RAZVOJNE PERSPEKTIVE POLJOPRIVREDNE ZADRUGE ĆELIJE

Duvnjak, Štefica

Undergraduate thesis / Završni rad

2014

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:151:644457

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

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

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA

POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Štefica Duvnjak

Preddiplomski studij smjer Agroekonomika

RAZVOJNE PERSPEKTIVE POLJOPRIVREDNE ZADRUGE ĆELIJE

Završni rad

Osijek, 2014.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA

POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Štefica Duvnjak

Preddiplomski studij smjer Agroekonomika

RAZVOJNE PERSPEKTIVE POLJOPRIVREDNE ZADRUGE ĆELIJE

Završni rad

Povjerenstvo za ocjenu i obranu završnog rada:

1. izv.prof.dr.sc. Ljubica Ranogajec, predsjednik
2. doc.dr.sc. Tihana Sudarić, mentor
3. prof.dr.sc. Krunoslav Zmaić, član

Osijek, 2014.

Sadržaj

1. UVOD 1
2. MATERIJALI I METODE 2
3. ZADRUGARSTVO 3
3.1. Zadružna načela tokom godina 5
3.2. Ekonomski utjecaj zadruga 7
3.3. Poljoprivredna zadruga 8
4. POLJOPRIVREDNA ZADRUGA ĆELIJE 10
4.1 Opći podaci o zadruzi 10
4.2 Tržište 11
4.3. Marketing 11
4.4. Proizvod/Usluge 12
4.5. Organizacijska struktura 12
4.6. Financije 13
4.7. Strategija, vizija i planovi zadruge 13
4.8. SWOT analiza Poljoprivredne zadruge Ćelije 14
4.8.1. Snaga (S) 15
4.8.2. Slabost (W) 15
4.8.3. Prilike (O) 18
4.8.4. Prijetnje (T) 18
5. ZAKLJUČAK 19
6. LITERATURA 20
7. SAŽETAK 21
8. SUMMARY 22
9. PRILOG 23
10. POPIS TABLICA 30
11. POPIS SLIKA 31
12. POPIS GRAFIKONA 32
TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA 33

1. UVOD

Snaga zadružnog pokreta je u učinku procesa individualizacije u zapadnoj civilizaciji: on uspješno spaja individualno slobodno djelovanje pojedinca s isto tako slobodnim, dobrovoljnim i zajedničkim djelovanjem grupe. Pojedinac je potpuno slobodan da unapređuje vlastito gospodarstvo u okviru svoga zemljišnog posjeda, koristeći pri tome vlastita sredstva rada i opremu, te obiteljski ili dopunski ljudski rad. Proizvodi njegova rada isključivo su njegovo vlasništvo. U svojoj individualizaciji on je potpuno slobodan. Međutim, kao zadrugar on proizvode svoga rada dragovoljno udružuje s drugim članovima te u sinergiji zajedničkog djelovanja s njima ostvaruje veće koristi nego što bi to mogao samostalno. (Mataga, 2009.).

Tema ovog rada je Zadrugarstvo; kako i na koji način uspješno organizirati zadrugu, koji su ekonomski utjecaju zadruga, njezina načela, važnosti poljoprivrednih zadruga. Nadalje, biti će analiza provedene ankete na Poljoprivrednoj zadruzi Ćelije koja je osnovana 2002. godine, koja broji 7 zadrugara i 25 kooperanta, također biti će provedena SWOT analiza iz koje će se uvidjeti snage, slabosti, prilike i prijetnje Poljoprivredne zadruge Ćelije.

2. MATERIJALI I METODE

Materijale koje sam koristila za ovaj seminar bila je anketa koju sam provela u svibnju ove godine. Anketa je provedena na Poljoprivrednoj zadruzi Ćelije, a ispunjavao ju je upravitelj te iste zadruge.

Odgovarao je na pitanja kao što su:

- Podaci o ispitaniku (godina rođenja, stupanj obrazovanja, bračni status itd.)
- Opći podaci o zadruzi (naziv zadruge, godina početka poslovanja, broj zaposlenih, broj zadrugara i broj kooperanata na početku poslovanja i sada, vrsta djelatnosti itd.)
- Sadašnje poslovanje
    - Tržište (tko su vaši kupci, tko su vaši dobavljači, tko je vaša konkurencija, koje tržište opslužujete, koliki je vaš udio na tržištu itd.)
    - Marketing (koji su vaši proizvodi i usluge, po čemu se razlikujete od vaše konkurencije, da li koristite Internet u vašem poslovanju, imate li web stranicu itd.)
    - Proizvod/usluge (što je u vašoj zadruzi glavni proizvod ili usluga, u strukturi troškova u ponudi vaših proizvoda/usluga koji je najznačajniji.)
    - Organizacijska struktura (na koji rok birate upravitelja zadruge, kakve su obrazovne strukture članovi zadruge, radite li u timu itd.)
    - Financije (način vođenja financija, prosječni mjesečni promet zadruge itd.)
    - Strategija, vizija i planovi zadruge (koju se vaše ideje za razvoj sadašnjih proizvoda i usluga, koji su bili vaši osobni motivi za uključivanje u zadrugu itd.)

3. ZADRUGARSTVO

Zadruga je dragovoljno, otvoreno, samostalno i neovisno društvo kojim upravljaju njezini članovi, a svojim radom i drugim aktivnostima ili korištenjem njezinih usluga, na temelju zajedništva i uzajamne pomoći ostvaruju, unapređuju i zaštićuju svoje pojedinačne i zajedničke gospodarske, ekonomske, socijalne, obrazovne, kulturne i druge potrebe i interese i ostvaruju ciljeve zbog kojih je zadruga osnovana. (Zakon o zadrugama,NN 34/11).

Zadruga jest slobodno udruženje ljudi koji se u njoj demokratski organiziraju, ali takvo udruženje ne može opstati ako u okviru njega ne djeluje tvrtka – poduzetnički subjekt, koji stvara nove vrijednosti i prenosi ih svojim osnivačima razmjerno njihovu udjelu u stvaranju nove vrijednosti. Najveća socijalna i kulturna vrijednost zadružne organizacije je u tome što oslobađa inicijativu, potiče slobodno poduzetništvo, odgovornost u upravljanju i vođenju poslova, kako bi se udovoljilo interesima zadrugara. Zadrugarstvo u ekonomskom smislu nastoji svakog čovjeka učiniti radnikom, vlasnikom, poduzetnikom, tj. da radi za svoje dobro, ali i za zajedničku dobrobit. U efektima zajedničkog rada može se kvantificirati doprinos svakog udruženog člana. (Mataga, 2009.)

