

Informiranje u poslovnoj komunikaciji

Leutar, Doris

Master's thesis / Diplomski rad

2017

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:164:875005>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-15**

Repository / Repozitorij:

[Repository - Faculty of Maritime Studies - Split -
Repository - Faculty of Maritime Studies Split for
permanent storage and preservation of digital
resources of the institution](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
POMORSKI FAKULTET**

DORIS LEUTAR

**INFORMIRANJE U POSLOVNOJ
KOMUNIKACIJI**

DIPLOMSKI RAD

SPLIT, 2017.

Split, _____

Zavod/studij: Pomorski menadžment

Predmet: Elektroničko poslovanje

DIPLOMSKI ZADATAK

Student/ica: Doris Leutar

Matični broj: 0171255937

Zavod/studij: Pomorski menadžment

ZADATAK:

Polson komunikacija, struktura i funkcioniranje.

OPIS ZADATKA:

Analiza informiranja u poslovnoj komunikaciji. Provesti istraživanje na uzorku od 100 ispitanika. Na temelju istraživanja donijeti zaključke.

CILJ:

Istražiti koliko ispitanika koristi društvene mreže za informiranje, kakve su njihove navike korištenja društvenih mreža u svrhu informiranja. Istražiti iskustva ispitanika prilikom te na temelju provedene ankete donijeti zaključke.

Zadatak uručen studentici: _____

Potpis studentice: _____

Mentor: _____

**SVEUČILIŠTE U SPLITU
POMORSKI FAKULTET**

POMORSKI MENADŽMENT

**INFORMIRANJE U POSLOVNOJ
KOMUNIKACIJI**

DIPLOMSKI RAD

MENTOR:

prof. dr. sc. Mila Nadrljanski

STUDENT:

DorisLeutar(MB:0171255937)

SPLIT, 2017.

SAŽETAK

U radu se istražuje uloga informiranja u poslovnoj komunikaciji. Rad je fokusiran na bitne pojmove poslovne komunikacije, u koje spadaju: osnovni pojmovi, organizacija poslovanja, funkcija poslovanja, važnost komunikacije u funkcioniranju poslovne organizacije. Provedeno je istraživanje na temu društvenih mreža kao izvora informacija jer u današnje vrijeme većina informacija dolazi upravo putem društvenih mreža, što je istraživanje i potvrdilo. Cilj istraživanja bio je istražiti koje društvene mreže se najviše koriste u svrhu pregleda i dijeljenja informacija, ispitati zadovoljstvo korisnika takvim načinom dobivanja informacija. Anketa se provodila putem interneta, koristeći google obrasce. Sudjelovala je 101 osoba. Instrument koji se koristio i istraživanju bila anonimna anketa koja se sastojala od 15 pitanja.

Ključne riječi: *poslovna komunikacija, informiranje, društvene mreže, poslovanje*

ABSTRACT

The paper explores the role of information in business communication. The paper focuses on essential business communication concepts, which include: basic concepts, business organization, business functions, importance of communication in the functioning of a business organization. Research on the topic of social networks has been conducted as a source of information because today most of the information comes through the social networks, which is the research and confirmed. The purpose of the research was to investigate which social networks are most used to view and share information, to examine user satisfaction with such a way of getting information. The survey was conducted over the Internet using google forms. 101 people participated. The instrument used and the research was an anonymous survey consisting of 15 questions.

Keywords: *business communication, information, social networks, management*

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2.OSNOVNI POJMOVI POSLOVNIH INFORMACIJSKIH SUSTAVA... 3	3
2.1. Komponente poslovnog informacijskog sustava.....	4
2.2. Funkcije poslovnog informacijskog sustava	6
2.2.1. Priprema informacijske podloge za odlučivanje.....	6
2.2.2 Postupak pripreme informacija za poslovno odlučivanje	7
2.2.3. Dokumentiranje informacija	8
2.3. Koncept životnog ciklusa poslovnog informacijskog sustava.....	9
3. POSLOVNO UPRAVLJANJE INFORMACIJSKIM SUSTAVOM	11
3.1.Poduzeće kao poslovni sustav	11
3.2. Svrha poslovnog informacijskog sustava	13
3.2.1. Izvršni sloj informacijskog sustava	14
3.2.2. Upravljački sloj informacijskog sustava	15
3.3. UPRAVLJANJE INFORMACIJSKIM TEHNOLOGIJAMA U SUVREMENIM TVRTKAMA	17
3.3.1. Menadžment i ulaganje u informacijske tehnologije	17
3.3.2. Upravljanje informacijskim tehnologijama u Hrvatskoj	18
4. VAŽNOST KOMUNIKACIJE U FUNKCIONIRANJU ORGANIZACIJE.....	20
4.1. ORGANIZACIJSKA KOMUNIKACIJA.....	21
4.2.PROTOKOL KOMUNIKACIJE U ORGANIZACIJI	22
5. ISTRAŽIVANJE-INFORMIRANJE PUTEM DRUŠTVENIH MREŽA	24
5.1. PROBLEM ISTRAŽIVANJA	24

5.2. CILJ ISTRAŽIVAJA	25
5.3.HIPOTEZE	25
5.3.1. Afirmativna hipoteza	25
5.3.2. Alternativna hipoteza.....	25
5.3.3. Nulta Hipoteza.....	26
5.4. UZORAK ISPITANIKA.....	26
5.5. INSTRUMENT ISTRAŽIVANJA	26
5.6. TIJEK ISTRAŽIVANJA.....	27
5.7. REZULTATI ISTRAŽIVANJA.....	28
ZAKLJUČAK	39
LITERATURA.....	41
POPIS SLIKA:	42
POPIS GRAFOVA:	43
PRILOZI	44

1. UVOD

Tema ovog rada je informiranje u poslovnoj komunikaciji, struktura i funkcioniranje poslovne komunikacije u organizaciji. Rad se sastoji od četiri cjeline.

U prvoj cjelini su opisani osnovni pojmovi poslovnih informacijskih sustava, komponentne i funkcije poslovnih informacijskih sustava i koncept životnog ciklusa poslovnog sustava.

Informacijski sustav je uređeni skup elemenata, odnosno komponenata koje u međusobnoj interakciji obavljaju funkcije prikupljanja, obrade, pohranjivanja i distribucije podataka. Dobar informacijski sustav neizostavan je dio uspješnog poslovnog sustava.

Poslovni sustav posredstvom informacijskog sustava koristi podatke iz raznih izvora i koristi ih prilikom prikupa, obrade i distribucije podataka. Informacijski sustav prikuplja i obrađuje podatke da bi iz njih proizveo informacije koje distribuira onima kojima su potrebne za upravljanje i odvijanje poslovnog procesa.

U drugoj cjelini je objašnjeno poslovno upravljanje informacijskim sustavom, rad poduzeća kao poslovnog sustava, sama svrha korištenja informacijskih sustava u poduzeću, rad izvršnog i upravljačkog sloja u informacijskoj tehnologiji. Druga cjelina se završava kratkim osvrtom na upravljanje informacijskim tehnologijama u suvremenim tvrtkama, pa smo se tako dotakli i upravljanja u Hrvatskim tvrtkama.

U trećoj cjelini je objašnjena važnost komunikacije u funkcioniranju organizacije, detalji organizacijske komunikacije i protokol komunikacije u organizaciji.

Komunikacija je vrlo važna u funkcioniranju svake organizacije pa tako i poslovne. Komunikacija između organizacija, djelatnika i slično značajno poboljšava rad svake organizacije. Komunikacija se dijeli na verbalnu i neverbalnu i elektroničku komunikaciju. Za život poslovne organizacije najbitnija je elektronička komunikacija koja se sastoji od: interneta, adresa, elektroničke pošte, tekstualnih poruka, video i telefonske konferencije i web zabilježki.

U četvrtoj cjelini se nalazi provedeno istraživanje. Istraživala se uloga informiranja putem društvenih mreža. Cilj istraživanja je analiza informiranja putem društvenih mreža (facebook,twitter,viber..) na populaciji od 18 do preko 30 godina. Sami tijek i rezultati istraživanja su opisani u radu.

2.OSNOVNI POJMOVI POSLOVNIH INFORMACIJSKIH SUSTAVA

Pod pojmom sustava podrazumijevamo svaki uređeni skup koji se sastoji od najmanje dva elementa koji međusobnim djelovanjem odnosno interakcijom ostvaruju neku, jednostavnu ili složenu, funkciju cjeline. Broj elemenata koji tvore sustav ne mora biti ograničen, ali to mora biti konačan broj. Sustav je dio univerzuma, odnosno svoje vlastite okoline u kojoj djeluje i s kojom ima određene veze. Informacijski sustav je uređeni skup elemenata, odnosno komponenata koje u međusobnoj interakciji obavljaju funkcije prikupljanja, obrade, pohranjivanja i distribucije podataka. Dobar informacijski sustav neizostavan je dio uspješnog poslovnog sustava. Poslovni sustav da bi mogao obavljati svoj posao mora imati prikladan informacijski sustav s dobro razrađenim informacijskim aktivnostima. Nekada su takve informacije obavljali ljudi koristeći različite tehnologije obrada podataka, ali danas nije moguće zamisliti dobar i učinkovit informacijski sustav bez upotrebe suvremene informatičke tehnologije.[1]

Poslovni sustav pod sredstvom informacijskog sustava koristi podatke iz raznih izvora i koristi ih prilikom prikupa, obrade i distribucije podataka. Informacijski sustav prikuplja i obrađuje podatke da bi iz njih proizveo informacije koje distribuira onima kojima su potrebne za:

- upravljanje poslovnim procesom
- Odvijanje poslovnih procesa

Poslovni sustav ima tri razine upravljačke podrške

- Dokumentacijska funkcija koja osigurava sređivanje poslovnih podataka o proteklim događajima. Tri osnovne skupine korisnika ovakve vrste izvješća su uprava, vlasnici i državni organi.
- Informacijska funkcija osigurava potrebne informacije o stanju sustava u realnom vremenu, što predstavlja dobru informacijsku podlogu za potrebe odlučivanja i upravljanja
- Upravljačka funkcija osigurava potpune informacijske podloge za odlučivanje i upravljanje. Osim podataka o stanju sustava tu su i podaci iz okoline sustava, informacije o predviđanju budućeg ponašanja sustava i njegove okoline.

