

Društveno odgovorno poslovanje i lokalna zajednica

Cvitan, Magdalena

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:866603>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-10**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

ZAVRŠNI RAD
**DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE I LOKALNA
ZAJEDNICA**

Mentor:

Prof. dr. sc. Maja Fredotović

Student:

Magdalena Cvitan

SADRŽAJ:

1. UVOD	1
1.1. Definiranje problema	1
1.2. Cilj rada	1
1.3. Metode istraživanja	1
1.4. Struktura rada	1
2. KONCEPT DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA	3
2.1. Definiranje koncepta društveno odgovornog poslovanja	3
2.2. Društveno odgovorno poslovanje u kontekstu marina	5
3. TRIBUNJ, GLAVNE ZNAČAJKE I LOKALNA ZAJEDNICA	7
3.1. Glavne značajke općine Tribunj	7
3.2. Lokalna zajednica općine Tribunj	11
4. PODUZEĆE X I PROVOĐENJE DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA	15
4.1. Poslovanje poduzeća X	15
4.2. Društveno odgovorno poslovanje kao dio poslovne strategije poduzeća X	19
4. ISTRAŽIVANJE STAVOVA STANOVNIKA TRIBUNJA U ODNOSU NA AKTIVNOSTI PODUZEĆA X	24
4.1. Ciljevi i hipoteze istraživanja	24
4.2. Analiza uzorka	24
4.3. Analiza rezultata	25
6. KRITIČKI OSVRT	32
7. ZAKLJUČAK	34
LITERATURA	35
ANKETNI UPITNIK	37
SAŽETAK	40
SUMMARY	40
POPIS TABLICA I GRAFIČKIH PRIKAZA	41

1. UVOD

1.1. Definiranje problema

Društveno odgovorno poslovanje (DOP) važan je kriterij vrednovanja svakog poduzeća u kontekstu održivog razvoja. Ovaj koncept posebno dolazi do izražaja kod poslovanja multinacionalnih kompanija u malim, tradicionalnim, lokalnim sredinama. Stoga je važno istražiti načine na koje kompanije mogu doprinijeti razvoju lokalne zajednice i njenoj održivosti.

1.2. Cilj rada

Cilj rada je ispitati kako veliki poslovni subjekti stvarno primjenjuju počela DOP-a u odnosu na lokalnu zajednicu, kako njene napore doživljava lokalno stanovništvo, te da li bi se, i na koji način, aktivnosti kompanije mogle unaprijediti u cilju bolje kvalitete života i zadovoljstva stanovnika.

1.3. Metode istraživanja

U prvoj fazi rada provodi se istraživanje za stolom, gdje se proučava koncept DOP-a, kao i dostupne informacije o misiji i poslovanju marine u Tribunju odnosno njenim aktivnostima usmjerenim na lokalnu zajednicu. U drugoj fazi rada ispituju se stavovi stanovnika Tribunja metodom ankete, koja se u narednoj fazi rada analizira te se u konačnici donose preporuke za daljnje poslovanje. U svim fazama rada koriste se metode analize i sinteze, indukcije i dedukcije, usporedna metoda i metoda kompilacije. U istraživanju se također koristi anketa kao metoda prikupljanja primarnih podataka, te statističke metode obrade podataka.

1.4. Struktura rada

Završni rad je podijeljen na sedam tematskih cjelina. U prvom dijelu definira se problem i predmet istraživanja, navodi se cilj istraživanja te objašnjava struktura rada. U drugom dijelu definira se koncept društveno odgovornog poslovanja. Treći dio pobliže objašnjava glavne značajke općine Tribun i njegove lokalne zajednice. Četvrti dio odnosi se na analizu provođenja DOP-a u poduzeću X. Istraživanje stavova stanovnika Tribunja u odnosu na aktivnosti marine prikazano je u petom dijelu te uključuje metodu i

proces anketiranja, opis uzorka i prikaz rezultata. Šesti dio predstavlja kritički osvrt provedene ankete, dok se u sedmom dijelu prikazuju zaključna razmatranja. Kao dodatak, na kraju rada se nalazi popis literature, korišteni anketni upitnik, sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku te popis prikazanih tablica i grafičkih prikaza.

2. KONCEPT DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA

2.1. Definiranje koncepta društveno odgovornog poslovanja

Društveno odgovorno poslovanje koncept je koji se odnosi na praksu poslovanja koja u obzir uzima utjecaj organizacija na društvo i okolinu. Dakle, pod ovim konceptom podrazumijeva se da kompanije, osim stvaranja profita, imaju i odgovornost prema ljudima, zajednici i planeti na kojoj posluju. DOP obuhvaća niz različitih aktivnosti koje utječu na ostvarivanje ekološke održivosti, etičkih poslovnih standarda, odnosa sa zaposlenicima, suradnju sa zajednicom i doprinos društvu u cjelini. Pri tom je ključni cilj DOP-a postizanje ravnoteže između ekonomskih, socijalnih i ekoloških ciljeva.

Prema Hopkinsu (2005) koncept društveno odgovornog poslovanja definira se kao "pažnja s kojom se na etičan i društveno odgovoran način odnosimo prema interesno-utjecajnim skupinama koje se nalaze izvan, ali i unutar organizacije. Cilj društvene odgovornosti je da uz očuvanje profitabilnosti istovremeno omogućiti stvaranje visokih standarda života za interesno-utjecajne skupine izvan i unutar poduzeća." Općenito, poslovanje se može podijeliti na sektore i industrije, dok se organizacija može podijeliti na specifične odjele i funkcije. Ono što je zajedničko svim navedenim podjelama je da neovisno o tome kojem sektoru u nacionalnoj ekonomiji ili odjelu u poduzeću pripadaju, sve navedeno ostvaruje interakciju s okolinom razmjenjujući materijalne i nematerijalne vrijednosti. Stoga se područja primjene društveno odgovornog poslovanja ne promatraju u vidu klasifikacije poslovanja, već kroz prizmu odnosa i razmjene koju ostvaruju svojim postojanjem. Iz navedenog se može zaključiti kako se područja primjene društvene odgovornosti odnose na interesno utjecajne skupine (Hubak, 2010).

Vrdoljak Raguž i Hazdovac (2014) kod definiranja društveno odgovornog poslovanja, naglasak stavljaju na dobrovoljan karakter ovog koncepta definirajući ga kao: „koncept poslovanja u kojem poduzeća dobrovoljno i bez ikakve zakonske prisile nastoje uskladiti svoje poslovanje s potrebama društva u najširem mogućem smislu. Stoga se pojam i praksa društvene odgovornosti poduzeća odnose na cjelokupni raspon njegova djelovanja. Što poduzeće proizvodi, na koji način proizvodi, koje resurse upotrebljava, kako kupuje, kako prodaje, kako utječe na okoliš, kako zapošljava, kako se odnosi prema zaposlenicima, na koji ih način osposobljava za rad, kakvi su radni uvjeti, kako ulaže u društvenu zajednicu te poštuje li ljudska i radna prava samo su neka od pitanja koja određuju ukupni utjecaj tog poduzeća na društvo.“

Prema Kotler i Lee (2009) društveno odgovorno poslovanje koncept je poslovanja koji podrazumijeva da gospodarski subjekti integriraju brigu o društvu i okolišu u poslovanje poduzeća. Slijeđenje koncepta označava ispunjavanje zakonskih obveza uz istovremeno investiranje u ljudski kapital, okoliš i odnose

s dionicima. Na taj način poslovni rezultati, u vidu ostvarenog profita, prestaju biti jedino mjerilo vrednovanja uspješnog poslovanja.

Razvoj predstavljenog koncepta veže se uz multinacionalne kompanije koje su zbog svog negativnog utjecaja na okoliš i diskutabilnog odnosa prema zaposlenicima bile izložene brojnim kritikama. Zbog orijentacije isključivo na profil, multinacionalne kompanije zanemarile su potrebe prirode i društva što je izazvalo negodovanje javnosti. Takva (ne)odgovornost multinacionalnih tvrtki izazvala je potrebu za sustavom poslovanja koji će biti na korist svim pripadnicima društva. Pojava koncepta DOP-a veže se uz 60-e i 70-e godine prošlog stoljeća, a budući da se pokazala uspješnom s vremenom ju je prihvatio sve veći broj poduzeća.

Trend društveno odgovornog poslovanja posebno se njeguje u okvirima Europske Unije, koja ulaže napore u cilju prihvaćanja ovog koncepta u svim državama članicama, budući da se društveno odgovorno poslovanje smatra važnim sredstvom za ostvarivanje ciljeva Unije. Iako je potrebno uložiti još mnogo truda u promoviranje i prihvaćanje poslovanja u duhu predstavljenog koncepta, isti se u posljednjih pedeset godina razvio iz relativno nepoznatog pojma u svakidašnji termin kojemu se sve više teži.

Početak razvoj koncepta DOP-a veže se uz filantropiju, želju promicanja dobrobiti drugih ljudi najčešće u vidu velikodušnih novčanih donacija u humanitarne svrhe. Ovakvu praksu započeli su Bill Gates, vlasnik Microsofta, i Ted Turner, vlasnik CNN-a, izdvajajući određeni dio svog profita za dobrotvorne svrhe. Daljnjem razvoju koncepta pridružile su se velike kompanije donirajući sredstva za projekte i ustanove. Ovakav oblik DOP-a se i danas najviše primjenjuje te obuhvaća donacije obrazovnim ustanovama, volonterske akcije zaposlenika na korist lokalne zajednice, sponzorstva kulturnih i sportskih društava, i sl. Opisano poslovanje ujedno i doprinosi povećanju komercijalne vrijednosti poslovanja i poboljšanju ugleda kompanije.

S vremenom su se razvili i pristupi, koji DOP uvrštavaju u dio poslovne strategije poduzeća. Ovakav pristup prvenstveno je usmjeren na zaštitu ugleda poduzeća, nastojeći poduzeće držati što dalje od kompromitirajućih situacija koje bi u pitanje dovele ugled samog poduzeća. Nadalje, pojedina poduzeća DOP ugrađuju u dugoročnu strategiju poslovanja, budući da isto može biti iznimno korisno za poslovanje organizacije. Navedeno uključuje poseban sustav menadžmenta usmjeren na razvoj i implementaciju društveno odgovornog poslovanja.

Osim moralnih razloga postoje i ekonomski motivi primjene koncepta DOP-a, zbog čega sve veći broj organizacija prepoznaje važnost društvene odgovornosti i uključuje DOP u svoje poslovne strategije. Društveno odgovorne kompanije često imaju bolji imidž, privlače stalne potrošače, talentirane zaposlenike i imaju pristup povoljnijim izvorima financiranja.

Odgovorne kompanije ulažu napore u smanjenje negativnog utjecaja svog poslovanja na okolinu. Pri tom, navedeno može uključivati implementaciju mjera zaštite životne sredine, smanjenje emisija stakleničkih plinova, održivo upravljanje resursima, recikliranje i smanjenje otpada. DOP ujedno podrazumijeva i poštivanje ljudskih prava, eliminaciju diskriminacije, garanciju sigurnih uvjeta rada, kao i ulaganje u razvoj i dobrobit zaposlenika.

Na osnovu predstavljenog koncepta, društveno odgovorno poduzeće može se definirati kao „gospodarski subjekt koji ujednačeno vodi računa o svom ekonomskom, društvenom i okolišnom utjecaju. Investira u tehnologije koja ne zagađuje okoliš (vodu, zemljište, zrak), ulaže u edukaciju zaposlenika, bolje radne uvjete (zdravlje i sigurnost) i izgradnju dobrih odnosa sa zaposlenicima i sigurno doprinosi postizanju konkurentne prednosti i veće produktivnosti“ (Tolušić, Dumančić i Bogdan, 2014). U okviru koncepta društveno odgovornog poslovanja, poduzeća su se morala prilagoditi novim vrijednostima. Te tako uz brigu o zadovoljavanju novih potreba i želja potrošača i ostvarivanje profita, poduzeća moraju voditi računa i općim potrebama društvene zajednice.

2.2. Društveno odgovorno poslovanje u kontekstu marina

Društveno odgovorno poslovanje u kontekstu marina odnosi se na praksu održivog upravljanja i poslovanja marina, uzimajući u obzir njen utjecaj na životnu sredinu, lokalnu zajednicu i društvo u cjelini. Ključni aspekti DOP-a koji se odnose na marine su sljedeći:

- Ekološka održivost - društveno odgovorna marina teži smanjenju svog negativnog utjecaja na okolinu. Navedeno uključuje primjenu mjera zaštite životne sredine poput efikasnog upravljanja otpadom, recikliranja, smanjenja emisije stakleničkih plinova, zaštitu morskog ekosistema i očuvanje biološke raznolikosti.
- Energetska efikasnost – provođenjem mjera energetske efikasnosti marine mogu utjecati na smanjenje potrošnje energije. Isto može uključivati korištenje obnovljivih izvora energije, ugradnju energetske efikasne osvjjetljenja i grijanja, kao i promoviranje svijesti o potrošnji energije među korisnicima marine.
- Sigurnost i zaštita - društveno odgovorne marine vode računa o sigurnosti korisnika i osoblja. Isto podrazumijeva osiguravanje infrastrukturnih uvjeta, poput kvalitetnih pontona, odgovarajuće signalizacije, protupožarnih mjera i hitne evakuacije. Također, uključuje brigu o zaštiti od prirodnih nepogoda i osiguravanju da njihove građevine i operacije ne ugrožavaju sigurnost lokalne zajednice.