Zadruge se mogu uspješno organizirati pod uvjetom da se ostvari sljedećih 5 pretpostavki: (Mataga, 2009.)

1. *Inicijativa odozdo*

Bez obzira što su poticaju lokalne samouprave, zadružnih udruženja i drugih institucija za osnivanje i razvoj zadruga dobrodošli, zadružni projekti mogu uspjeti samo ako je inicijativa dolazi od obiteljskih gospodarstava i počiva na njihovim gospodarskim interesima. Konkretni problemi s kojima se ta gospodarstva susreću, njihova gospodarska održivost i rast opstaju upitni ako se ne postigne viši stupanj organizacije i konkurentnosti na tržištu koje se sve više globalizira. Oni tada postaju svjesni te činjenice i pokreću izvorne inicijative uza boljim i uspješnijim poduzetničkim organiziranjem.

2. *Jasno definiran cilj*

Zadrugari moraju imati što jasnije zacrtan cilj. Taj bi cilj morao odgovarati na pitanja: što će biti sadržaj poslovanja zadruge, hoće li nabavljati repromaterijal, prodavati proizvode,

dorađivati ili prerađivati proizvode zadrugara? Od definicije cilja ovisi kakav će biti dugoročan i kratkoročan poslovni plan zadruge.

3. *Izbor upravitelja zadruge i izrada poslovnog plana*

Cilj što ga utvrde zadrugari, razrađuje upravitelj zadruge. Poslovni plan definira bitne aspekte poslovanja i razvoja: tehnološke postupke, vrstu proizvoda, cijenu, tržišne aspekte, distribuciju i prodaju, profitabilnost, osiguranje novčanih sredstava i dr.

4. *Profiliranje organizacije upravljanja i odlučivanja*

Svi zadrugari moraju biti životno zainteresirani za provedu poslovnog plana zadruge, što poboljšava ekonomski položaj svakog zadrugara. Zato se pravilima zadruge moraju jasno precizirati načela demokratske kontrole poslovanja i odlučivanja svih tijela zadruge (skupštine, nadzornog odbora, upravitelja - uprave).

5. *Izobrazba zadrugara i zadružnog poslovanja*

Samo dobro informirani i obrazovni zadrugari, povezanim jasnim zajedničkim gospodarskim interesom, mogu motivirano i odgovorno ispunjavati svoje obveze u zadruzi. Rad u zadruzi pretpostavlja, prije svega, odgovorno ispunjavanje obveza svakog zadrugara. Tek onda svatko od njih ima pravo odlučivanja i kontrole zadružnog poslovanja. Zadrugari u skupštini donose strateške i dugoročne odluke, a zadružno poslovodstvo (upravitelj) ih provodi. Zbog toga se i upravitelj mora stalno osposobljavati i produbljivati svoje znanje o svim aspektima tehnologije, organizacije, tržišta, financija i upravljanja.

Najbolje je kada poljoprivrednici sami iniciraju osnivanje zadruge. To je znak da su prepoznali prednost udruživanja te utvrdili zajedničke interese (zajednička nabava, skladištenje, dorada, prodaja). Zadružni savezi i lokalna zajednica mogu im i trebaju pomoći da oblikuju što učinkovitiju organizaciju upravljanja, razrade i pripreme poslovni plan te da se educiraju i informiraju o svim bitnim pitanjima poslovanja zadruge. U tom slučaju postoji svi izgledi da će zadruga uspjeti. (Mataga, 2009.).

3.1. Zadružna načela tokom godina

Sedam osnovnih načela zadrugarstva usvojeno je na Međunarodnom zadružnom kongresu u Parizu 1937. godine a to su : (Mataga, 2009.)

1. Otvoreno (dobrovoljno) članstvo
2. Demokratska kontrola i upravljanje
3. Ograničena kamata na novčani kapital
4. Raspodjela dobiti prema obujmu poslova obavljenih u zadruzi
5. Politička i vjerska neutralnost zadrugara
6. Gotovinsko plaćanje robe
7. Obrazovanje zadrugara

Nadalje, 1966. godine u Beču prihvaćena su ova zadružna načela: (Mataga, 2009.)

1. Dobrovoljno i otvoreno članstvo
2. Demokratsko upravljanje članova zadrugom
3. Ograničeni iznos kamata na novčani kapital
4. Dobit pripada članovima razmjerno njihovom udjelu u poslovanju
5. Obrazovanje članova i informiranje javnosti o zadružnim načelima
6. Suradnja među zadrugama

Načela iz 1937. godine i 1966. godine bitno se ne razlikuju, nego se fleksibilnije interpretiraju i prilagođavaju se gospodarskim i razvojnim promjenama.

Godine 1995. dolazi do novih promjena načela koji je ostao isti i kada je donesen novi Zakon o zadrugama 2011.god.:[1]

1. Dragovoljno i otvoreno članstvo – članstvo u zadruzi je dragovoljno i otvoreno prema svim osobama koje koriste njezine proizvode, usluge i koje su spremne prihvatiti odgovornosti članstva, bez ikakve spolne, rasne, socijalne, političke, vjerske ili bilo koje druge diskriminacije.

2. Nadzor poslovanja od strane članova – zadruga je demokratsko društvo čiji rad nadziru njezini članovi i koji aktivno sudjeluju u stvaranju poslovne politike i

[1] Zakon o zadrugama, NN 34/11: http://www.zakon.hr/cms.htm?id=529, 26.kolovoza.2014.god

donošenju odluka. Izabrani predstavnici članova odgovaraju članstvu. Članovi imaju jednaka glasačka prava (jedan član – jedan glas).

3. Gospodarsko sudjelovanje članova zadruge i raspodjela – dužnost članova zadruge je, prema svojim interesima i mogućnostima, sudjelovanje u radu i doprinos razvoju zadruge. Članovi raspoređuju dobit zadruge za jednu ili više sljedećih namjena: razvitak zadruge, porast pričuva, članovima – razmjerno poslovanju sa zadrugom i kao potpora drugim aktivnostima zadruge.

4. Samostalnost i neovisnost – kao samostalna i neovisna pravna osoba zadruga se u pravnom prometu s drugim pravnim osobama i državnim tijelima oslanja na rad svojih članova i zadružne resurse, pod neposrednim nadzorom svojih članova.

5. Obrazovanje, stručno usavršavanje i informiranje članova zadruge – zadruga provodi obrazovanje i stručno usavršavanje svojih članova, izabranih predstavnika, upravitelja i zaposlenika kako bi pridonijeli razvitku svoje zadruge. Ona izvješćuje svoje članove i javnost, posebice mlade ljude o naravi, koristima i prednostima zadrugarstva.