2.1. Komponente poslovnog informacijskog sustava

Poslovnim informacijskim sustavom smatra se sustav koji se sastoji od sljedećih komponenti:

- Materijalno tehničke komponente
- Nematerijalne komponentne
- Ljudske komponentne
- Mrežne komponentne
- Organizacijske komponente

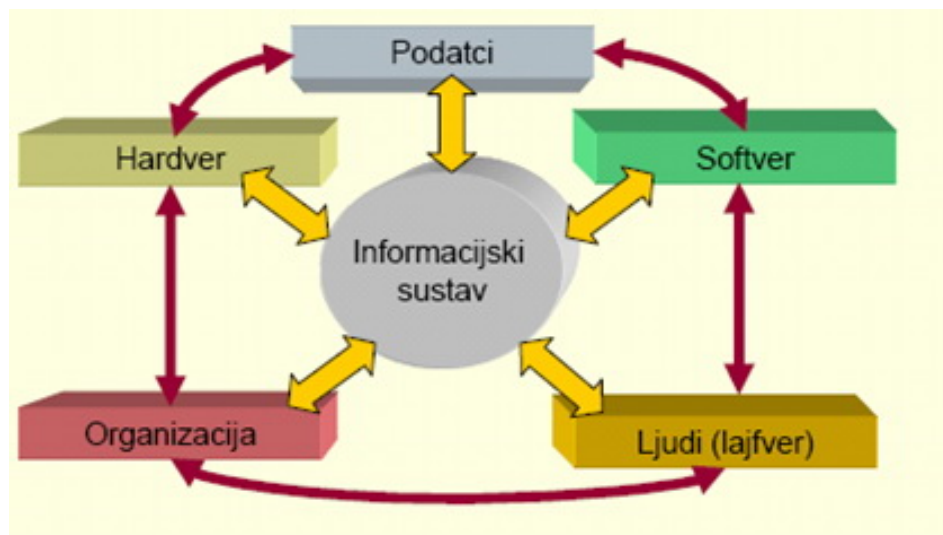
Materijalno tehničke komponente(hardver, engl. Hardware) poslovni informacijskog sustava čine svi strojevi, uređaji i sredstva koja su namjenjena isključivo, ili u većini slučajeva obradi podataka tj.informacija. To su svi električni, električni i mehanički dijelovi od kojih se sastoji računalo i njegovi procesi.

Nematerijalne komponente(softver, engl. Software) poslovnih informacijskih sustava predstavlja skup ljudskoga znanja ugrađenog u strojeve, opremu i uređaje, koje je samo po sebi predmet obrade ili na neki način određuje način obrade u sustavu. Predmet obrade su poslovno relevantni podaci kao posljedica ljudskog znanja raspoloživoga u poslovnom informacijskom sustavu, dok se metodološka znanja u taj sustav ugrađuju u obliku računalnih programa.

Ljudske komponente (lajfver, engl. Lifeware) poslovnih informacijskih sustava čine svi ljudi koji u bilo kojoj funkciji i s bilo kakvom namjerom sudjeluju u radu sustava i koriste rezultate njegova rada.

Mrežna komponenta poslovnog informacijskog sustava stvara komunikacijsku infrastrukturu za prijenos podataka na veće ili manje udaljenosti među hardverskim elementima unutar sustava ili u njegovim vezama s okolinom. Pasivni elementi te infrastrukture razni su oblici materijalnih (žičnih) ili nematerijalnih (bežičnih) komunikacijskih kanala i oni ni na koji način ne transformiraju podatke, dok aktivni elementi – različiti namjenski, specijalizirani mrežni i komunikacijski uređaji – preoblikuju podatke prije, za vrijeme ili nakon njihova prijenosa kako bi sam prijenos i/ili korištenje podataka učinili učinkovitijim

Organizacijske komponente (orgver, engl. Orgware) poslovnog informacijskog sustava predstavlja skup standarda, mjera, postupaka i propisa kojima se funkcionalno i vremenski usklađuje rad prethodno navedene četiri komponente, kako bi one tvorile skladnu cjelinu. [1]



Slika 1. Komponente poslovnog informacijskog sustava

Slika 1 prikazuje shematski prikaz svih komponenti poslovnog informacijskog sustava i njihovo međusobno djelovanje.

2.2. Funkcije poslovnog informacijskog sustava

Suvremeni poslovni informacijski sustavi trebaju obavljati dvije osnovne funkcije:

1. pripremu informacijske podloge za donošenje poslovnih odluka
2. dokumentiranje, odnosno trajno pohranjivanje ranije generiranih informacija.

2.2.1. Priprema informacijske podloge za odlučivanje

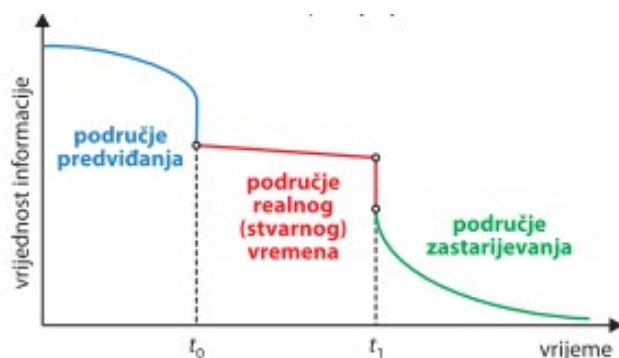
Bitna svojstva svake informacije su:

- Kvaliteta
- Kvantiteta
- Vrijednost u vremenu

Kvaliteta informacije označava njenu sposobnost da zadovolji informacijske potrebe korisnika, odnosno da ostvari uvjeta u kojima korisnik može donijeti odgovarajuću odluku, tj. odluku od koje će imati neku korist. Osnovno je pravilo da informacijama treba podupirati donošenje dobrih (korisnih) odluka. Zahtijevana kvaliteta informacija ovisna je, dakle, u prvom redu o tipu odluke koju treba donijeti.

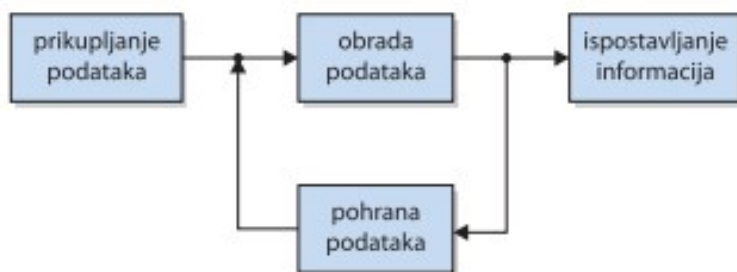
Kvantiteta informacija je egzaktno mjerljiva osobina informacije. Količina informacija potrebna za donošenje odluka raste od najviše prema nižim razinama menadžmenta u poduzeću. Najviši menadžment treba pri odlučivanju razmjerno malo sintetičkih informacija, koje će mu omogućiti dobivanje dobrog općeg uvida u problem. Izvršni menadžment zahtijeva nešto veću količinu sažetih informacija, a operativni menadžment mnogo analitičkih informacija koje se odnose na pojedinosti vođenja poslovnih procesa.

Funkcija vrijednosti informacije u vremenu ima tri karakteristična područja. Prvo je područje prognoziranja, kada se odgovarajuća informacija dobiva i prije nego što je potrebno donijeti odluku. Drugo je karakteristično područje realnog vremena u kojemu se informacija dobiva u trenutku kada treba donijeti odluku. Treće je područje zastarijevanja, do kojeg dolazi kada informacija dođe prekasno, odnosno onda kada odluka više nije potrebna za daljni tijek događaja.



Slika 2. Karakteristična područja funkcija vrijednosti informacija

2.2.2 Postupak pripreme informacija za poslovno odlučivanje



Slika 3. Priprema informacijske podloge za odlučivanje

Postupak pripreme informacija za poslovno odlučivanje, kao što je vidljivo na slici 3. sastoji se od četiri bitna elementa:

- Prikupljanja podataka
- Obrade podataka
- Ispostavljanja informacija
- Pohrane podataka

Poslovne podatke treba prikupljati iz svih raspoloživih izvora. Izvori takvih podataka su odgovarajući poslovni događaji i poslovni procesi. Ovisno o tome gdje se takvi događaji i/ili procesi zbivaju, može se govoriti o unutarnjim (internim) i vanjskim (eksternim) izvorima podataka. Unutarnji su izvori poslovni događaji i procesi koji se zbivaju unutar poslovnog sustava, dok su vanjski izvori podataka događaji i procesi koji su se već dogodili ili se upravo događaju u okruženju. Obrada podataka u suvremenim je poslovnim informacijskim sustavima aktivnost za koju se nastoji da je većinom ostvaruju strojevi (hardver) namijenjeni obradi podataka primjenom odgovarajućih programa (softvera). Rad čovjeka se okušava minimalizirati kako bi se dobilo na učinkovitosti, pouzdanosti i brzini. Rezultati obrade podataka trebale bi biti relevantne informacije koje mogu poslužiti pri donošenju kvalitetnih poslovnih odluka bilo koje vrste. Cilj je u praksi stvoriti maksimalnu raspoloživost informacija uz najniže troškove.[2]

2.2.3. Dokumentiranje informacija

Jedna od temeljnih funkcija svakog sustava pa tako i poslovnog informacijskog sustava jest omogućiti pohranu podataka i informacija za neki određeni vremenski period. Ta se funkcija naziva dokumentiranjem informacija. Funkcija dokumentiranja informacija osigurava trajnu i neograničenu dostupnost tzv. povijesnih informacija, odnosno informacija koje su nastale u prošlosti, a odnose se na povijesne događaje i procese u sustavu ili u njegovoj okolini. U poslovnom smislu, na taj će se način osigurati kontinuitet poslovanja i uvid u povijesna zbivanja u poslovnom sustavu i njegovoj okolini. U suvremenim poslovnim informacijskim sustavimaviše nije samo bitna pohrana podataka i informacija, sad postaju bitni svi podaci koji se vežu za neki podatak ili informaciju, kad je nastala, koliko memorije zauzima, kome s

podaci prosljeđeni i slični podaci. Rezultat ostvarivanja poslovne dokumentacije je poslovni dokument, koji može biti u obliku papirnate dokumentacije ili u elektronskom obliku. Jedna i druga vrsta dokumentacije služi svojoj svrsi, ali u današnje vrijeme tehnologija dokumentacija zapisana u elektronskom obliku se najčešće koristi jer su podaci pregledniji, jasniji i odmah spremni za distribuciju. Naposljetku, digitalna dokumentacija je ekonomičnija i ekološki prihvatljivija s obzirom na to da eliminira potrebu za korištenjem fizičkih nositelja, u prvom redu papira, čime se omogućuju znatne izravne uštede u troškovima i neizravne ekološke koristi. Tendencija sve šireg i intenzivnijeg korištenja digitalne dokumentacije u suvremenim poslovnim informacijskim sustavima dovela je do stvaranja vizije tzv. ureda bez papira (engl. Paperless Office), što naziv za potpuno automatizirane poslovne sustave u kojima se klasična dokumentacija uopće ne koristi pa je u potpunosti otklonjena i potreba za ručnom obradom podataka. Iz mnogo razloga, od tehnoloških do organizacijskih, kulturalnih i psiholoških, u praksi informacijskih sustava to je danas još uvijek ipak samo vizija, cilj kojemu se teži, ali je nedvojbeno da će u budućnosti taj cilj biti i ostvaren.

