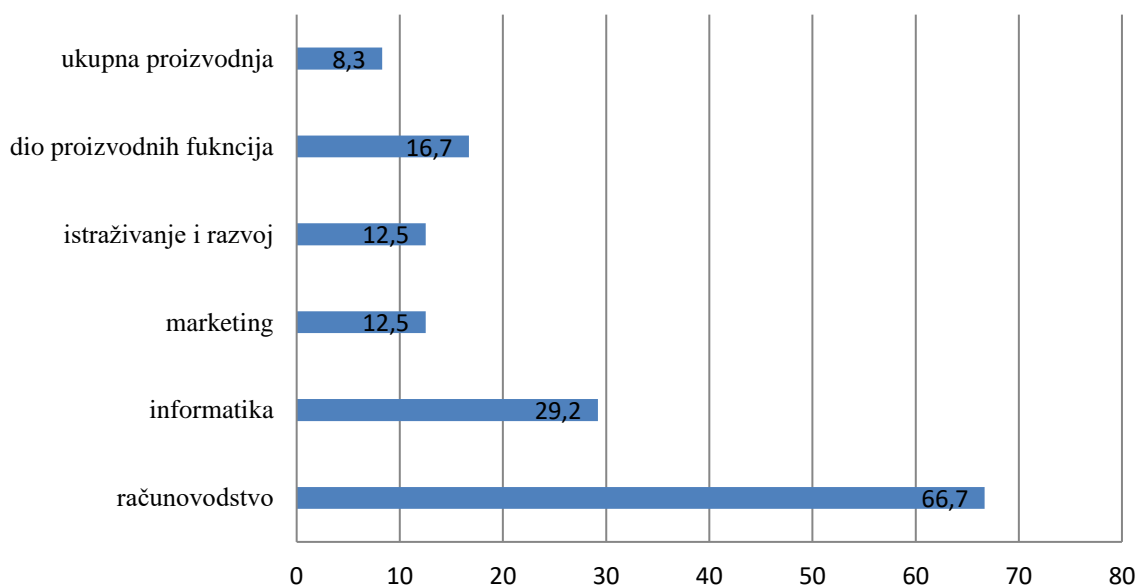
Grafikon 10. Distribucija odgovora na pitanje „Planirate li povećati Vaše zalihe resursa?“

Grafikoni 9 i 10 prikazuju postotne udjele odgovora koji pokazuju želju i planove poljoprivrednog subjekta za investiranjem u svoje gospodarstvo. Najveći broj ispitanika (njih 33,3%) odgovara kako osrednje ulažu u infrastrukturne objekte, dok samo njih 13,7% ulaže iznimno jako.

Drugačija situacija je kod odgovora o planiranju povećanja zaliha resursa, gdje 41,2% ispitanika svoje planove o povećanju ocjenjuju ocjenom 4, a što indirektno može i utjecati na dobrobit ukupnog poljoprivrednog razvoja.

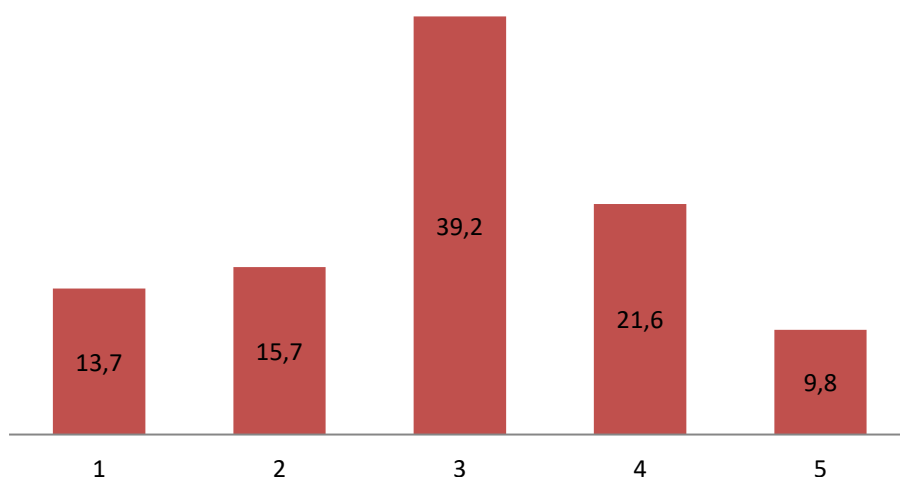


Grafikon 11. Distribucija odgovora na pitanje „Jeste li koristili usluge drugih specijaliziranih poslovnih subjekata radi povećanja i kontrole vlastite dobiti?“

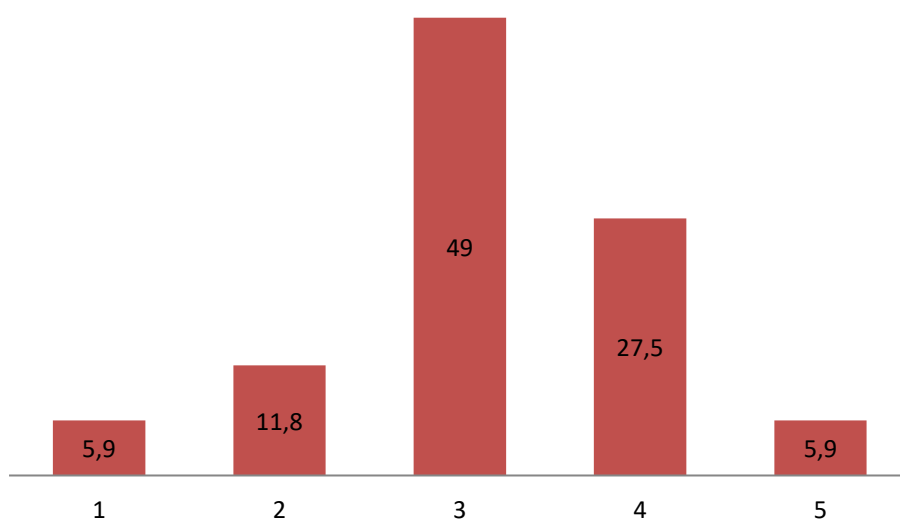


Grafikon 12. Distribucija odgovora na pitanje „Koje aktivnosti najčešće prepuštate obavljati drugim poslovnim subjektima?“

Od 51 ispitanika, 30 ispitanika (59%) je koristilo usluge drugih specijaliziranih poslovnih subjekata radi povećanja dobiti (Grafikon 11). To su najčešće aktivnosti (Grafikon 12) poput računovodstva (66,7%), informatike (29,2%), marketinga i istraživanja i razvoja (12,5%), dio proizvodnih funkcija (16,7%) te ukupna proizvodnja (8,3%).

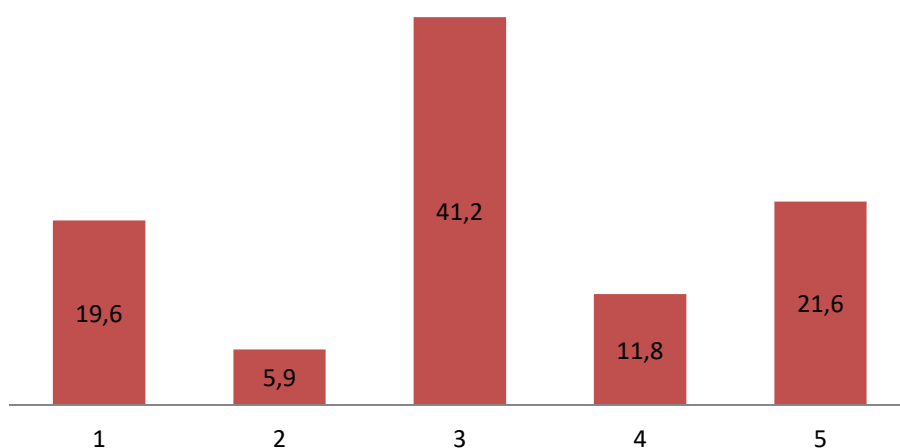


Grafikon 13. Distribucija odgovora na pitanje „Provodite li dodatne edukacije zaposlenika?“

