

Uredsko poslovanje u elektroničkom obliku

Juran, Sabina

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Organization and Informatics / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:211:187091>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Unported](#) / [Imenovanje-Nekomercijalno-Bez prerada 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-20**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Organization and Informatics - Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
VARAŽDIN**

Sabina Juran

**UREDSKO POSLOVANJE U
ELEKTRONIČKOM OBLIKU**

ZAVRŠNI RAD

Varaždin, 2022.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
V A R A Ž D I N

Sabina Juran

Matični broj: 0016138769

Studij: Ekonomika poduzetništva

UREDSKO POSLOVANJE U ELEKTRONIČKOM OBLIKU

ZAVRŠNI RAD

Mentor/Mentorica:

Izv.prof.dr.sc. Renata Mekovec

Varaždin, 2022.

Sabina Juran

Izjava o izvornosti

Izjavljujem da je moj završni/diplomski rad izvorni rezultat mojeg rada te da se u izradi istoga nisam koristio drugim izvorima osim onima koji su u njemu navedeni. Za izradu rada su korištene etički prikladne i prihvatljive metode i tehnike rada.

Autor/Autorica potvrdio/potvrdila prihvaćanjem odredbi u sustavu FOI-radovi

Sažetak

U ovom radu su definirani pojmovi ured i uredsko poslovanje. Navedene su skupine uredskih poslova. Također nabrojana su i pojašnjena načela uredskog poslovanja. Spomenuto je elektroničko uredsko poslovanje, ciljevi te prednosti i nedostaci istog. Neke prednosti elektroničkog poslovanja su brže i jednostavnije obavljanje poslovnih aktivnosti. Dok kao nedostaci su spomenuti sigurnost, tehnički troškovi te nemogućnost isprobavanja proizvoda. Nadalje su navedeni sudionici elektroničkog poslovanja i sam razvoj elektroničkog poslovanja. Navedene su i pojašnjene tri komponente elektroničkog uredskog poslovanja, a to su virtualni ured, digitalni ured te mobilni ured.

U praktičnom dijelu je proveden polustrukturirani intervju na ispitanicima koji rade u uredu te su ispitani o nedostacima i prednostima elektroničkog oblika uredskog poslovanja.

Ključne riječi: ured, elektroničko uredsko poslovanje, virtualni ured, mobilni ured, digitalni ured, prednosti elektroničkog poslovanja, nedostaci elektroničkog poslovanja

Sadržaj

Sadržaj.....	iii
1. Uvod	1
2. Pojam ureda i uredskog poslovanja	2
2.1. Skupine uredskih poslova.....	3
2.2. Načela uredskog poslovanja	5
3. Elektroničko uredsko poslovanje.....	7
3.1. Usporedba obilježja tradicionalnog i e-poslovanja	8
3.2. Prednosti elektroničkog poslovanja.....	9
3.3. Nedostatci elektroničkog poslovanja.....	11
3.4. Ciljevi elektroničkog poslovanja	12
4. Sudionici u elektroničkom poslovanju	15
4.1. Model poslovanja tvrtke s krajnjim potrošačima (B2C)	15
4.2. Model elektroničkog poslovanja među tvrtkama (B2B)	16
4.3. Model elektroničkog poslovanja kupaca s poduzećem (C2B)	18
4.4. Model elektroničkog poslovanja pojedinaca međusobno (C2C).....	18
4.5. Model elektroničkog poslovanja između poduzeća i države (B2G).....	19
4.6. Model elektroničkog poslovanja između države i njezinih građana (G2C)	19
4.7. Model elektroničkog poslovanja između državnih institucija (G2G)	20
5. Razvoj elektroničkog poslovanja.....	21
5.1. Prva generacija elektroničkog poslovanja	21
5.1.1. Elektronička prodaja.....	21
5.1.2. Elektroničko trgovanje	22
5.1.3. Elektroničko bankarstvo.....	23
5.1.4. Elektroničko plaćanje i naplata	25
5.1.5. Online zabava i rekreacija	25
5.2. Druga generacija elektroničkog poslovanja	25
5.2.1. Računalstvo u pokretu	25
5.2.2. Računalstvo u oblaku	26
5.2.3. Web 2.0 tehnologije.....	28
6. Vrste e-ureda.....	31
6.1. Digitalni ured (d-ured).....	31
6.2. Mobilni ured (m-ured).....	32
6.3. Virtualni ured (v-ured)	33

7. Provedba polustrukturiranog intervjua- praktični dio	36
7.1. Analiza rezultata polustrukturiranog intervjua	46
8. Zaključak	49
Popis literature.....	50
Popis tablica, grafikona, slika	54

1. Uvod

U posljednjih nekoliko godina svijet se uvelike promijenio, a samim time se promijenilo i uredsko poslovanje. Brze i skoro pa svakodnevne tehnološke promjene, ali i otkrića, dovele su do napredovanja u elektroničkom uredskom poslovanju. Informacije iz bilo kojeg područja dostupne su svima od 0 do 24 sata i to 7 dana u tjednu samo uz pristup internetu. Internet je uvelike ubrzao, olakšao i promijenio svijet, ali i poslovanje. Informacijska i komunikacijska tehnologija je vrlo važna u poslovanju jer pomaže organizaciji u unaprjeđenju poslovanja, ubrzava poslovanje, odnosno olakšava odvijanje poslovnih procesa.

Cilj ovog rada je da se поближе objasni što je to ured te elektroničko uredsko poslovanje te koje su vrste e-ureda. Također jedan od cilja je da se prikaže kako je elektroničko poslovanje donijelo promjene te koliko je zapravo važno u današnjem poslovanju. Puno je lakše proširiti svoje poslovanje na strana tržišta i ponuditi proizvod koji odgovara tom tržištu. Svake godine je sve veći postotak kupovine putem interneta. Tako je 2020. godine 17,8% prodaje bilo ostvareno preko interneta, dok se za 2022. godinu očekuje porast na 24,5%. Možemo spomenuti i da je pandemija uvelike utjecala na razvoj e-poslovanja, e-trgovine. Poduzeća su se brzo morala prilagoditi novom načinu rada, ali i kupci na nov način kupovine (Michaela Keenana, 2022.).

Ovaj završni rad sadrži osam poglavlja. U prvom poglavlju se objašnjava tema rada. U drugom poglavlju opisuju se pojmovi ured i uredsko poslovanje te se spominju skupine uredskih poslova i načela uredskog poslovanja. U trećem poglavlju govori se o elektroničkom uredskom poslovanju te o prednostima i nedostacima te ciljevima istog. U četvrtom poglavlju pobrojani su sudionici u elektroničkom poslovanju te su opisani modeli poslovanja s tim korisnicima. Peto poglavlje prikazuje sam razvoj elektroničkog poslovanja i to kroz dvije generacije. U slijedećem, šestom poglavlju, nabrojane su vrste e-ureda i ukratko pojašnjene. U sedmom poglavlju je prikazan praktični dio gdje je obavljen intervju sa zaposlenicima ureda kako bi se dobile informacije o prednostima i nedostacima elektroničkog uredskog poslovanja te je napravljena usporedba dobivenih podataka preko intervjua.. U posljednjem poglavlju je napisan zaključak o cijelom radu.

2. Pojam ureda i uredskog poslovanja

„Ured je mjesto u kojemu menadžeri, stručni radnici, tajnice ili uredsko osoblje obavljaju upravljačke ili administrativne poslove. Ti poslovi pripadaju u barem jednu od ovih vrsta poslova: odlučivanje, manipulacija podacima, manipulacija dokumentima, komunikacija i arhiviranje“ (Srića, Kliment, Knežević, 2003., str. 3).

Kao što i u Rječniku hrvatskog jezika piše da je ured organ službe, ustanova, ali ujedno je to i naziv za administrativnu poslovnu zgradu (Anić, 2000.).

Zapravo može se reći da je ured fizički prostor gdje zaposlenici obavljaju poslove i zadatke vezane uz komunikaciju, obradu, prijenos i pohranu podataka.

To obavljanje poslova i zadataka vezanih uz obradu, pohranu i prijenos podataka naziva se administrativno poslovanje koje je zapravo dio uredskog poslovanja u užem smislu. Dok uredsko poslovanje u širem smislu je zapravo cjelokupni uredski rad koji obuhvaća i komunikaciju s klijentima ili drugim službenicima pri čemu se koriste komunikacijske tehnologije i tehnike (Garača, 2008).

Jedna od definicija uredskog poslovanja koja je zapisana u Uredbi o uredskom poslovanju (NN 75/2021) kaže: „ *Ovom Uredbom uređuju se pravila i mjere uredskog poslovanja u obavljanju poslova državne uprave. Odredbe ove Uredbe primjenjuju se na uredsko poslovanje tijela državne uprave, drugih državnih tijela, jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave te pravnih osoba s javnim ovlastima.* „

Također u samoj Uredbi o uredskom poslovanju (NN 75/2021) se navodi i definicija dokumenta. „Dokument je svaki elektronički, napisani, umnoženi, nacrtani, slikovni, tiskani, snimljeni, magnetni, optički ili bilo koji drugi zapis podataka koji sadržajem i strukturom čine određenu povezanu cjelinu.“ Također spominje se i dokumentarno gradivo pod kojim se misli da su svi dokumenti nastali, zaprimljeni ili prikupljeni kroz obavljanje poslova javnopravnog tijela. Pod evidencijom uredskog poslovanja smatraju se sve službene evidencije u koje se evidentira zaprimljeno ili nastalo dokumentarno gradivo te se tada vode u elektroničkom obliku i to kao dio Informacijskog sustava uredskog poslovanja. Pod Informacijskim sustavom uredskog poslovanja se podrazumijeva informacijski sustav s kojim se upravlja sa svim dokumentima, radnim tokovima i podacima poput izrade dokumenata, primitka dokumenata, arhiviranje i to sve u okviru obavljanja poslova javnopravnog tijela (NN 75/2021).