2.3. Koncept životnog ciklusa poslovnog informacijskog sustava

Upravljanje poslovnim informacijskim sustavom danas polazi od općeg koncepta životnog ciklusa sustava (engl. System Life Cycle). Bit takvog koncepta životnog ciklusa poslovnog informacijskog sustava se odnosi na shvaćanje prema kojemu svaki takav sustav u nekoj točki u vremenu nastaje, zatim se razvija sukladno određenim zakonitostima da bi nakon određenog vremena nestao, odnosno bio zamijenjen nekim novim sustavom. Poslovni informacijski sustav sukladno tome sastoji se od četiri razvojne faze:

- Faza inicijalizacije (faza nastajanja)
- Faza ekspanzije (faza rasta)
- Faza konsolidacije (faza sazrijevanja)
- Faza zrelosti sustava



Slika 4. Razvojne faze poslovnog informacijskog sustava

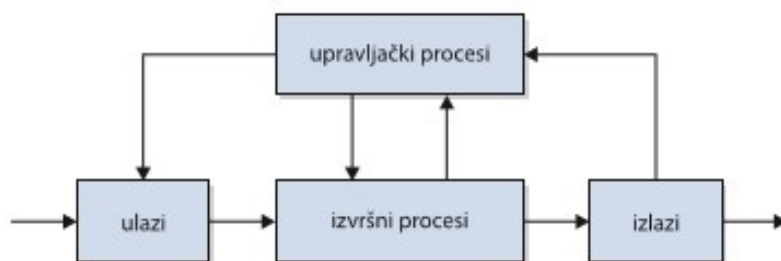
Faza inicijalizacije (nastajanja) sustava započinje davanjem poticaja za razvoj novog poslovnog informacijskog sustava. Takve poticaje daju menadžeri i djelatnici poslovnog sustava. U ovoj fazi obavljaju se detaljne konzultacije i razgovori i priprema se za izgradnju novoga poslovnog informacijskog sustava. U ovoj fazi poslovni sustav započinje svoj “životni vijek”, odnosno počinje dobivati oblike. Nakon određenog vremena, ulaganjem odgovarajućih sredstava i znanja poslovni se informacijski sustav dovodi u fazu ekspanzije. Nabavljaju se strojevi i oprema, pripremaju se programi, obrazuju se djelatnici, razvijaju organizacijske metode i razvijaju mrežne komponente sustava. Krivulja životnog ciklusa sustava u ovoj je fazi eksponencijalne prirode izrazito rastuća. Kada se dođe do optimalne razvojne razine poslovnog informacijskog sustava daljni rast i razvoj se svjesno usporavaju kako bi se ostvarila kontrola i izvršila provjera svih funkcija.. Time se sustav dovodi u fazu konsolidacije (sazrijevanja). Nakon što poslovni informacijski sustav zadovolji zadane kriterije kvalitete, učinkovitosti i djelotvornosti, prelazi u fazu zrelosti, i tek tada on počinje davati optimalne rezultate rada i stvarati očekivanu poslovnu vrijednost. Cilj je da ova faza životnog ciklusa poslovnog informacijskog sustava potraje što duže, kako bi se što više iskoristila dotadašnja ulaganja u njegov sustav.[3]

3. POSLOVNO UPRAVLJANJE INFORMACIJSKIM SUSTAVOM

Poslovno upravljanje informacijskim sustavom širok je i kompleksan pojam kojeg smo se već dotakli kroz prethodne naslove. Sam razvoj informacijskih tehnologija, doveo je do uključivanja informacijskog sustava, ne samo u upravljanje, već i u samo odvijanje poslovnih procesa. Poslovno upravljanje informacijskim sustavom omogućava maksimalnu raspoloživost poslovnih procesa, brzu razmjenu informacija i podataka i općenito bolje, kvalitetnije i brže poslovanje.

3.1. Poduzeće kao poslovni sustav

Svako poduzeće, odnosno poslovni sustav ima svoj informacijski sustav koji prikuplja, pohranjuje, čuva, obrađuje i distribuira informacije. Informacije se u informacijskom sustavu pohranjuju u obliku podataka. Svaki poslovni sustav ima svoje funkcije, slika 5.



Slika 5. Funkcije poslovnog sustava

Poslovni sustav da bi opstao mora komunicirati i biti u skladu s okolinom. Poslovni sustav je znači adaptivan sustav jer ima sposobnost učenja, uočavanja promjena i prilagođavanja u skladu s okolinom i novim uvjetima u kojima se nalazi. Informacije o promjenama uočavaju se na izlazu te se mehanizmom povratnih veza vraćaju nazad na ulaz poslovnog sustava.

Takav način omogućava sistematsku kontrolu podataka i regulaciju informacija. Osnovne karakteristike poslovnog informacijskog sustava :

- Sve komponente sustava rade zajedno kako bi se postigao zajednički cilj. Cilj svakog poduzeća je da posluje s dobiti i da bi se takav cilj postigao sve komponente moraju djelovati kao cjelina
- Sustav mora djelovati u skladu s okolinom. Svaki poslovni sustav nije izoliran djeluje u okolini i mora se kao takav prilagođavati svim promjenama koje se dešavaju unutar okoline u kojoj se nalazi. Svako poduzeće mora odrediti svoje granice, tj. odrediti koji su njegovi dijelovi unutar poduzeća, a koji dijelovi su izvan poduzeća. Sustav je u doticaju s dugim sustavima preko svog sučelja, a u poduzeću su to odjei koji komuniciraju s kupcima, dobavljačima...
- Veći sustav može biti sastavljen od jednostavnijih sustava. Svaki sustav može se rasčlaniti na podsustave. Među sustavima postoji hijerarhijska organiziranost koja se mora poštovati kako bi sustav kao cjelina mogao funkcionirati. [2]

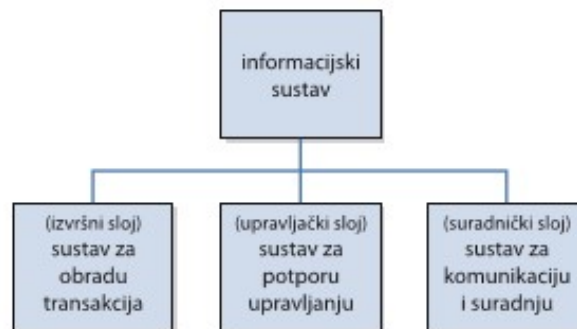
Organizacije se mogu podijeliti prema djelatnostima koje obavljaju (proizvodnja, trgovina, bankarstvo i financije, uslužne djelatnosti itd.) ili prema broju zaposlenih i veličini prihoda koji ostvaruju (male, srednje i velike organizacije). Profitne organizacije, čiji je cilj stvaranje profita, razlikuju se od neprofitnih organizacija, kojima profit nije glavni cilj.

Poslovni sustav uključuje ljude, sredstva, poslove i ostalo koji u složenoj suradnji ostvaruju svoj cilj. Velik broj različitih poslova koji se obavljaju u poslovnom sustavu nazivamo poslovnim procesima, zajedničkim jezikom poslovnog tehnologijom. Poslovni procesi mogu biti vrlo različiti, njima se posebno bavi poglavlje o upravljanju poslovnim procesima. Razlikujemo izvršne procese i upravljačke procese s pomoću kojih se upravlja poslovnim sustavom. Izvršne procese možemo grupirati u izvršni podsustav, a upravljačke procese u upravljački podsustav poslovnog sustava. Slika 2.5. prikazuje takav model poslovnog sustava s izvršnim i upravljačkim procesima, te ulazima i izlazima. Oni su međusobno povezani tokovima koji mogu biti različiti: materijalni (sirovine, proizvodi, energija), upravljački (odluke) ili informacijski (informacije). Dok izvršni procesi obavljaju temeljne zadatke sustava, preko upravljačkih procesa obavlja se regulacija i prilagodba sustava

3.2. Svrha poslovnog informacijskog sustava

Informacijski sustav može poslovnom sustavu unutar kojeg djeluje pomoći na sljedeće načine:

- izvršnom dijelu poslovnog sustava može poduprijeti izvršenje poslovnih procesa
- upravljačkom dijelu poslovnog sustava može olakšati upravljanje poslovnim sustavom
- općenito poslovnom sustavu može omogućiti komunikaciju unutar sebe i sa svojom okolinom



Slika 6. Slojevi poslovnog informacijskog sustava

Informacijski sustav, kao što se vidi na slici 2.6. sastoji se od izvršnog sloja koji podupire izvršenje poslovnih procesa i naziva se sustav za obradu transakcija. Upravljački sloj se brine za olakšano upravljanje poslovnih procesa i naziva se sustav za potporu upravljanju. Suradnički sloj omogućava komunikaciju poslovnog sustava sa okolinom i naziva se sustav za komunikaciju i suradnju.[3]

3.2.1. Izvršni sloj informacijskog sustava

Pod pojmom poslovni proces podrazumijevaju se poslovi koji se obavljaju unutar promatrane organizacije, odnosno poslovnog sustava, a pojam poslova tehnologija podrazumijeva skup različitih poslovnih procesa koji se obavljaju u organizaciji. Svaka organizacija ima svoju specifičnu poslovnu tehnologiju, iako su u organizacijama jedne djelatnosti poslovne tehnologije slične. U proizvodnom poduzeću poslovnu tehnologiju čine procesi proizvodnje, nabave potrebnih sirovina i energije, plasmana proizvedenih proizvoda itd. U bankama poslovna tehnologija obuhvaća procese obavljanja financijskih transakcija, kreditiranja, štednje itd.

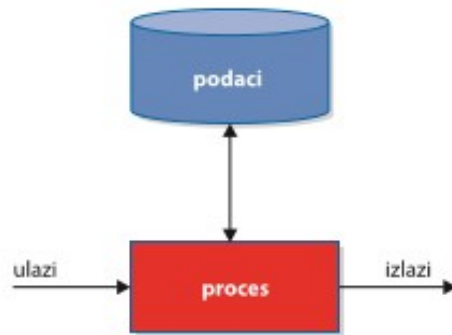
Primjena i informacijske tehnologije implementirana kroz informacijski sustav može u velikoj mjeri povećati efikasnost obavljanja izvršnih procesa, tako da bez njene primjene u mnogim granama poslovanja nije moguće konkurentno obavljati posao. Internet trgovine, primjerice, ne mogu opstati na tržištu ako svojim kupcima ne mogu ponuditi veliki izbor proizvoda sa mogućnošću plaćanja i dostave na području cijelog svijeta. Za to je potreban računalni rezervacijski . Slično vrijedi i za poslovanje banaka sa stanovništvom, koje moraju ponuditi obavljanje transakcija putem mreže terminala u poslovnicama, bankomata ili osobnih računala od kuće.