- Odnos sa lokalnom zajednicom - društveno odgovorne marine trebaju stremiti ka ostvarivanju pozitivnog utjecaja na lokalnu zajednicu. Isto uključuje pružanje mogućnosti zapošljavanja lokalnim radnicima, podršku lokalnim dobavljačima, uključivanje u lokalne projekte i inicijative, kao i doprinos društvenom razvoju zajednice kroz sponzorstva, donacije i volontiranje.
- Podizanje svijesti o važnosti ekološke održivosti - marine mogu imati ključnu ulogu u podizanju svijesti o očuvanju morskog okruženja i ekološkim pitanjima među korisnicima, zaposlenicima i lokalnom zajednicom. Organiziranjem edukativnih programa, seminara, radionica ili prikupljanjem sredstava za lokalne organizacije za zaštitu životne okoline, mogu biti dio inicijativa društveno odgovorne marine.

3. TRIBUNJ, GLAVNE ZNAČAJKE I LOKALNA ZAJEDNICA

3.1. Glavne značajke općine Tribunj

Općina Tribunj turističko je mjesto u Šibensko-kninskoj županiji, na istoku Općina graniči s gradom Vodicama, na zapadu s općinom Tisno, a od središta Županije, Šibenika, udaljena je oko 17 kilometara. Status općine Tribunj je dobio 2006. godine, kada je izdvojen iz grada Vodica i postao samostalnom jedinicom lokalne samouprave. Tribunj je dobro povezan sa svim dijelovima Hrvatske te samim tim i s emitivnim tržištima, budući da je od najbližeg ulaza/izlaza na autocestu udaljen svega 12 kilometara. Zavaljujući centralnoj pozicije u Županiji i dobre povezanosti sa Šibenikom i okolnim mjestima, gostima Tribunja su jednostavno i lako dostupne sve turističke atrakcije i u širem okruženju. Prema službenim podacima Državnog zavoda za statistiku (DZS), prema posljednjem popisu stanovništva iz 2021. godine u Općini živi 1.594 stanovnika, što je neznatno više u odnosu na podatke iz 2011. kada je tu živjelo 1.536 stanovnika. Uzme li se u obzir da se broj stanovnik u Republici Hrvatskoj između dva popisa smanjio za 9,64%, a u samoj Šibensko-kninskoj županiji za 11,88%, i ova mala pozitivna promjena broja stanovnika u Tribunju svijetla je točka hrvatske demografske slike. Gustoća naseljenosti u Tribunju prema podacima iz 2021. godine iznosi 107,5 stanovnika na km², na osnovu navedenog Tribunj je najgušće naseljena općinu u cijeloj Županiji, dok neznatno veću gustoću ima samo područje grada Šibenika. Odnos skupina mladog (18,62%) i starog (19,7%) stanovništva je nepovoljniji u usporedbi sa Šibensko-kninskom županijom (19,8% mladog i 13,2% starog); udio skupine zrelog stanovništva (61,65%) nešto niži u usporedbi sa Šibensko-kninskom županijom (64% zrelog stanovništva) u cjelini. Prosječna starost od 46,8 godina veća je nego u RH (44,3) te nešto viša od županijske (44,6). Indeks starenja 190,5 daleko je viši nego za RH (156,2) i viši od županijskog (159,8). Koeficijent starosti stanovništva od 36,6 viši je u odnosu na RH (29,9) i viši od županijskog (31,2) što ukazuje na nepovoljnu starosnu strukturu.

Posebnost Tribunja predstavlja njegov geografski položaj i podijeljenost na urbani kopneni dio i poluotočnu povijesnu jezgru. U sastav Općine ulaze i četiri nenaseljena otočića: Logorun, Lukovnik, Prišnjak i Sovljak. Općinu obilježava ambijentalnost zbijenih starih kuća i uskih ulica u njegovoj staroj jezgri na poluotočiću. Slikovitost Tribunja utjecala je na razvoj različitih turističkih proizvoda, od klasičnog 'sunca i mora', nautičkog turizma, različitih oblika kulturnog turizma, ponajviše manifestacija, do gastronomskog turizma i aktivnog odmora.

Povijesno gledano, Tribunj ima dugu tradiciju koja seže još u antičko doba. Tijekom godina, grad se razvijao kao ribarsko naselje, a danas je poznat po marini, koja je jedna od najvećih i najljepših u cijeloj Hrvatskoj. Marina Tribunj može primiti više od 300 brodova, a opremljena je svim potrebnim sadržajima

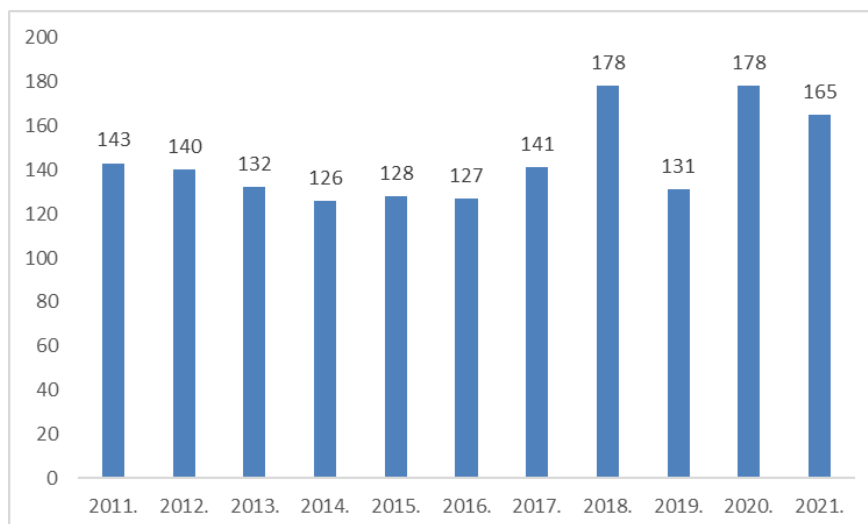
za nautičare. Ukupno gledajući, Tribunj je turističko mjesto koje nudi bogatu povijest, prirodne ljepote, nautički turizam i razne druge sadržaje za posjetitelje.

Upravo zbog svog položaja uz more i razvijene turističke infrastrukture, sezonska zaposlenost u turizmu je važan izvor prihoda za mnoge ljude u Tribunju i okolici. Za vrijeme turističke sezone, brojni hoteli, restorani, kafići i trgovine su otvoreni i traže sezonske radnike za poslove poput konobara, kuhara, recepcionara, sobarica, čistačica, prodavača i slično. Dodatno, turistička sezona istovremeno stvara i potražnju za dodatnim uslugama poput prijevoza, turističkih vodiča, animatora i sl. No, za vrijeme zimskih mjeseci broj otvorenih radnih mjesta je ograničen. U tom periodu, mogućnosti zapošljavanja su uglavnom u poljoprivrednom sektoru, građevinskoj industriji i maloprodaji. Uzimajući u obzir da je Tribunj malo mjesto, mogućnosti za pronalaskom stalnog posla u struci su ograničene. Stoga je tržište rada u Tribunju uvelike ovisno o turizmu i sezonskoj zaposlenosti, te broj radnih mjesta varira ovisno o sezoni.

Na grafičkom prikazu 1. prikazan je broj zaposlenih u pravnim osobama u općini Tribunj za desetogodišnje razdoblje. Tijekom prikazanog razdoblja, broj zaposlenih u pravnim osobama nije značajno varirao i bio je na razini od svega 10%.

Grafički prikaz 1.

Broj zaposlenih u pravnim osobama u općini Tribunj za razdoblje od 2011. do 2021.



Izvor: Izrada autora, prema Gradovi u statistici, <https://data.gov.hr/ckan/dataset/statistika-u-nizu-gradovi-u-statistici>

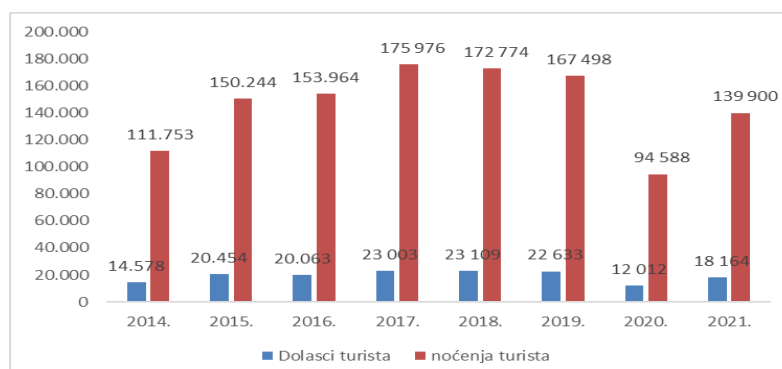
Obrazovna struktura stanovnika Tribunja prilagodila se potražnji za radnom snagom u Tribunju te udio stanovništva starijeg od 15 godina, s nezavršenom osnovnom školom ili bez naobrazbe iznosi 17,4%, Dok udio stanovništva s visokim obrazovanjem iznosi svega 10,4%, što je znatno ispod prosjeka za Republiku Hrvatsku (16,4%). Iako je većina poslova sezonskog karaktera i često ne zahtijeva visoko obrazovanje, za neke specijalizirane poslove poput menadžmenta u turizmu, marketinga, arhitekture i sl., potrebna je visoka razina obrazovanja. U svakom slučaju, obrazovanje i zaposlenost su dvije važne teme koje su međusobno povezane te koje zajedno oblikuju ekonomiju i društvo u Tribunju. Promjenom jednog predstavljenih faktora moguće je značajno utjecati na promjenu drugog i tako značajno promijeniti i ponudu i potražnju poslova u Tribunju.

Kao što je prethodno naglašeno, turizam je jedna od najvažnijih gospodarskih grana u općini Tribunj. Stanovništvo većinu prihoda ostvaruje na osnovu turizma bilo da su zaposleni u turizmu, obavljaju samostalnu djelatnost ili se bave iznajmljivanjem smještajnih kapaciteta. Turistički promet uglavnom je ograničen na ljetnu sezonu te je jasno da je u interesu Općine da sezona traje što duže te da turistička ponuda bude na zadovoljavajućem nivou kako bi privukla što više posjetitelja.

Broj dolazaka i noćenja gostiju na području općine Tribunj vidljiv je iz grafičkog prikaza 2. Prema podacima DZS, broj ostvarenih dolazaka turista 2021. iznosio je 18 164, dok je broj noćenja iznosio 139 900. Pandemija korona virusa značajno je utjecala na dolaske i noćenja u Općini, zbog čega su rezultati za 2020. lošiji od prosjeka. No, pozitivno je da je velik porast i dolazaka i noćenja vidljiv već sljedeće godine usprkos trajanju strogih mjera uslijed pandemije. Tijekom promatranog razdoblja prosječna dužina boravka turista u Tribunju iznosila je visokih 7 dana. Preko 90% noćenja ostvareno je u privatnim smještajnim kapacitetima, koji ujedno čine čak 94% ukupnih postelja u kapacitetima općine Tribunj, koje čine 2.969 ležaja.

Grafički prikaz 2.

Dolasci i noćenja turista na području općine Tribunj, za razdoblje od 2014. do 2021.

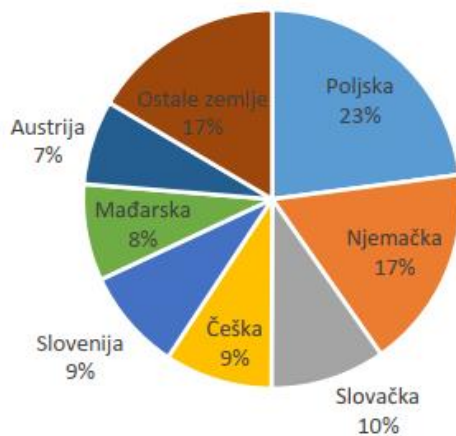


Izvor: Izrada autora prema Gradovi u statistici, <https://data.gov.hr/ckan/dataset/statistika-u-nizu-gradovi-u-statistici>

Kada je riječ o omjeru domaćih i stranih gostiju, brojke idu u prilog stranoj klijenteli. Tako je u 2019. godini udio stranih gostiju iznosio visokih 85%, što implicira da na domaće goste otpada svega 15%. Ovaj odnos se nije značajnije promijenio čak ni za vrijeme trajanja pandemija, kada je u 2020. godini udio domaćih turista porastao na svega 23%. Što se tiče strukture stranih gostiju, u 2019. godini najzastupljeniji su bili gosti iz Poljske (23%), potom Njemačke (17%), Slovačke (10%), Češke (9%), Slovenije (9%), Mađarske (8%) i Austrije (7%) što je vidljivo i iz grafičkog prikaza 3.

Grafički prikaz 3.

Noćenja stranih gostiju prema zemljama porijekla, 2019. godina



Izvor: eVisitor, <https://www.evisitor.hr/info/hr-HR/>

Za razvoj turističkog sektora Općine odgovorni su dionici iz javnog sektora, Turistička zajednica općine Tribunj i Općina Tribunj te dionici privatnog sektora, marina Tribunj, hotelijeri, privatni iznajmljivači, ugostitelji, vlasnici kampova, turističkih agencija i udruge. Također, stanovništvo Tribunja i okolice ima ključnu ulogu u ukupnom destinacijskom menadžmentu zbog odnosa gost-domaćin, kao i zbog odnosa i stava prema turističkom razvoju.