2.1. Skupine uredskih poslova

Prema Srići, Klimentu i Kneževiću (2003., str. 23.) uredski poslovi su poslovi koji se obavljaju prema nekim određenim postupcima i procedurama. Tako se razlikuju kreativni uredski poslovi od rutinskih uredskih poslova.

Rutinski uredski poslovi se još nazivaju i klasičnim uredskim poslovima. Oni su potpuno formalizirani te se pojavljuju učestalo i kada se rješavaju postoje striktno određene metode za rješavanje problema. Također kod rutinskih poslova bitno je da uredsko osoblje ima neke osnovne vještine poput: poznavanja tehnologije kopiranja i pohrane dokumenata, poznavanja strojopisa i osnovnih uredskih aplikacijskih programa koji omogućuju obradu teksta i poslovnih podataka. Kreativne uredske poslove nije lako formalizirati i same metode rješavanja problema ovise o vještinama i znanju uredskog osoblja (Srića i sur., 2003., str.23.).

Kada je riječ o rutinskim uredskim poslovima može se navesti primjer poput samog dolaska u ured. Zatim paljenja računala kako bi zaposlenici provjerili e-mail. Samo razvrstavanje i pregledavanje pristigle pošte je rutinski posao koji se odradi rutinski, svakodnevno i to gotovo nesvjesno jer sve to se radi prema nekim uhodanim i svakodnevnim koracima. Također jedan od poslovnih odjela koje bi se mogli svrstati u rutinske uredske poslove je računovodstvo. Vidi se da se u računovodstvu sve radi po istim koracima. Kada se nešto knjiži sve se radi na isti način prema nekom redoslijedu, što, kada i gdje treba nešto upisati.

Kod nerutinskih poslova zaposlenik mora biti stalno koncentriran na posao koji obavlja i mora imati veliko znanje i vještine za rješavanje tog specifičnog problema. Poslovne funkcije za koje su karakteristični nerutinski uredski poslovi su marketing i planiranje. Poznato je da kod nerutinskih uredskih poslova nema uhodanih i svakodnevno istih koraka tako da se može zaključiti da se kod planiranja ne može planirati svaki dan isto jer uvijek postoje neki novi zadatci i novi problemi koje je potrebno riješiti. Kada je riječ o marketingu zna se da on zahtijeva puno znanja, vještina i kreativnosti. Te da je kod marketinga potrebno brzo reagirati i riješiti problem pa također marketing spada u nerutinske uredske poslove.

Srića i suradnici (2003., str.23/24) uredske poslove, ovisno o utjecaju na odvijanje poslovnih procesa, podijelili su u slijedeće skupine:

1. obrada poslovnih podataka,
2. izrada i analiza poslovnih izvješća,
3. poslovno komuniciranje,

4. upravljanje vremenom.

Obrada poslovnih podataka se zapravo provodi za vrijeme poslovnog procesa, ali i nakon izvršenja pojedine faze poslovnog procesa. Poslovni podaci su sadržani u poslovnim dokumentima koji su definirani prema zakonima i propisima. Također postoje različite procedure kod obrade poslovnih dokumenata u uredskom poslovanju kao i procedure zaprimanja istih. Vrlo je bitno da se prije unosa podataka u informacijski sustav radi kontrola poslovnih podataka.

Jedan od primjera obrade poslovnih podataka u poslovanju poduzeća je kada pružatelj usluga/proizvoda mora obraditi podatke potrošača. Pružatelj usluga/proizvoda, odnosno poduzeće, to mora učiniti prema svim važećim zakonima, poput GDPR-a i to sve uz suglasnost potrošača. Poduzeće se mora obvezati da te podatke neće dijeliti dalje drugim poduzećima.

„**Izrada i analiza poslovnih izvješća** bitna je za upravljanje tijekom izvođenja poslovnih procesa u različitim fazama, a temelji se na poslovnim evidencijama“ (Srića i sur., 2003., str.23.). Poslovna izvješća se izrađuju periodički ili na zahtjev i vrlo je bitno da su točna, potpuna i pravovremena. Također potrebno je razlikovati nekoliko analiza poslovnih izvješća, a to su:

- ✓ horizontalna analiza,
- ✓ vertikalna analiza,
- ✓ analiza financijskih pokazatelja,
- ✓ analiza pokrića i osjetljivosti.

Horizontalna analiza koristi se kada ima navedeno više godina. Te od tih godina se uzima jedna godinu kao bazna godina.

Vertikalna analiza se zapravo provodi za jedno razdoblje pri čemu se aktiva i pasiva izjednačavaju sa 100, a ostale pozicije u bilanci se izračunavaju kao postotak prema aktivi ili pasivi.

Analizom financijskih pokazatelja se može utvrditi posluje li poduzeće sigurno i uspješno.

Analiza pokrića i osjetljivosti govori o računu dobiti i gubitka u kojem su prikazani različiti poslovni troškovi.

Poslovno komuniciranje je zapravo temelj poslovnih procesa te postoje različite vrste poslovnih komunikacija. Kod govornog poslovnog komuniciranja se zapravo poruke

prenose izgovaranjem riječi. Razlikuju se izravne i neizravne govorne poslovne komunikacije. Izravne govorne poslovne komunikacije su:

- ✓ razgovor licem-u-lice,
- ✓ telefonski razgovor,
- ✓ sastanak,
- ✓ prezentacija.

Dok u neizravne govorne poslovne komunikacije svrstavamo glasovne poruke.

Upravljanje vremenom je posljednja skupina uredskih poslova, ali ne i najmanje bitna. Vrlo je bitno da svaki zaposlenik individualno, ali i timski sa ostalim uredskim osobljem upravlja radnim vremenom. Da bi se to uspjelo postoje tehnike za povećanje efikasnosti vremenskim utroškom, a to su (Srića i suradnici 2003., str.31/32):

- ✓ segmentiranje poslova,
- ✓ povezivanje sličnih poslova,
- ✓ prilagođavanje vremenskim rokovima.

Segmentacijom poslova se zapravo neki posao ili projekt rastavlja na niz segmenata kako bi se lakše odradio. Ukoliko zaposlenik obavlja više poslova tada ih on može grupirati prema sličnosti. Također je vrlo bitno da se odrede vremenski rokovi za obavljanje određenog posla pa se tako poslove može staviti u niže prioritetne poslove i više prioritetne poslove.

Jedan od najčešćih primjera kako isplanirati vrijeme u uredskom poslovanju je rokovnik. Rokovnici se mogu voditi ručno ili kompjutorski, odnosno danas već i uz pomoć pametnih telefona.

2.2. Načela uredskog poslovanja

U uredskom poslovanju postoje načela koja su zapravo pravila koja se koriste u obavljanju uredskih poslova. Tih načela se moraju pridržavati uredski namještenici kako bi se svi uredski poslovi obavili na vrijeme i kvalitetno. Načela uredskog poslovanja su . (NN 47/09):

Načelo zakonitosti koje govori kako se svi uredski akti i alati moraju temeljiti na zakonima i propisima. Ukoliko bi se uredski akti temeljili na nezakonit način to bi naštetilo radu, a samim time bi došlo do nezadovoljstva klijenata, podnošenja žalbi te mogućih materijalnih gubitaka kako na strani stranaka tako i organa uprave i upravnih organizacija.

Načelo pomoći stranci je sljedeće načelo kojim je rečeno da se prema stranci potrebno izražavati mirno te na pristojan način. Potrebno je izbjegavati svađe te uvredljive izraze. Također ovo načelo nam kaže da ukoliko ovlaštena službena osoba sazna da stranka ima prava, a za koja nije svjesna ili sa kojima nije upoznata, dužna ju je upozoriti na ista te se pobrinuti da stranka zbog svojeg neznanja ne bude zakinuta.

Načelo efikasnosti i ekspeditivnosti govori da službenici moraju posao obavljati što je brže moguće i da uvijek budu unutar zadanih rokova. Znamo da se najbolja efikasnost postiže kada je osoba koncentrirana na posao koji obavlja i zbog toga je bitno da je dobra unutarnja organizacija rada.

Kod **načela jednostavnosti i preglednosti** je potrebno da se izbjegnu nepotrebne komplikacije u samom službenom postupanju, odnosno da nema nepotrebnih spisa i nepreglednih evidencija. Potrebno je da se uredski poslovi obavljaju na što jednostavniji i pregledniji način.

Načelo jednoobraznosti je načelo kojim se govori da se isti poslovi uvijek moraju obavljati na potpuno isti način te se samim time olakšava rad uredskim namještenicima, povećava se ekspeditivnost te se daje čvrst oblik poslovanju. Zbog ovog načela u Republici Hrvatskoj je donesena i Uredba o uredskom poslovanju (NN 75/2021).

Načelo ekonomičnosti i štedljivosti govori da je uredskom poslovanju potrebno postići što veću efikasnost uz što manje novčanih i materijalnih sredstava, energije i vremena namještenika i stranaka.

Načelo pristupa podacima i zaštite podataka govori da su javnopravna tijela dužna strankama omogućiti pristup svim potrebnim podacima, propisanim obrascima te im pružiti sve obavijesti, savjete i stručnu pomoć. Također je vrlo bitno da se u tom postupku zaštite svi osobni i tajni podaci prema propisima o zaštiti osobnih podataka.

3. Elektroničko uredsko poslovanje

„ Pod pojmom elektroničkog poslovanja ili e-poslovanja podrazumijeva se onakav suvremeni oblik organizacije poslovanja tvrtke ili ustanove koji se zasniva na intenzivnoj primjeni informacijske i, posebice, internetske tehnologije pri obavljanju svih ključnih, odnosno jezgrenih poslovnih funkcija“ (Panian, 2003, str. 45).