Sa stajališta poslovnog informacijskog sustava potrebno je razmotriti povezivanje poslovnih procesa, kojih u organizaciji ima veliki broj, u veće smislene jedinice. Tipična su dva načina povezivanja procesa:

- Funkcijsko povezivanje predstavlja procese koji obavljaju slične operacije ili operacije koje se međusobno povezuju da bi se ostvarila neka opća funkcionalnost u organizaciji. U poslovnom informacijskom sustavu ti se procesi grupiraju i ostvaruju kao cjelina koja se naziva podsustavom, aplikacijom ili modulom (podsustav proizvodnje, aplikacija proizvodnje, modul proizvodnje).
- Povezivanje u procesni lanac predstavlja procese koji se povezuju u lanac procesa kojim se ostvaruje neka nova "funkcionalnost" ili ostvaruje tzv. lanac vrijednosti (engl. Value Chain). Ovi procesi mogu pripadati različitim funkcijama, što znači da se

procesu mogu istovremeno povezati i funkcijski i u procesni lanac. U informacijskom sustavu ti se procesi grupiraju i ostvaruju kroz aplikaciju ili modul.

Većina izvršnih procesa ima transakcijski karakter, pa ih iz tog razloga zovemo transakcijski proces. Funkcioniranje takve vrste procesa objašnjeno je u slici 7.



Slika 7. Transakcijski procesi

Proces predstavlja skup aktivnosti kojima se iz ulaza proizvode izlazi. Svaki ulaz čine elementi koji ulaze u proces, oni su materijalni ili informacijski. Informacijski ulazi su podaci koji nose informacije o tome kako će proces "preraditi" ulaz u izlaz. Na izvjestan se način uz pomoć podataka upravlja procesom. Ako je potrebno pamtiti stanje procesa, ono se bilježi podacima. Izlaze čine proizvodi nastali "preradom" ulaza unutar procesa. Izlazi mogu biti samo materijalni.

3.2.2. Upravljački sloj informacijskog sustava

Upravljanje poslovnim sustavom uključuje planiranje, organiziranje i kontroliranje aktivnosti poslovnog sustava, a temelji se na donošenju odluka. Za donošenje dobre poslovne odluke potrebne su kvalitetne informacije (točne, potpune, primjerene i pravovremene). Zbog toga će dobar poslovni sustav nastojati izgraditi informacijski sustav koji će mu omogućiti dobre i provjerene informacije na temelju kojih može obavljati dobar posao. U upravljačkom sloju informacijskog sustava najbitniji je element odlučivanja koji se provodi u nekoliko koraka:

- Prepoznavanje problema obuhvaća shvaćanje i definiranje problema, pronalaženje izvora informacija, prikupljanje i procjena vrijednosti informacija.
- Pronalazak rješenja (opcija) obuhvaća prikupljanje opcija za rješavanje problema u skladu s ciljevima poslovnog sustava formuliraju se moguća rješenja problema.
- Odabir najpovoljnije opcije, osoba koja je odgovorna za donošenje odluka izabire najbolju odluku i kreće se u rješavanje problema.
- Provedba odabrane opcije
- Ocjena provedbe

Odluka je rezultat mentalnog procesa koji rezultira izborom najpovoljnije opcije tj. rješenja između više njih. Temelji se na ispitivanju svake opcije i odlučivanju koja je opcija u zadanom trenutku napovoljnija i najbolja za poduzeće. Svaka poslovna odluka bi trebala biti isključivo racionalna i težiti da se zaštite interesi poduzeća i njenih djelatnika. Informacije koje se koriste pri odlučivanju mogu doći iz različitih izvora. Unutarnji podaci nastaju unutar poslovnog procesa (primjerice, podaci o vrsti i broju proizvedenih proizvoda i njihovoj prodaji). Izvori vanjskih podataka izvan su poslovnog sustava (primjerice, podaci o stanju tržišta, stanju na burzi i sl.), a podaci mogu nastati i u postupku odlučivanja (podaci koje su stvorili menadžeri, primjerice planovi proizvodnje ili prodaje).[2]

Cilj je upravljačkog dijela informacijskog sustava svima koji donose odluke (menadžerima, stručnjacima) predati potrebne informacije. Tako se odlučivanje decentralizira i demokratizira jer se u taj proces uključuje sve veći broj sudionika. Iako je zadatak posloводства organizacije donositi poslovne odluke, ne može se zanemariti činjenica da se u poslovnom sustavu odlučivanje odvija svakodnevno i na svim razinama odlučivanja, pojedinačno ili u skupinama. Donositelji odluka često odluke donose u nepovoljnim okolnostima, kao što su nedostatak vremena ili manjak stručnog znanja, a njihove spoznajne mogućnosti također su ograničene. Zbog toga im treba pomoći u identifikaciji, pronalaženju i analizi potrebnih podataka odnosno informacija, izboru metoda odnosno modela rješavanja problema, njihovu izvođenju i analizi dobivenih rezultata, a sve u svrhu donošenja kvalitetnih odluka. Iako se donošenje odluke obavlja, kako je opisano, kroz nekoliko koraka, ono ipak nije ni približno jedinstveno. Potpora upravljanju (odlučivanju) temelji se na :

- Pronalaženje podataka
- Primjena odgovarajućeg modela

3.3. UPRAVLJANJE INFORMACIJSKIM TEHNOLOGIJAMA U SUVREMENIM TVRTKAMA

Informacijska tehnologija (IT) mijenja načine na koji ljudi rade i žive, te mijenja ustroj i način poslovanja suvremenih tvrtki. Oni koji se ne budu naučili prilagodili tim promjenama - bilo pojedinci ili poslovni subjekti, dovest će u pitanje svoju egzistenciju i uspješno funkcioniranje u poslovnom okruženju. Tehnološki i poslovno orijentirani ljudi često imaju potpuno različite vizije o tome što predstavlja informacijska tehnologija za jednu tvrtku i kako u punoj mjeri iskoristiti njezine mogućnosti. S jedne strane, poslovodni menadžment često ne poznaje dovoljno suvremene informacijske tehnologije, njihove mogućnosti i ograničenja, pa zbog toga ne može izaći iz ustaljenih obrazaca o poslovanju, koji se ponekad drastično mijenjaju pod utjecajem novih tehnoloških trendova. Sa druge strane, ljudi orijentirani isključivo na tehnologiju, često nemaju dovoljno sluha za poslovne potrebe, sa kupcima i korisnicima orijentiranim na poslovne procese. Treba pronaći sklad između novih informacijskih tehnologija i standardnog načina poslovanja kako bi se postigla maksimalna raspoloživost i uspješnost poslovnog poduzeća.[4]

3.3.1. Menadžment i ulaganje u informacijske tehnologije

Ulaganje u informacijsku tehnologiju predstavlja sve veći dio investicija tvrtki. Tako, je primjerice, iznos ulaganja u IT više od polovine investicijskih budžeta većine uslužnih tvrtki razvijenih zemalja, a to nije ni previše čudno, imajući u vidu da su njihovi glavni “proizvodi” informacije i usluge. Iznos ulaganja u IT tehnologije iz godine u godine se povećava pa ne čudi činjenica da ona predstavlja temu koja je izuzetno prisutna u suvremenom poslovanju i pridavanje sve veće važnosti načinu ulaganja u informacijsku tehnologiju u tvrtkama i upravljanju njome. Ulaganja u IT uzimaju sve veći postotak u ukupnim ulaganjima tvrtki i svi se zapravo pitaju koliko su ona opravdana, a sa druge pak strane, upotrebom suvremene IT tvrtke mogu steći određene konkurentne prednosti kojima mogu potpuno potisnuti i marginalizirati konkurenciju na tržištu.

Funkciju upravljanja informacijskim sustavima i s IT veoma je teško izdvojiti u posebnu jedinicu pri evaluaciji njezinih učinaka i utjecaja na cjelokupno poslovanje. Ona zapravo

predstavlja potpunu djelatnost svim poslovnim funkcijama i poslovnim procesima i predstavlja mogućnost unapređenja njihova funkcioniranja. Sukladno s tipičnim poslovnim funkcijama (strateško planiranje, razvijanje proizvoda i marketing, proizvodnja, operacije i distribucija, usluga kupcima) mogu se identificirati IT funkcije koje podupiru njihovo funkcioniranje.

Odnos između informacijske tehnologije i poslovnih potreba, tj. kvalitetno usklađivanje i ravnoteža između mogućnosti koje pruža IT, s jedne strane, i unapređenja poslovanja, poslovnih funkcija i procesa, sa druge strane, veoma je bitan element uspjeha u suvremenim tvrtkama. Pritom je najvažnije pobrinuti se i osigurati da informatički odjel i menadžer informatike (CIO - Chief Information Officer) dodaju vrijednost poslovanju. Tako možemo izdvojiti načela koji bi se morao držati CIO, da bi povećao dodanu vrijednost informacijske tehnologije u poduzeću:

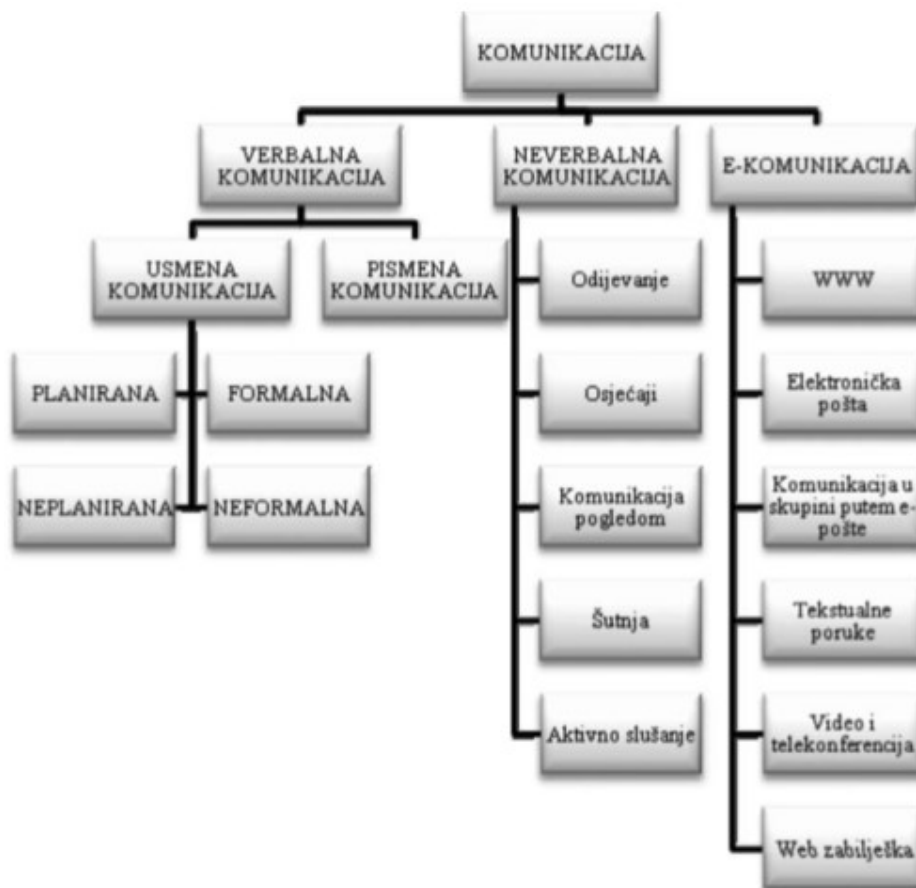
- Stalan fokus na poslovne imperitive pri razmatranju novih ulaganja
- Interpretacija poslovnih praksi sličnih poduzeća
- Održavanje odnosa sa drugim menadžerima i ostalim zaposlenicima
- Uspješno djelovanje odjela za informatiku
- Držanje fokusa na nekoliko glavnih projekata
- Postizanje zajedničke vizije poduzeća
- Ostvariti značajni doprinos