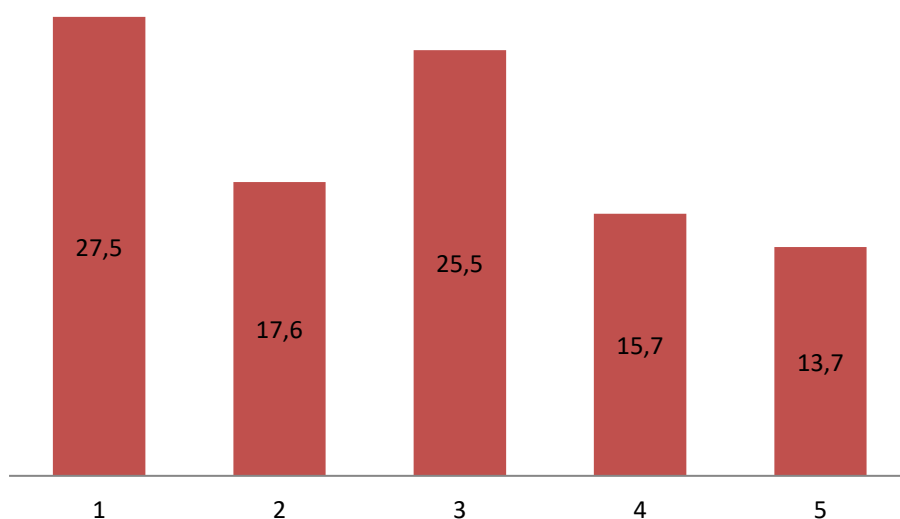


Grafikon 14. Distribucija odgovora na pitanje „U kojoj mjeri stupanj obrazovanja zaposlenih djelatnika utječe na dopuštene norme u praksi?“

Kod pitanja o provođenju dodatnih edukacija zaposlenika, 20 ispitanika (39,2%) ih se izjasnilo kako umjereno provode dodatne edukacije jer smatraju kako je kontinuirani razvoj zaposlenika ključ uspjeha (Grafikon 13). Na pitanje koliko smatraju da stupanj obrazovanja zaposlenih djelatnika utječe na dopuštene norme u praksi, najveći broj ispitanika (49%) se odlučio za prosječnu ocjenu 3 (Grafikon 14).



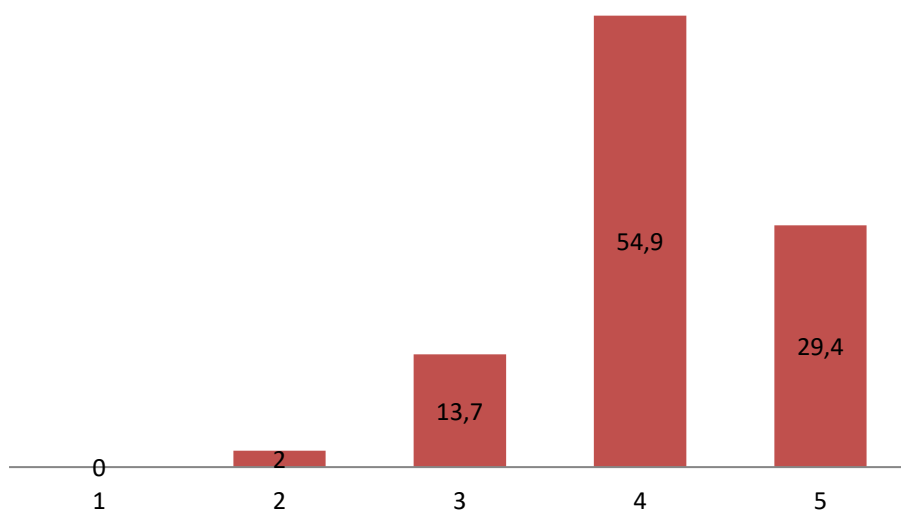
Grafikon 15. Distribucija odgovora na pitanje „Imate li stvorenu hijerarhijsku strukturu u poljoprivrednom subjektu?“



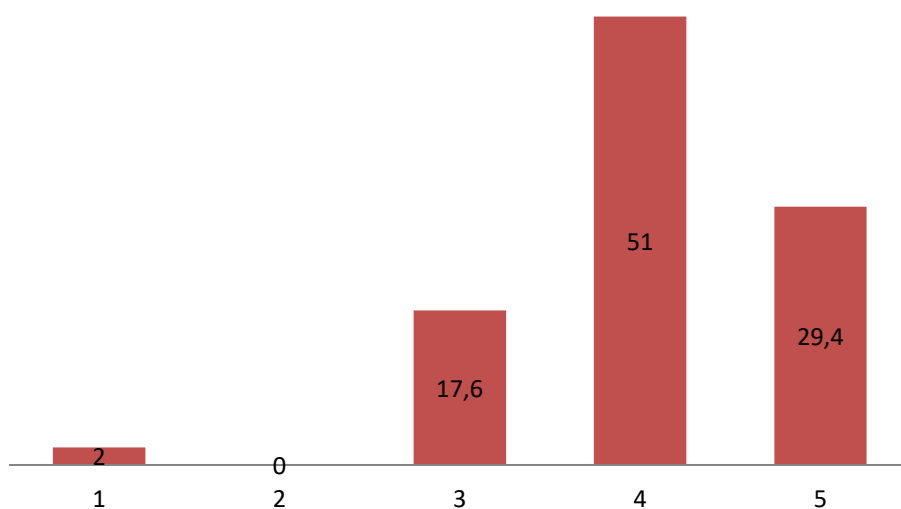
Grafikon 16. Distribucija odgovora na pitanje „Provodite li istraživanja s ciljem otkrivanja i razvoja novih inovacija?“

Na pitanje imate li stvorenu hijerarhijsku strukturu u poljoprivrednom subjektu, na ljestvici od 1 do 5, 10 ispitanika (19,6%) se izjasnilo kako nema nimalo razvijenu hijerarhijsku strukturu, 3 (5,9%) da je malo provodi, 21 (41,2%) ima osrednje razvijenu, 6 (11,8%) jako razvijenu, 11 (21,6%) iznimno jako razvijenu hijerarhijsku strukturu (Grafikon 15).

Poražavajući podatak je kako najveći broj ispitanika (27,5%) nimalo ne provodi istraživanja s ciljem razvoja novih inovacija (Grafikon 16).

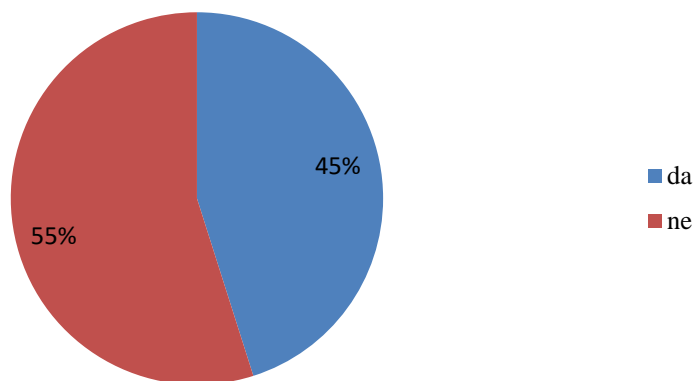


Grafikon 17. Distribucija odgovora na pitanje „Jesu li Vaši potrošači zadovoljni s Vašim proizvodima?“

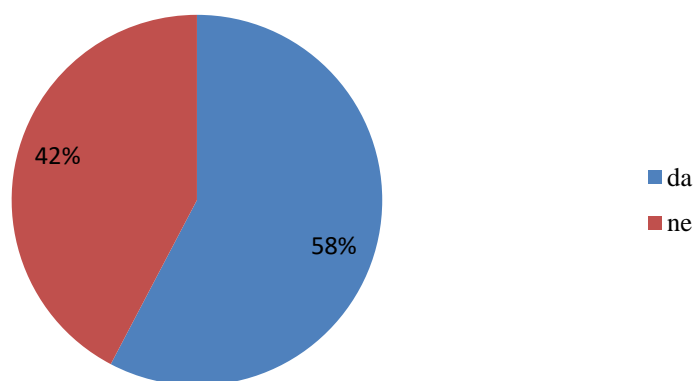


Grafikon 18. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko Vam se često vraćaju Vaši potrošači?“