Kako Panian (2000, str. 3) kaže da se elektroničkim poslovanjem smatra svaki oblik organizacije poslovanja koji u izrazito velikoj mjeri ovisi o potpori informacijskih sustava i primjeni informacijske tehnologije, ali je tu i vrlo bitno naglasiti da ukoliko se organizacija odluči na elektroničko poslovanje da se tada nije moguće „vratiti na staro“, tj. ne može se vratiti na stariji oblik poslovanja jer se tada ne može zadovoljiti minimalne kriterije poslovne uspješnosti.

Panian i Strugar (2013, str. 157) naveli su da elektroničko poslovanje danas zapravo predstavlja najsuvremeniji oblik organizacije poslovanja, kojem zapravo teže sve tvrtke usmjerene agresivnom osvajanju što boljih tržišnih pozicija i intenzivnom ulaganju u razvojne poslovne aktivnosti.

Također jedna od definicija koju je predložio ESPRIT projekt Europske unije je: „Elektroničko poslovanje je opći koncept koji obuhvaća sve oblike poslovnih transakcija ili razmjenjene informacija koje se izvode korištenjem informacijske i komunikacijske tehnologije i to među tvrtkama, između tvrtki i javne administracije. Elektroničko poslovanje uključuje elektroničko trgovanje dobrima i uslugama“ (Čerić, Varga, Birolla, 1998, str. 304).

Europska Komisija (2022) želi olakšati ljudima kupovinu preko interneta te ju želi učiniti sigurnom bez obzira na samo mjesto u EU. Ukidanjem diskriminacije na temelju nacionalnosti ili mjesta prebivališta na internetu Europska Komisija želi da se svim potrošačima omogući kupovina. Cijene dostava prekograničnih paketa su 3 do 5 puta skuplje u odnosu na domaću dostavu pa poduzeća moraju objaviti svoje cijene kako bi ih potrošači mogli usporediti. Pravilima koja vrijede na području EU, Komisija želi olakšati državama članicama zaštitu potrošača na internetu. Komisija također želi riješiti i problem audiovizualnih usluga koji će se pokušati riješiti preko okvira za autorska prava u EU koji će omogućiti veći prekogranični pristup sadržaju mreži pojednostavnjenjem licenciranja za prijenos putem interneta. Usvojen je i prijedlog Zakona o digitalnim uslugama kojim se želi stvoriti učinkovitija zaštita potrošača i njihovih prava na internetu, da se uspostavi snažan okvir transparentnosti i odgovornosti za online platforme te da se potiču inovacije, rast i konkurentnost unutar jedinstvenog tržišta.

„Elektroničko poslovanje (engl. *E-Business*) suvremeni je oblik organizacije poslovanja, koji podrazumijeva intenzivnu primjenu informatičke i, posebice, internetske tehnologije pri ostvarivanju svih ključnih poslovnih funkcija tvrtke“ (Bosilj Vukšić, Pejić Bach, 2012, str. 184).

Kada se spominje elektroničko poslovanje važno je spomenuti i elektroničko trgovanje i navesti razliku između ta dva pojma. E-trgovanje je lako pojasniti jer se tu zapravo podrazumijeva kupovina i prodaja roba preko interneta. S druge strane e-poslovanje je malo kompliciraniji pojam i odnosi se ne samo na komercijalne transakcije već i na poslovne transakcije. Odnosno e-poslovanje je vođenje poslovanja preko interneta (Razlika između e-trgovine i e-poslovanja (s primjerom i usporednim grafikonom), 2022).

3.1. Usporedba obilježja tradicionalnog i e-poslovanja

Kako je naveo Panian (2003, str. 49) postoji tradicionalno poslovanje i e-poslovanje. Postoji nekoliko ključnih obilježja po kojima se mogu vidjeti razlike između tradicionalnog poslovanja i e-poslovanja.

Ključna obilježja po kojima se vide razlike tradicionalnog poslovanja i e-poslovanja su:

- ciljevi
- opseg
- radni zadaci osoblja
- kritični put
- tehnologija
- zahtjevi
- trajanje početnog projekta
- tip zadatka
- završetak projekta
- povezanost s drugim projektima
- struktura zadataka
- stavovi osoblja.

Kod tradicionalnog poslovanja ciljevi su usko postavljeni i stalni, a kod e-poslovanja ciljevi su široko postavljeni te promjenjivi. Što se tiče opsega on je kod tradicionalnog poslovanja uzak, a kod e-poslovanja je širok te postoji mogućnost daljnjeg širenja. Tradicionalno poslovanje ima redovne radne zadatke koji su u punom radnom vremenu, a kod e-poslovanja su to dodatni zadaci uz redovne radne zadatke. Tradicionalno poslovanje se

fokusira na najduži put, a e-poslovanje se fokusira na rizične zadatke te je ovdje najduži put važan, ali ne i kritičan. Veliku razliku vidimo kod obilježja tehnologije. Kod e-poslovanja je zapravo tehnologija ključna, a kod tradicionalnog poslovanja tehnologija ima podržavajuću ulogu. Kod tradicionalnog poslovanja zahtjevi su stabilni, a kod e-poslovanja zahtjevi su dinamični i promjenjivi. Trajanje početnog projekta kod tradicionalnog poslovanja je godinu dana i više, a kod e-poslovanja je manje od godinu dana, a nerijetko i nekoliko mjeseci. Jednokratni tipovi zadataka karakteristični su za tradicionalno poslovanje, a za e-poslovanje karakteristični su neprekidni i trajni zadaci. Završetak projekta kod tradicionalnog poslovanja je kad se dostignu ključni ciljevi, a kod e-poslovanja kad se dostignu postavljeni ciljevi tada se dodatno utvrđuju novi ciljevi. Što se tiče povezanosti s drugim projektima kod tradicionalnog poslovanja je ograničena povezanost, a kod e-poslovanja je intenzivna i to zbog dijeljenja zajedničkih resursa. Različite su i strukture zadataka. Tako kod tradicionalnog poslovanja postoji mnogo slijednih zadataka, a kod e-poslovanja ima mnogo usporednih zadataka. Stavovi osoblja kod tradicionalnog poslovanja su obično podržavajući dok su kod e-poslovanja nerijetko odbojni (Panian, 2003, str. 49).

Vidljiva razlika između tradicionalnog poslovanja i e-poslovanja je ta da kupci kod tradicionalnog poslovanja robu mogu kupiti samo unutar radnog vremena poduzeća, dok kod e-poslovanja kupci robu mogu naručiti svaki dan i to u vremenu 0 – 24 sata.

Kod e-poslovanja kupci ne vide uživo robu, odnosno nisu u mogućnosti robu isprobati i provjeriti da li im odgovara kao u slučaju tradicionalnog poslovanja. Ali roba koja je kupljena kod e-poslovanja ima rok povrata.

3.2. Prednosti elektroničkog poslovanja

Panian i Strugar (2013, str. 158) naveli su nekoliko prednosti elektroničkog poslovanja kao što su brže i jednostavnije obavljanje poslovnih transakcija što samim time dovodi do povećanja konkurentske prednosti na tržištu. Danas se ne proizvodi višak proizvoda već se proizvodi stvaraju i usluge pružaju prema zahtjevima klijenata.

Panian (2000, str. 60) navodi da elektroničko poslovanje ima pozitivne društvene značajke, a to su:

- *„brz pristup informacijama, što rezultira boljom dostupnošću proizvoda i usluga na nuđenim tržištima*
- *transfer dokumenata uz minimalne troškove, bez nepotrebnih kašnjenja, oštećenja, gubitaka i sl.*

- *otvorenost informacijskog prostora, što u smislu trgovanja rezultira učinkovitijim procesima, a u općem društvenome smislu povećanjem stupnja demokratizacije društvenih odnosa*
- *mogućnosti kreiranja vlastitih baza podataka i obrade njihovih informacijskih sadržaja, čime se potiče kreativnost, neovisnost i poduzetnost sudionika u trgovačkim poslovima*
- *mogućnosti analize proizvoda i usluga te razmjene iskustava i saznanja stečenih takvim analizama među sudionicima u trgovačkim poslovima „s iste“ ili „s različitih strana“*
- *mogućnosti analize tržišta i uočavanja neželjenih i/ili nedopuštenih pojava na njemu*
- *suradnja sa stručnjacima i promptno primanje, odnosno pružanje savjeta i pomoći pri ostvarivanju trgovačkih poslova*
- *mogućnosti brzog i odgovarajućeg regrutiranja potrebnih djelatnika zbog trajnog i obuhvatnog uvida u ponudu rada*
- *permanentno stvaranje novih poslovnih prilika i njihovo iskorištavanje.“*

Kao što je i prije spomenuti elektroničko poslovanje obuhvaća i elektroničko trgovanje dobrima i uslugama. Tako možemo navesti i prednosti elektroničkog trgovanja, a to su (amazon.in, 2021):

- **brži proces kupnje** – kupci provode manje vremena kupujući ono što im treba te istovremeno mogu pregledavati više proizvoda. Na primjer osoba želi u poslovnici kupiti neki televizor, ali ga u toj poslovnici nemaju na stanju. Zato preko web poslovnice naručuje taj proizvod jer ga tamo imaju na stanju te može i odabrati i dostavu na kućnu adresu ili prikup u toj poslovnici, a može dogovoriti i neke dodatne pogodnosti.
- **izrada trgovine i popisa proizvoda** – ova prednost je zapravo za prodavače koja im olakšava unos proizvoda, slika ili opisa tih proizvoda.,
- **smanjenje troškova** – ova prednost također olakšava prodavačima jer samom internetskom prodajom nije potrebno imati i održavati fizičku poslovnicu.,
- **pristupačno oglašavanje i marketing** – nije potrebno skupo oglašavanje jer se zapravo već trgovina puno oglašava preko svoje e-trgovine.