3.3.2. Upravljanje informacijskim tehnologijama u Hrvatskoj

Podatke o upravljanju informacijskim tehnologijama u Hrvatskoj je gotovo nemoguće naći. „Najnovija“ vijest je anketa koja je provedena u poduzećima diljem Hrvatske 2000. godine o njihovom korištenju informacijskih tehnologija. Danas se kroz razne projekte koje subvencionira Europska unija pokušava doći do integracije informacijskih tehnologija u svako poduzeće te razvoj i uspješnost takvih tehnologija.[4] Jedan od takvih projekata je i projekt „Ulaganje u informacijsku i komunikacijsku tehnologiju radi optimiziranja poslovnih procesa“.

“Ovim projektom Naručitelj će nastojati pridonijeti jačanju konkurentnosti hrvatskog malog i srednjeg poduzetništva kroz modernizaciju proizvodnog procesa kao preduvjeta tehnološkog razvoja i poslovne uspješnosti. Uvođenje bolje i kvalitetnije informacijske tehnologije u poslovni sustav dovest će do određenih organizacijskih promjena u poduzeću Naručitelja i zahtijevati će reinženjering postojećeg poslovnog procesa, što će dovesti do bržeg i kvalitetnijeg donošenja poslovnih odluka i smanjenja troškova poslovanja. Primjena informacijskih tehnologija od strateškog je značaja za poduzeće Naručitelja, jer informacijske tehnologije smanjuju troškove, ubrzavaju administrativne poslove, potiču odlučivanje, jačaju konkurentnost, postaju strateško oružje, povećavaju produktivnost i rad čine ugodnijim, uspješnijim i djelotvornijim.”[5]

4. VAŽNOST KOMUNIKACIJE U FUNKCIONIRANJU ORGANIZACIJE



Slika 8. Struktura poslovne komunikacije

Komunikacija je vrlo važna u funkcioniranju svake organizacije pa tako i poslovne. Komunikacija između organizacija, djelatnika i slično značajno poboljšava rad svake organizacije. Komunikacija se dijeli na verbalnu i neverbalnu i e komunikaciju. Za život poslovne organizacije najbitnija je e komunikacija koja se sastoji od: internet adresa, elektroničke pošte, tekstualnih poruka, video i telekonferencija i web zabiljke. Komunikacija u poslovanju je znatno olakšana takvim načinom pristupa komunikaciji jer dolazi do bržeg, sigurnijeg prikupljanja informacija, obrade podataka i distribucije tih istih podataka svima kojima su potrebne u vrlo kratkom vremenskom roku.[6]

4.1. ORGANIZACIJSKA KOMUNIKACIJA

Sustav komunikacije u organizaciji podrazumijeva sustavno i plansko održavanje i oblikovanje mreže kretanja informacija kojom su povezani pojedinci, radna mjesta i organizacijske jedinice. Iako se uobičajeno razlikuje unutarnji i vanjski sustav komunikacije, sustav komunikacije u organizaciji predstavlja jedinstvenu cjelinu, koja je po svojoj strukturi modularno oblikovana. Modularno oblikovana struktra znači da se sustav komunikacije u organizaciji sastoji od dvaju ili više sustava koji su relativno autonomni, ali i međusobno povezani preko krajnjih čvorova komunikacijske mreže. Oblikovanje sustava komunikacije u organizaciji vrlo je kompleksan i odgovoran zadatak koji obuhvaća tehničko-organizacijske, omunikacijske, socijalne i ekonomske vještine. Ukupno promatrajući izgradnju sustava komunikacije, sam sustav komunikacije može se definirati kao skup podataka i informacija koje se smislenim povezivanjem prenose preko komunikacijskog kanala do svoga primatelje. Uloga komunikacije u organizaciji nije samo osigurati razmjenu informacija unutar organizacije nego omogućiti i razmjenu informacija između organizacije i njezine okoline (kupaca, dobavljača, dioničara, i sl.). Komunikacija ima četiri osnovne funkcije unutar organizacije:

- Kontroliranje
- Motiviranje
- Emocionalno izražavanje
- Informiranje

Svaka od oe četiri navede funkcije je jednako važna i sve moraju djelovati u skladu da bi se ostvario željeni efekt. Da bi organizacija uspješno djelovala, ona treba održavati kontrolu nad svojim zaposlenicima, stimulirati njihov rad, omogućiti im izražavanje osjećaja te upriličiti donošenje odluka. Svaka komunikacijska interakcija koja se odvija unutar organizacije obavlja jednu ili više funkcija komunikacije [7]

4.2.PROTOKOL KOMUNIKACIJE U ORGANIZACIJI

Putovi komunikacije čine postupak i redosljed u prenošenju informacija između pojedinaca i organizacijskih jedinica. Iz tog razloga postoji razlika između formalnih i neformalnih putova komunikacije. Formalni se putovi komunikacije nazivaju redovitim službenim putem komuniciranja, a karakterizira ih standardizirano i ujednačeno komuniciranje o određenim stvarima na točno određeni način, koji zaposleni moraju slijediti. Komunikaciju u organizaciji dijelimo na :

- Formalna komunikacija- podrazumjeva unaprijed planiran i služben prijenos informacija u pisanom i govornom obliku, usklađen s potrebama organizacije. Formalna komunikacija je nužna za obavljanje svih poslova u organizaciji. Osnovna zadaća menadžmenta je osigurati efikasnu formalnu komunikaciju kroz čitavu organizaciju. Unutarnja komunikacija obuhvaća komunikaciju u različitim smjerovima, stoga razlikujemo: vertikalnu komunikaciju prema gore, vertikalnu komunikaciju prema dolje, horizontalna komunikacija i lateralna komunikacija. Vertikalna komunikacija prema gore obuhvaća povratne informacije na prethodno opisani smjer komunikacije. Vertikalna komunikacija prema dolje odvija se od ljudi na višim organizacijskim razinama prema onima na nižim organizacijskim razinama. Horizontalna i lateralna komunikacija podrazumijevaju razmjenu informacija između djelatnika na istim ili različitim razinama organizacijske strukture. Horizontalni putevi komuniciranja su tijekom komunikacije između osoba ili grupe iste organizacijske razine u poduzeću. Postoji pretpostavka da je takva vrsta puteva više razvijena na razinama menadžera, nego što je to slučaj sa nižim razinama. Ovakva vrsta kanala služi prvenstveno za bržu razmjenu informacija među kolegama. Lateralni putevi komuniciranja uključuju horizontalni tijek informacija između pojedinaca ili grupa na istoj ili sličnoj organizacijskoj razini te dijagonalni tijek informacija između pojedinaca ili grupa na različitim organizacijskim razinama. Lateralni putovi komunikacije rabe se prvenstveno u potrebama za hitnim komuniciranjem.
- Neverbalna komunikacija- sekundarna je i vrlo složena komunikacijska mreža koja počiva na osobnim dodirima i koja, za razliku od sustava formalne komunikacije, ne slijedi neku unaprijed određenu liniju. Složenosti neformalne komunikacije doprinosi

činjenica da sudionici u tom procesu pripadaju različitim grupama te da se priroda veza među njima stalno mijenja. Neformalna komunikacija odraz je percepcije djelatnika o organizaciji. Ona presijeca kanale formalne komunikacije te iako je povremeno i korisna, za menadžera može predstavljati problem. Kako menadžer neformalne kanale komunikacije može kontrolirati samo djelomično, u interesu održavanja komunikacijske ravnoteže u organizaciji preporučuje se pravovremeno odašiljanje informacija formalnim kanalima u svim smjerovima: otvorena mreža formalne komunikacije najbolje je sredstvo kontrole neformalne komunikacije. Iako neformalni komunikacijski kanali u velikoj mjeri prenose glasine i ogovaranja, sustav neformalne komunikacije može sadržavati i informacije bitne za organizaciju, a kod zaposlenika uživati povjerenje

5. ISTRAŽIVANJE-INFORMIRANJE PUTEM DRUŠTVENIH MREŽA

Za istraživanje je upotrijebljen kvantitativni oblik istraživanja tkzv. anketa, koja je ujedno jedna od najpopularnijih metoda. Kvantitativna istraživanja omogućuju usmjerenje pozornosti na brojčane podatke, dakle to su istraživanja iz kojih proizlazi statistička analiza. Jedno od osnovnih obilježja kvantitativnog istraživanja je postavljanje identičnih pitanja svim ispitanicima.

Prema wikipediji, *Anketa* (fr. *enquête*; lat. *inquisita*; *enquire* = *istraživati*) je naziv za skup postupaka pomoću kojih se pobuđuju, prikupljaju i analiziraju izjave ljudi kako bi se saznali podaci o njihovom ponašanju ili o njihovim stavovima, mišljenjima, preferencijama, interesima i slično, radi statistike, ispitivanja javnog mnijenja, tržišta ili kao temelj za potrebe medicinskog, sociološkog ili nekog drugog istraživanja. Treba imati na umu da je vrijednost ankete ograničena. Ona daje točne informacije ovisno o iskrenosti ispitanika te o njihovoj sposobnosti da odgovore na postavljena pitanja.

Definirajući cilj, postavljajući hipoteze i određujući uzorak ispitanika, sastavljen je upitnik od 15 pitanja. Anketa je kreirana pismeno i online, koristeći [googleobrazci.com](https://www.googleobrazci.com).

5.1. PROBLEM ISTRAŽIVANJA

Glavni problem ovog istraživanja je ispitivanje utjecaja društvenih mreža na informiranje tj. kako i koliko se ljudi informiraju putem društvenih mreža. Koriste li isključivo društvene mreže za informiranje, u kojoj mjeri i na koji način im pristupaju.