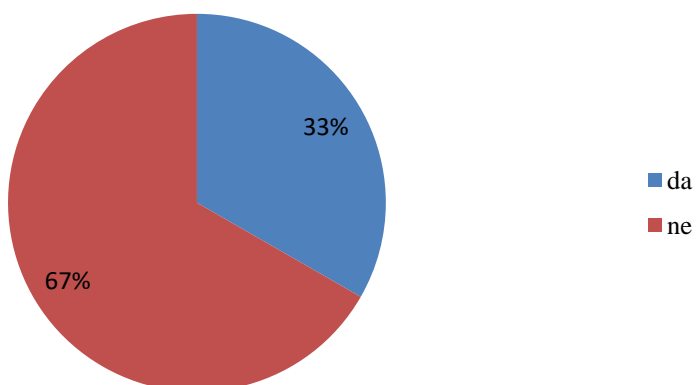
Od 51 ispitanika koji su imali pravo izbora višestrukog odgovora na ljestvici od 1 (nimalo), 2 (malo), 3 (osrednje), 4 (jako), do 5 (iznimno jako) najviše zastupljenih odgovora (54,9%) kod pitanja o zadovoljstvu potrošača s proizvodima poljoprivrednog subjekata je ocjena 4 odnosno potrošači su jako zadovoljni (Grafikon 17). Ocjena 4 je u najvećem postotku ostvarena (51%) i kod pitanja o lojalnosti potrošača (Grafikon 18).



Grafikon 19. Distribucija odgovora na pitanje „Koriste li telework u Vašem poslovanju?“

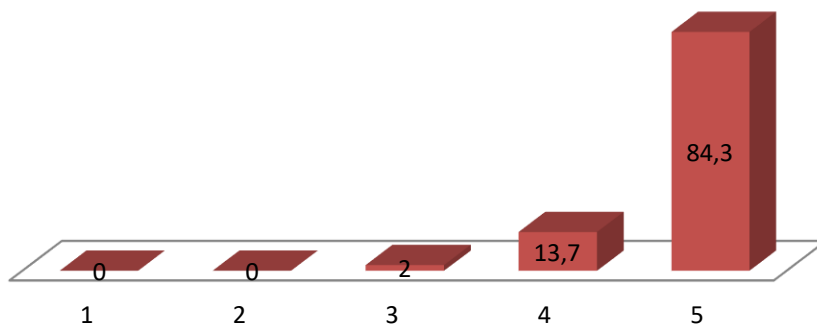


Grafikon 20. Distribucija odgovora na pitanje „Smatrate li da je neophodan u Vašem poslovanju?“

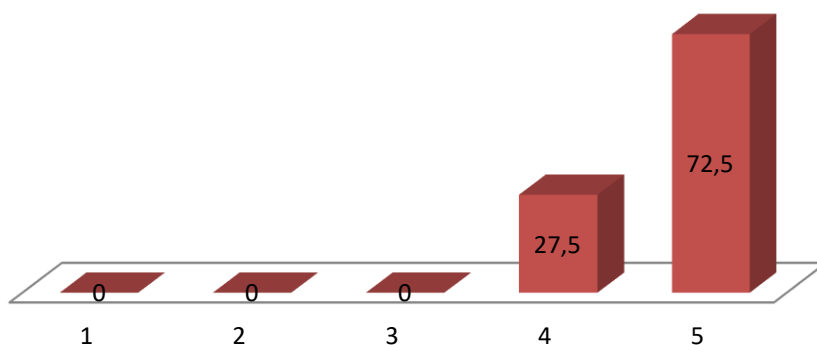


Grafikon 21. Distribucija odgovora na pitanje „Ako ne koristite telework, da li ga namjeravate uvesti?“

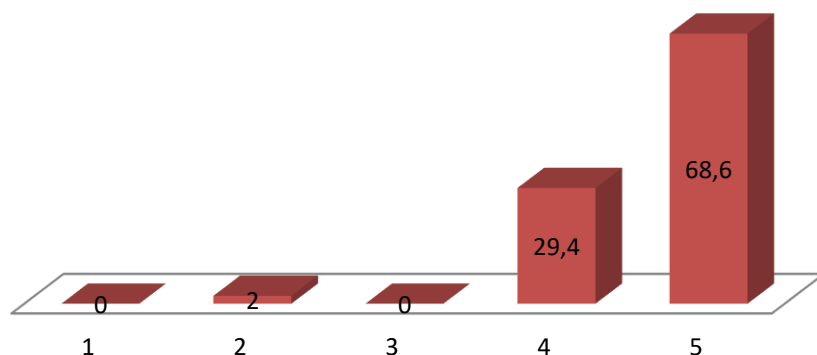
Iz Grafikona 19-21 se može zaključiti kako 55% ispitanika koristi „rad od kuće“, 58% ispitanika smatra da je isti neophodan, dok od onih koji ga ne koriste, 67% ga planira uvesti u budućnosti u svojem poslovanju.



Grafikon 22. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je bitna zemlja kao činitelj poslovanja?“

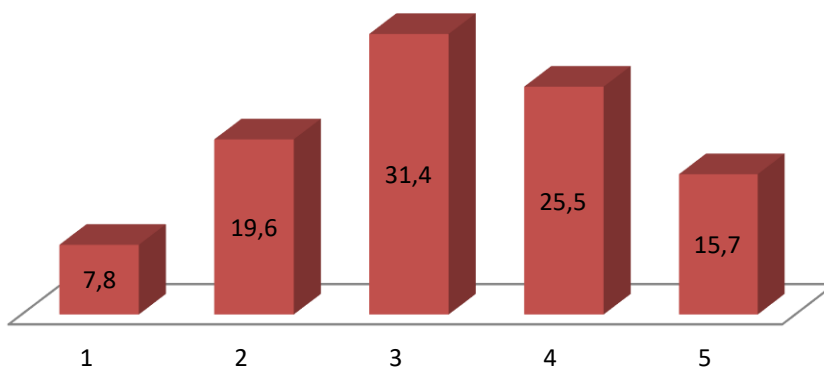


Grafikon 23. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je bitan rad kao činitelj poslovanja?“

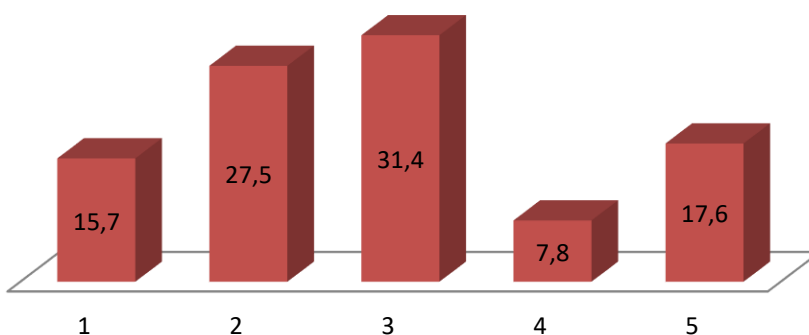


Grafikon 24. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je bitan kapital kao činitelj poslovanja?“

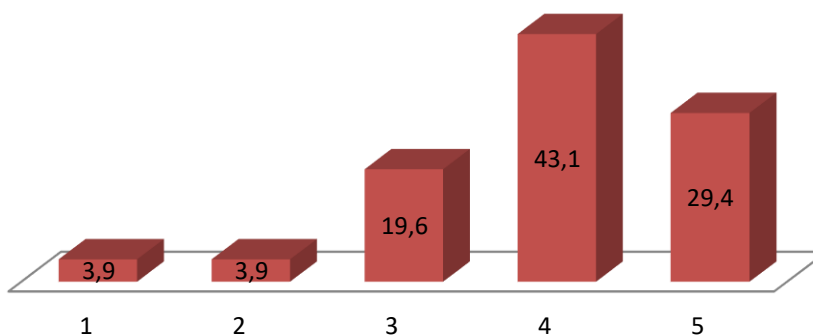
Iz Grafikona 22-24 se može zaključiti kako su klasični činitelji poslovanja u poljoprivredi ispitanicima vrlo bitni jer se njih 84,3% odlučilo za ocjenu 5 kod zemlje kao činitelja poslovanja, 72,5% kod rada i 68,6% kod kapitala.