- **fleksibilnost za kupce** – velika prednost za kupce jer proizvode koji ih zanimaju mogu pogledati od 0 do 24 sata i to 7 dana u tjednu i to sa bilo kojeg mjesta uz uvjet da imaju pristup internetu.
- **bez ograničenja doseg** – u fizičkoj poslovnici prodavači uspiju komunicirati samo sa određenim brojem kupaca, a kod e-trgovine se taj broj uvelike može povećati.
- **usporedba proizvoda i cijena** – kupci bez problema mogu usporediti cijene različitih proizvoda, ali i istih.
- **brži odgovor na zahtjeve kupaca/tržišta** – narudžba kupaca je brža preko e-trgovine te je kupac obaviješten o svakom pokretu njegove narudžbe. Također ukoliko nekog proizvoda nema trenutno na stanju tada kupac može odabrati opciju „obavijesti me kad proizvod stigne na stanje“. Te će kupac dobiti obavijest kada proizvod opet bude na stanju te će ga moći naručiti.
- **nekoliko načina plaćanja** – kupcu se omogućuje više načina plaćanja, poput: gotovina pri isporuci, kartica po isporuci, kreditne kartice, debitne kartice i slično.
- **omogućuje jednostavan izvoz** – e-trgovina omogućuje prodavačima da jednostavnije obavljaju izravnu prodaju međunarodnim kupcima.

3.3. Nedostatci elektroničkog poslovanja

Panian (2000, str 60/61) navodi da elektroničko poslovanje ima negativne društvene značajke, a to su rizici od:

- *„osiguranja podataka od degradacije ili uništenja*
- *zaštite tajnosti stanovitih informacijskih sadržaja*
- *zaštite privatnosti pojedinaca*
- *ovlaštenost pojedinaca, skupina ili institucija za obavljanje stanovitih tipova poslova*
- *kontrolu podmirivanja obveza iz trgovačkoga poslovanja prema društvenoj zajednici, odnosno državi*
- *zaštitu nacionalnih interesa pri obavljanju trgovačkih poslova.“*

Aplustopper (2022) je naveo nekoliko nedostataka vezanih za e – trgovanje:

- **bez osobnog dodira** – kada se obavlja kupovina preko interneta vrlo je teško obaviti komunikaciju ukoliko kupac ima neka dodatna pitanja o samom proizvodu. Također ukoliko se dogodi neki problem sa narudžbom kupac će morati čekati duže da se taj problem riješi.
- **Dostava proizvoda/usluga nije brža** – ukoliko kupac želi vidjeti proizvod ili primiti uslugu morati će čekati malo duže.
- **Sigurnosni problemi i kršenja privatnosti** – jedan od većih nedostataka e-poslovanja je *cyber* kriminal. *Cyber* kriminalci u današnje vrijeme izrade lažnu web stranicu te preko nje naprave štetu nesvjesnim kupcima (krađa osobnih podataka ili krađa novaca sa računa).
- **Nije dostupno svima** – nažalost e-trgovanje nije dostupno svima i to zbog nedostataka pristupa internetu, pametnih telefona, računala i slično.

3.4. Ciljevi elektroničkog poslovanja

U ovom poglavlju biti će pojašnjeni ciljevi elektroničkog poslovanja prema Panianu (2003, str. 56/57/58).

- **Dobro usmjerene i djelotvorne poslovne aktivnosti**

Prvi cilj govori da sve poslovne aktivnosti moraju biti dobro usmjerene te djelotvorne. Ovo se ne odnosi samo na ključne aktivnosti već i na one pomoćne.

- **Poslovne aktivnosti bazirane na znanju**

Drugi cilj govori kako se poslovne aktivnosti moraju bazirati na znanju, odnosno poduzeće treba pomoći svojim klijentima, dobavljačima i suradnicima tako da sve informacije postave na Web stranice. S obzirom da postoji velik broj informacija potrebno je da na Web mjestu postoji mogućnost navigacije te samoposluživanja.

- **Eliminacija**

Transakcije koje su izuzetak, zaobilazna rješenja te „sustave iz sjene“ potrebno je što bolje i brže eliminirati.

- **Neophodne organizacijske promjene**

Četvrti cilj govori kako je potrebno sve prepreke i nepotrebne granice među organizacijskim jedinicama ukloniti.

- **Izmjena u infrastrukturi i djelatnicima**

Da bi e-poslovanje funkcioniralo potrebno je napraviti promjenu na razini infrastrukture te rasporedu djelatnika.

- **Izmjena poslovnih standarda i radnih procesa**

Potrebno je izmijeniti poslovne standarde i radne procese kako bi se moglo dobro podržati nove aktivnosti e-poslovanja.

- **Instalacija računalnih i komunikacijskih komponenti**

Kako bi zaposlenici međusobno dobro surađivali te kako bi dobro surađivali sa klijentima, dobavljačima te partnerima potrebno je imati dobro dizajnirana internetska sučelja.

- **Mehanizmi selekcije i filtriranja informacija**

Zbog velike količine informacija u e-poslovanju potrebno je uspostaviti mehanizme selekcije i filtriranja informacija kako bi se zaposlenicima, klijentima, dobavljačima i poslovnim partnerima omogućila dostupnost informacija koje ih zanimaju bez da ih opterećuju njima nebitne informacije.

Gartner Magic Quadrant grafički prikazuje konkurentsko pozicioniranje četiri vrste pružatelja tehnologija. Uz pomoć Gartneovog magičnog kvadranta može se zaključiti koji kvadrant, odnosno pružatelj tehnologije, ima koje poslovne ciljeve, potrebe i prioritete. Pružatelji tehnologija na brzo rastućim tržištima na primjeru Gartnera su (Gartner, bez dat.):

- **Lideri** – nalaze se u gornjem desnom kutu te oni dobro izvršavaju svoje trenutne vizije i dobro su pozicionirani za budućnost.
- **Vizionari** – nalaze se u donjem desnom kutu te oni jako dobro razumiju kamo tržište ide te imaju jako dobre vizije za promjene tržišnih pravila, ali nažalost još nisu dovoljno dobri za provođenje istih.
- **Izazivači** – nalaze se u gornjem lijevom kutu te su oni vrlo uspješni i jako dobro mogu dominirati velikim segmentom, ali još uvijek nemaju razumijevanje tržišnog smjera.
- **Igrači niše** – nalaze se u donjem lijevom kutu te se oni dobro fokusiraju na mali segment, ali su neusredotočeni te ne nadmašuju druge i ne inoviraju.

Commercetools je već treću godinu zaredom proglašen kao lider u digitalnoj trgovini, a to je vidljivo i na Slici 1.. Također liderima su proglašeni i SAP, Adobe, Salesforce. Izazivačima su proglašeni Shopify, BigCommerce te HCL Software. Visionari su Oro, Kibo, Elastic Path, VTEX te Spryker. Te na samom kraju igračima niše su proglašeni

Sana Commerce, SCAYLE, Unilog, Infosys Equinox, Shopware te Optimizely.
(commercetools, 2022.)



Slika 1. Gartner Magic Quadrant

(Izvor: commercetools, 2022.)

4. Sudionici u elektroničkom poslovanju

U elektroničkom poslovanju mogu sudjelovati tri tipa subjekata, a to su (Bosilj Vukšić i sur., 2012, str.188/189):

- tvrtke (engl. *Business*, B)
- krajnji potrošači (engl. *Customer*, C)
- organi državne uprave (engl. *Government*, G).

Na temelju prethodna tri tipa subjekata kod elektroničkog oblika razlikuje se nekoliko poslovnih modela.

4.1. Model poslovanja tvrtke s krajnjim potrošačima (B2C)

Model poslovanja tvrtke s krajnjim potrošačima (eng. *Business2Customer*, B2C) je zapravo model poslovanja između tvrtke i krajnjih potrošača. Ovaj model se odnosi na proces prodaje proizvoda i usluga izravno između tvrtke i potrošača koji su sami korisnici njihovih proizvoda i usluga. Michael Aldrich 1979. godine je prvi puta upotrijebio ovu ideju B2C kada je koristio televiziju kao primarni medij za dopiranje do potrošača.

Važno je spomenuti da se ovdje proces prodaje odvija izravno potrošačima bez posrednika. Ovaj model se zapravo najviše odnosi na online trgovine gdje potrošači svoje proizvode i usluge naručuju putem interneta. Samim time B2C model je postao prijetnja tradicionalnim trgovcima na malo (Kenton, 2022).

U B2C modelu postoji pet vrsta poslovnih modela za online ciljanje potrošača, a to su (Kenton, 2022):

1. **Izravni prodavači** – najčešći model u kojem zapravo ljudi kupuju robu od online trgovaca. Neki od primjera izravne prodaje su Avon, Oriflame i Studio Moderna. Izravna prodaja se obavlja na nekoliko načina, a to su: prodajom u poslovnicama, online prodaja i telefonska prodaja.
2. **Online posrednici** – oni su zapravo veze te ne posjeduju robu ili usluge već samo spajaju kupce i prodavače. Jedan od primjera online posrednika u Hrvatskoj je Glami.hr. Glami.hr je zapravo tražilica za odjeću, obuću i slično. Odnosno web shop na kojem se može naći obuća, odjeća i dodaci i koja spaja korisnika sa brendom odabranog proizvoda.