5.2. CILJ ISTRAŽIVAJA

Cilj ovog istraživanja je analiza informiranja putem društvenih mreža (facebook,twitter,viber..) na populaciji od 18 do preko 30 godina. Bilo je potrebno :

- Obraditi anketirane uzorke koji su ispravno popunili anketni upitnik, a sa aspekta broja ispitanih, spolne razlike,društvenog statusa i vrste društvene mreže koju koriste.
- Obraditi anketirane uzorke prema starosnoj strukturi koja je bila podijeljena u 4 grupe: do 18 godina, od 18-25 godina, 25-30 godina i preko 30 godina sa osvrtom na kvalitetu informacija koje su dostupne putem društvenih mreža.

5.3.HIPOTEZE

5.3.1. Afirmativna hipoteza

Anketirana populacija (18-preko 30 godina) prate i koriste društvene mreže (facebook,viber,twitter,instagram,viber,whatsapp...) u svrhu razmjene informacija, pregledavanja novih informacija, komuniciranje s drugim korisnicima društvenih mreža i kao vid zabave.Smatraju da informacije koje su dostupne na društvenim mrežama nisu dovoljan izbor informacija i iz tog razloga se koriste i drugim metodama informiranja. Također smatraju da nisu ovisnici o društvenim mrežama i da je vrijeme koje provode za svojim mobitelima,tabletima,laptopima u granicama „normalnog“ korištenja.

5.3.2. Alternativna hipoteza

Anketirana populacija (18-preko 30 godina) prate i koriste društvene mreže (facebook,viber,twitter,instagram,viber,whatsapp...) u svrhu razmjene informacija, pregledavanje novih informacija, komuniciranje s drugim korisnicima društvenih mreža i kao vid zabave. Smatraju da provode optimalno vrijeme na društvenim mrežama, da su ponekad imali loša iskustva na internetu, nemogu se deklarirati ni kao ovisnici o društvenim mrežama,

ali ne mogu reći ni nisu ovisni. Također smatraju da su na društvenim mrežama sve potrebne informacije i nemaju potrebu za dodatnim izvorom informacija.

5.3.3. Nulta Hipoteza

Anketirana populacija (18-preko 30 godina) prate i koriste društvene mreže (facebook,viber,twitter,instagram,viber,whatsapp...) u svrhu razmjene informacija, pregledavanje novih informacija, komuniciranje s drugim korisicima društvenih mreža i kao

vid zabave. Koriste se društvenim mrežama više od par sati svakoga dana i za vrijeme radnog vremena. Smatraju se ovisnicima o društvenim mrežama.

5.4. UZORAK ISPITANIKA

Uzorak u ovom ispitivanju je sačinjen od 101 ispitanika, od kojih su 61 bili ispitanici ženskog roda, a 40 muškog roda, pri čemu najmlađi ispitanik ima 18 godina, a najstariji ispitanici imaju preko 30 godina. Anketirana populacija ima prosječnu starost između 18- 25 godina. Anketa je pokazala da svi ispitanici koriste barem jednu društvenu mrežu i to u najvećem broju Whatsapp aplikaciju, koja služi za međusobne razgovore među korisicima, a najmanje se služe Ttwitterom.

5.5. INSTRUMENT ISTRAŽIVANJA

Instrumnet koji je korišten u ovom istraživanju je anketni upitnik koji se sastoji od 15 pitanja, koja su raspoređena u 4 grupe:

- Opća pitanja (godine, spol, zanimanje)
- Pitanja o korištenju društvenih mreža
- Pitanja o informiranju putem društvenih mreža

- Pitanja o zadovoljstvu korisnika dostupnim informacijama preko društvenih mreža

Anketni upitnik je napravljen po principu zaokruživanja ponuđenog odgovora, zatim zaokruživanja višestrukih odgovora i popunjavanjem praznog polja (mogućnost pisanja odgovarajućeg odgovora). Upitnik je kreiran kao on line upitnik.

Podaci su prikazani tabelarno i grafički putem apsolutnog i relativnog broja slučajeva, aritmetičke sredine sa standardnom devijacijom i rasponom vrijednosti. Analiza razlika između promatranih skupina je izvršena putem hi-kvadrat testa uz korekciju prema Yatesu za male uzorke, te Fisherovog egzaktnog testa. Kao nivo statističke značajnosti razlika uzet je 95% interval pouzdanosti ili vrijednosti testova uz $p < 0,05$.

5.6. TIJEK ISTRAŽIVANJA

Anketa je sastavljena u google obrazcima i kao takva je online poslana na različite email adrese. Uz anketu je objašnjeno da je strogo anonimnog karaktera, da ne zahtjeva davanje osobnih podataka i svrha i cilj ovakve vrste istraživanja.

Negativni dio istraživanja koji se pojavio je nedovoljan odaziv na online anketu, bio je potreban duži vremenski period za dobivanjem povratne informacije, odnosno samog odgovora na anketu, mali broj ljudi je odgovarao na pitanja otvorenog tipa, što će biti prikazano u daljnjem prikazu rezultata istraživanja.

Kao pozitivan dio je činjenica da ispitanici on line ankete nisu dio grupe, kolektiva koji navode iste odgovore na pitanja kao što bi se moglo naći recimo u jednom odgojnoj grupi, radnom mjestu i slično.

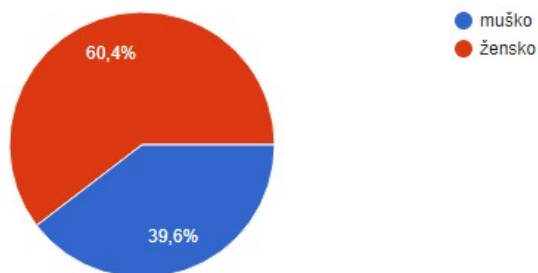
5.7. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Rezultati istraživanja započinju sa općenitim pitanjima. Za potrebe istraživanja bilo je potrebno ustanoviti socijalna obilježja: dob, spol, zaposlenost i korištenje određene društvene mreže. U nastavku rezultati su podijeljeni prema vrsti društvene mreže i korištenju društvenih mreža u svrhu informiranja. Prikazano je svako pitanje pojedinačno kako slijedi, prema redoslijedu u anketi.

1.Pitanje:

Spol?

101 odgovor



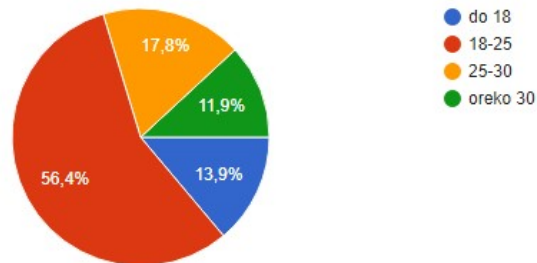
Graf 1. Prikaz udjela muških i ženskih ispitanika

Uzorak je obuhvatio 101 osobu, od koji je 60,4 % odnosno 61 osoba ženskog roda, a 39,6% odnosno 40 osoba muškog spola.

2.Pitanje:

Kojoj dobnoj skupini pripadate?

101 odgovor



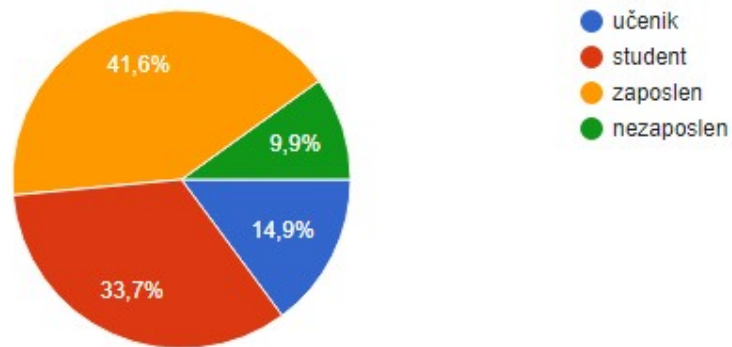
Graf 2. Prikaz dobne skupine ispitanika

Uzorak je obuhvatio 101 osobu, prosječne starosti između 18-25 godina. Najmanji broj ispitanika, njih 12, odnosno 11,9 % prelazi 30 godina. Najveći broj ispitanika, njih 57, odnosno 56,4 % pripada dobnoj skupini od 18-25 godina. Sa 17,8 %, odnosno 18 ispitanika ima od 25-30 godina, a 12 ispitanika, odnosno 13,9 % pripada dobnoj skupini do 18 godina.

3.Pitanje:

Vaš status?

101 odgovor



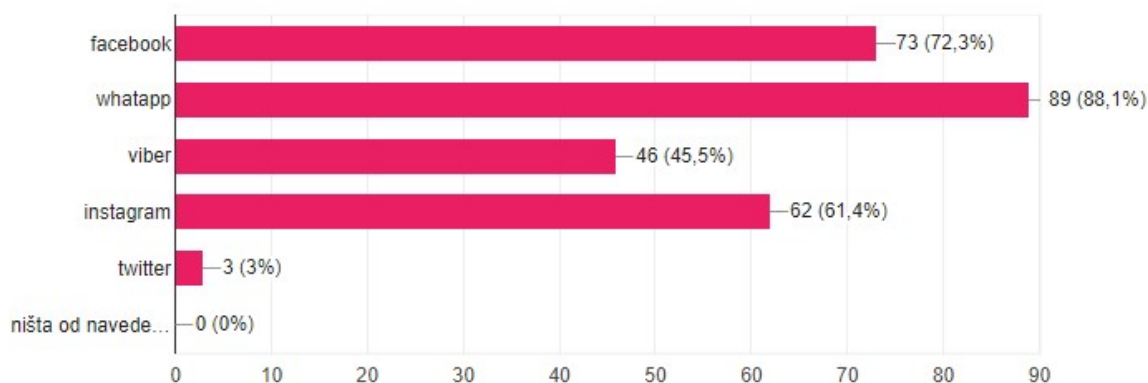
Graf 3. Prikaz statusa ispitanika

Većina ispitanika su zaposleni, točnije njih 42, odnosno 41,6 %, nezaposlenih je najmanje sa 9,9 %, odnosno njih 10. Veliki broj studenata se odazvao ovom istraživanju, njih 34, što čini 33,7 %. Mali broj učenika se također odazvao istraživanju, njih 15, što čini 14,9 % u ukupnom broju uzoraka

4.Pitanje:

Koristite li neke od društvenih mreža?