Grafikon 25. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je bitna virtualna organizacija kao činitelj poslovanja?“



Grafikon 26. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je bitan telework kao činitelj poslovanja?“



Grafikon 27. Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je bitan intelektualni kapital kao činitelj poslovanja?“

Iz Grafikona 25-27 vidljivo je kako su novi činitelji poslovanja ispitanicima manje važni od klasičnih činitelja poslovanja. Kod virtualne organizacije i teleworka, ispitanici su se najčešće (31,4%) odlučivali za ocjenu 3 (nisu im niti bitni niti nebitni), dok je kod intelektualnog kapitala situacija ipak nešto bolja, pa su se najčešće (43,1%) odlučivali za ocjenu 4.

Rangiranjem klasičnih i novih činitelja poslovanja, zemlja je ispitanicima ipak na prvom mjestu, slijede je rad i kapital, nakon kojih idu intelektualni kapital, virtualna organizacija i telework.

5. ZAKLJUČAK

Zemlja kao opće sredstvo za rad predstavlja veliku važnost za proizvodnju jer od njezine plodnosti i kvalitete ovise prinosi i ekonomski rezultati. Bez utrošene ljudske radne snage nisu niti vidljivi značajni rezultati. Kapital je vrijednost koja se ulaže u proizvodnju s osnovnom svrhom da se uveća proizvodnja. Kao što je potrebna ljudska radna snaga, potrebna je i zemlja kao predmet rada, ali i kapital kako bi se razvijala proizvodnja. Zemlja, rad i kapital u uskoj su vezi, a funkcija proizvodnje neće pokazati iznimne rezultate ukoliko ne kombiniramo sva tri čimbenika, odnosno ukoliko ih ne vežemo jedno na drugo.

Virtualna organizacija može se definirati kao grupa poslovnih subjekata koji se međusobno povezuju putem informacijske tehnologije radi ostvarivanja pozitivnih rezultata. Intelektualni kapital predstavlja primjenu znanja u proizvodnji. Podijeljen je na ljudski kapital (vještine i sposobnosti zaposlenika), strukturni kapital (patenti i licenca) i potrošački kapital (odnos potrošača i dobavljača). Telework podrazumijeva poslovni aranžman kod kojeg zaposlenici uživaju povlastice fleksibilnog radnog vremena i mjesta pri čemu se služe elektronskim medijima u komunikaciji kako bi se ostvariti povoljni rezultati.

Povezivanjem klasičnih i novih činitelja proizvodnje, s naglaskom na zajednički cilj ostvarenja što boljeg poslovnog rezultata, dolazi se do njihove transformacije i napretka poljoprivrednih subjekata. Pridržavajući se načela klasičnih i novih činitelja proizvodnje, za poljoprivredne subjekte se otvaraju nove prilike koje im omogućuju da postanu uspješniji od svoje direktne i indirektno konkurencije.

Provedenim istraživanjem poljoprivrednih subjekata u Vukovarsko-srijemskoj županiji utvrđeno je da su klasični činitelji poljoprivredne proizvodnje (zemlja, rad i kapital) većini ispitanika značajniji od novih činitelja poljoprivredne proizvodnje (virtualna organizacija, telework i intelektualni kapital). Od novih činitelja, jedino se intelektualni kapital počinje izdvajati i dobivati sve više na važnosti.

6. POPIS LITERATURE

1. Borozan, Đ. (2006.): Makroekonomija, drugo dopunjeno i izmijenjeno izdanje. Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek.
2. Gorz, A. (2015.): Nematerijalni rad. Tim press, Zagreb.
3. Grubišić, D. (2004.): Poslovna ekonomija. Ekonomski fakultet Split, Split.
4. Kolaković, M. (2006.): Poduzetništvo u ekonomiji znanja. Sinergija d.o.o., Zagreb.
5. Leksikografski zavod (1969.): Enciklopedija leksikografskog zavoda. Leksikografski zavod, Zagreb.
6. Leksikografski zavod (1968.): Poljoprivredna enciklopedija. Leksikografski zavod, Zagreb.
7. Piketty T. (2014.): Kapital u 21. stoljeću. Profil, Zagreb.
8. Relja, R., Šuljug, Z. (2010.): Novi oblici rada u umreženom društvu. Informatologia, 43 (2): 143-149.
9. Sundać, D., Švast, N. (2009.): Intelektualni kapital: temeljni čimbenik konkurentnosti poduzeća. Ministarstvo rada, gospodarstva i poduzetništva, Zagreb.
10. Štefanac, D., Črpić, G., Baloban, S. (2004.): Kultura rada u Hrvatskoj. Kršćanska sadašnjost, Zagreb.
11. Zlatović, D. (2015.): Nelojalna konkurencija - zaštita prava intelektualnog vlasništva od nepoštenog trgovanja. Libertin naklada, Rijeka.
12. web.efzg.hr/dok/pds/Strat_pod/Koncept.pdf (15.09.2017.).
13. www.efos.unios.hr/teorija-politika-razvoja-poduzetnistva/wp-content/uploads/sites/179/2016/10/Knjizica_intelektualni_kapital-Copy.pdf (25.08.2017.).

7. SAŽETAK

Povezivanjem klasičnih i novih činitelja proizvodnje, s naglaskom na zajednički cilj ostvarenja što boljeg poslovnog rezultata, dolazi se do njihove transformacije i napretka poljoprivrednih subjekata. Pridržavajući se načela klasičnih i novih činitelja proizvodnje, za poljoprivredne subjekte se otvaraju nove prilike koje im omogućuju da postanu uspješniji od svoje direktne i indirektno konkurencije.

Primarnim istraživanjem analizirani su klasični i novi činitelji proizvodnje uz primjereno postavljen problem istraživanja, dobro konstruiran i provjeren upitnik, reprezentativan uzorak ispitanika i uz konkretno prikupljanje i prikladnu analizu podataka. Provedenim istraživanjem poljoprivrednih subjekata u Vukovarsko-srijemskoj županiji, utvrđeno je da su klasični činitelji poljoprivredne proizvodnje (zemlja, rad i kapital) većini ispitanika značajniji od novih činitelja poljoprivredne proizvodnje (virtualna organizacija, telework i intelektualni kapital). Od novih činitelja, jedino se intelektualni kapital počinje izdvajati i dobivati sve više na važnosti.

Ključne riječi: zemlja, rad, kapital, intelektualni kapital, virtualna organizacija, telework

8. SUMMARY

By linking classical and new production factors, with the emphasis on the common goal of achieving better business results, their transformation and the progress of agricultural entities is inevitable. By adhering to the principles of classical and new factors of production, new opportunities are opened for agricultural subjects and they enable them to become more successful than their direct and indirect competition.

Primary research has analysed the classical and new factors of production along with an appropriately set research problem, a well-constructed and verified questionnaire, a representative sample of respondents, and a specific collection and appropriate data analysis. With the conducted research of agricultural subjects in Vukovar-Srijem County, it was found that the most important factors of agricultural production are land, labour and capital. To most respondents they are more significant than the new factors of agricultural production (virtual organization, telework and intellectual capital). From new factors, only intellectual capital is starting to become more and more important.