6. Suradnja među zadrugama – zadruge najučinkovitije služe svojim članovima i jačanju zadružnog sustava povezivanjem i suradnjom na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini.

7. Briga za zajednicu – zadruga posluje na način koji pridonosi održivom razvoju okruženja i lokalne zajednice.

3.2. Ekonomski utjecaj zadruga

Zadruge doprinose na barem pet načina.[2]

1. One igraju važnu ulogu u umanjivanju posljedica neuspjeha tržišta, poboljšavajući tako funkcioniranje ekonomskog sustava i dobrobit velikih grupa ljudi (Hansmann, 1996). Ovaj doprinos proizlazi iz drukčijih pravila o vlasništvu i upravljanju zadrugama. Poduzeća s različitom vlasničkom strukturom i različitim ciljevima doprinose boljoj tržišnoj konkurentnosti, a rezultati toga su veći izbori za potrošače, sprečavanje stvaranja monopola, niže maloprodajne cijene itd.

2. Povijesni dokazi (nesigurnosti i nestabilnost cijena sektora poljoprivrede i financija) iz razdoblja prijašnjih recesija pokazuju, da zadruge imaju ključnu ulogu u stabilizaciji ekonomije u vremenima krize. Jednako tako, postojanje zadruga poboljšava sposobnost društava da odgovore na nesigurnost promjena u budućnosti.

3. Zadruge nastoje proizvodnju robe i usluga održati u skladu s potrebama ljudi kojima služe. Čestim pružanjem inovativnih usluga i dobara, zadruge odgovaraju na specifične potrebe svojih članova umjesto da se vode logikom povećanja profita. Zadruge također mogu proizvoditi dobra i usluge niske ili nesigurne profitabilnosti, ako ne i negativne, za čiju proizvodnju profitna poduzeća nisu zainteresirana, dok ih javne vlasti nisu u stanju pružiti. Usluge niske i negativne profitabilnosti uključuju socijalne, zdravstvene, obrazovne te ostale osobne usluge, kao i usluge za opću dobrobit. Kod slučajeva negativne profitabilnosti zadruge mogu dosegnuti točku pokrića zbog privlačenja dodatnih resursa – poput volonterstva i donacija – ili zbog primjene cjenovno diskriminatorne politike. Dokazi i iskustva zadruga pokazuju da su volonterski rad i donacije posebno važni u početnoj fazi svih tipova zadruga, bez obzira čime se one bave.

4. Zadruge imaju dugoročnu viziju razvoja te često postaju sredstvo razvoja zajednice. Njihove je briga dobrobit sadašnjih i budućih generacija. U nekim je zemljama dugoročna vizija razvoja, koju zadruge njeguju, inkorporirana u zakone koji

[2] Promicanje razumijevanja zadruga u stvaranju boljeg svijeta, http://www.zadruge.hr/images/stories/EURICSE_reportVenice.pdf, 29.kolovoza.2014

zadrugu obvezuju da dio svoga godišnjeg viška prihoda prebaci u posebni fond, što znači da dio svojih sredstava i viškova zadruga mora koristiti za razvoj zajednice.

5. Zadruge doprinose pravičnijoj raspodjeli prihoda. Budući da su zadruge osnivane s namjerom da zadovolje potrebe svojih članova, a ne da kumuliraju profit, one nastoje svoja sredstva raspodijeliti radnicima tako da im povise plaće ili povećaju broj zaposlenih, ili pak potrošačima kroz snižavanje cijena.

3.3. Poljoprivredna zadruga

Poljoprivredna zadruga je zadruga koja kao glavnu djelatnost obavlja djelatnost bilinogojstva, stočarstva, šumarstva ili lovstva ili s njima povezane uslužne djelatnosti, odnosno pomoćne djelatnosti u poljoprivredi ili djelatnost proizvodnje proizvoda bilinogojstva i stočarstva i prvoga stupnja njihove prerade. (Zakon o zadrugama,NN 34/11).

Zadrugarstvo se na hrvatskim prostorima počelo razvijati pod utjecajem zadružne prakse iz zemalja Europe. Tako je prva zadruga utemeljena 1864. na otoku Korčuli. Početkom 20. stoljeća zadrugarstvo je postalo snažan gospodarski sustav, koji je imao utjecaja i na politička zbivanja. U tom vremenu u Hrvatskoj je djelovalo više od 1.500 zadruga s oko 250.000 zadrugara. Između svjetskih ratova, unatoč velikoj krizi poljoprivrede, zadruge su se razvijale i bile velika pomoć seljaštvu u borbi za gospodarsku i socijalnu opstojnost. Hrvatske seljačke zadruge djelovale su putem Središnjeg saveza hrvatskih seljačkih zadruga u Zagrebu, Gospodarske zadruge u okviru Hrvatsko-slavonskog gospodarskog društva u Zagrebu, Zadruge gospodarske sloge u okviru Saveza zadruga gospodarske sloge. Najveći broj zadruga bio je u Dalmaciji i bile su članice Zadružnog saveza u Splitu. (M.Tratnik i sur., 2007.).

Poljoprivreda se sastoji od velikog broja manjih proizvodnih jedinica (farmera, seljaka, obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava). Njihova proizvodnja na tržištu može biti konkurentna samo ako je ispunjen jedan od dvaju uvjeta: (Mataga, 2009.)

a) Da su ugovorili trajniju proizvodnu suradnju s određenim trgovačkim društvima; pretpostavka je moguće samo ako trgovačka društva ugovaraju proizvodnju uz relativno povoljne financijske uvjete.

b) Da su se sami organizirali u zadrugu; druga pretpostavka znači da obiteljska gospodarstva ne prodaju svoje primarne proizvode na tržištu, nego ih kao sirovine prerađuju u novostvorenu vrijednost (gotove proizvode) u poduzeću koje su samo osnovali, i kojim sami demokratski upravljaju.

Poljoprivredne su zadruge su važne zbog osiguranja sigurnosti hrane, zaštite okoliša i promocije održivog modela razvoja. Opadanjem sigurnosti radnog mjesta i naglim porastom broja nezaposlenih, mnogi postojeći primjeri radničkih zadruga i radničkih preuzimanja poduzeća nagovješćuju da bi zadruge mogle imati značajniju ulogu o očuvanju postojećih i stvaranju novih radnih mjesta.[3]

Obiteljska gospodarstva mogu osnovati samostalne obrte ili trgovačka društva, no oni su suviše mali da bi ostvarili optimalne ekonomske učinke i postali ravnopravni partneri na tržištu. Zbog toga veće izglede za uspjeh imaju zadruge, jer one se opskrbljuju repromaterijalima po povoljnijim uvjetima, smanjuju im se proizvodni i dr. troškovi, a pri tom povećava dobit. I stoga je važno da su članovi zadruge proizvođači primarnih poljoprivrednih proizvoda, a zadruga prerađivački pogon koje te sirovine finalizira i prodaje. (Mataga, 2009.)