3. **B2C baziran na oglašavanju** – ovo je model koji koristi besplatan sadržaj kako bi privlačio posjetitelje na Web stranicu.
4. **Temeljen na zajednici** – model koji uz pomoć stranica kao što su Meta pomažu da se izradi online zajednica pa da se pomogne trgovcima i oglašivačima da promoviraju svoje proizvode izravno potrošačima.
5. **Na temelju naknade** – postoje Web mjesta koja se izravno koriste korisnicima tako da im naplaćuju naknadu da mogu pristupiti sadržaju, a primjer je Netflix.

Prema istraživanju eMerketera u srpnju 2018. godine naglašeno je sa kojima se izazovima B2C model suočava (*Business-to-Consumer (B2C) Marketing*, bez dat.):

- dovoljne tehnološke vještine
- korištenje uvida kupaca za poticanje donošenja odluka
- stjecanje stručnosti u novim kanalima i dodirnim točkama
- dosljedno održavanje pozitivnog korisničkog iskustva.

4.2. Model elektroničkog poslovanja među tvrtkama (B2B)

Model elektroničkog poslovanja među tvrtkama (engl. Business-to-Business, B2B) je model u kojem obje uloge – i nuditelja i tražitelja – imaju tvrtke. Kod ovog modela je važno spomenuti da se sve odluke donose planski i prema unaprijed dogovorenim kriterijima (Bosilj Vukšić, Pejić Bach, 2012, str. 188).

B2B zapravo olakšava i omogućuje bolju povezanost tvrtki, ali i samim time brže i jeftinije međusobno poslovanje. Koristi se za koordinaciju između nabavnih operacija tvrtke i njenih dobavljača, zatim za logičko planiranje u tvrtki, a isto tako i u suradničkim tvrtkama koje transportiraju kako ne bi došlo do zastoja ili problema. Te se koristi i za skladište, prodaju, ali i održavanju njezinih proizvoda. Bitno je spomenuti da se ovim modelom postižu niže nabavne cijene koje se zapravo postižu smanjenjem broja dobavljača i dobivanjem popusta na nabavu velikih količina robe. Također je tu i smanjenje vremena koje je potrebno proizvodima da stignu na tržište, a time se omogućuje i smanjenje zaliha. Samim time su i skraćene faze proizvodnog ciklusa (Čerić, Varga, Birolla, 1998, str. 309/310).

Europska Komisija je u srpnju 2017. godine pokrenula studiju kako bi procijenila kvantitativnu dimenziju dijeljenja i ponovne uporabe podataka između tvrtki te kako bi identificirala propuštene poslovne prilike koje proizlaze iz nedostatka pristupa relevantnim podacima te utvrdila prepreke i čimbenike uspjeha za dijeljenje i ponovnu upotrebu podataka između tvrtki u Europi. (Europska Komisija, 2018)

Postoje tri razloga s gledišta dobavljača podataka i tri razloga s gledišta korisnika podataka zašto dijeliti i ponovno upotrebljavati podatke i zašto ne dijeliti i ponovno upotrebljavati podatke.

Kada se gleda s gledišta dobavljača tada su navedeni slijedeći razlozi:

Zašto <u>dijeliti</u> i ponovno upotrebljavati podatke	Zašto <u>ne dijeliti</u> i ponovno upotrebljavati podatke
Mogućnost razvoja novih poslovnih modela i/ili proizvoda ili usluga	Zabrinutost zbog privatnosti
Mogućnost uspostavljanja partnerstva s drugim tvrtkama koje su zainteresirane za podatke	Poslovne tajne/strah od pronevjere od druge strane
Ekonomska vrijednost prodanih podataka	Nedostatak potražnje za podacima tvrtke

Tablica 1. Razlozi za i protiv dijeljenja i ponovnog upotrebljavanja podataka s gledišta dobavljača

(Izvor: samostalna izrada prema *Presentation preliminary study by everis*)

Kada se gleda sa gledišta korisnika tada postoje slijedeći razlozi:

Zašto <u>dijeliti</u> i ponovno upotrebljavati podatke	Zašto <u>ne dijeliti</u> i ponovno upotrebljavati podatke
Mogućnost razvoja novih poslovnih modela i/ili proizvoda ili usluga	Podaci se proizvode i analiziraju unutar tvrtke
Mogućnost poboljšanja svog kataloga proizvoda/usluga	Podaci ne koriste za poslovni model tvrtke
Povećanje učinkovitosti	Potrebni podaci nisu dostupni

Tablica 2. Razlozi za i protiv dijeljenja i ponovnog upotrebljavanja podataka s gledišta korisnika

(Izvor: samostalna izrada prema *Presentation preliminary study by everis*)

4.3. Model elektroničkog poslovanja kupaca s poduzećem (C2B)

Model elektroničkog poslovanja kupaca s poduzećem (engl. *Customer-to-Business, C2B*) je zapravo obrnuti model, odnosno on omogućuje poduzećima da imaju vrijednosti od potrošača. U ovom modelu poduzeća zapravo profitiraju od spremnosti potrošača da imenuju vlastitu cijenu ili doprinesu podacima i marketingu tvrtke. Dok sami potrošači profitiraju od fleksibilnosti ili besplatnih proizvoda ili usluga po sniženim cijenama. Kao primjer možemo spomenuti prehrambene tvrtke koje traže od blogera o hrani da u slijedeći svoj recept ubace njihov novi proizvod te da ga spomenu čitateljima (Marisa Sanfilippo, 2022).

C2B model je zapravo procvao u doba interneta. Također postojanjem novijih tehnologija poput mobitela sa sve boljim kamerama, visokokvalitetnih pisača, zatim usluga za web razvoj, alatima za promociju i komunikaciju. U današnje vrijeme potrošači sve više traže proizvode kojima su stalno izloženi preko reklama, na YouTubeu, blogovima, društvenim mrežama. I zbog toga sve veću važnost dobivaju influenceri. Influenceri su osobe koje imaju velik broj pratitelja na društvenim mrežama. Tvrtke stvaraju odnos sa influencerima kako bi oni govorili o njihovim proizvodima i pokazali ga svojim brojnim pratiteljima te će tvrtka time dobiti povećanu prodaju. Dok sa druge strane influenceri će zauzvrat dobiti besplatne proizvode ili neku uslugu (Marisa Sanfilippo, 2022).

4.4. Model elektroničkog poslovanja pojedinaca međusobno (C2C)

Model elektroničkog poslovanja pojedinaca međusobno (engl. *Customer-to-Customer, C2C*) je model koji olakšava trgovinu između privatnih osoba. Ovaj model zapravo povezuje ljude tako da posluju jedni s drugima. Sam cilj C2C modela je da se pomogne kupcima i prodavačima da se međusobno nađu, ali i da nađu proizvode koje bi inače bilo jako teško pronaći. Primjeri C2C modela su eBay i Amazon, Craigslist, Facebook Marketplace, Airbnb, Fiverr, PayPal (Andreas Rivera, 2022).

eBay je internetsko aukcijsko mjesto i od samog lansiranja 1995. godine on je C2C model. Ovo internetsko aukcijsko mjesto uzima naknadu na transakciju u iznosu od 10%. Craigslist je poznato mjesto na kojem ljudi mogu kupovati i prodavati robu, ali i trgovinske usluge. Facebook Marketplace također je C2C model koji je u potpunosti besplatan. Airbnb

je platforma koja omogućuje da korisnik objavi svoje prebivalište kao kratkotrajni smještaj nekom drugom korisniku uz cijenu noćenja. Fiverr omogućuje da korisnici objave davanje osobne usluge za samo 5 USD. PayPal se koristi kao platforma za prijenos novca i to naplaćujući malu novčanu naknadu za prijenos (Andreas Rivera,2022).

4.5. Model elektroničkog poslovanja između poduzeća i države (B2G)

Pejić Bach i suradnici (2016., str.180) kažu da je **G2B (engl. *Business-to-Government, B2G*)** model zapravo model elektroničkog poslovanja gdje na strani ponude nalazimo poduzeća i državu, a na strani potražnje privatna poduzeća. Ovdje zapravo državne institucije daju privatnim poduzećima koncesiju za korištenje nekih državnih dobara.

Kao primjer G2B modela možemo navesti e-carinu. Carinska uprava je godinama olakšavala i pokušavala ubrzati sve carinske postupke tako da su još od samih početaka sudionici carinske deklaracije podnosili na magnetnom mediju, zatim se prešlo na obrazac JCD koji se podnosio putem interneta. Nadalje kako se Republika Hrvatska približavala ulasku u EU tako je Carinska uprava radila pripremu za implementaciju novih sustava koji podržavaju provođenje carinskih postupaka bez papira. Uz to je bilo potrebno razviti i komunikaciju u elektroničkom obliku između sudionika u carinskom postupku. Sam taj proces elektroničke razmjene dokumenata sa gospodarstvom i to u okviru e-carine je realiziran preko G2B servisa. G2B servis je zapravo dio zajedničke infrastrukture Informacijskom sustavu Carinske uprave koji je zadužen za interoperabilnost Informacijskog sustava Carinske uprave s poslovnim aplikacijama gospodarstvenika na principu elektroničke razmjene dokumenata. (Carina, 2018)

4.6. Model elektroničkog poslovanja između države i njezinih građana (G2C)

Model elektroničkog poslovanja između države i njezinih građana (engl. *Government-to-Customer, G2C*) je model elektroničkog poslovanja kojem je cilj da se pojedincima pruži online pristup svim potrebnim informacijama i uslugama. Ovaj model također može olakšati građanima da budu što bolje informirani o svima zakonima, propisima i politikama koje trenutno vrijede u njihovoj zemlji (IGI Global, bez dat.).

Također Pejić Bach i suradnici (2016, str.181) naveli su kako je ovo model u kojem država komunicira sa svojim građanima te razmjenjuje informacije elektroničkim putem.