Keywords: land, work, capital, intellectual capital, virtual organization, telework

9. PRILOZI

9.1. Popis poljoprivrednih subjekata (ukupna statistička masa)

1. AGRARIUS d.o.o., Franje Tuđmana 21, 32000 Vukovar
2. AGRESTIS d.o.o., Rudina Glavnik 1, 32284 Stari Mikanovci
3. AGRO BERAK d.o.o., Rudina staro selo 2, 32243 Berak
4. AGRO CUKI j.d.o.o., Čakovačka 36, 32243 Berak
5. AGRO LOZANČIĆ d.o.o., Lipovački put 34, 32000 Vukovar
6. AGRO-JAKŠIĆ d.o.o., Jošine 1/A, 32242 Slakovci
7. AGROLOV d.o.o., Matije Gupca 95, 32258 Posavski Podgajci
8. AGRO-LOVAS d.o.o. u stečaju, A. Starčevića 2, 32237 Lovas
9. AGRONATURALIS d.o.o., K. A. Stepinca 27, 32000 Vukovar
10. AGROS -ŽULJ d.o.o., Trpinjska cesta 190, 32000 Vukovar
11. AGRO-SRIJEM d.o.o., Vlatka Kraljevića 1/B, 32236 Ilok
12. AGRO-TOVARNIK d.o.o., Vlč. Ivana Burika 34, 32249 Tovarnik
13. AGROTRG d.o.o., Savska bb, 32275 Bošnjaci
14. AKER GRUPA d.d., Trpinjska cesta 262, 32000 Vukovar
15. ALLIUM j.d.o.o., Bana Josipa Jelačića 6, 32221 Cerić
16. API GREEN j.d.o.o., Vladimira Nazora 31, 32281 Ivankovo
17. ARATOR d.o.o., Ante Starčevića 2, 32237 Lovas
18. ARONIA-LIFE j.d.o.o., Stjepana Radića 119, 32234 Šarengrad
19. ASTEROID j.d.o.o., Ivana Gundulića 2, 32100 Vinkovci
20. AŠF SVINJOGOJSTVO j.d.o.o., Ivana Kozarca 74, 32281 Ivankovo
21. AVES d.o.o., Branka Radičevića 15, 32212 Gaboš
22. BANOVCi d.o.o., Maršala Tita 1, 32247 Banovci
23. BELAJEVIĆ d.o.o., 32245 Nijemci
24. BOĐIRKOVIĆ d.o.o., Fra Grge Čevapovića 1, 32000 Vukovar
25. BORINCI d.o.o., Sotinska 11, 32000 Vukovar
26. BOVIS d.o.o., Slatine 13, 32281 Ivankovo
27. BRANITELJSKA ZADRUGA BUMBAR, Sajmište 1, 32249 Tovarnik
28. BRANITELJSKA ZADRUGA EKO TRADE, Faličevci 7, 32251 Privlaka
29. BRANITELJSKA ZADRUGA PUNTA DUBA, Ul. bana J. Jelačića 210, 32000 Vukovar

30. BRANITELJSKA ZADRUGA SIĆKO, Veliki Šor 38 B, 32257 Drenovci
31. BRANITELJSKA ZADRUGA SLAVONSKA RAVAN, Mladena Pozajića 37, 32270 Županja
32. BRANITELJSKA ZADRUGA TOVARNIK, Ante Starčevića 2, 32249 Tovarnik
33. BZ DOLA, B. Jelačića 44, 32221 Cerić
34. BZ GRAC, Naselje Stadion 10, 32000 Bogdanovci
35. BZ GRAVITACIJA, Marina Držića 5 B, 32000 Bogdanovci
36. BZ POKRETAČ, Vladimira Nazora 99, 32248 Ilača
37. CANIS j.d.o.o., Marina Držića 29, 32000 Vukovar
38. CERJANI j.d.o.o., Vladimira Nazora 97, 32260 Gunja
39. CEZAREJA d.o.o., Kolodvorska 2, 32245 Nijemci
40. CORN - GROUP d.o.o., Ivana Gorana Kovačića 49, 32221 Cerić
41. CVITKOVIĆ AGRO d.o.o., J. J. Strossmayera 62, 32283 Vođinci
42. CVJEČARSTVO d.o.o., Josipa Kozarca 110, 32100 Vinkovci
43. ČAKOVCI, poljoprivredna zadruga, u likvidaciji, Šandora Petefija bb, 32238 Čakovci
44. ČOLAK-PALIJAN d.o.o., Sajmište 5, 32249 Tovarnik
45. ČUKURAN d.o.o., Antuna Mihanovića 130, 32275 Bošnjaci
46. DEKAMERON j.d.o.o., J. J. Strossmayera 182, 32275 Bošnjaci
47. DENIMIS d.o.o., Školska 136/A, 32227 Borovo
48. DOMAČINOVIĆ d.o.o., Josipa Jurja Strossmayera 28, 32275 Bošnjaci
49. DRENOVCI d.o.o. Drenovci, Toljani 1, 32257 Drenovci
50. DRUŠTVO LOGORAŠA zadruga, Nikole Perlića 2, 32000 Vukovar
51. EKO BIOGRAD d.o.o., Matije Gupca 130, 32100 Vinkovci
52. EKO ZADRUGA BOGDANOVCI, Bana Josipa Jelačića 1, 32000 Bogdanovci
53. EKO-STOČAR d.o.o., Sajmište 2, 32000 Vukovar
54. ELLO d.o.o., Orolička 5, 32243 Berak
55. ENERGO-BERAK j.d.o.o., Sotinačka 42, 32243 Berak
56. EUPHORBIA d.o.o., Ćirila I Metoda 39, 32100 Vinkovci
57. EUROFARMER d.o.o., Bana Josipa Jelačića 30, 32249 Tovarnik
58. FIDOLAND d.o.o., Školska 136, 32227 Borovo
59. GEJA PANONIA d.o.o., Braće Radića 2, 32257 Drenovci
60. GRANOLA d.o.o., Osječka 24, 32284 Stari Mikanovci
61. HERBA SLAVONICA, Trg Vinkovačkih jeseni 1, 32100 Vinkovci
62. HOPE braniteljska zadruga, Pavina ulica 25, 32271 Rokovci

63. ILOČKA POLJA d.o.o., Radoš 63, 32236 Ilok
64. ILOČKI PODRUMI d.d., Dr. Franje Tuđmana 72, 32236 Ilok
65. JABUČICA d.o.o., Prišinci 20, 32100 Vinkovci
66. KISILJ d.o.o., Vukovarska 80, 32229 Petrovci
67. KOMLETINCI PZ, Josipa Kozarca 1, 32253 Komletinci
68. KOROĐ-ZID zadruga, Kiš Ferenc 28, 31214 Korođ
69. KOZARE d.o.o., Toljani 2, 32257 Drenovci
70. KRASTAVAC j.d.o.o., Zagorska 3, 32100 Vinkovci
71. LANDIA d.o.o., Vukovarska 27, 32214 Tordinci
72. LAZINE d.o.o., Bana Josipa Šokčevića 14, 32270 Županja
73. LOKI j.d.o.o., Rudina Staro selo 1, 32243 Berak
74. LORI FRUCTUS d.o.o., Ulica Andrije Hebranga 6, 32000 Vukovar
75. M.B. d.o.o., Naselje Ruđera Boškovića 42, 32241 Stari Jankovci
76. MALI SALAŠ d.o.o. u stečaju, Rudina staro selo 1, 32243 Berak
77. MERETINE d.o.o., Naselje Šećerana 59, 32270 Županja
78. MEŠIĆ d.o.o., Ante Starčevića 151 B, 32260 Gunja
79. MILJEVIĆ obrt za poljodjelstvo, trgovinu i usluge, 32251 Privlaka
80. MLIJEČNO GOVEDARSTVO KLISA d.o.o., S. Radića 84, 32000 Vukovar
81. MPZ-AGRAR d.o.o., Vinkovačka 15, 32241 Stari Jankovci
82. NAPREDAK PZ, Naselje šećerana 59, 32270 Županja
83. NUŠTAR MILK j.d.o.o., Dr. Franje Tuđmana 11 /1, 32000 Vukovar
84. OPG Anica Pažur, 32272 Cerna
85. OPG Antun Marcikić, 32245 Nijemci
86. OPG Branimir Drobnjak, 32100 Vinkovci
87. OPG Čurić Mikinac Danijela, 32245 Nijemci
88. OPG Goreta Snježana, 32252 Otok
89. OPG Primorac, 32283 Vođinci
90. OPG Stjepan Kalajdžić, 32221 Cerić
91. OPG Stjepan Marijanović, 32245 Nijemci
92. OPG Subotić Branimir, 32245 Nijemci
93. OPG Zlatko Minković, 32245 Donje Novo Selo
94. ORNICE PZ, Naselje Šećerana 59, 32270 Županja
95. P.Z.B. KLAS 2008, Kralja Zvonimira 8, 32238 Tompojevci
96. PABO - ILOK d.o.o., Vlatka Kraljevića 20, 32236 Ilok