101 odgovor



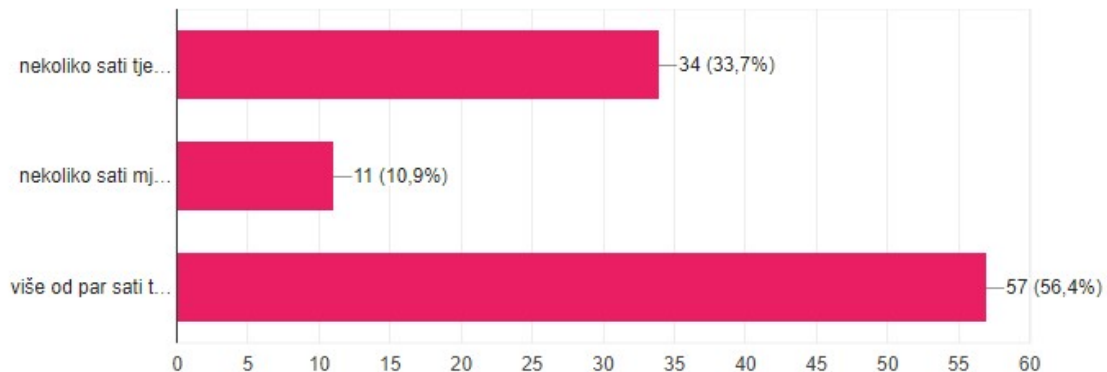
Graf 4. Prikaz korištenja društvenih mreža

Svi ispitanici koriste barem jednu društvenu mrežu, nitko nije odgovorio da ne koristi barem jednu od navedenih društvenih mreža dok većina ispitanika koristi 2 ili više društvenih mreža. Facebook koristi 72,3 % ispitanika, odnosno njih 73, whatsapp aplikaciju koristi 89 ispitanika, njih 88,1 % što je stavlja na mjesto najkorištenije društvene mreže. Viber koristi 46 ispitanika, 45,5 % što je također značajan broj. Instagram aplikaciju koristi 62 posto ispitanika, 61,4 % i to najčešće žene dok je društvena mreža twitter na zadnjem mjestu po korištenju, sa samo 3 korisnika.

5.Pitanje:

U prosjeku koliko vremena provodite na društvenim mrežama?

101 odgovor



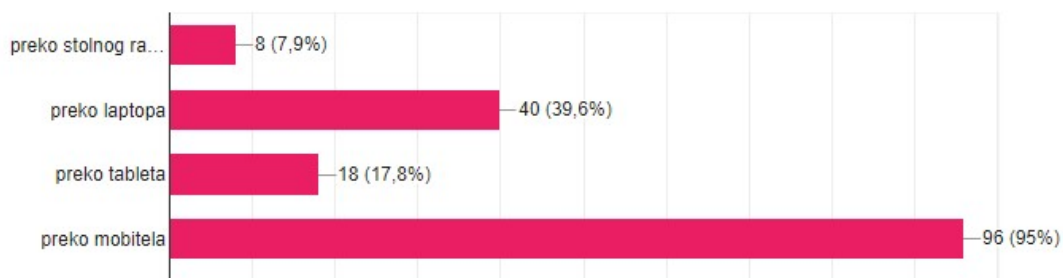
Graf 5. Prikaz prosječnog vremenskog trajanja korištenja društvenih mreža

Koliko vremena u prosjeku provodite na društvenim mrežama je pitanje koje je imalo 3 ponuđena odgovora, 34 ispitanika, 33,7 % koristi društvene mreže u prosjeku nekoliko sati tijekom tjedna. Nekoliko sati mjesečno društvene mreže koristi 11 korisnika, 10,9%, što označava i najmanji broj korisnika koji je izabrao ovaj odgovor. Najviše ispitanika, njih 57, odnosno 56,4% koristi društvene mreže na svakodnevnoj bazi, više od par sati na dan.

6. Pitanje

Na koji način pristupate društvenim mrežama

101 odgovor



Graf 6. Način pristupanja društvenim mrežama

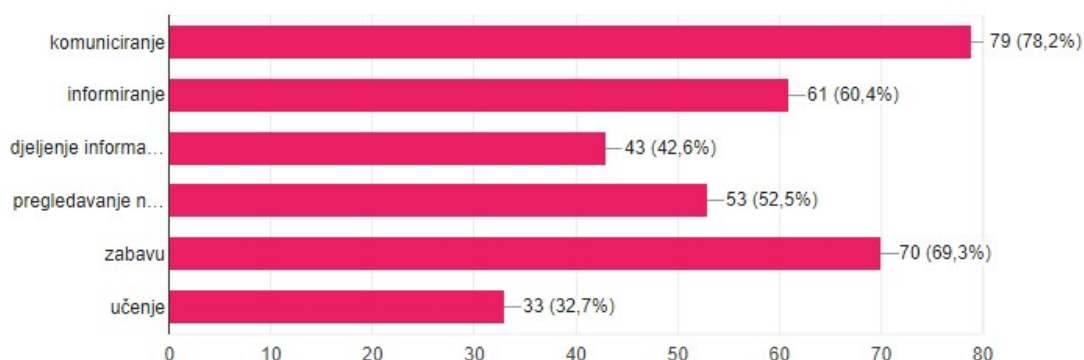
Od ponuđenih odgovora za pitanje : „Na koji način pristupate društvenim mrežama?“ najviše ispitanika, njih čak 96, 95% za pristup društvenim mrežama je izabralo mobilni uređaj,

stolno računalo koristi samo 8 ispitanika, 7,9 % za pristup društvenim mrežama dok preko laptopa pristupa 40 ispitanika, 39,6%. Tablet koristi 18 ispitanika, 17,8 %.

7.Pitanje:

Društvene mreže koristite za:

101 odgovor



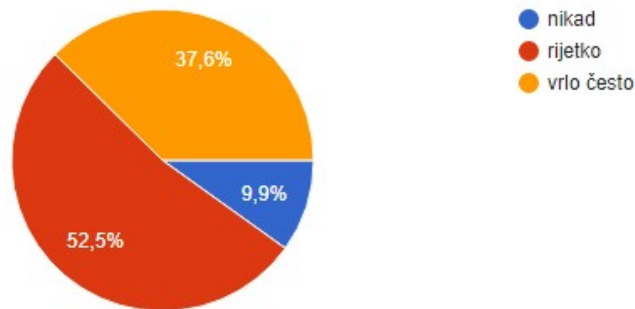
Graf 7. Korištenje društvenih mreža

Društvene mreže najveći broj ispitanika, njih 79, 78,2 % koristi za komuniciranje što samo po sebi i nije iznenađenje s obzirom da su se ispitanici izjasnili da najviše koriste društvene mreže whatsapp i viber koje i služe za međusobno komuniciranje. Za informiranje putem društvenih mreža koristi se 60,4%, odnosno 61 ispitanik dok ih nešto manje 42,6%, odnosno njih 43 te iste informacije i dijeli putem društvenih mreža. Za pregledavanje novih informacija društvene mreže koristi 52,5 %, odnosno 53 ispitanika. Veliki broj ispitanika koristi društvene mreže kao neki oblik zabave, njih 70, 69,3 %, a jako mali broj se njima koristi za učenje, njih 33, odnosno 32,7%

Pitanje 8 :

Pristupate li društvenim mrežama tijekom nastave ili radnog vremena?

101 odgovor



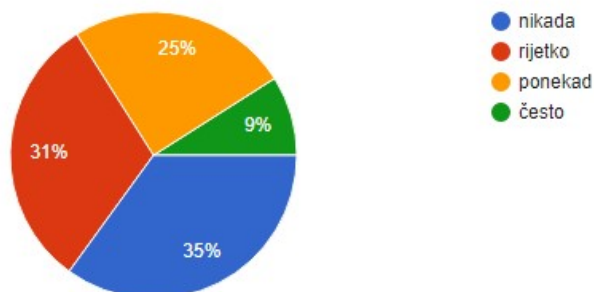
Graf 8. Prikaz pristupanja društvenm mreža tijekom nastave ili radnog vremena

Grafički prikaz pokazuje da 53 ispitanika, odnosno 52,5% rijetko pristupa društvenim mrežama tijekom nastave ili radnog vremena, 38 ispitanika, odnosno 37,6 % je priznalo da vrlo često pristupa društvenim mrežama za vrijeme nastave i radnog vremena. 10 ispitanika, 9,9% je odgovorilo da nikad za vrijeme nastave ili radnog vremena ne pristupaju društvenim mrežama.

9. Pitanje:

Zanemarujete li svoje obaveze zbog društvenih mreža?

100 odgovora



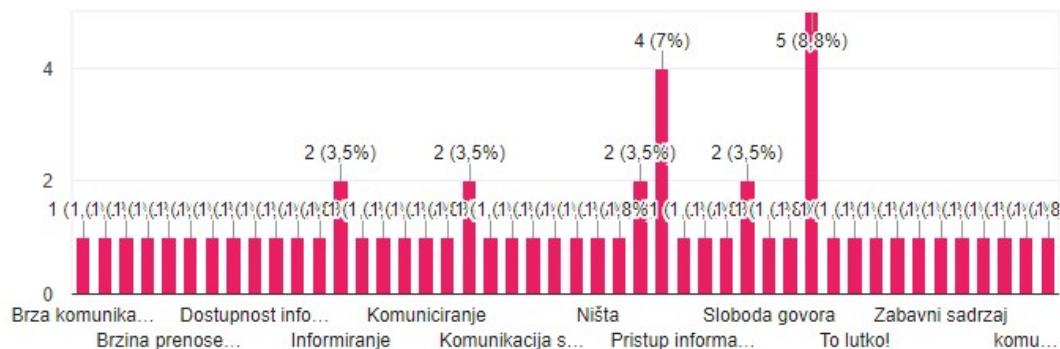
Graf 9. Prikaz odgovora o zanemarivanju obaveza zbog društvenih mreža

Grafički prikaz odgovora o zanemarivanju obaveza zbog društvenih mreža pokazao je sljedeće rezultate: 31 % ispitanika rijetko zanemaruje vlastite obaveze zbog upotrebe društvenih mreža, 35% nikada to ne radi, 25 % ispitanika se ponekad nađe u situaciji da zanemaruje svoje obaveze zbog društvenih mreža i 9 % često to radi.

10. Pitanje:

Što vam se najviše sviđa kod upotrebe društvenih mreža?

57 odgovora



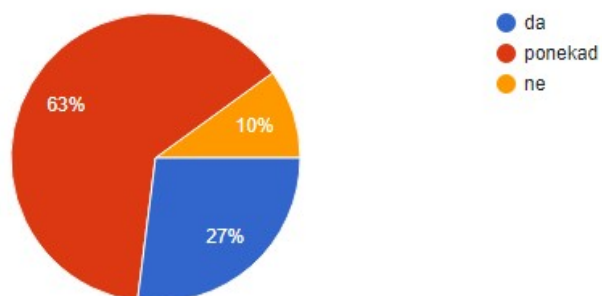
Graf 10. Prikaz odgovora na pitanje o upotrebi društvenih mreža

Pitanje : „ Što vam se najviše sviđa kod upotrebe društvenih mreža?“ je postavljeno kao pitanje otvorenog tipa, ispitanici su mogli sami upisati odgovor, od 101 ispitanika njih 57 je dalo odgovor na ovo pitanje. 8,8 % ispitanika je odgovorilo da im se kod društvenih mreža najviše sviđa sloboda govora, 7 % je odgovorilo da im se kod društvenih mreža najviše sviđa pristup informacijama dok su ostali ispitanici odgovarali da im društvene mreže odgovaraju zbog brzine komunikacije, brzine prijenosa informacija, dostupnosti informacija, zabavnih sadržaja.