[3] Promicanje razumijevanja zadruga u stvaranju boljeg svijeta, http://www.zadruge.hr/images/stories/EURICSE_reportVenice.pdf, 29.kolovoza.2014

4. POLJOPRIVREDNA ZADRUGA ĆELIJE

U ovom djelu seminara obradit će se podatci iz ankete koji su provedeni na Poljoprivrednoj zadruzi Ćelije u svibnju 2014.godine.

4.1 Opći podaci o zadruzi

Pod opći podaci o zadruzi nalazila su se pitanja o ispitaniku, te pitanja kao što su naziv zadruge, početak poslovanja zadruge, koliko je broj zaposlenih, broj zadrugara, te broj kooperanta bio na početku poslovanja, a koliki taj broj trenutno izgleda, kojom se vrstom djelatnosti bave, te pitanja o Hrvatskom savezu zadruga

Poljoprivredna zadruga Ćelije počela je s poslovanjem 2002. godine. Vlasnik (1965.god.) je ujedno i upravitelj i osnivač zadruge te mu je status obrazovanja SSS. Vrstu djelatnosti koju obavljaju je proizvodno – prerađivačka. Evidentirana je u Hrvatski savez zadruga, ali na pitanje kakve koristi ima vaša zadruga od HSZ, odgovorio je: „*Nikakve*“.
Iz tablice 1. možemo vidjeti da se broj zaposlenih, koji je na početku bio 1 povećao na 5 zaposlenih, a broj zadrugara koji je isto na početku bio na 1 povećao na 7 zadrugara. Iz toga možemo zaključiti da je poslovanje zadruge bilo pozitivno jer su sa 5 kooperanata na početku poslovanja došli na sadašnjih 25.

Tablica 1. Broj zaposlenih/zadrugara/kooperanata 2002. god. i 2014.god.

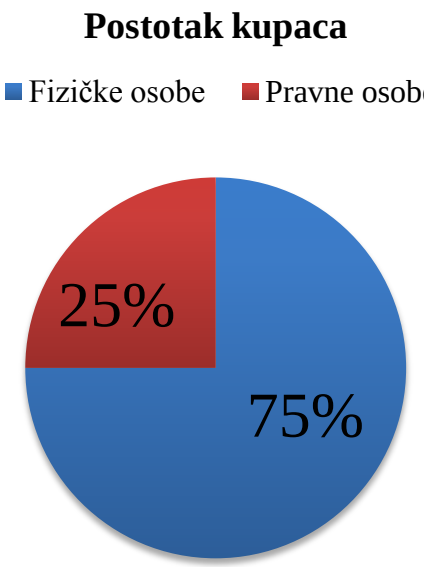
	Na početku poslovanja	Sada
Broj zaposlenih u zadruzi	1	5
Broj zadrugara	1	7
Broj kooperanta	5	25

Izvor: Vlastito istraživanje

4.2 Tržište

U ovom dijelu ankete bila su postavljena pitanja tko su njihovu kupci, kakvi su odnosi sa kupcima da li poznaju njihove potrebe, da li dobivaju povratne informacije, zatim pitanja o dobavljačima, te njihov udjel na tržištu.

75 % kupaca su fizičke osobe dok pravne osobe čine 25%, broj kupaca se povećava te su upoznati s njihovim potrebama. Povratne informacije dobili su dugogodišnjom suradnjom i stalnim vraćanjem kupaca. Zadovoljni su sa radom dobavljača koji su razni. Lokalne zadruge predstavljaju konkurenciju zadruzi, dok tržište opslužuju lokalno uz 1% udjela.



Grafikon 1. Postotak kupaca

Izvor: Vlastito istraživanje

4.3. Marketing

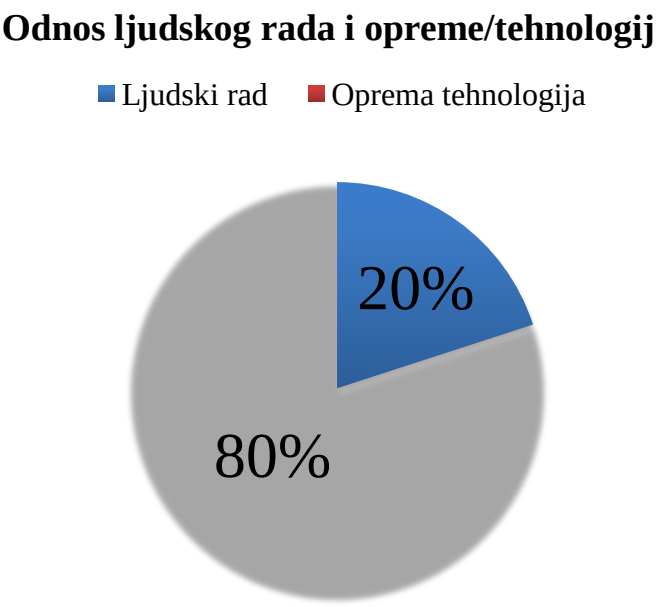
Pitanja koja su bila postavljena u ovom dijelu su koji su njihovi proizvodi, po čemu se razlikuju, na koji način se oglašavaju, da li koriste internet i imaju li stručne osobe zaposlene isključivo za promociju i odnose sa javnošću.

Proizvodi odnosno usluge Poljoprivredne zadruge Ćelije su proizvodnja i uslužne djelatnosti, a on konkurencije se razlikuju po kvaliteti usluge. Zadruga se do sada nije ni na koji način oglašavala i ne istražuje tržište i nemaju zaposlene stručne osobe isključivo za

promociju i odnose sa javnošću. Po mišljenju vlasnika zadruge kvaliteta usluge se povećala za 100%. Za svoje poslovanje koriste se internetom, ali ne posjeduju web stranicu.

4.4. Proizvod/Usluge

U zadruzi Ćelije iskorištenost ljudskog rada je 20%, dok oprema/tehnologija je 80%, a prazan hod im iznosi 20%. Njihov glavni proizvod/usluga je repa tj. vađenje repe, a ujedno se bave i vršidbom i transportom. Najveći dio troškova odnosi se na održavanje strojeva.