97. PANONICUS, zadruga voćara i povrtlara, Marina Držića 53, 32221 Nuštar
98. PBZ L&M&L, Hajduk Mirka 10, 32100 Mirkovci
99. PBZ MED MEDO, Josipa Kozarca 40 /a, 32242 Slakovci
100. PČELARSKA BRANITELJSKA ZADRUGA TOMPOJEVCI, A. G. Matoša 1, 32238 Tompojevci
101. PETRIČEVIĆ d.o.o., Kolodvorska 74, 32284 Stari Mikanovci
102. PIK-VINKOVCI d.d., Matije Gupca 130, 32100 Vinkovci
103. PIPERITA MENTHAE d.o.o., Frankopanska 2, 32221 Nuštar
104. PLAVA LAGUNA d.o.o., Matije Gupca 33 /A, 32272 Cerna
105. PO Kalac, 32000 Vukovar
106. POLJO-MITROVIĆ j.d.o.o., Orolička 7, 32243 Berak
107. POLJOPRIVREDA j.d.o.o., Matije Gupca 130, 32100 Vinkovci
108. POLJOPRIVREDNA ZADRUGA ČEŠNJAK, Trg dr. Franje Tuđmana 1, 32241 Stari Jankovci
109. Poljoprivredno-prehrambena zadruga PLODOVI RAVNICE, Ćirila i Metoda 39, 32100 Vinkovci
110. POMPEJA d.o.o., Andrije Štampara 39, 32100 Vinkovci
111. PRISCUS d.o.o. Nuštar, I. Meštrovića 34, 32221 Cerić
112. Profiland d.o.o., 32100 Vinkovci
113. PROTUS-GRADIŠTE d.o.o., Ulica kralja Tomislava 74, 32273 Gradište
114. PZ AGRO-IVANKOVO, Kolodvorska 22, 32281 Ivankovo
115. PZ BRESTOVE MEĐE, Bulićeva 31 a, 32227 Borovo
116. PZ CRLJEN, Matije Gupca 102, 32255 Soljani
117. PZ CVITANOVIĆ, Europske unije 16, 32000 Vukovar
118. PZ ĆELIJE, Franjina 8, 32225 Ćelije
119. PZ DUNAV LOVAS, Ljudevita Gaja 2, 32237 Lovas
120. PZ ĐURIĆI, Matije Gupca 106, 32263 Đurići
121. PZ GOLIJAT, Josipa Jurja Strossmayera 23, 32272 Cerna
122. PZ HRASTOVA KACA, Vladimira Nazora 97, 32275 Bošnjaci
123. PZ ILAČA, Vladimira Nazora 42, 32248 Ilača
124. PZ JANKOVCI, Vinkovačka 15, 32241 Stari Jankovci
125. PZ JARMINA, Matije Gupca 64, 32280 Jarmina
126. PZ KOROD, Ive Lole Ribara 2, 31214 Tordinci
127. PZ LOVAS, Ante Starčevića 2, 32237 Lovas

128. PZ MARKUŠICA, Vuka Karadžića 3, 32213 Markušica
129. PZ MEĐE, M. A. Reljkovića 85, 32245 Donje Novo Selo
130. PZ NEGOSLAVCI, Vukovarska 1, 32239 Negoslavci
131. PZ NOVOSELAC u stečaju, Stepinac Alojzija 39/8, 32100 Vinkovci
132. PZ OSTROVO, Kolodvorska 85, 32211 Ostrovo
133. PZ PAČETIN, Braće Nudića bb, 32222 Pačetin
134. PZ PALINKAŠ, Stjepana Radića 54, 32234 Šarengrad
135. PZ PRIVLAKA, Faličevci 10, 32251 Privlaka
136. PZ RAVNICA VUKOVAR, Šamac 5, 32000 Vukovar
137. PZ SEKICE, Braće Radića 70, 32257 Drenovci
138. PZ SIBOVINA, Vladimira Nazora 22, 32221 Marinci
139. PZ SLAKOVCI, Petra Preradovića 44, 32242 Slakovci
140. PZ SLAVONSKA DUŠA, Potočka 8, 32284 Stari Mikanovci
141. PZ SLAVONSKI RIĐI, Ive Lole Ribara 54, 31214 Korog
142. PZ TORDA, Vukovarska 34, 32214 Tordinci
143. PZ UROD, Branka Radičevića 15, 32241 Srijemske Laze
144. PZ VELIKA ZLATARA, Rudina krčevine 1 bb, 32000 Bogdanovci
145. PZ ZELENI RAZVOJ, Ilirskog preporoda 46, 32270 Županja
146. SALOPEK d.o.o., Bošnjaci 222, 32281 Ivankovo
147. SAVAK j.d.o.o., Stjepana Radića 8, 32243 Berak
148. SLAVONSKI PROIZVODI ŽUPANJA, Dubovo 17, 32270 Županja
149. SRIJEMSKA KAPLJICA d.o.o., Stjepana Radića 92, 32234 Šarengrad
150. SRIJEMSKA KUĆA d.o.o., Radićeva 6, 32236 Ilok
151. STOČARSTVO GALIJA d.o.o., Gorjani 175, 32281 Ivankovo
152. STRACENSKI d.o.o., Kralja Krešimira II 8, 32221 Nuštar
153. SYRMIA j.d.o.o., Andrije Hebranga 7, 32000 Vukovar
154. ŠPAR j.d.o.o., Braće Radića 175 a, 32253 Komletinci
155. TELLUS d.o.o., J. Kozarca 26/A, 32221 Nuštar
156. TERRA-AGRO d.o.o., Široki put 121, 32000 Vukovar
157. TOKA-PROMET ETNO d.o.o., Ivana Gorana Kovačića 19, 32236 Ilok
158. TRIZLOVI d.o.o., Soljanska 33, 32257 Drenovci
159. TROMEĐA d.o.o., J. J. Strossmayera 171, 32270 Županja
160. UNOCOMMERCE d.o.o., S.S. Kranjčevića 17, 32100 Vinkovci
161. VERS d.o.o., Josipa Jurja Strossmayera 2, 32214 Tordinci

162. VIGOR d.o.o., Školska 136, 32227 Borovo
163. VINO ILOK d.d. u stečaju, Stjepana Radića 14, 32236 Ilok
164. VRTNI CENTAR d.o.o.. Veliki kraj 132, 32270 Županja
165. VUPIK d.d., Sajmište 113/C, 32000 Vukovar
166. Zadruga SALIĆ, Velika Cerna 75, 32272 Cerna
167. ZADRUGA SVINJA ZA ZDRAVLJE, Školska 14, 32227 Borovo
168. Zadruga TIKVICA, Bana J.Jelačića 4, 32270 Županja
169. ZADRUGA VINKOVAČKA ŠPAROGA, Glagoljaška 27, 32100 Vinkovci
170. ZELENI KRAJ d.o.o., J. J. Strossmayera 9, 32270 Županja
171. ZLATNA POLJA d.o.o., J. J. Strossmayera 9, 32270 Županja
172. ŽANKOVAC d.o.o., H. D. Genschera 22/B, 32100 Vinkovci
173. ŽRVANJ d.o.o. Ivankovo, Gorjanski Rit 1, 32281 Ivankovo

9.2. Upitnik

Istraživanje o klasičnim i novim činiteljima u poljoprivrednim subjektima Vukovarsko-srijemske županije

Provoditelj istraživanja: Studentica Pia Jemrić, 2. godina diplomskog sveučilišnog studija smjer Agroekonomika

Lokacija: Poljoprivredni fakultet u Osijeku, vrijeme provođenja: lipanj - srpanj 2017. godine

Poštovani, pozivamo Vas da sudjelujete u istraživanju koje se provodi u sklopu izrade diplomskog rada. Rezultati istraživanja će se objaviti samo u obliku prosjeka svih ispitanika. Unaprijed se zahvaljujemo na Vašem sudjelovanju i savjesnom pristupu pri ispunjavanju upitnika.