Boranić-Živoder i Klarić (2020) definirali su viziju turističkog razvoja za Općinu: „Tribunj je ‘mala’ ali zaokružena i sadržajna destinacija tipičnog dalmatinskog ugođaja. Prepoznata po utrci magaraca i ribarskoj tradiciji svoju poziciju učvrstila je dodajući baštini elemente suvremenosti, kroz zaštitu, ekologiju i odgovornost.“

Na osnovu predstavljene vizije Boranić-Živoder i Klarić(2020) definirani su sljedeće ciljeve turističkog razvoja i marketinga:

1. Povećanje broja turističkih dolazaka i noćenja izvan glavne ljetne sezone.

2. Podizanje uređenosti i atraktivnosti destinacije.
3. Podizanje kvalitete smještajnih objekata i smanjenje sezonalnosti.
4. Podizanje kvalitete turističkih proizvoda na temeljima održivog razvoja turizma.
5. Podizanje prepoznatljivosti destinacije Tribunj na turističkom tržištu.

Budući turistički razvoj temeljit će se na upravljanju prostorom i kontinuiranom uređenju destinacije, kao i čuvanjem i prezentacijom kulturno povijesne baštine. Također, posebna pažnja posvetiti će se upravljanju kvalitetom destinacijske ponude što će otvoriti put prema održivosti razvoja turističke destinacije i njenoj konkurentnosti na tržištu, uz zadovoljavanje društvenih potreba i očuvanje resursa. Nadalje, povezivanjem i sklapanjem partnerstva Općina će nastojati stvoriti inovativnu destinacijsku ponudu. Zahvaljujući bogatoj tradiciji, posebno ribarstvu i utrka magaraca, ovo malo mjesto ima jedinstvenu priliku istaknuti se između brojnih drugih atraktivnih turističkih destinacija.

3.2. Lokalna zajednica općine Tribunj

Lokalna zajednica predstavlja grupu ljudi koja živi ili djeluje na određenom geografskom području, obično na razini grada, sela ili četvrti. Ista obično dijeli zajedničke interese, ciljeve i vrijednosti te zajedničkim snagama rješava ključna pitanja za zajednicu. To se najčešće odnosi na unaprjeđenje kvalitete života, očuvanje okoliša, razvoj infrastrukture, poticanje razvoja kulture i umjetnosti, pružanje socijalne podrške i podršku svim sličnim aktivnostima čiji je cilj promicanje dobrobiti zajednice. Zajednica može imati različite oblike organizacija, uključujući vjerske zajednice, građanske udruge, sportske klubove i ostale organizacije koje okupljaju ljude na lokalnoj razini.

Lokalna zajednica Tribunja uključuje stanovnike Tribunja i okolnih naselja. Ova zajednica ima svoje vlastite upravne organe i institucije koje se brinu o potrebama stanovnika. Neki od glavnih aspekata lokalne zajednice uključuju sljedeće:

- Turizam – glavna gospodarska grana u općini Tribunj, ujedno i primarni izvor prihoda za općinu i stanovnike. U cilju zajednice je promocija turizma i produženje turističke sezone u svrhu ostvarivanja što većeg iznosa prihoda zbog čega se kontinuirano ulaže u razvoj hotela, privatnog smještaja, ugostiteljskih objekata i razvoja različitih aktivnosti.
- Ribarstvo – ova aktivnost ima velik značaj za lokalnu ekonomiju i kulturnu baštinu. Ribarstvo u Tribunju ima dugu tradiciju te je važan dio lokalne gastronomske ponude.
- Kulturne manifestacije – održavaju se tijekom cijele godine, no najzastupljenije su u periodu trajanja turističke sezone u sklopu programa Tribunjsko ljeto. Isto uključuje brojne koncerte,

izložbe, tradicionalne igre i druge kulturne događaje koji doprinose očuvanju lokalne tradicije i kreiraju zanimljiv sadržaj za stanovnike i posjetitelje.

- Sport i rekreacija – zajednica Tribunja podržava sportske aktivnosti i rekreaciju održavajući sportske terene, staze za trčanje, biciklističke rute i različite aktivnosti na vodi poput ronjenja i jedrenja. Ovakav tip aktivnosti istovremeno promiče zdrav način života i potiče zajedništvo među stanovnicima.
- Infrastruktura i usluge – lokalna zajednica zaslužna je za funkcioniranje osnovnih usluga poput vodoopskrbe, odvodnje, zbrinjavanja otpada i javne rasvjete. Također, ista vodi brigu o održavanju javnih površina i zelenih područja koja su na raspolaganju lokalnom stanovništvu.

U tablici 1 prikazane su atrakcije općine Tribunj koje se razlikuju po tipu i važnosti. Na osnovu iste može se zaključiti kako općina Tribunj obiluje prirodnim atrakcijama i kulturnom baštinom. Posebno se ističe utočište magaraca na otoku Logorun koje ima međunarodni značaj. Projektu „Otok Logorun – edukacijski centar dalmatinskog magarca“ jedinstven je za područje cijele Republike Hrvatske. Cilj projekta je razviti nukleus dalmatinskog magarca, koji je izvorna i zaštićena pasmina magaraca u Hrvatskoj. Osim zaštite ugrožene vrste životinja, projekt je namijenjen i edukacija studenata iz zemlje i inozemstva na samoj lokaciji na otoku Logorunu, terapijskom jahanju te socijalizaciji s mladunčadi magaraca primarno za djecu s poteškoćama ili smetnjama u razvoju, ali i za sve druge. Vjerske manifestacije prvenstveno su lokalnog značaja, dok Mediteranska biciklističke ruta ima čak međunarodan značaj. Folklorna manifestacija nacionalnog značaja, Tradicionalna utrka magaraca, i gastronomska manifestacija regionalnog značaja, Ribarska noć, detaljnije će se obraditi u nastavku zbog iznimnog doprinosa zbližavanju lokalne zajednice i atraktivnosti.

Tablica 1.

Turističke atrakcije općine Tribunj, tip i važnost atrakcije

Naziv atrakcije	Tip atrakcije	Važnost
Obalni pojas	prirodna - obala	lokalna
Brdo Kamena (Telengrad 192 m)	prirodna - uzvišenje	lokalna
Utočište magaraca otok Logorun	prirodna - otok	međunarodna
Kulturno-povijesna cjelina naselja Tribunj na otočiću	kulturna - zaštićena povijesna cjelina	nacionalna
Crkva sv. Nikole	kulturna - sakralna baština	regionalna
Crkva Pohoda Blažene Djevice Marije	kulturna - sakralna baština	lokalna
Stara župna crkva	kulturna - sakralna baština	lokalna
Crkva Velike Gospe (samo oltar pod preventivnom zaštitom)	kulturna - sakralna baština	lokalna
Kapelica Sv. Roka s vidikovcem	kulturna - sakralna baština	lokalna
Kuća Ferara	kulturna - profana baština	lokalna
Kuća s gotičkim prozorom	kulturna - profana baština	lokalna
Kameni most koji otočić povezuje s kopnom	kulturna - infrastrukturna baština	lokalna
plaža Zaglava	prirodna plaža	lokalna
plaža Logorun	prirodna plaža	lokalna
plaža Bristak	uređena plaža	lokalna
plaža Zamalin	uređena plaža	regionalna
plaža Sovlje	uređena plaža	lokalna
plaža Podvrh	uređena plaža	lokalna
marina Tribunj	marina	regionalna
obalna šetnica Zamalin - Bristak	šetnica	lokalna
obalna šetnica Sovlja - Zamalin	šetnica	regionalna
Biciklistička ruta EuroVelo 8 Mediterska ruta	biciklistička ruta	međunarodna
5 lokalnih biciklističkih ruta	biciklističke rute	lokalna
Tradicionalna utrka magaraca	folklorna manifestacija	nacionalna
Ribarska noć	gastronomska manifestacija	regionalna
Blagdan Gospina Uznesenja	vjerska manifestacija	lokalna
Blagdan Sv. Nikole i Dan Općine	vjerska manifestacija	lokalna

Izvor: Boranić-Živoder, S. i Klarić, Z. (2020). Strategija razvoja turizma općine Tribunj za razdoblje 2021.-2026.

Tijekom ljetnog razdoblja održavaju se dvije velike fešte u Tribunju, koje su okosnica ljetne zabave i kulturne ponude. Ribarska noć održava se krajem srpnja te je zamišljena kao promocija mediteranskog ribarskog načina života. Ovo je jedinstvena prilika za doživljaj autentične atmosfera ribarskog naselja, upoznavanje lokalnih ribara i njihova načinu života. Ista posjetiteljima približava bogatu ribarsku tradiciju te omogućava kušanje morskih specijaliteta i uživanje u tradicionalnom ambijentu. Program započinje mimohodom brodova lokalne ribarske flote, koja plovi između otoka Prvića i otočića Sovljaka. Za dodatnu atraktivnost manifestacije uvelike je zaslužna i velika bakljada za vrijeme plovidbe. Gastronomska ponuda uključuje specijalitete od svježe ulovljene ribe i plodova mora. Osim hrane,

događaj je upotpunjen i glazbeno- zabavnim programom do dugo u noć. Manifestacija svake godine privuče tisuće posjetitelja, a odaziv i zabavni program unaprjeđuju se iz godine u godinu.

Prve nedjelje u mjesecu kolovozu održava se Tradicionalna utrka magaraca, istom se veliča magarac kao vrijedna i autohtona životinja koja je u prošlosti imala neizmjeran značaj za lokalno stanovništvo. Ideja o održavanju trka datira iz 1952. godine, kada su tribunjski studenti odlučili organizirati trku magaraca za vrijeme ljetnih praznika. Događaj je s vremenom postao neizostavan, te se utrke tradicionalno održavaju svake godine te privlače velik broj domaćih i inozemnih posjetitelja. Organizaciju utrke vodi udruga Hrvatski tovar koja kontinuirano skrbi o magarcima. Utrka sa odvija na stazi oko starog sela, za vrijeme utrke natjecatelji su obučeni u narodnu nošnju. Pobjedu odnosi onaj tko prvi dođe do cilja, što sa tvrdoglavim magarcima nikada nije jednostavno. Naravno, nakon proglašenja pobjednika večer se nastavlja uz glazbeno-zabavni program. Zahvaljujući jedinstvenosti i smiješnosti ova manifestacija postala je nezaobilaznom atrakcijom za sve veći broj turista i domaćih ljudi. Također, ista je izvanredan primjer očuvanja i promociju lokalne kulture i tradicije.

Kulturna i zabavna događanja u Tribunju organizira Općina i Turistička zajednica uz pomoć kulturnih udruga i društva na području Tribunja. Zahvaljujući njihovoj trudi posjetitelji Tribunja mogu uživati u raznolikom programu koji uključuje koncerte klasične i zabavne glazbe kao i umjetničke izložbe i poetske večeri u prostoru Kulturne udruge "Tribunj" u staroj jezgri na poluotoku te koncerte klapa i ljetno kino koji se održavaju na ljetnoj pozornici.

4. PODUZEĆE X I PROVOĐENJE DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA

4.1. Poslovanje poduzeća X

Nakon okončanja predstečajne nagodbe poduzeće X ušlo je u međunarodnu korporaciju, čiji je vlasnik investicijski fond. Investicijski je putem svoje tvrtke kupio većinski udjel u iznosu od 60 posto, i to od zagrebačkog odvjetnika, koji je nakon predstečajne nagodbe odobrene u svibnju 2020. otkupio većinski udjel u tvrtki. Preostalih 40 posto udjela u vlasništvu ostalo je zagrebačkoj odvjetnici. Investitor je na ovaj način preuzeo poslovanje tvrtke u Hrvatskoj, Grčkoj, i Ujedinjenim Arapskim Emiratima. Poduzeće X upravlja poslovanjem 15 marina u Hrvatskoj, Crnoj Gori, Grčkoj, Turskoj i Ujedinjenim Arapskim Emiratima, s ukupno 7150 vezova. Poduzeće u Tribunjima četvrta je destinacija u hrvatskom klasteru i 15. lokacija u rastućem portfelju ekskluzivnih nautičkih destinacija na Sredozemlju i u Ujedinjenim Arapskim Emiratima. Rasprostranjenost poslovanja vidljiva je na grafičkom prikazu 4.

Grafički prikaz 4.

Prikaz lokacija poslovanja međunarodne korporacije na karti.



Izvor: Službena stranica D-Marin, <https://www.d-marin.com/en/Poduzeće X/>

Poduzeće X na raspolaganju ima 220 morskih vezova i 50 suhih vezova za servis i održavanje. Osim toga, u poduzeću X dostupan je priključak za vodu, priključak za struju, sanitarni čvor, praonica, besplatan pristup bežičnom internetu, parkiralište i osoblje koje je dostupno 24 sata dnevno. Od tehničkih usluga na raspolaganju je korištenje benzinske crpke, usluge servisiranja plovila, smještaj u dobro opremljenim sobama i apartmanima, bankomat, mjenjačnica, organizirani prijevoz od zračne

luke i natrag, koordiniranje usluga dostavljača i autotaksi prijevoza, pomoć u komunikaciji s carinskom upravom i lučkom kapetanijom. Dodatno cijeli prostor je pod nadzorom i pokriven nadzornim kamerama što jamči osjećaj sigurnosti za korisnike. Iz navedenog se može zaključiti kako poduzeće X osigurava baš sve što bi nautičarima moglo zatrebati na jednom mjestu, a izgled samog poduzeća vidljiv je iz grafičkog prikaza 5.