Jedan od primjera ovog modela je katastar.hr, odnosno Državna geodetska uprava. Državna geodetska uprava daje mogućnost da svatko ima pravo u određeno vrijeme i pod nadzorom službenika Uprave obaviti uvid u podatke katastra te također iz njega dobiti izvode, ispise i preslike (Državna geodetska uprava, bez dat.).

4.7. Model elektroničkog poslovanja između državnih institucija (G2G)

Pejić Bach i suradnici (2016, str.181) objašnjavaju ovaj model kao model elektroničkog poslovanja između državnih institucija koje međusobno komuniciraju i to elektroničkim putem.

Cilj ovog modela je da se olakša komunikacija između dijelova vlade te da se poveća učinkovitost. Također želi se postići veća brzina transakcija i smanjiti vrijeme koje zaposlenici moraju potrošiti na obavljanje zadataka. (IGI Global, bez dat.)

5. Razvoj elektroničkog poslovanja

Panian i Strugar (2013) naveli su da je sam koncept e-poslovanja započeo u drugoj polovici 1995. godine i to zapravo kada je Internet dosegnuo onu točku u kojoj je prerastao u virtualni gospodarski prostor. Tada zapravo počinje prva generacija elektroničkog poslovanja te traje sve do 2005. godine.

5.1. Prva generacija elektroničkog poslovanja

Kao što je spomenuto prije, prva generacija elektroničkog poslovanja dominirala je u razdoblju od 1995. godine do 2005. godine. U tom razdoblju je već bilo shvatljivo da je sam koncept e-poslovanja primjenjiv na gotovo sve poslovne aktivnosti i to u svim gospodarskim granama i djelatnostima.

U prvoj generaciji e-poslovanja je nekoliko primjena koje su se tada razvile, a to su (Bosilj Vukšić i sur., 2012, str.189):

- Elektronička prodaja
- Elektroničko trgovanje
- Elektroničko bankarstvo
- Elektroničko plaćanje i naplate
- Online zabava i rekreacija.

5.1.1. Elektronička prodaja

Bosilj i Vukšić i Pejić Bach (2012) naveli su da je vrlo teško utvrditi datum kada se zapravo rodila ideja o prodaji dobara i usluga putem Interneta. Iako se ne zna pouzdano, Panian i Strugar (2013) navode kako je prvi eksperiment sa oglašavanjem i prodajom preko Interneta započeo 1994. godine sa pothvatom Jeffa Bezose koji je bio američki knjižničar i antikvar. I upravo njega svi smatraju „ocem“ koncepta elektroničkog poslovanja. Jeff je bio vlasnik male knjižare.

Postavio je na Internetu na vlastito Web mjesto katalog s knjigama koje je imao u knjižnici s nadom da će veći broj ljudi saznati za njegovu knjižnicu i svratiti u knjižnicu te naravno nešto kupiti. Na Webu je ostavio svoj kontakt. Nakon nekog vremena je dobio mnoštvo mailova i poziva ljudi koji su se žalili kako ne mogu doći do knjižnice da bi pogledali

knjige te nešto kupili. Tada je Jeff shvatio da mora nešto učiniti te je otvorio virtualnu knjižnicu (Panian, 2000, str.146).

Nakon godinu dana, točnije 1995. godine, aktivirao je internetsku tvrtku Amazon.com. U vrlo kratkom roku ovaj posao je postao ozbiljan i doživio veliki uspjeh. Tako je već krajem 1995. godine Amazon.com na prodaju imao 1.1 milijuna knjiga. A ova uspješna priča i poslovanje Amazona je poznata i danas (Panian i Strugar, 2013, str.162).

Sama ideja elektroničke prodaje je da korisnik ima mogućnosti da bilo kada i s bilo kojeg mjesta stupi u kontakt s bilo kojim drugim korisnikom. Tvrtke koje nude proizvode na Internetu imaju velik broj potencijalnih kupaca. U današnje vrijeme je to jako razvijeno i bez elektroničke prodaje svijet bi teško funkcionirao. Važno je naglasiti da predmet prodaje putem Interneta mogu biti nematerijalna dobra, odnosno meka dobra koja su i bila prvi i najstariji oblik prodaje na daljinu. Meka dobra su zapravo dobra koja se mogu prenositi telekomunikacijskom mrežom (informacije, tekst, zvuk, računalni programi, igre i slično) (Bosilj Vukšić, Pejić Bach, 2012, str. 190).

Sljedeći korak je bila prodaja materijalnih dobara. Odnosno tvrdih dobara. Kod prodaje tvrdih dobara je potrebno postaviti Web mjesto, način naplate, ali je sada potrebno i osmisliti kako isporučiti dobra jer se ta dobra ne mogu prenositi telekomunikacijskim mrežama kao meka dobra. Potrebno je organizirati distribuciju dobara i omogućiti kupcima različite načine isporuke, na primjer dostava na adresu i poštanska dostava. (Bosilj Vukšić, Pejić Bach, 2012, str.191).

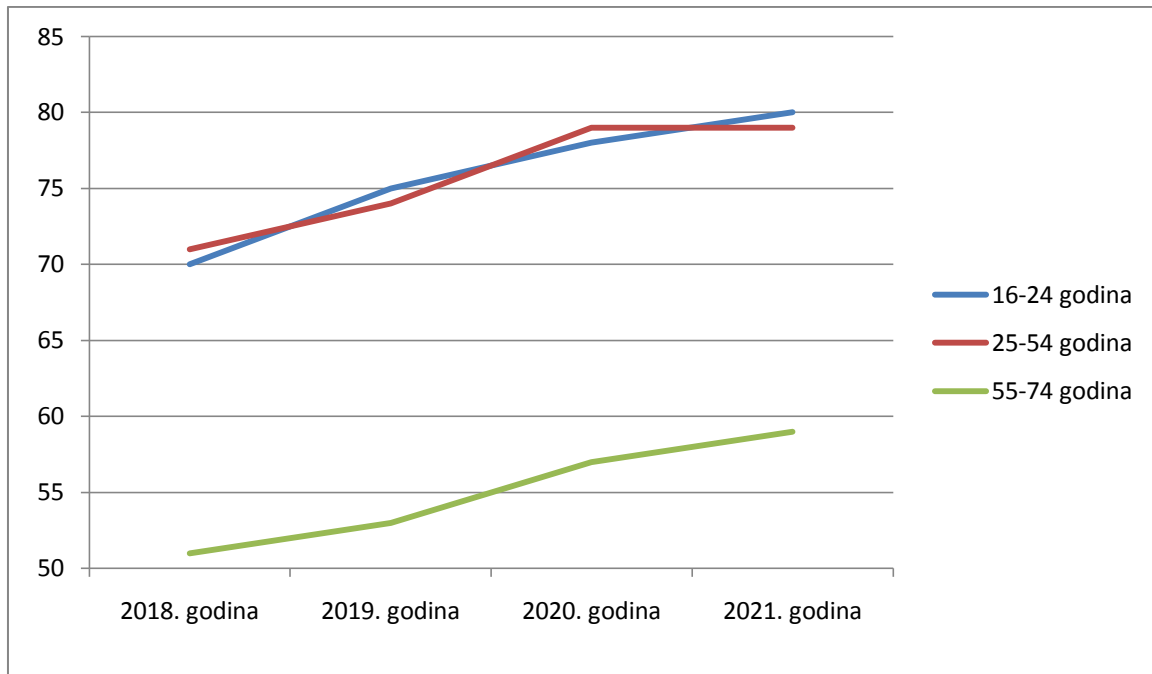
Posljednji korak je elektronička prodaja usluga gdje je prodaja usluga također poduprta digitalnom razmjenom informacija, ali se usluge u nekim slučajevima ne mogu pružiti elektroničkim putem. Kod elektroničke prodaje usluga imamo dva predmeta prodaje. Kod prodaje tvrdih dobara javlja se problem fizičke distribucije dobara, a dok kod prodaje mekih dobara javlja se problem zaštite intelektualnog vlasništva (Panian, Strugar, 2013, tr.167).

5.1.2. Elektroničko trgovanje

Elektroničko trgovanje se može ostvariti na različite načine, a neki od njih su (Bosilj Vukšić, Pejić Bach, 2012, str.193/194/195):

- **Elektronička maloprodaja** – prvi je model kojim je započeto e-poslovanje. Postoji nekoliko modela elektroničke maloprodaje, a to su: model tradicionalne online prodavaonice, model virtualne prodavaonice, model mješovite realno/virtualne prodavaonice, model internetskog trgovačkog centra, model diskontne prodavaonice, model prodavaonice „po mjeri“.