11. Pitanje :

Smatrate li da društvene mreže vjerno prenose informacije kao npr. televizija?

100 odgovora



Graf 11. Prikaz vjerodostojnosti društvenih mreža u odnosu na televiziju

U ovom grafičkom prikazu vidimo da 63 % ispitanika smatra da društvene mreže ponekad prenose informacije kao npr. televizija, 27% ispitanika smatra da su informacije vjerno prikazane i 10 % ispitanika smatra da informacije na društvenim mrežama nisu prikazane kao i na televiziji.

13. Pitanje:

Jeste li zadovoljni količinom informacija koju dobivate putem društvenih mreža?

100 odgovora



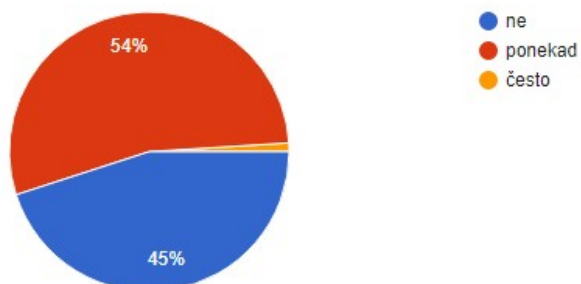
Graf 13. Prikaz zadovoljstva korisnika informacijama

Veliki broj ispitanih korisnika društvenih mreža, njih 58 % uz društvene mreže koristi i druge medije za informiranje, također veliki broj ispitanika 36 % je zadovoljan količinom informacija koju dobiva na društvenim mrežama i nema potrebu za dodatnim medijima, a 6% ispitanika nije zadovoljan ponuđenom količinom informacija.

Pitanje 14:

Jeste li imali neugodnih iskustava s društvenim mrežama?

100 odgovora



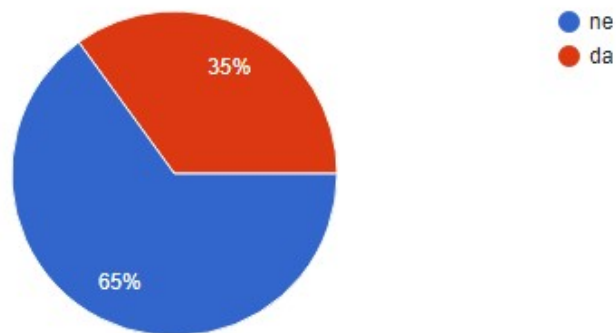
Graf 14. Prikaz neugodnih iskustava na društvenim mrežama

Grafički prikaz pitanja pokazuje dva suprotna mišljenja ispitanika, 54 % je odgovorilo da su ponekad imali neugodna iskustva na društveni mrežama, 45 % da nikad nisu doživjeli neugodno iskustvo, a samo jedan ispitanik je odgovorio da često doživljava neugodna iskustva putem društvenih mreža.

Pitanje 15 :

Jeste li ovisni o društvenim mrežama?

100 odgovora



Graf 15. Prikaz ovisnosti o društvenim mrežama

Grafički prikaz odgovora na pitanje prikazuje da 65 % ispitanika smatra da je ovisno o društvenim mrežama, a 35 % ispitanika smatra da nisu ovisno o društvenim mrežama.

ZAKLJUČAK

Cilj ovog istraživanja je bio istražiti kako nove generacije društvenih mreža utječu na korisnike, koriste li se društvene mreže za informiranje te prikazati koliko povjerenja „uživaju“ društvene mreže kod svojih korisnika, što se tiče prenošenja informacija. Društvene mreže koje su bile ponuđene su: facebook, viber, whats app, twitter i instagram.

U istraživanju "Informiranje putem društvenih mreža" učestvovalo je je 101 ispitanik od čega je 39,6% činila muška populacija, a 66,4 % ženska populacija. Ispitanici su u rasponu godina od 18- 30 godina gdje je utvrđeno da je mlađa populacija sklonija korištenju društvenih mreža i informiranju putem društvenih mreža za razliku od starije populacije koja još uvijek više povjerenja poklanja ostalim medijima za informiranje, a društvene mreže im služe samo kao vid zabave

Postavljene su dvije hipoteze:

- Ispitanici koriste društvene mreže za potrebe informiranja, a ne samo kao vid zabave, pretjerano koriste društvene mreže, čak i za vrijeme radnog vremena i smatraju se ovisnicima.
- Ispitanici koriste društvene mreže za zabavu, ne informiraju se isključivo preko društvenih mreža već koriste i druge dostupne medije, ne koriste društvene mreže za vrijeme radnog vremena ili nastave i ne smatraju se ovisnicima.

Istraživanje je na prvome mjestu pokazalo realnu situaciju pripadnika mlade generacije i njihovu ljubav prema društvenim mrežama. Svi ispitanici koriste barem jednu društvenu mrežu, a većina njih koristi više društvenih mreža. Najveći broj ispitanika, njih 88,1 % koristi whats app aplikaciju, koja služi za međusobno komuniciranje, tj.razmjenjivanje poruka, slika, dokumenta i slično. Također takozvana „nova generacija“ za pristup društvenim mrežama koristi mobitel, njih 95 %. Prva postavljena hipoteza je se pokazala točnom, činjenicom da je

56,4 % ispitanika bilo između 18-25 godina i upravo ta populacija je odgovorila najviše sa 35% da smatra da su ovisni o društvenim mrežama i zadovoljni količinom informacija koju

dobiju tim putem. Druga hipoteza je također potvrđena, iznad 25 godina ispitanici su više odgovarali da ne smatraju da su ovisni o društvenim mrežama, da ih ne koriste za vrijeme radnog vremena ili neke druge aktivnosti i da su zadovoljni količinom informacija, ali da u isto vrijeme koriste i druge medije za pregledavanje aktualnih informacija.

LITERATURA

- [1] Garača Željko, Poslovni informacijski sustavi, Ekonomski fakultet u Splitu 2008. Godina
- [2] <https://element.hr/artikli/file/1387> (pristupljeno 10.09.2017)
- [3] Skupina autora (red. M. Varga, K. Čurko). 2. Informatika u poslovanju, Element, Zagreb, 2007.
- [4] <file:///C:/Users/benle/Downloads/05Miller.pdf> (pristupljeno 12.09.2017)
- [5] <http://muraplast.com/projekt-ulaganje-u-informacijsku-komunikacijsku-tehnologiju-radi-optimiziranja-poslovnih-procesa-tvrtke-muraplast-d-o-o/> (pristupljeno 10.09.2017)
- [6] file:///C:/Users/benle/Downloads/Pages_from_ekonomski_vjesnik_2012_2_14.pdf
(pristupljeno 12.09.2017)
- [7] Žitinski-Šoljić, M.: Teorija komuniciranja i govorništvo, Veleučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 2001.

POPIS SLIKA:

Slika 1. Komponente poslovnog informacijskog sustava.....	5
Slika 2. Karakteristična područja funkcija vrijednosti informacija.....	7
Slika 3. Priprema informacijske podloge za odlučivanje	7
Slika 4. Razvojne faze poslovnog informacijskog sustava.....	10
Slika 5. Funkcije poslovnog sustava	11
Slika 6. Slojevi poslovnog informacijskog sustava.....	13
Slika 7. Transakcijski procesi	15
Slika 8. Struktura poslovne komunikacije.....	20

POPIS GRAFOVA:

Graf 1. Prikaz udjela muških i ženskih ispitanika.....	28
Graf 2. Prikaz dobne skupine ispitanika.....	29
Graf 3. Prikaz statusa ispitanika.....	29
Graf 4. Prikaz korištenja društvenih mreža.....	30
Graf 5. Prikaz prosječnog vremenskog trajanja korištenja društvenih mreža.....	31
Graf 6. Način pristupanja društvenim mrežama.....	31
Graf 7. Korištenje društvenih mreža.....	32
Graf 8. Prikaz pristupanja društvenim mrežama tijekom nastave ili radnog vremena.....	33
Graf 9. Prikaz odgovora o zanemarivanju obaveza zbog društvenih.....	34
Graf 10. Prikaz odgovora na pitanje o upotrebi društvenih mreža.....	34
Graf 11. Prikaz vjerodostojnosti društvenih mreža u odnosu na televiziju.....	35
Graf 12. Prikaz utjecaja društvenih mrežana medije.....	36
Graf 13. Prikaz zadovoljstva korisnika informacijama.....	37
Graf 14. Prikaz neugodnih iskustava na društvenim mrežama.....	37
Graf 15. Prikaz ovisnosti o društvenim mrežama.....	38

PRILOZI

Anketa korištena za istraživanje

1. Spol?
 - Muško
 - Žensko

2. Kojoj dobnoj skupini pripadate?
 - Do 18
 - 18-25
 - 25-30
 - Preko 30

3. Vaš status?
 - Učenik
 - Student
 - Zaposlen
 - Nezaposlen

4. Koristite li neke od društvenih mreža?
 - Facebook
 - Whatsapp
 - Viber
 - Instagram
 - Twitter
 - Nista od navedenog

5. U prosjeku koliko vremena provodite na društvenim mrežama?
 - Nekoliko sati tjedno
 - Nekoliko sati mjesečno
 - Više od par sati tijekom dana

6. Na koji način pristupate društvenim mrežama?

- Preko stolnog računala
- Preko laptopa
- Preko tableta
- Preko mobitela
- Ostalo _____

7. Društvene mreže koristite za ?

- Komuniciranje
- Informiranje
- Djeljenje informacija
- Pregledavanje novih informacija
- Zabavu
- Učenje

8. Pristupate li društvenim mrežama tijekom nastave ili radnog vremena?

- Nikad
- Rijetko
- Vrlo često

9. Zanemarujete li svoje obaveze zbog društvenih mreža?

- Nikad
- Rijetko
- Ponekad
- Često

10. Što vam se najviše sviđa kod upotrebe društvenih mreža?

11. Smatrate li da društvene mreže vjerno prenose informacije, kao npr. televizija?

- Da
- Ponekad
- Ne

12. Imaju li društvene mreže utjecaj na medije i zašto?

13. Jeste li zadovoljni količinom informacija koju dobivate putem društvenih mreža?

- Da
- Ne
- Uz društvene mreže koristim i ostale medije za informiranje

14. Jeste li imali neugodno iskustvo s društvenim mrežama?

- Ne
- Ponekad
- Često

15. Jeste li ovisno o društvenim mrežama?

- Ne
- Da