Grafički prikaz 5.

Poduzeće X



Izvor: Službene stranice Yachts Croatia, <https://www.yachtscroatia.hr/d-marin/>

Poduzeće X ima dobro opremljene vezove koji su prilagođeni različitim vrstama plovila. U marini su dostupni vezovi za plovila do 25 metara dužine, te su također dostupni vezovi za mega jahte do maksimalno 45 metara duljine. Za mega jahte, poduzeće X ima posebne vezove koji su opremljeni s dodatnom opremom poput dodatnih električnih priključaka. Također, postoje vezovi za manja plovila poput glisera, gumenjaka i jedrilica. Općenito, poduzeće X ima dobro opremljene vezove koji su prilagođeni različitim potrebama nautičara. Struja na gatovima je osigurana putem novih pametnih strujnih stupova. Ovi pametni strujni stupovi pružaju ne samo struju već i druge funkcionalnosti za korisnike, uključujući mogućnost praćenja potrošnje energije, postavljanje alarma i kontrolu putem mobilnih aplikacija. Također, isti su prilagođeni različitim vrstama plovila, omogućavajući sigurnu i praktičnu opskrbu energijom za korisnike.

Širenje hrvatskog portfelja lanca najavljena je i strategija investitora. Investitor je usmjeren na širenje portfelja na strateškim lokacijama na Mediteranu i šire što će omogućiti tvrtki da se služi širom bazom kupaca te da poveća svoje prihode. Akviziciju poduzeća X, glavni izvršni direktor je prokomentirao na sljedeći način: „Raduje nas što je poduzeće X postalo dio mreže naše grupe. Poduzeće X posjeduje sve što jednom nautičaru može zatrebati: sjajne sadržaje i izvrsnu uslugu koju osigurava iskusan tim marine, a sve to na lokaciji koja nautičarima jamči najbolje iskustvo plovidbe. Riječ je o našoj četvrtoj investiciji u hrvatski turistički sektor i vjerujemo kako će odlična cestovna i zračna povezanost omogućiti putovanja čak i u najizazovnijim vremenima, a takav pristup, uz vrhunske destinacije, kreira vrlo privlačnu ponudu za naše goste“.

Organizacijsko usmjerenje na kojem poduzeće temelji svoje poslovanje je sljedeće:

- Vizija - postati vodeća marina na Mediteranu prema standardima kvalitete usluga, zaštite okoliša i sigurnosti, te postati uzorom u turističkoj industriji.
- Misija - pružanje vrhunske usluge svojim gostima i osiguranje njihove potpune sigurnosti u svim segmentima nautičkog turizma.
- Ciljevi – osigurati siguran i ugodan boravak svim gostima u marini, pružiti vrhunske usluge održavanja plovila i sve potrebne tehničke podrške, uspostaviti dugoročne odnose sa svojim gostima i partnerima te postići visok nivo zadovoljstva njihovih potreba i očekivanja, snažno se angažirati u održivom razvoju i zaštiti okoliša te postati uzor u tom području, neprestano unaprjeđivati infrastrukturu i kvalitetu usluge kako bi se osiguralo dugoročno poslovanje marine i postigao status vodeće marine na Mediteranu.

Međunarodna korporacija ima nekoliko prilika da postigne svoje ciljeve te da postane vodeći operater na Mediteranu i šire, uključujući iskorištavanje svoje strateške lokacije, ulaganje u inovacije i tehnologiju, zadovoljavanje rastuće potražnje za personaliziranim iskustvima, promicanje održivosti i odgovornosti prema okolišu te izgradnja snažnih partnerstava i suradnji. Društvena odgovornost i poslovna etika su izuzetno važne vrijednosti za ovu međunarodnu korporaciju. Poduzeće X se trudi biti u skladu sa zakonskim propisima i standardima te podržava održivi razvoj i zaštitu okoliša.

U poduzeću X orijentacija je na klijente vlasnike brodova, entuzijaste vodenih sportova i putnike koji traže visokokvalitetna iskustva u marini. Uz to rečeno, uvijek istražuju prilike za proširenje baze klijenata te dosezanje novih tržišta. Predani su širenju prisutnosti na Mediteranu i izvan njega te se fokusiraju na pružanje iznimne usluge i iskustva klijentima bez obzira na njihovo podrijetlo ili interese.

Glavni način komuniciranja s potencijalnim klijentima je digitalan. Poduzeće X koristi biltene, društvene mreže i ciljane oglase. Dodatno, sudjeluje na međunarodnim sajmovima nautike kao što su: Cannes, Monaco i Genova gdje se susreću s potencijalnim kupcima licem u lice. Također, poduzeće X radi na

stvaranju različitih komunikacijskih planova kako bi dosegla svoju B2G, B2B i B2C¹ ciljanu publiku. U svrhu ostvarivanja vizije, globalnu marketinšku strategiju prilagođava specifičnim potrebama svake regije.

Najveća prijetnja ostvarenju ciljeva ogleda se u ulasku novih konkurenata na tržište, globalnoj gospodarskoj krizi i političkim krizama, zakonskim regulativama, neadekvatnoj turističkoj ponudi te nepristupačnim izvorima financiranja.

Kao što je ranije istaknuto, primarna orijentacija je na vrhunske nautičare koji cijene kvalitetu usluge i žele uživati u mirnom i sigurnom okruženju. Dakle ciljani korisnici usluga su bogata klijentela koja preferira luksuzniji pristup nautici. Upravo takva publika ima mogućnosti za iznajmljivanje luksuznih plovila, želju za jedrenjem i uživanjem u ljepotama Jadrana te cijeni kvalitetne marine koje im pružaju sve potrebne sadržaje i usluge. Klijenti imaju priliku uživati u luksuznim pogodnostima, poput VIP usluga, vrhunskim restoranima i raznim drugim aktivnostima na moru. Poduzeće X je dizajnirano tako da odgovara visokim standardima klijenata, s brojnim mjestima za privez, širokim prolazima, modernom opremom za sigurno sidrenje i drugim pogodnostima koje su važne za klijente s visokim očekivanjima. S obzirom na fokus na klijente srednje i visoke klase, zadovoljeni su visoki standardi u poslovanju s gostima. Zaposlenici su vrhunski stručnjaci u nautičkoj industriji, obučeni za pružanje najbolje usluge, te su uvijek dostupni i spremni pomoći klijentima. Filozofija poslovanja je usmjerena na izgradnju dugoročnih odnosa s klijentima, što podrazumijeva transparentnost, poštenje i profesionalnost u svim poslovnim transakcijama.

Organizacija poslova i zadataka u poduzeću X provodi se na način da su odgovornosti jasno definirane i raspoređene među zaposlenicima. Postoji hijerarhijska struktura, gdje menadžment postavlja ciljeve i prati njihovo ostvarenje, dok su operativni zadaci delegirani pojedinim timovima ili pojedincima. Poduzeće X ima različite odjele, kao što su uprava, recepcija, tehnički odjel, sigurnost, čišćenje, restorani itd. Svaki odjel ima svoje zadatke i nadležnosti, a međusobna suradnja između odjela je ključna za uspješno poslovanje. Također, poduzeće X koristi modernu tehnologiju i softverske alate za praćenje i organizaciju poslova. Na primjer, koriste se računalni programi za evidenciju gostiju, naplate, upravljanje vezovima, te softveri za komunikaciju s gostima i upravljanje marketinškim kampanjama.

¹ B2G (Business to Government) - poslovni model koji se odnosi na interakciju između privatnih tvrtki i vladinih organizacija.

B2B (Business-to-Business) - model poslovanja u kojem tvrtke uspostavljaju poslovne odnose i transakcije s drugim tvrtkama umjesto s krajnjim potrošačima.

B2C (Business-to-Consumer) - model poslovanja u kojem tvrtke prodaju proizvode, usluge ili rješenja izravno krajnjim potrošačima.

Cilj organizacije poslova u marini je pružiti gostima kvalitetnu uslugu i osigurati učinkovito poslovanje poduzeća X, te poboljšati zadovoljstvo gostiju kako bi se osigurao kontinuirani rast i razvoj poslovanja.

Poduzeće X je obično najprometnije tijekom ljeta i turističke sezone, kada se u njemu nalazi velik broj plovila i posjetitelja. Sezona obično počinje u svibnju ili lipnju, ovisno o vremenskim uvjetima, a završava u listopadu ili studenom. S druge strane, cjelogodišnji karakter poslovanja podrazumijeva da one ostaju otvorene i dostupne tijekom cijele godine. U ovom slučaju, se radi o marini koja se nalazi u maloj i urbanoj sredini i koja je pogodna za život na brodu tijekom cijele godine. U cjelogodišnjoj marini posjetitelji mogu uživati u svim pogodnostima i uslugama, uključujući i trgovine, restorane, tečajeve jedrenja i druge aktivnosti. Ukratko, sezonski karakter marine ovisi o turističkoj sezoni i nudi razne usluge i događaje, dok cjelogodišnji karakter podrazumijeva otvorenost i dostupnost tijekom cijele godine, čime pruža mogućnost života na brodu i pristup svim pogodnostima marine.

Potreba za sezonskim radnicima u poduzeću X javlja se tijekom ljetne sezone kada dolazi veliki broj gostiju. Kako bi se osigurala visoka razina usluge, potrebno je imati dovoljan broj kvalificiranih djelatnika koji će se brinuti o zadovoljstvu gostiju i održavanju visokih standarda. Dodatno, sezonski radnici omogućavaju bolju raspodjelu posla među djelatnicima tijekom sezone te olakšavaju rad stalno zaposlenih djelatnika, što pridonosi učinkovitosti i produktivnosti poslovanja. Stoga je potrebno planirati i organizirati zapošljavanje sezonskih radnika kako bi se osigurala optimalna razina usluge i zadovoljstvo gostiju te povećao profit tijekom ljetne sezone.

Dodatno, ističu kako postoji mogućnost ulaganja u nove usluge i sadržaje. Poduzeće X redovito prati trendove i potrebe tržišta te ulaže u nove sadržaje i usluge kako bi se povećala vrijednost ponude i privukli novi gosti. U prošlosti su također proširili kapacitete marine dodavanjem novih vezova te su izgradili nove objekte poput modernog restorana, luksuznog hotela novih sadržaja za klijente. Planovi za budućnost uključuju daljnje ulaganje u infrastrukturu marine i proširenje ponude usluga.

3.4. Društveno odgovorno poslovanje kao dio poslovne strategije poduzeća X

Poduzeće X slijedi koncept društveno odgovornog poslovanja nastojeći promovirati održivost, poštovanje ljudskih prava i brigu za zajednicu. Putem svojih aktivnosti poduzeće X teži postići harmoniju između ekonomskog uspjeha i društvenih interesa, stvarajući vrijednost ne samo za sebe, već i za širu zajednicu.

Od samog početka poslovanja, međunarodna korporacija dodjeljuje financijska sredstva za različite programe, projekte, aktivnosti ili manifestacije kojima se ostvaruje općedruštvena korist. Poduzeće X

pruža podršku lokalnim projektima u Hrvatskoj, podržava potrebe lokalnih zajednica te poštuje i uključuje se u lokalne kulture i tradicije u regijama u kojima posluje. Prioritetna područja za dodjelu financijskih sredstava su sljedeća:

- humanitarno djelovanje i unaprjeđenje kvalitete života – usmjerenost promicanju zdravlja ljudi, poboljšanju životnog standarda, pomoć starijim i nemoćnim osobama kao i oboljelim osobama te osobama s posebnim potrebama, podrška osobama s invaliditetom, zaštita prava socijalno ugroženih ili zapostavljenih pojedinaca te njihovo uključivanje u zajednicu, prevencija i sprečavanje nasilja među djecom i mladima, rad s djecom i mladima s invaliditetom i/ili posebnim potrebama;
- umjetnost, obrazovanje i znanost – poticanje umjetničkog stvaralaštva, kreativnosti te promoviranje znanstvenog napredovanja. Pružanje podrške pri organizaciji kulturnih i umjetničkih događanja za mlade i djecu te poticanje umjetnika, znanstvenika i različitih kulturnih programa, uključujući glazbu, scenske izvedbe, likovnu umjetnost i slične manifestacije. Asistencija pri organizaciji obrazovnih programa i edukativnih projekata usmjerenih prema mladima i djeci. Aktivno zalaganje za ljudska prava i ravnopravnost spolova te podrška znanstvenim istraživanjima i razvojnim projektima. Omogućavanje obuke građanima za učinkovitu uporabu informacijske i komunikacijske tehnologije.
- sport – podrška organizaciji sportskih aktivnosti za mlade i djecu te aktivno sudjelovanje u sportsko-edukacijskim događajima i manifestacijama. Posvećenost prevenciji svih oblika ovisnosti među mladima i djecom. Organiziranje izvannastavnih i izvanškolskih aktivnosti. Te podrška programima i projektima koji promiču tjelesnu kulturu.
- kultura – promicanje kulturno-umjetničkih aktivnosti, programa očuvanja nacionalne i lokalne kulturne baštine, podrška kod promoviranja hrvatske kulturne baštine u inozemstvu, osobito na međunarodnim manifestacijama;
- gospodarstvo – asistencija pri organizaciji i provođenju projekata, programa i manifestacija s ciljem povećanja konkurentnosti hrvatskog gospodarstva, promocije autohtonih proizvoda, hrvatskih poljoprivrednika i poduzetništva, podrška programima usmjerenih na poticanje i promociju dobre poslovne prakse i gospodarskog razvoja u lokalnoj i široj zajednici, poticanje inovativnosti i tehnološkog unaprjeđenja u gospodarstvu;
- ekologija i očuvanje okoliša – praćenje organizacije i realizacije inicijativa, projekata, akcija i događanja s fokusom na podizanje energetske efikasnosti, širenje ekološkog znanja i osvještavanje o potrebi zaštite okoliša. Pružanje podrške projektima koji za cilj imaju unaprjeđenje zaštite okoliša te inicijativa usmjerenih na očuvanje prirodnih resursa.