- **Elektronička veleprodaja** – trgovanje je među tvrtkama. Postoji nekoliko modela elektroničke veleprodaje, a to su: model kataloga, model elektroničke veletržnice, model robne burze, model aukcije na veliko.
- **Online aukcije na malo.**



Grafikon 1. Korisnici interneta koji su kupili ili naručili robu/usluge u protekle 4 godine

(Izvor: samostalna izrada prema eurostatu)

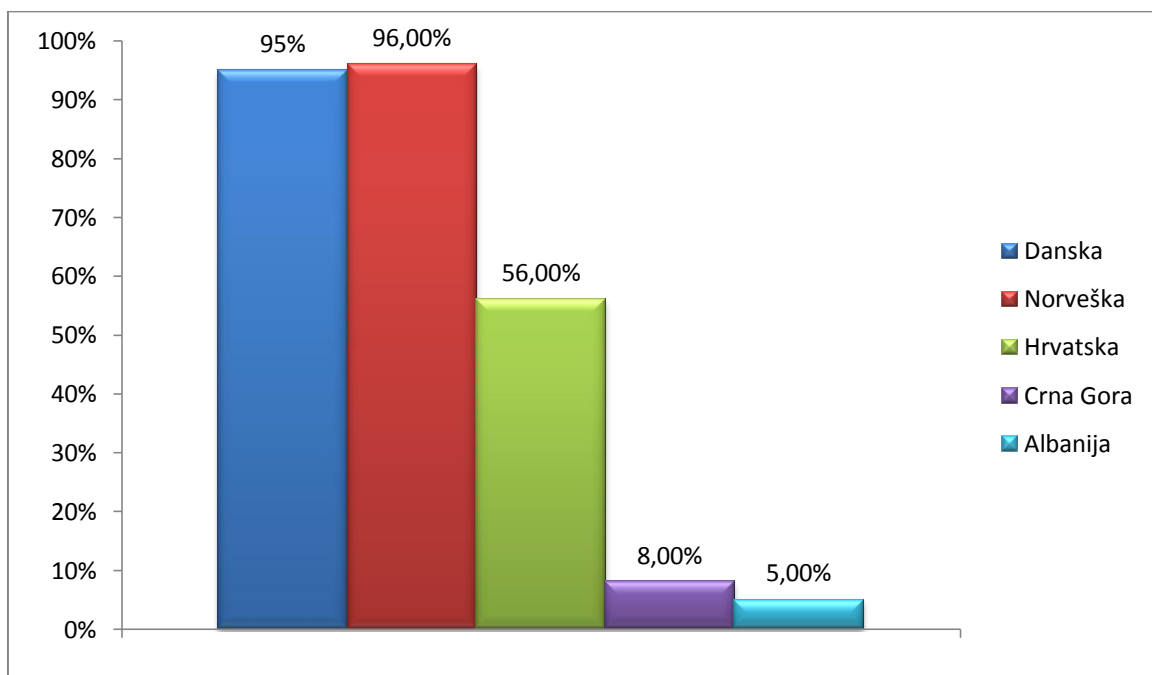
Na Grafikonu 1. su prikazani podaci korisnika prema dobnoj skupini na internetu koji su kupili ili naručili robu, odnosno usluge unazad četiri godine. Vidljiv je velik rast između 2019. godine i 2020. godine koji se pojavio utjecajem pandemije Covid 19 i zbog kojeg su ljudi povećali online kupovinu dobara i usluga putem interneta. (eurostat, 2022)

5.1.3. Elektroničko bankarstvo

Elektroničko bankarstvo se zapravo odnosi na tehnologije u bankarstvu. Bankarstvo ima četiri faze razvoja.

- U prvoj fazi tradicionalno bankarstvo se transformira u daljinsko gdje se klijentima nudi mogućnost obavljanja financijskih transakcija na daljinu bez odlaska u poslovnicu banke. Ovdje se zapravo misli na korištenje udaljenih računalnih terminala i bankomata.

- U drugoj fazi, s pojavom izravnog bankarstva, klijentu se omogućuje zapravo da sam izvršava mnoge poslove koje su za njih i u njihovo ime dotad obavljale banke.
- Treća faza se odnosi na virtualno bankarstvo gdje se podrazumijeva korištenje Interneta i World Wide Web servisa za obavljanje financijskih transakcija.
- I na kraju, u četvrtoj fazi, pojavljuje se najnoviji oblik elektroničkog bankarstva a to je mobilno bankarstvo. Mobilno bankarstvo se odvija preko mobilnih tehnologija. Banke daju mogućnost klijentima da svoje transakcije obavljaju preko pametnih telefona, tableta i prijenosnih računala (Bosilj Vukšić, Pejić Bach, 2012, str.196/197).



Grafikon 2. Korisnici online bankarstva u 2021. godini

(Izvor: samostalna izrada prema statista)

Poznato je da internetsko bankarstvo postaje sve popularniji način plaćanja u svijetu. Diljem cijele Europe, ali i svijeta banke nude razne pogodnosti i bankarske usluge koje olakšavaju i privlače korisnike e-bankarstva. Prema Grafikonu 2. koji pokazuje podatke za broj korisnika online bankarstva prema dobnoj skupini od 16 do 74 godine u Europi možemo vidjeti da je Norveška vodeća država u Europi po postotku korisnika online bankarstva sa čak 96%. Hrvatska se nalazi na 23 mjestu sa 56% korisnika online bankarstva. Dok su Crna Gora i Albanija na posljednjim mjestima sa manje od 10% korisnike online bankarstva. (statista, 2022)

5.1.4. Elektroničko plaćanje i naplata

Kako kod tradicionalnog poslovanja tako i kod e-poslovanja, prodaja dobara i usluga završava plaćanjem istih dobara i usluga. Plaćanje se može izvršiti gotovinom, virtmanskom doznakom i čekom. Sada kod e-poslovanja je potrebno i plaćanje elektroničkim oblikom. Samim time sve bi bilo jednostavnije te bi bile točnije i brže provedene transakcije.

Elektronička naplata može se obavljati kao što je navedeno prije u poglavlju o elektroničkom bankarstvu, zatim preko PayPal-a, uporabom platežnih kartica, sustavom mikroplaćanja i uporabom digitalnog novca (Bosilj Vukšić, Pejić Bach, 2012, str.198/199).

Jedan od zanimljivih podataka je da ukupan obujam plaćanja diljem svijeta preko PayPal-a iznosi 309.91 milijardu USD. (Daniela Coppola, statista, 2022.)

5.1.5. Online zabava i rekreacija

Ova gospodarska djelatnost je jedna od najbrže rastućih i najprofitabilnijih gospodarskih djelatnosti u drugoj polovici 20. stoljeća. Danas korisnici Weba imaju mogućnost pretraživanja širokog sadržaja. Internet je ubrzo postao novi distribucijski kanal za filmove, glazbu, knjige, videoigre i slično (Bosilj Vukšić, Pejić Bach, 2012, str. 200/201).

5.2. Druga generacija elektroničkog poslovanja

Druga generacija elektroničkog poslovanja dominira od 2005. godine pa sve do danas. Kada govorimo o drugoj generaciji elektroničkog poslovanja možemo spomenuti tri potpuno nove tehnologije (Bosilj Vukšić i sur.,2012,str.201):

- 1. računalstvo u pokretu, odnosno mobilno računalstvo**
- 2. računalstvo u oblaku**
- 3. širok spektar tehnologija poznatih pod krovim nazivom web 2.0..**

5.2.1. Računalstvo u pokretu

Računalstvo u pokretu, odnosno mobilno računalstvo, uvodi u elektroničko poslovanje jednu novu dimenziju, a to je dimenzija prostora, tj. lokacije na kojoj se nešto događa (Panian, Strugar,2013,str.200).

Definicija poslovanja u pokretu prema Bosilj Vukšić i suradnicima (2012,str.203) glasi: „Mobilno se poslovanje može definirati kao korištenje mobilnih tehnologija u razmjeni dobara,

usluga, informacija i znanja. M-poslovanje je izvršavanje transakcija obavljenih pomoću pokretne opreme putem mobilnih mreža koje mogu biti bežične ili javne birane mreže. M-poslovanje uključuje širok spektar poslovnih aktivnosti u okruženju poslovanja tvrtke s krajnjim korisnicima (B2C) i među tvrtkama (B2B).“

Nadalje možemo spomenuti i neke prednosti mobilnih tehnologija u odnosu na stacionarnu tehnologiju. Te prednosti su (Bosilj Vukšić i sur.,2012,str.204):

- **Sveprisutnost** – korisnik u bilo kojem trenutku i sa bilo koje lokacije može pristupiti aplikacijama poslovanja.
- **Dostupnost** – ova prednost se nadovezuje na prethodnu. Ukoliko korisnik može pristupiti aplikaciji poslovanja u bilo koje vrijeme i s bilo koje lokacije tada je zapravo on dostupan bilo kada i bilo gdje.
- **Sigurnost** – ovdje možemo reći da je sigurnost malo više na strani stacionarnih uređaja, ali sa sve većim razvojem mobilne tehnologije proizvođači u svoje proizvode sve više ugrađuju različite oblike osiguranja i zaštite.
- **Lokalizacija** – operater komunikacijske mreže može brzo i jednostavno lokalizirati sve registrirane korisnike te im može ponuditi neke korisne lokacijski zavisne usluge poput informacija o hotelima, restoranima, kulturnim sadržajima i slično.
- **Prikladnost, komfor** – zbog malih fizičkih dimenzija i male težine mobilnih uređaja korisnik ih može ponijeti uvijek za obavljanje svih vrsta poslova.
- **Personalizacija** – iako pohranjivanje osobnih informacija na mobilne uređaje stvara sigurnosni rizik to možemo zapravo shvatiti i iskoristiti kao prednost da se ti uređaji mogu prilagoditi vlastitim željama i preferencijama.

5.2.2.Računalstvo u oblaku

„Prema definiciji američkog Nacionalnog instituta za standarde i tehnologije *računalstvo u oblaku je model obrade podataka koji omogućuje sveprisutan i jednostavan pristup skupu djeljivih računalnih resursa poput računalnih mreža, poslužiteljskih računala, medija za pohranu podataka, aplikacija i usluga, koje je moguće konfigurirati i stavljati na raspolaganje korisnicima uz njihov minimalan osobni angažman ili uz najmanju moguću interakciju s pružateljem tih resursa.*“ (Bosilj Vukšić i sur.,2012,str.207).

„Možda bi najbolja definicija bila da je *cloud computing koncept podjele programskog okruženja koji koristi Internet kao platformu te omogućuje da aplikacije i*

dokumenti poslani iz bilo kojeg dijela svijeta budu pohranjeni i čuvaju se na za to predviđenim poslužiteljima“ (CERT, bez dat.).

Računalstvo u oblaku zapravo omogućuje krajnjim korisnicima da kada je njima to potrebno koriste masovne računalne resurse i da do njih dođu brzo i jednostavno.