Što je pretežita djelatnost Vašeg poljoprivrednog subjekta? *

- ratarstvo
- povrćarstvo i cvjećarstvo
- trajni nasadi
- mljekarstvo
- govedarstvo, ovčarstvo i kozarstvo
- svinjogojstvo i peradarstvo
- Ostalo:

Što je po vlasničkoj strukturi Vaš poljoprivredni subjekt: *

- privatno od osnutka
- javno, državno
- mješovito (javno i privatno)
- Ostalo:

Broj zaposlenih u poljoprivrednom subjektu je: *

- manje od 50
- 50-300
- 301-500
- 501-1000
- preko 1000

Godišnji prihod poljoprivrednog subjekta je, u milijunima kuna: *

- manji od 65
- 65-163
- 164-260
- 261-500
- preko 500

Orijentacija poljoprivrednog subjekta prema izvozu: *

- nije orijentirano
- slabo orijentirano
- srednje orijentirano

- visoko orijentirano

Jeste li upoznati sa klasičnim činiteljima poslovanja u poljoprivredi: *

- da
 ne

Jeste li upoznati sa novim činiteljima poslovanja u poljoprivredi *

- da
 ne

Klasični činitelji poslovanja

Pod klasičnim činiteljima poslovanja podrazumijevaju se zemlja, rad i kapital.

Zemlja proces proizvodnje u poljoprivredi

Zemlja se u ekonomiji javlja kao opće sredstvo za rad, jer se u njoj obavlja sva proizvodnja. Dok se u poljoprivredi javlja kao predmet rada, jer od njezine kvalitete, odnosno plodnosti zavise rezultati same proizvodnje.

Ocijenite kvalitetu Vaše zemlje: *

Ocijenite ocjenom od 1 do 5 (1 = nimalo kvalitetna, 2 = malo kvalitetna, 3 = osrednje kvalitetna, 4 = jako kvalitetna, 5 = iznimno jako kvalitetna)

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Održavate li povoljnu strukturu zemlje (pravilna gnojidba): *

Ocijenite ocjenom od 1 do 5 (1 = nimalo, 2 = malo, 3 = osrednje, 4 = jako, 5 = iznimno jako)

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Rad

Rad predstavlja utrošak ljudske radne snage i vremena na radnom mjestu.

Koliko koristite ljudsku radnu snagu: *

Ocijenite ocjenom od 1 do 5 (1 = nimalo, 2 = malo, 3 = osrednje, 4 = jako, 5 = iznimno jako)

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Kapital u poslovanju

Kapital je neka vrijednost koja se ulaže u proizvodnju ili neku drugu djelatnost s osnovnom svrhom da se uveća, dakle da ostvari dobit.

Ulažete li u infrastrukturne objekte: *

Ocijenite ocjenom od 1 do 5 (1 = nimalo, 2 = malo, 3 = osrednje, 4 = jako, 5 = iznimno jako)

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Ulažete li u opremu: *

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Planirate li povećati Vaše zalihe resursa: *

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Novi činitelji poslovanja

Pod novim činitelji poslovanja podrazumijevaju se virtualni prostor, telework i intelektualni kapital.

Uloga virtualne organizacije u Vašem poduzeću

Virtualna organizacija može se definirati kao grupa poduzeća ili samostalnih poduzetnika koji se međusobno povezuju putem komunikacije i informacijske tehnologije radi obavljanja određene poslovne aktivnosti s ciljem ostvarivanja željenih rezultata.

Jeste li neke svoje proizvode propustili na obavljanje drugim specijaliziranim poduzećima radi povećanja i kontrole vlastite dobiti? *

- da
- ne

Ako da, koje aktivnosti najčešće propuštate obavljati drugim poduzećima? (zaokruži jedan ili više odgovora)

- računovodstvo
- informatika
- marketing
- istraživanje i razvoj
- dio proizvodnih funkcija
- ukupnu proizvodnju
- Ostalo:

Smatrate li da bi se udruživanjem više poduzeća s specijaliziranim aktivnostima postigao uspješni rezultat? *

- da
- ne

Suradujete li već u nekom poslovnom odnosu s drugim poduzećima radi ostvarivanja nekih

poslovnih aktivnosti? *

- da
 ne

Ako da, jeste li zadovoljni s takvim načinom suradnje?

- da
 ne

Ako ne, jeste li se planirali udružiti s drugim poduzećima?

- da
 ne

Odnos intelektualnog kapitala u Vašem poduzeću

Intelektualni kapital predstavlja stvaralačku primjenu znanja u proizvodnji, sposobnost da se nevidljiva imovina poput znanja pretvori u proizvode ili usluge koje donose vrijednosti. Intelektualni kapital podijeljen je na ljudski kapital (vještine i sposobnosti zaposlenika), strukturni kapital (patenti, licenca i sl.) te na potrošački kapital (odnos potrošača i dobavljača)

Ljudski kapital

Ocijenite ocjenom od 1 do 5 (1 = nimalo, 2 = malo, 3 = osrednje, 4 = jako, 5 = iznimno jako)

Provodite li dodatne edukacije zaposlenika? *

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

U kojoj mjeri stupanj obrazovanja zaposlenih djelatnika utječe na dopuštene norme u praksi? *

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Imate li stvoren sustav poticanja i nagrađivanja zaposlenih djelatnika prema njihovom djelovanju i motiviranosti u radu? *

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Strukturni kapital

Ocijenite ocjenom od 1 do 5 (1 = nimalo, 2 = malo, 3 = osrednje, 4 = jako, 5 = iznimno jako)

Ima li stvorenu hijerarhijsku strukturu u poduzeću? *

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Smatrate li da hijerarhijska struktura doprinosi zadovoljavajućim rezultatima u Vašem okruženju?*

1 2 3 4 5

Provodite li istraživanja s ciljem otkrivanja i razvoja novih inovacija? *

1 2 3 4 5

U kojoj mjeri upotrebljavate inovacije; razvojem inovacija Vašem poduzeću ili od strane drugih? *

1 2 3 4 5

Kakva je primjena novih činitelja tehnologije u Vašem poduzeću? *

1 2 3 4 5

Potrošački kapital

Ocijenite ocjenom od 1 do 5 (1 = nimalo, 2 = malo, 3 = osrednje, 4 = jako, 5 = iznimno jako)

Jesu li zadovoljni Vaši potrošači s Vašim proizvodima? *

1 2 3 4 5

Koliko Vam se često vraćaju Vaši potrošači? *

1 2 3 4 5

U kojoj mjeri mijenjate Vaše dobavljače? *

1 2 3 4 5

U kojoj ste mjeri zadovoljni s Vašim dobavljačima? *

1 2 3 4 5

U kojoj mjeri su Vaši dobavljači zadovoljni s Vama? *

1 2 3 4 5

Stupanj upotreba teleworka u Vašem poduzeću

Telework ili rad od kuće podrazumijeva poslovni aranžman kod kojeg zaposlenici uživaju povlastice fleksibilnog radnog vremena i mjesta pri čemu se služe elektronskim medijima u komunikaciji sa ljudima u i van poduzeća.

Koriste li telework u Vašem poslovanju? *

- da
- ne

Ako da, smatrate li da je neophodan u Vašem poslovanju?

- da
- ne

Ako ne koristite, dali ga namjeravate uvesti?