Postupak dodjele sredstava podrazumijeva raspisivanje javnog natječaja za dodjelu donacija i sponzorstva na mrežnim stranicama međunarodne korporacije te putem drugih odgovarajućih sredstava komunikacije. Na stranicama su dostupne upute za prijavitelje gdje se navode kriteriji za prijavu i sve ostale informacije vezane za rokove i dokumentaciju koju je potrebno priložiti zahtjevu. Dodjeljivanje sredstava temelji se na načelima: nepristranosti, izvrsnosti, kvalitete i koristi, nepostojanje sukoba interesa i odlučivanja u razumnom roku.

U tablici 2 prikazan je popis sufinanciranih projekata u 2022. godini na području Republike Hrvatske. Sredstva će biti iskorištena na području mjesta Tribunj, Hrvace, Sukošan, Obrovac, Prvić Šepurine, te u gradovima Zadar, Split, Vodice, Šibenik, Kaštela, Primošten, Omiš, Sinj i Vrlika. Sponzorirani događaji i projekti su raznoliki te obuhvaćaju sva predviđena područja financiranja. Konkretno na području općine Tribunj međunarodna korporacija sudjelovala je u financiranju 55. tradicionalnih Utrka magaraca, o kojima je ranije bilo riječ, doniravši sredstva Turističkoj zajednici Tribunj. Također, sredstva su dodijeljena i nogometnom klubu Mladost Tribunj kao podrška pomoć u organizaciji aktivnosti u sezoni 2021/2022.

Tablica 2.

Organizacije sponzorirane od strane međunarodne korporacije

PODNOŠITELJ PRIJAVE	NAZIV PROJEKTA	OPIS PROJEKTA	GRAD/ŽUPANIJA
TURISTIČKA ZAJEDNICA TRIBUNJ	55. tradicionalna Utrka magaraca	Tradicionalna lokalna manifestacija od 1956	Tribunj
KONCERTNI URED ZADAR	Svečano otvorenje 62. glazbenih večeri u Sv. Donatu	Jedna od nekoliko glazbenih manifestacija u Hrvatskoj s najdužom tradicijom, a jedina u Zadru gdje se mogu čuti svjetski poznati	Zadar
VESLAČKI KLUB ZADAR	Prvenstvo u veslanju - OŠ Grada Zadra	Razvoj i popularizacija veslanja u osnovnim školama	Zadar
TRIATLON KLUB ZADAR	Natjecateljska sezona 2022	Troškovi putovanja i registracije	Zadar
PANACEA D.O.O.	Tisak slikovnice "Optimist oko Zadra"	Slikovnica o maloj jedrilici klase optimist koja obilazi poznata mjesta u Zadru	Zadar
UDRUGA "DALMACIJA ZA ŽIVOT"	"Ti si naš dar"	Kupnja osnovnih potrepština za najugroženije članove SD županije	SDŽ-Split
EKOLOŠKA UDRUGA "ŠEPURINA"	Latinsko idro	Regata na tradicionalno latinsko idro	ŠKŽ-Vodice, Prvić Šepurine
JEDRILIČARSKI KLUB USKOK	Zadarska Koka 2022	Tradicionalna regata od 2005. godine	ŠKŽ-Vodice, Zadar Prvić Šepurine
OŠ BARTULA KAŠIĆA ZADAR	Ero s onoga svijeta - glazbena izvedba	, Prilagođena forma opere Ero s onoga svijeta u kojoj će sudjelovati 200 studenata u pojedinim dionicama izvedbe, marketinga, tehnike itd.	Zadar
DRUŠTVO MULTIPLE SKLEROZE SPLIT	Put do zdravlja	, Projekt koji za cilj ima promicanje zdravih stilova života, jačanje socijalnih vještina i općenito poboljšanje kvalitete života oboljelih od MS-a	Split
TOVAREČA MUŽIKA SALI	63. saljske užance	Tradicionalna saljska fešta	Zadar
GLAZBENA UDRUGA "ŠIBENSKI KONCERT"	25. Večeri dalmatinske šansone Šibenik 2022	Dva dana glazbenog festivala uz izravan prijenos HRT-a. Neki od najboljih hrvatskih izvođača, klapa, tekstopisaca i velikih orkestara	Šibenik
UDRUGA RODITELJA DJECE S POSEBNIM POTREBAMA "NAŠA DICA"	Škola svakodnevnih vještina kroz poludnevni boravak	Grupni i individualni rad s djecom i mladima s teškoćama u razvoju	SDŽ-Kaštela
BRATOVŠTINA SVETOG MARTINA	Rekonstrukcija vrata za staru uljaru	Uljara iz 1930. godine	ŠKŽ-Primošten
OBRAZOVNI CENTAR ZA DJECU S TEŠKOĆAMA U RAZVOJU	"Kreativnošću do ostvarenja osobnih potencijala"	Razvijanje osjećaja vlastite vrijednosti kroz razvoj proizvoda i promociju na javnim događanjima što doprinosi uključivanju ove ranjive skupine	Šibenik
UDRUGA "PRIJATELJ" OMIŠ	"Rastimo zajedno"	Poboljšanje kvalitete života djece s teškoćama u razvoju	SDŽ-Omiš
KAS CETINA ADVENTURE		Cetina Adventure utrka održava se jednom godišnje u Cetinskoj krajini. Utrka se sastoji od različitih disciplina i ima veliki promotivni karakter	SDŽ-Sinj, Vrljika, Hrvace
MEĐUNARODNI DJEČJI FESTIVAL ŠIBENIK	62. Međunarodni dječji festival Šibenik – Hrvatska	Najstariji festival posvećen dječjem stvaralaštvu koji ima punu potporu UNICEF-a i UNESCO-a, a pod pokroviteljstvom je Republike Hrvatske	Šibenik
DRUŠTVO OBOLJELIH OD MULTIPLE SKLEROZE ZADARSKE ŽUPANIJE	"Da, mogu!"	Nizom akcija obilježavanja Svjetskog dana MS-a	Zadar
DVD OPĆINE SUKOŠAN		Kupnja zaštitne odjeće, obuće i vatrogasne opreme	ZŽ, Općina Sukošan
VESLAČKI KLUB KRKA	Energetska obnova - zamjena postojeće rasvjete učinkovitim LED rasvjetom	Smanjenje troškova kluba za električnu energiju i kao doprinos smanjenju emisije stakleničkih plinova	Šibenik
PUČKA ŠKOLA OBROVAC, ZAVIČAJNI MUZEJ	Arheološka istraživanja na lokalitetu sv. Vida u Gornjem Karinu	Arheološka istraživanja	ZŽ, Obrovac
NK MLADOST TRIBUNJ	Podrška i pomoć u sportskim aktivnostima FK Mladost u sezoni 2021/2022		Tribunj
FG GRAFIKA	Knjiga: Stanislav Antić - Moje životno djelo	Razvoj WBC Zadar Plus	Zadar
ŽKK ZADAR PLUS	Razvoj WBC Zadar Plus	Škola košarke za djevojčice svih uzrasta, Općina Sukošan	Zadar
Udruga jedriličara ORC,	CRO ORC CUP	Pomoć i suradnja u organizaciji regata iz CRO ORC ciklusa	Šibenik
HC ZADAR 2013	Natjecanje u 1. rukometnoj ligi	Natjecanje u prvoj lizi za uzraste U11, U13, U15, U17	RH

Izvor: Izrada autora prema službenim podacima grupacije D-Marin

Poduzeće X aktivno se uključuje u društvene aktivnosti i inicijative na lokalnoj razini, podržava lokalne projekte i udruge te pomaže u razvoju turizma u regiji. U poslovanju marine Tribunj, važni su poštenje, transparentnost i kvaliteta usluge. Poduzeće X se trudi biti u službi svojih klijenata i gostiju, te im pružiti najbolju moguću uslugu i iskustvo. Također, naglasak je na uspostavljanju dugoročnih i održivih poslovnih odnosa sa partnerima i dobavljačima. Svi zaposlenici su educirani o poslovnoj etici i pridržavaju se najviših standarda u poslovanju. Ukupno gledajući, društvena odgovornost i poslovna etika su temeljni stupovi poslovanja poduzeća X.

4. ISTRAŽIVANJE STAVOVA STANOVNIKA TRIBUNJA U ODNOSU NA AKTIVNOSTI PODUZEĆA X

4.1. Ciljevi i hipoteze istraživanja

Empirijski dio rada obuhvaća istraživanje stavova stanovnika Tribunja u odnosu na aktivnosti poduzeća X. Pri tom je cilj ispitati zadovoljstvo i stavove mještana utjecajem marine na lokalnu zajednicu i istražiti na koje načine bi ista dodatno mogla doprinijeti daljnjem razvoju općine Tribunj. S obzirom na definirane ciljeve formilirane su sljedeće hipoteze:

H₁: Poslovanje poduzeća X doprinosi ekonomskom napretku lokalne zajednice.

H₂: Stanovnici Tribunja zadovoljni su mogućnošću zapošljavanja i uvjetima rada u poduzeću X.

H₃: Poslovanje poduzeća X u skladu je s konceptom društveno odgovornog poslovanja.

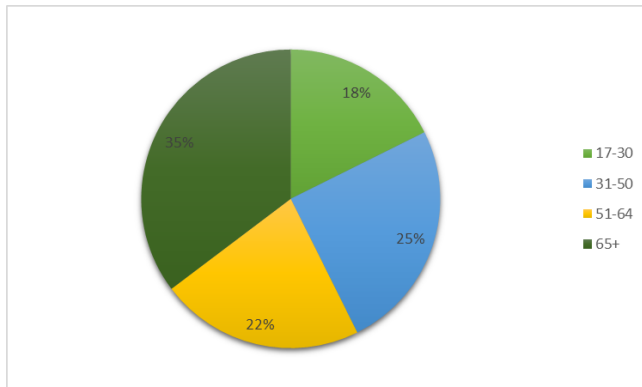
4.2. Analiza uzorka

Kao što je ranije navedeno, prema posljednjem službenom popisu u Tribunju ima 1594 stanovnika, od čega je 770 muškaraca i 824 žene. Ciljana skupina za ovog istraživanja su radno sposobne i umirovljene osobe koje čine 1358 stanovnika. U radnoj dobi (17-64) je 889 stanovnika, od čega je 427 muškaraca i 462 žena. Stanovništvo preko 65 godina čini 469 stanovnika, od toga su 220 muškaraca i 249 žena. Ispitanici su anketirani na frekventnim mjestima za ciljane skupine. Tako je starija populacija anketirana ispred Crkve Blažene Djevice Marije u Tribunju poslije svete mise 03.06.2023. Dok je radno sposobno stanovništvo anketirano ispred koktel bara Nautica, tijekom 5. i 6. lipnja 2023. u razdoblju od 10 do 16 sati.

Ispitanici su odabrani na temelju kvotnog uzorka te struktura ukupnog skupa odgovara strukturi uzorka. Istraživanje je provedeno na 5% ukupnog stanovništva stanovnika, odnosno 68 ispitanika. Od 66 ispitanika 24 su iz kategorije 65 i više godine (11 muškaraca i 13 žena), a 44 ispitanika su iz radno sposobne kategorije 17-64 (21 muškarca i 23 žena). Detaljnija dobna struktura ispitanika prikazana je na grafičkom prikazu 6, iz kojeg je vidljivo da je 18% ispitanika u dobi od 17 - 30, 25% ispitanika od 31-50, 22% od 51-65 i 35% od 65+ godina što je vidljivo iz grafičkog prikaza 6.

Grafički prikaz 6.

Prikaz dobne strukture ispitanika



Izvor: Izrada autora.

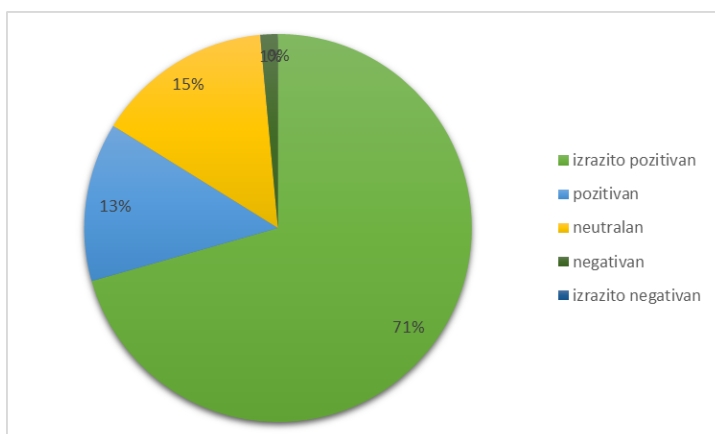
4.3. Analiza rezultata

Prva dva anketna pitanja definirala su dobno – spolnu strukturu ispitanika, a u nastavku će se interpretirati ostatak ankete koji pobliže objašnjava utjecaje marine Tribunj na lokalnu zajednicu.