Grafikon 2. Odnos ljudskog rada i opreme/tehnologije

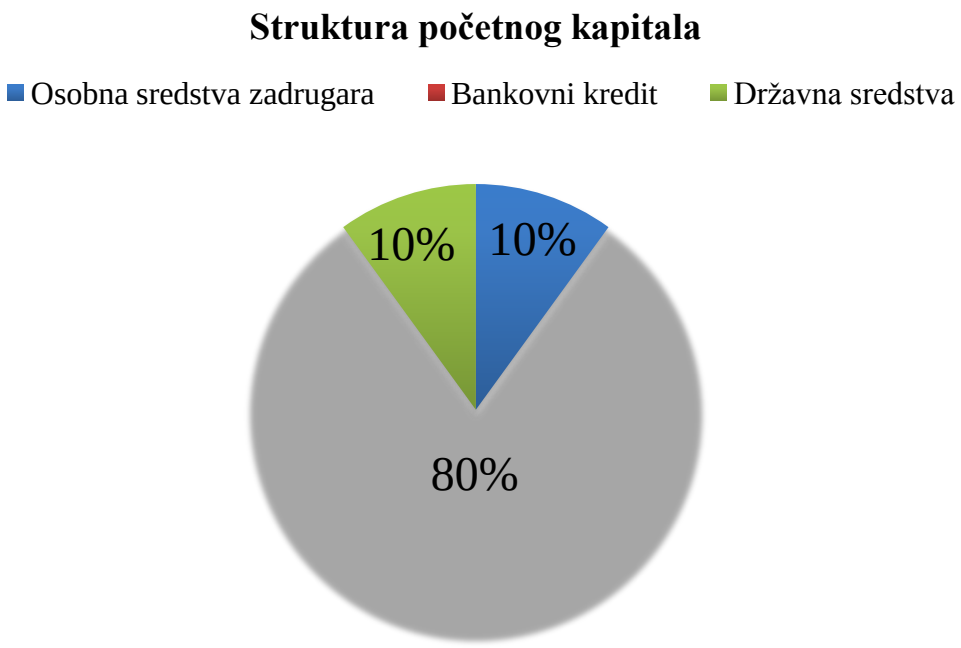
Izvor: Vlastito istraživanje

4.5. Organizacijska struktura

Organizacijska struktura je u skladu s pravilima zadruge, te se upravitelj bira svake dvije godine. Što se tiče obrazovne strukture među članovima zadruge jedna osoba ima završenu VSS, a četiri osobe završenu SSS. Iako rade u timu i zadovoljni su sa svojim radnim mjestom, dohotkom i sl. smatram da je veliki nedostatak ne održavanje sastanaka. Na pitanje na temelju čega se može postati član vaše zadruge odgovorio je: „*Na temelju kvalitete*“.

4.6. Financije

Prosječni mjesečni promet zadruge je 100 000,00 kn, te su prošlu godinu završili u dobiti. Vođenje financija baziran je na interni način. Kada su započeli poslovanje struktura poslovanja iznosila je 10% na osobna sredstva, 10% na državna sredstva, a 80% na bankovni kredit



Grafikon 3. Struktura početnog kapitala

Izvor: Vlastito istraživanje

4.7. Strategija, vizija i planovi zadruge

Kako bi razvili sadašnje proizvode i usluge cilj im je ulaganje u infrastrukturu i strojeve te u proizvodnju novih kultura. Osobni motiv za uključivanje u zadrugu bio je ostvariti profit, a na pitanje gdje sebe i zadrugu vidi u budućnosti ispitanik je odgovorio: „*Tu gdje jesam*“

4.8. SWOT analiza Poljoprivredne zadruge Ćelije

SWOT analiza predstavlja važnu kariku analitičkog procesa svakog projekta jer pruža informacije o organizaciji i projektnom timu. Ova analitička metoda često se primjenjuje zbog svoje jednostavnosti koja omogućuje kvalitetno strateško planiranje razvoja projekata i samih organizacija. Važan je alat kriznog managementa te pomaže da se rad organizacije sagleda iz različitih perspektiva. Upravo su u SWOT analizi karakteristične dvije perspektive: organizacijska, uvjetovana sadašnjim i prošlim vremenom, te perspektiva okoline koncentrirana na budućnost. Slijedom toga, svaka organizacija analizira i prikazuje svoje snage i slabosti te vodi računa o mogućnostima i prijetnjama iz okoline. U nazivu SWOT analize kriju se navedene četiri kategorije informacija koje želimo proanalizirati:[4]

- S – strenghts/snaga
- W – weaknesess/slabost
- O – opportunities/prilike
- T – threats/prijetnje

Tablica 2. SWOT analiza Poljoprivredne zadruge Ćelije

S	W	O	T
• obavljanje transporta i vršidbe • poslovanje u dobiti unatoč gospodarskoj krizi	• nemaju web stranicu • nikako oglašavanje • nemaju stručnu osobu zaduženu za promociju	• želja za proizvodnjom novih kultura prilikom čega će privući nove članove zadruga i kupce	• ne održavanje sastanaka • premalo komunikacije • nedostatak motivacije • manjak informiranosti i obrazovanja

Izvor: Vlastito istraživanje

[4] Što je to SWOT analiza?, http://www.eu-projekti.info/sto-je-swot-analiza

4.8.1. Snaga (S)

Pružanje usluga obavljanja transporta i vršidbe u poljoprivrednoj zadruzi Ćelije je velika snaga, jer većina poljoprivrednika ne posjeduje potrebnu tehnologiju i opremu da bi mogli obaviti to sami, niti financija kojom bi si mogli priuštiti kupovinu istih. Također velika snaga je i poslovanje u dobiti unatoč gospodarskoj krizi, i situaciji u kojoj se poljoprivreda nalazi.

4.8.2. Slabost (W)

Oglašavanje preko interneta, web stranica o svojoj zadruzi, osoba koja je zadužena za promociju, sve su to stvari koje su u današnjem svijetu potrebne za napredak. I danas je potrebno biti online. 10 Razloga zašto Vam je treba web stranica?[5]

1. *Vaša konkurencija već ima svoju web stranicu.*
   - Kada netko traži usluge i proizvode koje Vi nudite, a ne može Vas pronaći na webu, što se događa ? U pravilu nađu iste usluge i proizvode na web stranici Vaše konkurencije.

2. *Vaši kupci i potencijali kupci već pretražuju web.*
   - Tko danas kada treba uslugu, proizvod ili informaciju o istima prvo ne posegne za Internetom? Podatci na internetu omogućavaju kupcu da na miru, u svom prostoru i u doba kad god želi pročita sve o Vašim uslugama i proizvodima koje prodajete.