- da
- ne

Koliko su vam bitni sljedeći činitelji poslovanja? *

(1 = uopće mi nisu bitni, 2 = nisu mi bitni, 3 = nisu mi niti bitni, niti nebitni, 4 = bitna su mi, 5 = vrlo su mi bitni)

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Zemlja | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

*

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Rad | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

*

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Kapital | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

*

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Virtualni prostor | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

*

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Telework | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Intelektualni kapital | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

10. POPIS TABLICA

| | Naslov tablice | Br. str. |
|-----------|-----------------------------------|---------------------|
| Tablica 1 | Struktura intelektualnog kapitala | 13 |

11. POPIS SLIKA

| | Naziv slike | Br. str. |
|---------|--|---------------------|
| Slika 1 | Elementi intelektualnog kapitala | 11 |
| Slika 2 | Intelektualna organizacija u virtualnom prostoru | 17 |

12. POPIS GRAFIKONA

| | Naziv grafikona | Br. str. |
|-------------|---|-----------------|
| Grafikon 1 | Distribucija odgovora na pitanje „Što je pretežita djelatnost Vašeg poljoprivrednog subjekta?“ | 24 |
| Grafikon 2 | Distribucija odgovora na pitanje „Što je po vlasničkoj strukturi Vaš poljoprivredni subjekt?“ | 24 |
| Grafikon 3 | Distribucija odgovora na pitanje „Orijentacija poljoprivrednog subjekta prema izvozu je?“ | 25 |
| Grafikon 4 | Distribucija odgovora na pitanje „Jeste li upoznati s klasičnim činiteljima poslovanja u poljoprivredi?“ | 25 |
| Grafikon 5 | Distribucija odgovora na pitanje „Jeste li upoznati s novim činiteljima poslovanja u poljoprivredi?“ | 26 |
| Grafikon 6 | Distribucija odgovora na pitanje „Ocijenite kvalitetu Vaše zemlje“ | 26 |
| Grafikon 7 | Distribucija odgovora na pitanje „Održavate li povoljnu strukturu zemlje (pravilna gnojidba)?“ | 27 |
| Grafikon 8 | Distribucija odgovora na pitanje „Koliko koristite ljudsku radnu snagu?“ | 27 |
| Grafikon 9 | Distribucija odgovora na pitanje „Ulažete li u infrastrukturne objekte?“ | 28 |
| Grafikon 10 | Distribucija odgovora na pitanje „Planirate li povećati Vaše zalihe resursa?“ | 28 |
| Grafikon 11 | Distribucija odgovora na pitanje „Jeste li koristili usluge drugih specijaliziranih poslovnih subjekata radi povećanja i kontrole vlastite dobiti?“ | 29 |
| Grafikon 12 | Distribucija odgovora na pitanje „Koje aktivnosti najčešće prepuštate obavljati drugim poslovnim subjektima?“ | 29 |
| Grafikon 13 | Distribucija odgovora na pitanje „Provodite li dodatne edukacije zaposlenika?“ | 30 |
| Grafikon 14 | Distribucija odgovora na pitanje „U kojoj mjeri stupanj obrazovanja zaposlenih djelatnika utječe na dopuštene norme u praksi?“ | 30 |

| | | |
|-------------|---|----|
| Grafikon 15 | Distribucija odgovora na pitanje „Imate li stvorenu hijerarhijsku strukturu u poljoprivrednom subjektu?“ | 31 |
| Grafikon 16 | Distribucija odgovora na pitanje „Provodite li istraživanja s ciljem otkrivanja i razvoja novih inovacija?“ | 31 |
| Grafikon 17 | Distribucija odgovora na pitanje „Jesu li Vaši potrošači zadovoljni s Vašim proizvodima?“ | 32 |
| Grafikon 18 | Distribucija odgovora na pitanje „Koliko Vam se često vraćaju Vaši potrošači?“ | 32 |
| Grafikon 19 | Distribucija odgovora na pitanje „Koriste li telework u Vašem poslovanju?“ | 33 |
| Grafikon 20 | Distribucija odgovora na pitanje „Smatrate li da je neophodan u Vašem poslovanju?“ | 33 |
| Grafikon 21 | Distribucija odgovora na pitanje „Ako ne koristite telework, da li ga namjeravate uvesti?“ | 33 |
| Grafikon 22 | Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je bitna zemlja kao činitelj poslovanja?“ | 34 |
| Grafikon 23 | Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je bitan rad kao činitelj poslovanja?“ | 34 |
| Grafikon 24 | Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je bitan kapital kao činitelj poslovanja?“ | 34 |
| Grafikon 25 | Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je bitna virtualna organizacija kao činitelj poslovanja?“ | 35 |
| Grafikon 26 | Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je bitan telework kao činitelj poslovanja?“ | 35 |
| Grafikon 27 | Distribucija odgovora na pitanje „Koliko vam je bitan intelektualni kapital kao činitelj poslovanja?“ | 35 |

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Poljoprivredni fakultet u Osijeku
Sveučilišni diplomski studij, smjer Agroekonomika

Diplomski rad

Transformacija činitelja poslovanja u poljoprivrednim subjektima Vukovarsko-srijemske županije

Pia Jemrić

Sažetak:

Povezivanjem klasičnih i novih činitelja proizvodnje, s naglaskom na zajednički cilj ostvarenja što boljeg poslovnog rezultata, dolazi se do njihove transformacije i napretka poljoprivrednih subjekata. Pridržavajući se načela klasičnih i novih činitelja proizvodnje, za poljoprivredne subjekte se otvaraju nove prilike koje im omogućuju da postanu uspješniji od svoje direktne i indirektno konkurencije.

Primarnim istraživanjem analizirani su klasični i novi činitelji proizvodnje uz primjereno postavljen problem istraživanja, dobro konstruiran i provjeren upitnik, reprezentativan uzorak ispitanika i uz konkretno prikupljanje i prikladnu analizu podataka. Provedenim istraživanjem poljoprivrednih subjekata u Vukovarsko-srijemskoj županiji, utvrđeno je da su klasični činitelji poljoprivredne proizvodnje (zemlja, rad i kapital) većini ispitanika značajniji od novih činitelja poljoprivredne proizvodnje (virtualna organizacija, telework i intelektualni kapital). Od novih činitelja, jedino se intelektualni kapital počinje izdvajati i dobivati sve više na važnosti.

Rad je izrađen pri: Poljoprivredni fakultet u Osijeku

Mentor: dr.sc. Jelena Kristić

Broj stranica: 56

Broj grafikona i slika: 29

Broj tablica: 1

Broj literaturnih navoda: 13

Broj priloga: 2

Jezik izvornika: hrvatski

Ključne riječi: zemlja, rad, kapital, intelektualni kapital, virtualna organizacija, telework

Datum obrane: 29.09.2017.

Stručno povjerenstvo za obranu:

1. izv. prof. dr. sc. Jadranka Deže, predsjednik
2. dr. sc. Jelena Kristić, mentor
3. izv. prof. dr. sc. Ljubica Ranogajec, član

Rad je pohranjen u: Knjižnici Poljoprivrednog fakulteta u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Vladimira Preloga 1.

BASIC DOCUMENTATION CARD

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Agriculture in Osijek
University Graduate Studies, Agroecconomics

Graduate thesis

Transformation of factors of production in agricultural entities of Vukovar-Srijem County

Pia Jemrić

Abstract:

By linking classical and new production factors, with the emphasis on the common goal of achieving better business results, their transformation and the progress of agricultural entities is inevitable. By adhering to the principles of classical and new factors of production, new opportunities are opened for agricultural subjects and they enable them to become more successful than their direct and indirect competition.

Primary research has analysed the classical and new factors of production along with an appropriately set research problem, a well-constructed and verified questionnaire, a representative sample of respondents, and a specific collection and appropriate data analysis. With the conducted research of agricultural subjects in Vukovar-Srijem County, it was found that the most important factors of agricultural production are land, labour and capital. To most respondents they are more significant than the new factors of agricultural production (virtual organization, telework and intellectual capital). From new factors, only intellectual capital is starting to become more and more important.

Thesis performed at: Faculty of Agriculture in Osijek

Mentor: PhD Jelena Kristić

Number of pages: 56

Number of figures and pictures: 29

Number of tables: 1

Number of references: 13

Number of appendices: 2

Original in: Croatian

Keywords: land, work, capital, intellectual capital, virtual organization, telework

Thesis defended on date: 29.09.2017.

Reviewers:

1. PhD Jadranka Deže, Associate Professor, president
2. PhD Jelena Kristić, Postdoctoral Researcher, mentor
3. PhD Ljubica Ranogajec, Associate Professor, member

Thesis deposited at: Library, Faculty of Agriculture in Osijek, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Vladimira Preloga 1.