Rezultati anketnog pitanja o ocjeni utjecaja poduzeća X na lokalnu zajednicu vidljivi su na grafičkom prikazu 7. Čak 71% ispitanika utjecaj poduzeća X ocjenjuje izrazito pozitivnim, dok ga 13% ispitanika ocjenjuje pozitivnim. Za 15% ispitanika utjecaj je neutralan, 10% utjecaj smatra negativnim, a nitko ga ne ocjenjuje izrazito negativnim.

Grafički prikaz 7

Anketno pitanje o utjecaju poduzeća X na lokalnu zajednicu.

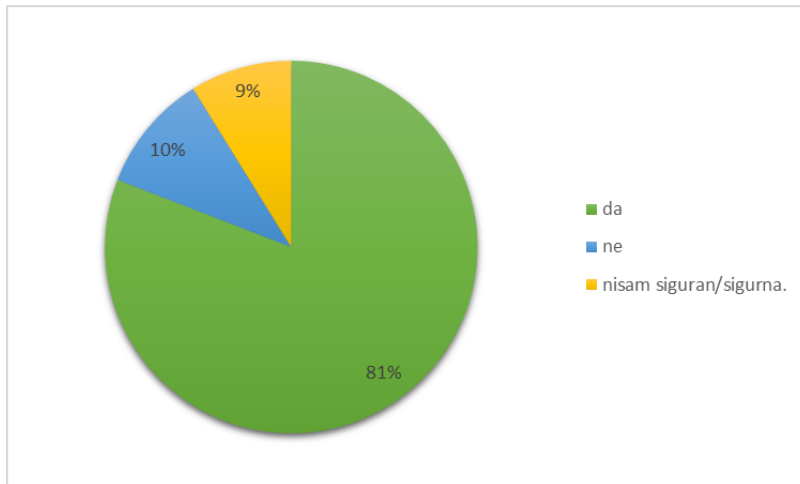


Izvor: Izrada autora.

Nadalje, 81% ispitanika smatra kako je Poduzeće X pridonijelo gospodarskom razvoju Općine. S druge, strane 10% ispitanika izjasnilo se kako taj utjecaj nije vidljiv te 9% kako nije sigurno.

Grafički prikaz 8

Anketno pitanje o utjecaju poduzeća X na gospodarski razvoj Općine.

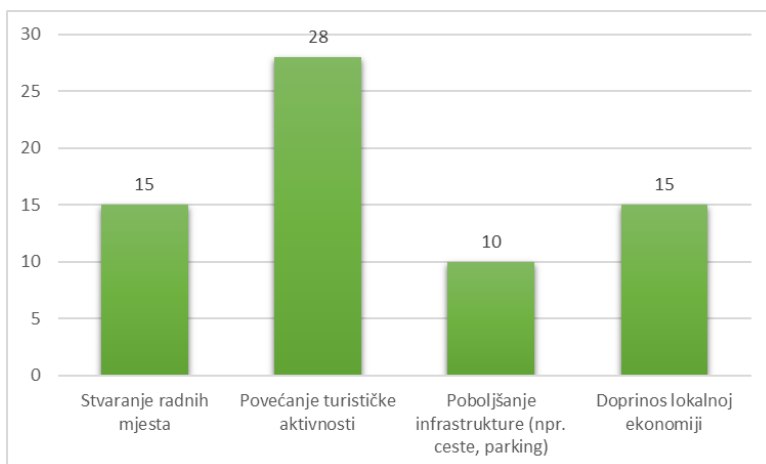


Izvor: Izrada autora.

Kao najveće prednosti koje poduzeće X pruža lokalnoj zajednici ispitanici su istakli povećanje turističke aktivnosti (28 glasova), stvaranje novih radnih mjesta (15 glasova), doprinos lokalnoj ekonomiji (15 glasova) i poboljšanje infrastrukture (10 glasova).

Grafički prikaz 9

Anketno pitanje o odabiru najvećih prednosti koje poduzeće X pruža lokalnoj zajednici.

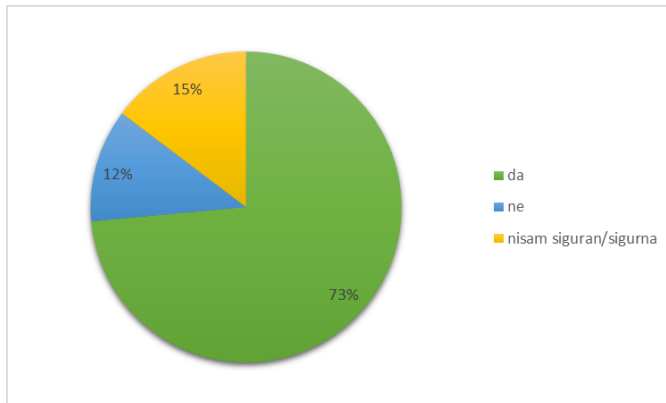


Izvor: Izrada autora.

Visokih 73% ispitanika smatra da je poduzeće X aktivno uključena u zajednicu (npr. putem sponzorstva, volontiranja). Samo 12% od ukupno ispitanih izjasnilo se da ne smatra da je isto aktivno uključena u lokalnu zajednicu, dok 15% nije sigurno.

Grafički prikaz 10

Anketno pitanje o uključenosti poduzeća X u zajednicu (npr. putem sponzorstva, volontiranja)

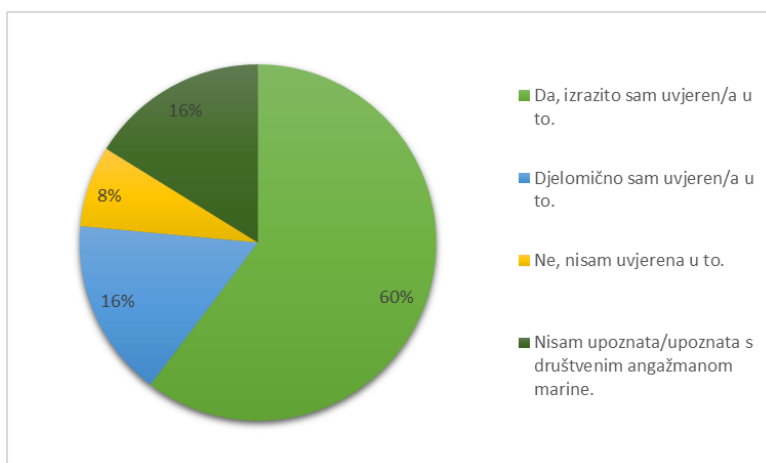


Izvor: Izrada autora.

Na pitanje o angažiranosti poduzeća X u društveno odgovornom poslovanju (npr. ekološke inicijative, podrška lokalnoj zajednici) 60% ispitanika izjasnilo se kako je izrazito uvjeren/a da je poduzeće X angažirana u DOP. Djelomično je uvjeren/a 16% ispitanika, dok 8% ne smatra da je poduzeće X angažirana po tom pitanju.

Grafički prikaz 11

Anketno pitanje o angažiranosti poduzeća X u društveno odgovorno poslovanje



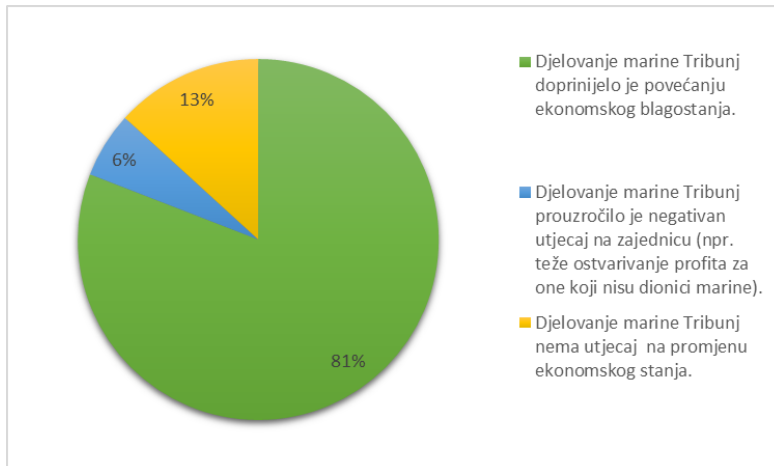
Izvor: Izrada autora.

Na pitanje o ekonomskom utjecaju poduzeća X na lokalnu zajednicu visokih 81% ispitanika izjasnilo se kako smatra da je djelovanje poduzeća X doprinijelo povećanju ekonomskog blagostanja. Nekolicina

od 13% smatra da je djelovanje poduzeća X dovelo do negativnog ekonomskog utjecaja na zajednicu, dok preostalih 13% smatra kako poduzeće X nema utjecaj na ekonomsko stanje.

Grafički prikaz 12

Anketno pitanje o ekonomskom utjecaju poduzeća X na lokalnu zajednicu.

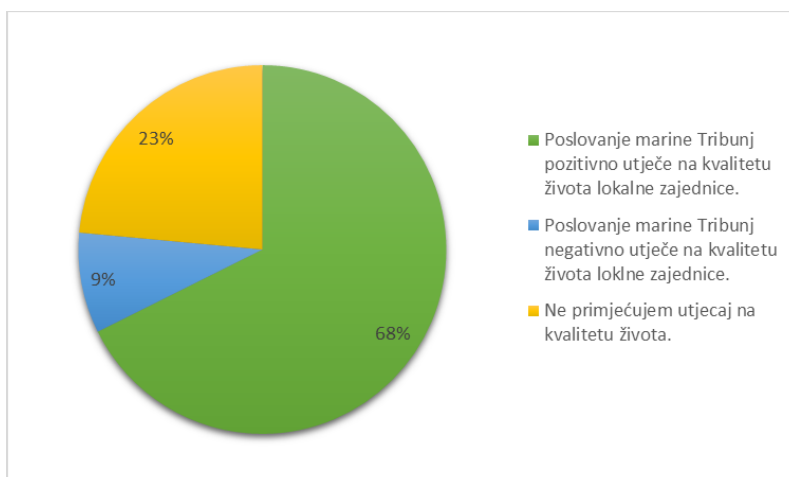


Izvor: Izrada autora.

Da poslovanje poduzeća X pozitivno utječe na kvalitetu života stanovnika Tribunja i okolice slaže se 68% ispitanika. Da je predstavljeni utjecaj negativan smatra svega 9%, dok se 23% ispitanika izjasnilo kako ne primjećuje utjecaj na kvalitetu života.

Grafički prikaz 13

Anketno pitanje o utjecaju poslovanja poduzeća X na kvalitetu života lokalne zajednice.

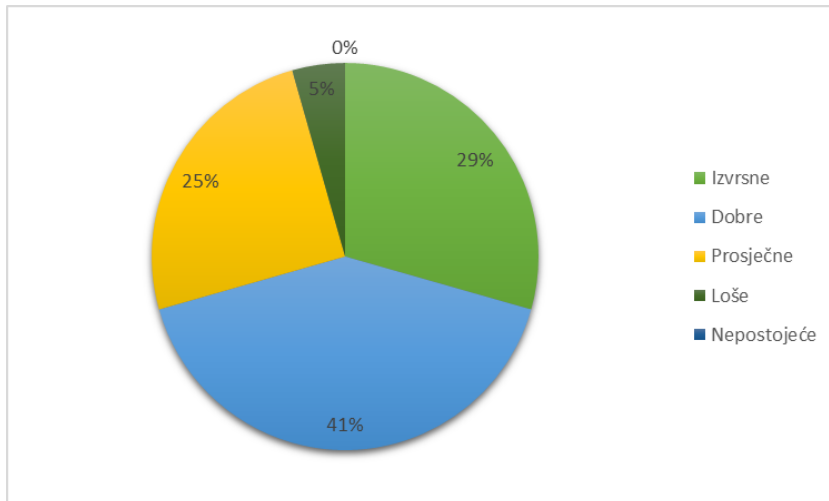


Izvor: Izrada autora.

Stavovi ispitanika se razlikuju kada je u pitanju mogućnost zapošljavanja u poduzeću X. Tako 29% mogućnosti zapošljavanja smatra izvrsnima, 41% dobrima, 25% prosječnima i 5% lošima.

Grafički prikaz 14

Anketno pitanje o ocjeni mogućnosti zapošljavanja u poduzeću X.

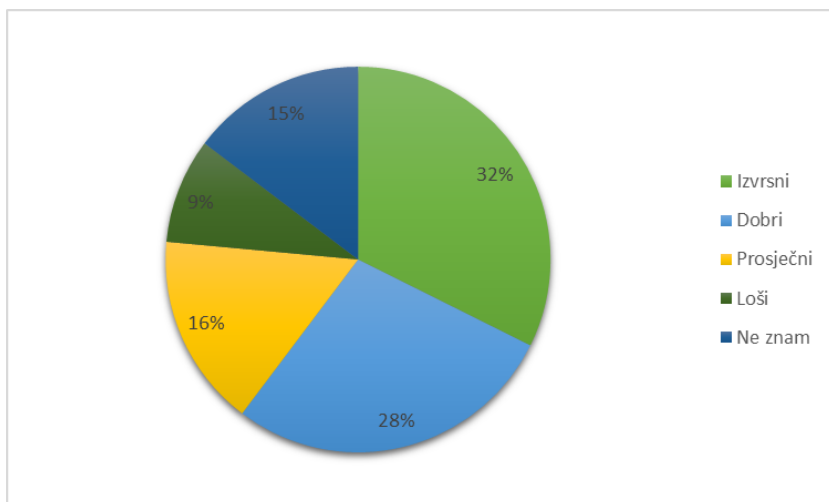


Izvor: Izrada autora.