3. *Web stranica omogućuje da Vas se lakše preporuči drugom kupcu*
   - Najlakši način preporuke je reći prijatelju ili poslovnom kontaktu naziv Vaše web stranice. Uvijek je lakše zapamtiti ili zapisati samo jedan podatak nego više njih. Uvijek je lakše zapamtiti naziv web stranice nego broj telefona.

[5] 10 razloga zašto vam treba web stranica: http://www.radostim.hr/blog/77-10-razloga-zasto-vam-trebawebstranica

4. *Web stranica promovira Vaše usluge i proizvode 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu*

- Kada Vi ne radite, Vaša web stranica radi za Vas. Zaprepastili bi se koliko ljudi pretražuje internet vikendom ili kasno u noći informirajući se ili kupujući proizvode ili usluge. Tada u pravilu kod Vas nema nikoga u uredu i propuštate priliku dobiti još više kupaca.

5. *Vaši kupci mogu kupiti/naručiti Vaše proizvode i usluge odmah od kuće sjedeći za računalom.*

- Ukoliko Vaša web stranica ima web trgovinu time omogućavate direktnu prodaju iz udobnosti doma ili ureda što znatno štedi vrijeme i kupcu i Vama kao dobavljaču. Osim toga cijeli postupak kupnje se obavlja bez čekanja osobe za prodaju i isključuje ljudski faktor iz procesa kupnje.

6. *Web stranica smanjuje troškove marketinga*

- Na web stranici možete imati jako veliki broj tekstova, primjera, testiranja, poruka i informacija koje bi ste teško distribuirali poznatim marketinškim metodama. Zapitajte se samo koliko košta minuta na TV-u ili koliko vremena, truda i novaca trebate da biste razdijelili papirnate oglase i objasnili potencijalnim kupcima što sve nudite. Dodavanjem naziva web stranice na posjetnice, memorandume ili neki drugi promotivni materijal lako dajete dostup do Vaših proizvoda i usluga.

7. *Možete mijenjati informacije na web stranici kad god to želite*

- Sa današnjim web stranicama imate mogućnost mijenjati bilo koju informaciju odmah. Ukoliko dođe do promjene u cijeni artikla, ne dostaje Vam robe na skladištu ili ste uveli novi proizvod ili uslugu. ne trebate čekati ni minute da biste aktualizirali informacije na web stranicama i približili kupcima točne i uvijek svježe podatke o istima.

8. *Vaša web stranica nudi usluge na lokalnoj, nacionalnoj i svjetskoj razini* – sa malo troškova

- Zapitajte se koliko bi novaca, ljudi i energije trebali da u cijelom svijetu svim korisnicima interneta pošaljete podatke o svojim uslugama i

proizvodima. Posjedovanjem web stranice znatno proširujete tržište i štedite novac.

9. *Kao mala tvrtka lako možete konkurirati velikima – web stranica štedi vrijeme i novac jer ne trebate puno zaposlenika.*
   - Web stranica omogućuje da brzo, efikasno i profesionalno obavite posao prodaje ili informiranje kupca bez da se dojam o broju zaposlenih u tvrtki. Svi znamo da veliku tvrtku čini veliki broj ljudi koji ne garantiraju uvijek brzinom i kvalitetom, a web stranica je saveznik koji ubrzava proces i štedi korake u procesima prodaje.

10. *Web stranica može pratiti koliko je puta stranica otvorena i na kojoj usluzi ili proizvodu se zadržavao najduže kao i ključne riječi po kojima su Vas pronašli*
    - Putem web stranice možete pratiti kolika je posjećenost iste, koje stranice su najčitanije, po kojim ključnim riječima su Vas kupci pronašli. To sve Vam koristi kako biste unaprijedili svoju prodaju i marketing te predvidjeli svoje slabosti i istaknuli svoje prednosti.

Na slici 1. može se vidjeti dobar primjer Poljoprivredne zadruge koja posjeduje web stranicu. U ovom slučaju riječ je o PZ Jankovci, i na njihovoj web stranici može se vidjeti da posjeduje podatke o njima, o njihovoj djelatnosti, proizvodima i uslugama, te kontakt na koji način možemo doći do njih.



Slika 1. Web stranica Poljoprivredne zadruge Jankovci

Izvor: http://www.pz-jankovci.hr/

4.8.3. Prilike (O)

Želja za proizvodnja novih kultura je jedna od prilika koju bi mogla pomoći PZ Ćelije u razvijanju i rastu u poslovanju, jer time bi mogli privući nove zadrugare koji se bave tim novim kulturama, a i s njima bi dobili sve informacije o tim kulturama koji su zadrugari godinama stjecali. Naravno uz nove kulture dolaze i novi kupci.

4.8.4. Prijetnje (T)

Bez kvalitetne komunikacije jednostavno nije moguće ostvariti rukovodne funkcije: utvrditi i provesti ciljeve, izraditi planove, organizirati ljude i druge potrebne resurse, odabrati kadrove i brinuti o njihovom razvitku, voditi, motivirati i stvarati pozitivnu klimu te objektivno vrednovati postignuća pojedinaca i organizacije u cjelini. Komunikacijski proces uključuje pošiljatelja poruke, prijenos poruke kroz izabrani kanal i primatelja. Komunikacijski proces započinje s pošiljateljem koji ima zamisao ili ideju koju, kodiranu na primatelju razumljiv način, prenosi kanalom koji ih povezuje (telefonom, telefaksom, računalom). Komunikacija nije ostvarena dok je primatelj ne primi i shvati u cijelosti, tj. dok nije postignuto razumijevanje.[6]

Sudjelovanje u radu skupština nije jednostavan posao i zahtijeva poznavanje zadružnih načela po kojima se odvija ukupan rad i život u zadruzi, posebice načela dobrovoljnosti i demokratičnosti. Odlučivanje po principu jedan zadrugar jedan glas pripada direktnoj demokraciji, pri čemu se moda dobro poznavati predmet, svrha odlučivanja o nekom problemu, proceduru dolaženja do odluke, način vođenja rasprave, uvažavanje mišljenja drugog, toleranciji, preuzimanje odgovornosti za donesenu odluku. Zadrugar koji ne poznaje sam sustav, osnove zadrugarstva, osnovna pravila i financijska načela, što je to poduzetništvo, kako se upravlja u zadruzi, principe poslovnog komuniciranja, osnove informatičke tehnologije i mogućnost primjene, zaštite na radu – teško može sa svojim suradnicima, zadrugarima ostvarivati zadružna načela, odnosno ravnopravno sudjelovati u tržišnom natjecanju.[7]

Zbog toga je važno da se zadruga stalno informira, da obrazuje svoje zaposlenike, te da održavaju sastanke.