Ispitanici su se izjasnili i po pitanju radnih uvjeta (npr. plaća, radno vrijeme, beneficije,...) u poduzeću X. Tako se 32% ispitanika slaže kako su isti izvrsni, 28% da su dobri, 16% da su prosječni, 9% da su loši te se 15% ispitanika izjasnilo da ne zna ništa o uvjetima rada.

Grafički prikaz 15

Anketno pitanje o ocjeni radnih uvjeta u poduzeću X.

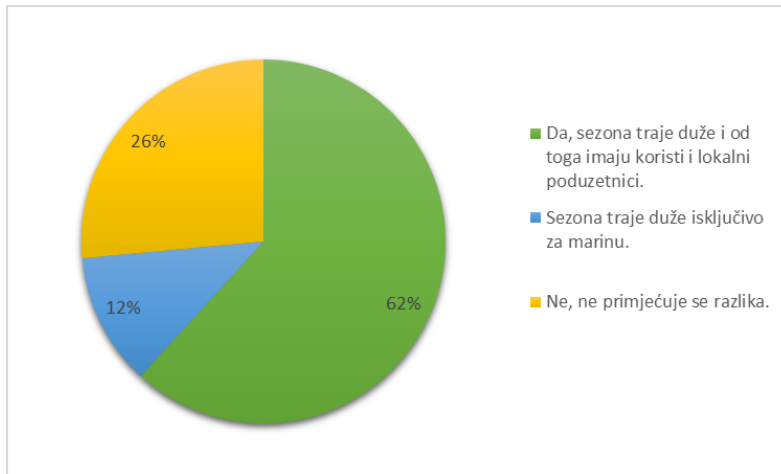


Izvor: Izrada autora.

Budući da je Tribunj turističko mjesto važno je istražiti mišljenja stanovnika o utjecaju poduzeća X na trajanje turističke sezone. Pozitivno je da 62% ispitanika smatra da zahvaljujući poduzeću X sezona traje dulje i od toga koristi imaju i lokalni poduzetnici. Jedan dio ispitanika istaknuo je kako sezona traje dulje isključivo za marinu(12%), dok 26% ispitanika ne primjećuje utjecaj na trajanje turističke sezone.

Grafički prikaz 16.

Anketno pitanje o utjecaju poduzeća X na trajanje turističke sezone.

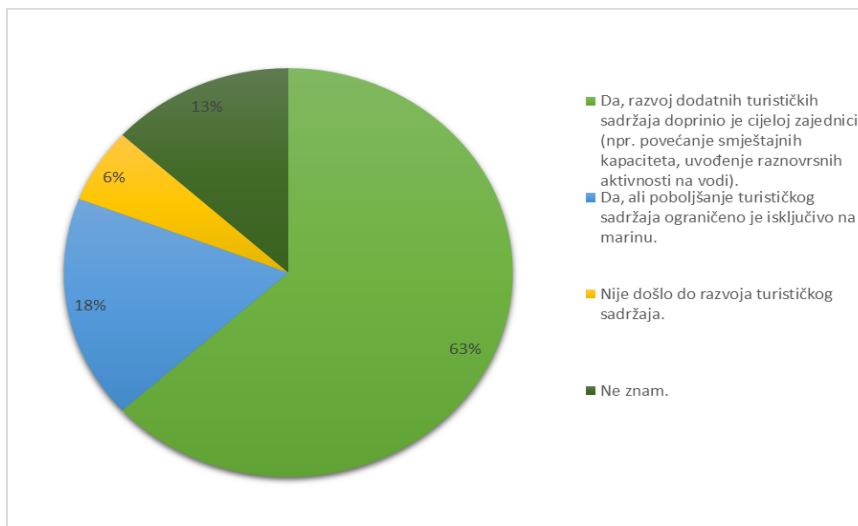


Izvor: Izrada autora.

Kada je u pitanju razvoj turističkog sadržaja, 63% ispitanika ističe kako je od razvoja dodatnih sadržaja (npr. povećanja smještajnih kapaciteta, uvođenja raznih aktivnosti na vodi) koristi imala cijela zajednica. Da je poboljšanje turističkog sadržaja ograničeno isključivo na poduzeće X izjavilo je 18% ispitanika. Njih 6% nije primijetilo razvoj dodatnog turističkog sadržaja, a 13% ispitanika izjasnilo se da ne zna ništa o tom pitanju.

Grafički prikaz 17.

Anketno pitanje o doprinosu poduzeća X razvoju turističkog sadržaja.

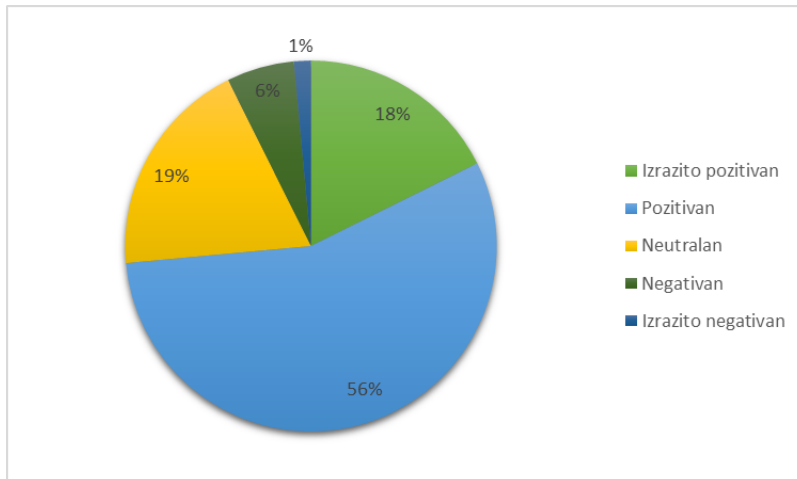


Izvor: Izrada autora.

Podršku poduzeća X lokalnim manifestacijama (npr. Ribarska noć, Tradicionalna utrka magaraca) 18% ispitanika ocijenilo je izrazito pozitivnom, 56% pozitivnom, 19% neutralnom, 6% negativnom te samo 1% izrazito negativnom.

Grafički prikaz 18.

Anketno pitanje o podršci poduzeća X lokalnim manifestacijama.

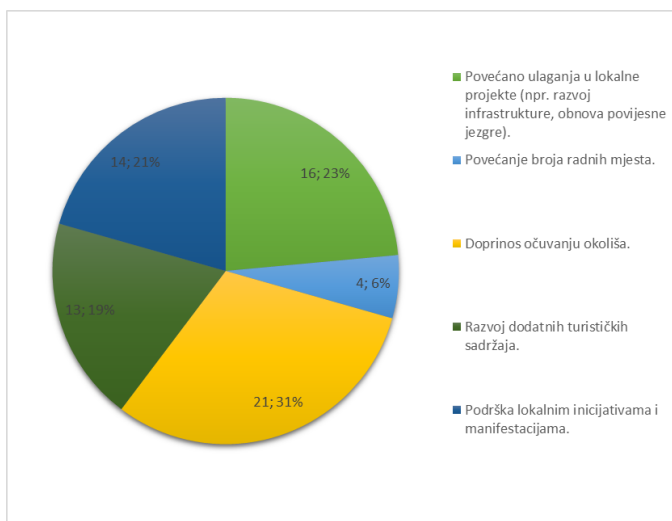


Izvor: Izrada autora.

Mjere koje bi ispitanici predložili u svrhu poboljšanja utjecaja poduzeća X na lokalnu zajednicu su sljedeće: povećanje ulaganja u lokalne projekte (npr. razvoj infrastrukture, obnova povijesne jezgre) 23%, povećanje broja radnih mjesta 6%, doprinos očuvanju okoliša 31%, razvoj dodatnih turističkih sadržaja 19% i podrška lokalnim inicijativama i manifestacijama 21%.

Grafički prikaz 19.

Anketno pitanje o prijedlogu mjera za poboljšanje utjecaja poduzeća X na lokalnu zajednicu.



Izvor: Izrada autora

6. KRITIČKI OSVRT

Anketa provedena među stanovnicima Tribunja potvrdila je visoku razinu zadovoljstva društveno odgovornim poslovanjem poduzeća X. U istraživanju su sudjelovali građani različitih dobnih skupina s ciljem dobivanja cjelovite slike o percepciji i stavovima prema društvenoj odgovornosti marine. Visokih 81% ispitanika složilo se da je djelovanje poduzeća X pozitivno utjecalo na ekonomsko blagostanje lokalne zajednice što potvrđuje prvu hipotezu. Nastavno na navedeno, više od 65% ispitanika složilo se kako primjećuje pozitivan utjecaj poduzeća X i na gospodarski razvoj te cjelokupnu kvalitetu života u zajednici.

Preko 50% ispitanika ocijenilo je mogućnosti zapošljavanja i uvjete rada u poduzeću X izvrsnima ili dobrima što potvrđuje drugu hipotezu. Uz to ispitanici su se složili kako djelovanje poduzeća X djeluje na produženje turističke sezone i poboljšanje turističkog sadržaja što je povezano sa mogućnostima zapošljavanja. Kako je već objašnjeno, Tribunj je izrazito turističko mjesto te zaposlenost varira ovisno o turističkoj sezoni stoga je njeno produženje i unaprjeđenja turističkog sadržaja od iznimnog interesa za cijelu zajednicu.

Posljednja hipoteza odnosi se na primjenu društveno odgovornog poslovanja u poduzeću X. Visokih 60% ispitanika složilo se kako poduzeće X primjenjuje ovaj koncept i time potvrdilo posljednju hipotezu. Kao glavnu beneficiju djelovanja poduzeća X najveći broj ispitanika je istakao povećanje turističke aktivnosti. Dok je između ponuđenih opcija za unaprjeđenje utjecaja poslovanja na lokalnu zajednicu, najviše ispitanika sugeriralo povećani doprinos očuvanju okoliša i podršku lokalnim inicijativama i manifestacijama.

Poduzeće X konstantno ulaže napore kako bi unaprijedilo svoje poslovanje i postalo primjer ostalim poduzećima. Stanovnici Tribunja su prepoznali ove napore i cijene posvećenost marine poboljšanju kvalitete života u njihovoj zajednici. Međutim, iako se cijeni dosadašnji napredak, stanovnici Tribunja također prepoznaju da postoji još prostora za poboljšanje, posebno u očuvanju okoliša i podršci lokalnim manifestacijama. Važno je osigurati da poduzeće X ima strategiju koja će osigurati minimalan utjecaj na prirodu i okoliš. To može uključivati implementaciju mjera za smanjenje otpada, poboljšanje upravljanja energijom i vodom, te promoviranje održivih praksi među posjetiteljima.

Uz to, podrška lokalnim manifestacijama je ključna za jačanje zajednice i promicanje lokalnog identiteta. Poduzeće X moglo bi dodatno surađivati s lokalnim organizacijama i udruženjima kako bi podržala događaje koji promiču kulturnu baštinu i tradiciju Tribunja. Navedeno bi omogućilo stanovnicima da budu uključeni i ponosni na svoju zajednicu te bi privuklo posjetitelje koji žele doživjeti autentičnost ovog područja.

Stanovnici Tribunja su svjesni da očuvanje okoliša i podrška lokalnim manifestacijama donose brojne koristi. To uključuje održiviji i zdraviji okoliš za sadašnje i buduće generacije, stvaranje radnih mjesta i poboljšanje kvalitete života u zajednici. Uz daljnje napore poduzeće X može postati lider u području društveno odgovornog poslovanja i postaviti primjer drugima.

7. ZAKLJUČAK

Društveno odgovorno poslovanje igra ključnu ulogu u odnosu između malih lokalnih zajednica i poduzeća koja u njima posluju. Za male lokalne zajednice, važno je da poduzeća imaju DOP strategije koje će doprinijeti društvenom, ekonomskom i ekološkom prosperitetu zajednice. DOP podrazumijeva da poduzeća prepoznaju svoju odgovornost prema društvu, okolini i interesnim skupinama s kojima surađuju. U kontekstu male lokalne zajednice, poput Tribunja, DOP može imati poseban značaj jer je povezanost poduzeća i stanovnika izrazito bliska.

Također, poduzeće X igra ključnu ulogu u produženju turističke sezone u lokalnoj zajednici, donoseći brojne prednosti za stanovnike i gospodarstvo. Njihovi naponi i aktivnosti usmjereni su na privlačenje turista tijekom cijele godine, što pridonosi održivom razvoju mjesta i poboljšanju kvalitete života lokalnih stanovnika. Suradnja poduzeća X s drugim lokalnim dionicima, kao što su hoteli, restorani, agencije za turizam i lokalne turističke zajednice stvara cjelogodišnju turističku ponudu. Ova suradnja ima sinergijski učinak jer zajedničkim naporima privlače turiste i pružaju im širok spektar usluga i doživljaja. Turisti koji posjete Tribunj izvan ljetne sezone mogu uživati u mirnijoj atmosferi, nižim cijenama, autentičnom iskustvu i bliskom dodiru s lokalnom zajednicom.