[6] Managerski stilovi, http://www.poslovniforum.hr/management/stil.asp
[7] Edukacija zadrugara, http://www.zadruge.hr/~hrzadrug/images/stories/nova_zadruga/36.pdf

5. ZAKLJUČAK

Udruživanjem u zadruge, naveliko može pomoći malim poljoprivrednicima da zajednički plasiraju svoje proizvode te poboljšaju kvalitetu istih, da prošire proizvodnju te izađu na veće tržište, da se informiraju i unaprijede svoja poslovanja.

Na osnovu teorijskog dijela i empirijskog istraživanja Poljoprivredne zadruge Ćelije preporuke za daljnji razvoj odnose se najprije na proizvodnju novih kultura, prilikom kojeg će privući nove zadrugare i kupce. Uvelike bi im pomogla i izrada web stranice jer kao što je već spomenuto danas je važno biti online, jer web stranica promovira proizvode i usluge 24 sata i 7 dana u tjednu te smanjuje troškove marketinga. Komunikacija među zadrugarima i sastanci su iznimno važni, jer se tako može doći do novih zamisli i ideja kako bi unaprijedili zadrugu, riješili eventualne probleme koji nastaju. Zbog toga je važno i obrazovanje zadrugara jer on mora poznavati osnove zadrugarstva, načela, pravila i zakone, kako upravljati zadrugom i kako napredovati. Zbog toga je Mataga (2009.) i napisao: *„Raditi u zadruzi značilo je biti stalno na brisanom prostoru, u vrtlogu različitih problema koje morate rješavati. Morate neprestano raditi, učiti, kako biste to znanje mogli prenositi drugima. Nije dovoljno poznavati proizvodne, tehnološke probleme, nego i organizacijske, ekonomske-financijske, marketinške. Raditi u zadruzi znači stalno komunicirati s ljudima. Na kraju - krajeva, to je značilo brzo sazrijevati“*

6. LITERATURA

1. Mataga Ž. (1991): Poljoprivredno zadrugarstvo Hrvatske, Zagreb

2. Mataga Ž. (1995): Seljak i zadruga, Bjelovar

3. Mataga Ž. (2009): Etničke vrijednosti i gospodarski značaj zadrugarstva, Zagreb

4. Tratnik, M., Radinović S., Žutinić Đ. (2007.) Zadrugarstvo Hrvatske: Izazovi stabilnosti poljoprivrednih gospodarstava, Agronomski vlasnik (1), 63 – 76.

5. Borzaga C., Galera G., Promicanje razumijevanja zadruga u stvaranju boljeg svijeta, 2012.god, http://www.zadruge.hr/images/stories/EURICSE_reportVenice.pdf, Datum pristupa 29.kolovoza.2014.god.

6. Zakon o zadrugama, NN 34/11: http://www.zakon.hr/cms.htm?id=529, Datum pristupa 26.kolovoza.2014.god

7. 10 razloga zašto vam treba web stranica, http://www.radostim.hr/blog/77-10-razloga-zasto-vam-trebawebstranica Datum pristupa 7.rujna.2014.god

8. Što je to SWOT analiza?, 25.kolovoza.2012.god http://www.eu-projekti.info/sto-je-swot-analiza. Datum pristupa 7.rujna.2014.god

9. Managerski stilovi, http://www.poslovniforum.hr/management/stil.asp Datum pristupa 6.rujna.2014.god

10. Bolić, J., (2013): Uspostavljanje obrazovanja u zadružnom sustavu. Nova zadruga br.36: str 6-8 http://www.zadruge.hr/~hrzadrug/images/stories/nova_zadruga/36.pdf . Datum pristupa 7.rujna.2014.god.

7. SAŽETAK

U ovom radu je obrađena definicija zadrugarstva, kako su se zadružna načela mijenjala tokom godina, kakav ekonomski utjecaj ima zadruga i što je potrebno da bi se uspješno organizirala. Nadalje, analizirana je Poljoprivredna zadruga Ćelije, iz čijih se podataka može iščitati da ima veliki prostor za napredak, ali da bi do toga došlo, trebala bi više prisvojiti zadružna načela: dragovoljno i otvoreno članstvo, nadzor poslovanja od strane članova, gospodarsko sudjelovanje članova zadruge i raspodjela, samostalnost i neovisnost, obrazovanje, stručno usavršavanje i informiranje članova zadruge, suradnja među zadrugama i briga za zajednicu.

Ključne riječi: zadruga, zadružna načela, poljoprivredno zadrugarstvo

8. SUMMARY

In this work are processed definition of cooperatives, how are the cooperative principles changed over the years, how has the economic impact of cooperatives and what it takes to successfully organized. Furthermore, by analyzing the data of Agricultural Cooperative Ćelije can be inferred that there is considerable space for improvement, but for this to happen it would have to more appropriate cooperative principles: voluntary and open membership, supervision of operations by members, economic participation of cooperative members and distribution, autonomy and independence, education, training and information to members of the cooperative, cooperation among cooperatives and concern for community.