Produženje turističke sezone ima brojne koristi za lokalnu zajednicu. Otvorenje turističke sezone tijekom cijele godine pruža stabilnije prihode za lokalne poduzetnike i radnike u turističkom sektoru. Povećava se potražnja za različitim uslugama, što stvara nova radna mjesta i potiče lokalno gospodarstvo. Turizam izvan sezone također pomaže u očuvanju tradicionalnih zanimanja poput ribarstva i poljoprivrede te doprinosi očuvanju lokalnog identiteta i kulture.

Rezultati ankete providni među stanovnicima Tribunja jasno pokazuju da većina stanovnika Tribunja ima pozitivno mišljenje o društvenoj odgovornosti poduzeća X. Visoki postotak sudionika izjavio je da smatraju da je poduzeće X svjesno utjecaja svog poslovanja na lokalnu zajednicu i okoliš. Većina ispitanika također je istaknula da je poduzeće X uložilo značajne napore i u podupiranju lokalnih inicijativa. Ključni faktori koji su doprinijeli pozitivnom mišljenju o društvenoj odgovornosti poduzeća X su aktivno sudjelovanje u lokalnim projektima i podrška lokalnim gospodarstvenicima.

Ovi rezultati potvrđuju da je društveno odgovorno poslovanje poduzeća X prepoznato i cijenjeno od strane lokalne zajednice. Ovakva pozitivna percepcija može pridonijeti daljnjem razvoju i uspjehu marine, kao i jačanju njezinog položaja kao odgovornog i održivog turističkog odredišta.

LITERATURA

1. Boranić-Živoder, S. i Klarić, Z. (2020). Strategija razvoja turizma općine Tribunj za razdoblje 2021.-2026., dostupno na: <http://www.tz-tribunj.hr/wp-content/uploads/2020/01/Strategija-razvoja-turizma-op%C4%87ine-Tribunj-2021-2026.pdf>
2. Državni zavod za statistiku (DZS), (2023). Gradovi u statistici - turizam, <https://data.gov.hr/ckan/dataset/statistika-u-nizu-gradovi-u-statistici>
3. Državni zavod za statistiku (DZS), (2023). Popis stanovništva, <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/stanovnistvo/popis-stanovnistva/>
4. Državni zavod za statistiku (DZS), (2023). Statistika u nizu: Gradovi i općine u statistici, <https://podaci.dzs.hr/hr/statistika-u-nizu/>
5. Hopkins, M. (2005) prema Hopkins, M. (2006), What is Corporate Social Responsibility all about, John Wiley&Sons, Ltd., Journal of Public Affairs, August-November, pg. 299
6. Howson, P. (2003). Due Diligence: The Critical Stage in Mergers and Acquisitions, Business & Economics, . str. 14-29.
7. Hubak, D.M., 2010. Marketinška dimenzija društveno odgovornog poslovanja. EFZG working paper series, (10), pp.0-0.
8. Kotler, P. i Lee, N. (2009). DOP-društveno odgovorno poslovanje, suvremena teorija i najbolja praksa. MEP d.o.o.. Zagreb.
9. Matešić, M., Pavlović, D. and Bartoluci, D., 2015. Društveno odgovorno poslovanje. VPŠ Libertas.
10. Općina Tribunj (2016). Strateški razvojni program općine Tribunj 2015. – 2020., <https://www.rra-sibenik.hr/upload/stranice/2015/12/2015-12-21/50/strateskirazvojniprogramopcinaatribunj.pdf>
11. Općina Tribunj (2020). Strategija razvoja pametne općine Tribunj za razdoblje 2020.-2023., <https://tribunj.hr/wp-content/plugins/download-attachments/includes/download.php?id=7636>
12. Općina Tribunj (2021). Službeni glasnik općine Tribunj, dostupno na: <https://tribunj.hr/sluzbeni-glasnik-opcine-tribunj/>
13. Orsag, S. i Gulin D. (1996). Poslovne kombinacije, Zagreb, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika
14. Rupčić, N. (2002). Ekonomske implikacije poslovnih spajanja i preuzimanja - osnovica antitrustnog zakonodavstva, Ekonomski vjesnik, XV(1-2), str. 67-78.

15. Rupčić, N. (2003). Trendovi spajanja i preuzimanja u svjetskom poslovnom sustavu. *Ekonomski istraživanja*, 16(2), pp.94-104.
16. Tolušić, Z., Dumančić, E. and Bogdan, K., 2014. Društveno odgovorno poslovanje i zeleni marketing. *Agroeconomia Croatica*, 4(1), pp.25-31.
17. Vrdoljak Raguž, I. and Hazdovac, K., 2014. Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa. *Oeconomica jadertina*, 4(1), pp.40-58.

ANKETNI UPITNIK

Poštovani,

ovaj se upitnik provodi s ciljem istraživanja zadovoljstva stanovnika Tribunja utjecajem marine Tribunj na lokalnu zajednicu. Istraživanje se provodi u svrhu izrade završnog rada na preddiplomskom studiju Menadžment malog poduzeća na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Splitu.

Sudjelovanje u istraživanju je dobrovoljno i anonimno, a prikupljeni podaci će se koristiti isključivo u istraživačke svrhe i analizirati na grupnoj razini.

Ispunjavanjem upitnika dajete svoj pristanak i potvrđujete da ste informirani da je Vaše sudjelovanje u istraživanju dobrovoljno te da od istog imate pravo odustati u svakom trenutku.

Za ispunjavanje upitnika bit će Vam potrebno oko 10 minuta.

Unaprijed Vam zahvaljujem na sudjelovanju!

PITANJA:

1. Vaša dob:

- a) 17-30
- b) 31-50
- c) 51-64
- d) 65+

2. Vaš spol:

- a) Muško
- b) Žensko
- c) Ne želim se izjasniti

3. Kako bi ste ocijenili utjecaj marine Tribunj na lokalnu zajednicu?

- a) Izrazito pozitivan
- b) Pozitivan
- c) Neutralan
- d) Negativan
- e) Izrazito negativan

4. Smatrate li da je Poduzeće X Tribunj potaknula gospodarski razvoj u Tribunju?

- a) Da
- b) Ne

c) Nisam siguran/sigurna.

5. Koje su, prema Vama, najveće prednosti koje Poduzeće X Tribunj pruža lokalnoj zajednici? (Možete odabrati više odgovora)

- a) Stvaranje radnih mjesta
- b) Povećanje turističke aktivnosti
- c) Poboljšanje infrastrukture (npr. ceste, parking)
- d) Doprinos lokalnoj ekonomiji

6. Smatrate li da je Poduzeće X Tribunj aktivno uključena u zajednicu (npr. putem sponzorstva, volontiranja)?

- a) Da
- b) Ne
- c) Nisam siguran/sigurna.

7. Smatrate li da je Poduzeće X Tribunj angažirana u društveno odgovornom poslovanju (npr. ekološke inicijative, podrška lokalnoj zajednici)?

- a) Da, izrazito sam uvjeren/a u to
- b) Djelomično sam uvjeren/a u to.
- c) Ne, nisam uvjeren/a u to.
- d) Nisam upoznata/upoznata s društvenim angažmanom marine.

8. Smatrate li da Poduzeće X Tribunj ima ekonomski utjecaj na lokanu zajednicu?

- a) Djelovanje marine Tribunj doprinijelo je povećanju ekonomskog blagostanja.
- b) Djelovanje marine Tribunj prouzročilo je negativan utjecaj na zajednicu (npr. teže ostvarivanje profita za one koji nisu dionici marine).
- c) Ne primjećujem utjecaj na kvalitetu života.

9. Smatrate li da poslovanje Marine Tribunj utječe na kvalitetu života stanovnika Tribunja i okolice?

- a) Poslovanje marine Tribunj pozitivno utječe na kvalitetu života lokalne zajednice.
- b) Poslovanje marine Tribunj negativno utječe na kvalitetu života lokalne zajednice.
- c) Ne primjećujem utjecaj na kvalitetu života.

10. Kako ocjenjujete mogućnosti za zapošljavanje u Marini Tribunj?

- a) Izvrsne
- b) Dobre
- c) Prosječne
- d) Loše

e) Nepostojeće

11. Kako ocjenjujete radne uvjete (npr. plaća, radno vrijeme, beneficije,...) u marini Tribunj?
 - a) Izvrsni
 - b) Dobri
 - c) Prosječni
 - d) Loši
 - e) Neprihvatljivi
12. Smatrate li da poslovanje marine Tribunj utječe na trajanje turističke sezone u Tribunju?
 - a) Da, sezona traje duže i od toga imaju koristi i lokalni poduzetnici.
 - b) Sezona traje duže isključivo za marinu.
 - c) Ne, ne primjećuje se razlika.
13. Smatrate li da je marine Tribunj doprinijela razvoju turističkog sadržaja?
 - a) Da, razvoj dodatnih turističkih sadržaja doprinio je cijeloj zajednici (npr. povećanje smještajnih kapaciteta, uvođenje raznovrsnih aktivnosti na vodi).
 - b) Da, ali poboljšanje turističkog sadržaja ograničeno je isključivo na marinu.
 - c) Nije došlo do razvoja turističkog sadržaja.
 - d) Ne znam.
14. Kako biste ocijenili podršku marine Tribunj lokalnim manifestacijama (npr. Ribarska noć, Tradicionalna utrka magaraca)?
 - a) Izrazito pozitivan
 - b) Pozitivan
 - c) Neutralan
 - d) Negativan
 - e) Izrazito negativan
15. Koje biste mjere predložili kako bi se poboljšao utjecaj marine na lokalnu zajednicu?
 - a) Povećano ulaganja u lokalne projekte (npr. razvoj infrastrukture, obnova povijesne jezgre).
 - b) Povećanje broja radnih mjesta.
 - c) Doprinos očuvanju okoliša.
 - d) Razvoj dodatnih turističkih sadržaja.
 - e) Podrška lokalnim inicijativama i manifestacijama.

SAŽETAK

Poduzeće X Tribunj ima iznimno pozitivan utjecaj na lokalnu zajednicu kroz provođenje društveno odgovornog poslovanja. Poduzeće X igra ključnu ulogu u produženju turističke sezone u lokalnoj zajednici kroz organizaciju raznovrsnih događaja. Kroz svoje aktivnosti pridonosi održivom razvoju mjesta, poboljšanju kvalitete života lokalnih stanovnika i jačanju gospodarstva. Također, provodi niz društveno odgovornih poslovnih praksi kako bi smanjila svoj utjecaj na okoliš i podržala lokalnu zajednicu. Istraživanje je pokazalo da prezentirane društveno odgovorne prakse marine Tribunj donose brojne koristi lokalnoj zajednici. Provođenje društveno odgovornog poslovanja doprinosi produženju turističke sezone, stvaranju novih radnih mjesta i povećanju prihoda lokalnih poduzetnika. Osim toga, takve prakse pridonose očuvanju okoliša, promicanju održivosti i jačanju lokalnog identiteta i kulture. Ukupno gledajući, ovo istraživanje naglašava važnost provođenja društveno odgovornog poslovanja u Poduzeće Xma i turističkom sektoru. Poduzeće X Tribunj je primjer takve prakse koja ima pozitivan utjecaj na lokalnu zajednicu i promovira usvajanje društveno odgovornog poslovanja kao ključnog elementa razvoja i prosperiteta lokalnih zajednica.

Ključne riječi: društveno odgovorno poslovanje, lokalna zajednica, Poduzeće X

SUMMARY

Poduzeće X Tribunj has an exceptionally positive impact on the local community through the implementation of corporate social responsibility practices. The Poduzeće X plays a key role in extending the tourist season within the local community by organizing diverse events. Through its activities, it contributes to the sustainable development of the area, improving the quality of life for local residents, and strengthening the economy. Additionally, it implements a range of socially responsible business practices to reduce its environmental footprint and support the local community. Research has shown that these presented socially responsible practices of Poduzeće X Tribunj bring numerous benefits to the local community. The implementation of corporate social responsibility contributes to the extension of the tourist season, the creation of new jobs and the increase in income for local entrepreneurs. Moreover, such practices contribute to environmental preservation, the promotion of sustainability, and the strengthening of local identity and culture. Overall, this research emphasizes the importance of implementing corporate social responsibility in Poduzeće Xs and the

tourism sector. Poduzeće X Tribunj serves as an example of such practices, which have a positive impact on the local community, and promotes the adoption of corporate social responsibility as a crucial element for the development and prosperity of local communities.

Keywords: corporate social responsibility, local community, Poduzeće X

POPIS TABLICA I GRAFIČKIH PRIKAZA

Tablica 1.....	13
-----------------------	-----------

Tablica 2.....	22
Grafički prikaz 1.	8
Grafički prikaz 2.	9
Grafički prikaz 3.	10
Grafički prikaz 4.	15
Grafički prikaz 5.	16
Grafički prikaz 6.	25
Grafički prikaz 7	25
Grafički prikaz 8	26
Grafički prikaz 9	26
Grafički prikaz 10.....	27
Grafički prikaz 11.....	27
Grafički prikaz 12.....	28
Grafički prikaz 13.....	28
Grafički prikaz 14.....	29
Grafički prikaz 15.....	29
Grafički prikaz 16.....	30
Grafički prikaz 17.....	30
Grafički prikaz 18.....	31
Grafički prikaz 19.....	31