Keywords: cooperatives, cooperative principles, agricultural cooperatives

9. PRILOG

UPITNIK

ZADRUGARSTVO

1. PODACI O ISPITANIKU

1.1. Godina rođenja 1961

1.2. Status ispitanika

(a) upravitelj

b) član nadzornog odbora

c) zadrugar

d) drugo VLASNIK

1.3. Jeste li osnivač zadruge

(a) da

b) ne

1.4. Stupanj obrazovanja SSS

1.5. Bračni status OŽENJEN

1.6. Broj djece u obitelji DVOJE

2. OPĆI PODACI O ZADRUZI

2.1. Naziv zadruge PZ ĆELIJE

2.2. Godina početka poslovanja zadruge 2002

2.3. Broj zaposlenih u zadruzi

Na početku poslovanja 1

Sada 5

2.4. Broj zadrugara

Na početku poslovanja 1

Sada 7

2.5. Broj kooperanata

Na početku poslovanja 5

Sada 25

2.6. Vrsta djelatnosti zadruge

ⓐ proizvodno-prerađivačka

b) nabavo-prodajna

c) USLUGE

2.7. Da li je Vaša zadruga evidentirana u HZS?

ⓐ da

b) ne

2.8. Kakve koristi ima Vaša zadruga od HZS?

NIŠTA

3. SADAŠNJE POSLOVANJE

TRŽIŠTE

3.1. Tko su Vaši kupci

fizičke osobe 75 %

pravne osobe 25 %

3.2. Da li se broj Vaših kupaca povećava?

ⓐ da

b) ne

3.3. Da li poznajete potrebe svojih kupaca?

ⓐ da

b) ne

3.4. Kako dobivate povratne informacije od svojih kupaca? Kako znate da li su zadovoljni Vašom uslugom?

DUGOGODIŠNJA SURADNJA

3.5. Tko su Vaši dobavljači?

RAZNI

3.6. Da li ste zadovoljni radom dobavljača?

ⓐ da

b) ne

3.7. Tko je Vaša konkurencija?

LOKALNE ZADRUGE

3.8. Koje tržište opslužujete?

ⓐ lokalno

b) regionalno

c) državno

3.9. Koliki je Vaš udio na tržištu? 1 %

MARKETING

3.10. Koji su Vaši proizvodi odnosno usluge?

PROIZVODNJA I USLUŽNE DJELATNOSTI

3.11. Po čemu se razlikujete od Vaše konkurencije?

PO KVALITETI USLIGE

3.12. Da li ste se i na koji način do sada oglašavali?

NE

3.14. Da li istražujete tržište, ako DA, na koji je to način?

NE

3.15. Po Vašem mišljenju za koliko % se povećala kvaliteta Vaše usluge od osnivanja zadruge? 100 %

3.16. Da li se koristite Internetom u Vašem poslovanju? DA Imate li web stranicu? NE

3.17. Da li imate stručne osobe zaposlene isključivo na promocijskim aktivnostima i odnosima s javnošću? NE

PROIZVOD/USLUGE

3.18. Koliko je po Vašem mišljenju iskorišten u Vašoj zadruzi?

ljudski rad 20 %

oprema/tehnologija 80 %

3.19. Da li postoji „prazan hod“, ako DA, koliko? 20 %

3.20. Što je po Vašem mišljenju najkvalitetnije što nudi Vaša Zadruga?

USLUGE

3.21. Što je u Vašoj zadruzi „glavni proizvod/usluga“?

REPA, VAĐENJE REPE

3.22. Što su, ako ih imate „dodatni proizvodi ili usluge?

VRŠIDBE, TRANSPORTI

3.23. U strukturi troškova u ponudi Vaših proizvoda/usluga koji je najznačajniji?

ODRŽAVANJE STROJEVA

ORGANIZACIJSKA STRUKTURA

3.24. Da li organizacijska struktura odgovara pravilima zadruge?

DA

3.25. Na koji rok birate upravitelja zadruge?

DVIJE GODINE

3.26. Imate li više lokacija u zadruzi, ako DA, koliko? NE

3.27. Da li održavate sastanke, ako DA koliko često i koliko traju? NE

3.28. Kakve su obrazovne strukture članovi zadruge?

VSS 1

SSS 4

3.29. Radite li u timu? DA

3.30. Smatrate li članove zadruge zadovoljnim (sa svojim radnim mjestom, dohotkom i slično)? Navedite.

ⓐ da

b) ne

3.31. Na temelju čega se može postati član Vaše zadruge?

KVALITETE

FINANCIJE

3.32. Način vođenja financija u Vašoj zadruzi je:

ⓐ interni

b) eksterni

3.33. Opišite strukturu početnog kapitala kada ste započeli poslovanje

osobna sredstva zadrugara 10 %

bankovni krediti 80%

državna sredstva 10%

drugo __%

3.34. Procijenite prosječni mjesečni promet Vaše zadruge u kunama?

100 000,00 KN

3.35. Da li ste završili prošlu godinu s dobiti? DA

4. STRATEGIJA, VIZIJA I PLANOVI ZADRUGE

4.1. Koje su Vaše ideje za razvoj sadašnjih proizvoda/usluga?

ULAGANJE U INFASTRUKUTURU I STROJEVE

4.2. Koje su Vaše ideje za razvoj novih poljoprivrednih proizvoda/usluga?

PROIZVODNJA NOVIH KULTURA

4.3. Koji su bili Vaši osobni motivi za uključivanje u zadrugu?

PROFIT

4.4. Da li ste zadovoljni s postignutim i sadašnjim opsegom poslovanja?

ⓐ da

b) ne

4.5. Gdje sebe vidite u budućnosti (za 5 – 10 godina)? TU GDJE JESAM

4.6. Gdje vidite Vašu zadrugu za 5- 10 godina? TU GDJE JESAM

10. POPIS TABLICA

Tablica 1. Broj zaposlenih/zadrugara/kooperanata 2002. god. i 2014.god. 10

Tablica 2. SWOT analiza Poljoprivredne zadruge Ćelije 14

11. POPIS SLIKA

Slika 1. Web stranica Poljoprivredne zadruge Jankovci 17

12. POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Postotak kupaca 11

Grafikon 2. Odnos ljudskog rada i opreme/tehnologije 12

Grafikon 3. Struktura početnog kapitala 13

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

Sveučilište J.J. Strossmayera

Poljoprivredni fakultet u Osijeku

Završni rad

PERSPEKTIVNI RAZVOJ POLJOPRIVREDNE ZADRUGE ĆELIJE

PROSPECTS DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL COOPERATIVES ČEIJE

Štefica Duvnjak

Sažetak:

U ovom radu je obrađena definicija zadrugarstva, kako su se zadružna načela mijenjala tokom godina, kakav ekonomski utjecaj ima zadruga i što je potrebno da bi se uspješno organizirala. Nadalje, analizirana je Poljoprivredna zadruga Ćelije, iz čijih se podataka može iščitati da ima veliki prostor za napredak, ali da bi do toga došlo, trebala bi više prisvojiti zadružna načela: dragovoljno i otvoreno članstvo, nadzor poslovanja od strane članova, gospodarsko sudjelovanje članova zadruge i raspodjela, samostalnost i neovisnost, obrazovanje, stručno usavršavanje i informiranje članova zadruge, suradnja među zadrugama i briga za zajednicu.

Ključne riječi: zadruga, zadružna načela, poljoprivredno zadrugarstvo

Summary:

In this work are processed definition of cooperatives, how are the cooperative principles changed over the years, how has the economic impact of cooperatives and what it takes to successfully organized. Furthermore, by analyzing the data of Agricultural Cooperative Ćelije can be inferred that there is considerable space for improvement, but for this to happen it would have to more appropriate cooperative principles: voluntary and open membership, supervision of operations by members, economic participation of cooperative members and distribution, autonomy and independence, education, training and information to members of the cooperative, cooperation among cooperatives and concern for community.

Keywords: cooperatives, cooperative principles, agricultural cooperatives

Datum obrane: 18.rujna 2014.god.