Jedan od novijih podataka je da se čak 39% poduzeća koristi uslugom računalnog oblaka na internetu. (DZS, 2021)

NIST je naveo i nekoliko obilježja prema kojima bi se neka usluga mogla smatrati „oblakom“, a to su (Panian i Strugar, 2013, str.274):

- **Usluge korisnik može samostalno koristiti po zahtjevu** – s bilo kojeg mjesta i u bilo koje vrijeme korisnik može zatražiti i primiti uslugu bez čekanja.
- **Široke mogućnosti pristupanja uslugama** – usluzi se može pristupiti preko stolnog računala, prijenosnog računala i mobilnog uređaja.
- **Dijeljenje resursa** – velik broj korisnika može dijeliti zajedničke resurse.
- **Elastičnost** – količina i potencijal koji su namijenjeni korisniku mogu se skroz prilagođavati prema njegovim potrebama.
- **Mjerljivost usluga** – korisnik plaća naknadu isključivo prema utrošku kojeg je izmjerio pružatelj usluga.

U današnje vrijeme mnoge tvrtke koriste sigurnosnu kopiju u oblaku i samu tehnologiju mrežne pohrane. U nastavku je navedeno nekoliko opcija za poduzeća koja žele koristiti računalstvo u oblaku (BUSINESS NEWS DAILY, 2022):

- **IDrive** – ova opcija je najbolje rješenje za mala poduzeća jer može sigurnosno kopirati neograničen broj uređaja i to za jednu fiksnu naknadu. Bitno je spomenuti da omogućuje kontinuirano i u stvarnom vremenu sigurnosno kopiranje za PC, Mac, Android i iOS.
- **Backblaze** – nudi usluge pohrane i sigurnosne kopije samo za korisnike Mac-a i PC-a te ne stvara sigurnosnu kopiju informacija pohranjenih na mobilnim uređajima. Također njihovi planovi usluga su dostupni na mjesečnoj, godišnjoj ili čak dvogodišnjoj osnovi.
- **Egnyte** – ova opcija je najbolje rješenje za pohranu podataka u oblaku s alatima za dijeljenje datoteka te za suradnju za timove. Također postoji i besplatna probna verzija koja dolazi s 20 GB prostora za pohranu u oblaku te 1 GB FTP-a za prijenos i dijeljenje.

5.2.3. Web 2.0 tehnologije

Web 2.0 je druga generacija razvoja interneta. Web 2.0 sastoji se od web stranica i aplikacija koje generiraju relativan sadržaj sa krajnje korisnike. Ovom generacijom interneta želi se povezati ljude međusobno u kojem korisnici mogu komunicirati preko raznih blogova, društvenih mreža. Također preko online usluga olakšava korištenje usluga poput internetskog bankarstva. I posljednje što se želi postići je povezati korisnike sa softverskim aplikacijama. Bitno je spomenuti kod Web 2.0 da je jednostavan za korištenje te da potiče komunikaciju između ljudi, ima velik broj dostupnih online usluga poput online bankarstva te mogućnosti online trgovine (study.com, 2022).

U nastavku će biti navedeni neki primjeri web 2.0 tehnologije (*Web 2.0 Tools*, bez dat.):

- **Google Drive** – koristi se za dijeljenje i arhiviranje dokumenata, moguće je izrađivati prezentacije, proračunske tablice. Također je moguće u realnom vremenu obaviti rad sa drugima.
- **Moodle** – je virtualno okruženje za učenje. Ovo je zapravo besplatna web aplikacija preko koje učenici/studenti dobivaju nastavni materijal za učenje.
- **Audacity** – ova web 2.0 tehnologija se koristi za snimanje zvuka, zatim za rezanje snimaka, kopiranje i spajanje istih, a ima mogućnost i miksiranja zvukova te mijenjanja brzine i visine zvuka.
- **Tagxedo** – koristi se za pretvaranje govora, slogana, novinskih članaka u vizualno zadivljujući oblak riječi kako bi se istaknule učestalosti pojavljivanja unutar teksta.

Prema Bosilj Vukšić i suradnicima (2012) spomenuti su slijedeće web 2.0 tehnologije:

- **Wiki** – je sustav za upravljanje sadržajem. Wiki je jedna vrsta online novina te pokušava stvoriti najbolji mogući proizvod i to tako da omogućuje da o istoj temi piše više ljudi kako bi se sve to raznoliko znanje ujedinilo i dalo najbolji mogući proizvod. Jedan primjer Wiki alata je Wikipedia. (eYewated, bez dat.).
- **Blog** – označava mrežnu stranicu koja sadržava članke u kojima autor izražava svoje mišljenje o nekoj temi ili iznosi svoja iskustva. (Bolje je Hrvatski, bez dat.)
- **Podcast** – „Podcast je digitalna datoteka koja sadržava audio ili audio-video zapis koji se distribuira putem Interneta koristeći RSS tehnologiju, a namijenjen je gledanju (ili slušanju) uporabom računala, digitalnog

prijenosnog playera poput iPoda ili televizije korištenjem uređaja poput Apple TV-a.“ (Valent Samardžija, 2008)

- **Društveno umrežavanje** – je slijedeća podjela prema web 2.0 tehnologijama i možemo reći da je ona sada najaktualnija.

Društveno umrežavanje je zapravo nešto na što ljudi pomisle kada se spomene Web 2.0. Vrlo često se Facebook, Instagram, Tik tok, Bebo ili MySpace koriste kao Web mjesta za društveno umrežavanje. Društvene mreže su zapravo Web mjesta koja korisnicima omogućuju uspostavljanje veze s drugim korisnicima. Korištenje nekih društvenih mreža je besplatno dok se kod nekih društvenih mreža naplaćuje članstvo. Sa svojim profilom korisnici mogu objaviti svoje osobne, ali i poslovne informacije, mogu objavljivati fotografije, kreirati blogove ili pronalaziti i povezivati se s ljudima sličnih ili istih interesa. Prije su društvene mreže bile popularne za ostvarivanje komunikacije s ljudima iz drugih krajeva svijeta, a danas su društvene mreže postale i pogodno okruženje za ostvarivanje poslovnih pothvata (Bosilj Vukšić i sur, 2012, str. 217).

Tako su nadalje spomenuta i Web mjesta za društveno umrežavanje orijentirana na ostvarivanje poslovnih pothvata:

Facebook – ovo je u početku bila platforma za studentsko društveno umrežavanje. Kasnije je postala najpopularnija društvena mreža koja se danas koristi i u poslovne svrhe. U siječnju 2022. godine Facebook je brojio 2.74 milijarde aktivnih korisnika, a taj broj svakodnevno raste za 500.000 korisnika dnevno. Od 2015. godine do 2020. godine popularnost Facebooka je pala, a glavni razlog tome je Instagram. (dreamgrow, 2022)

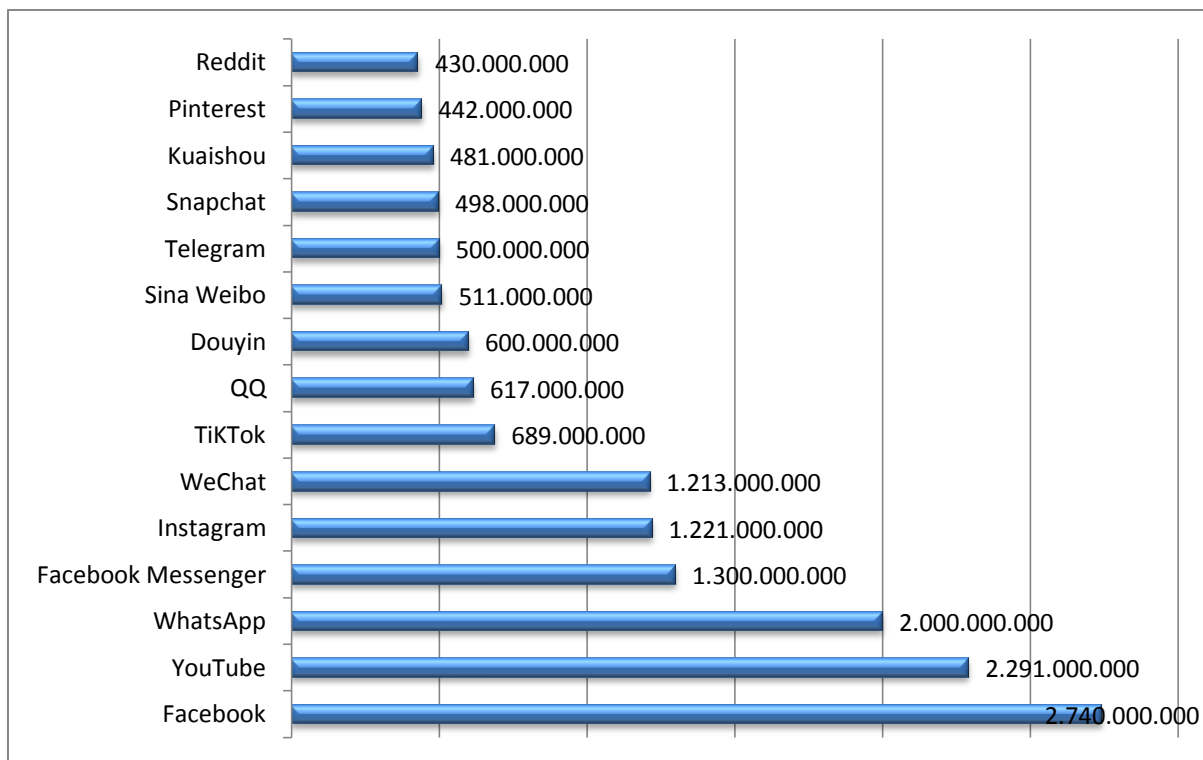
Youtube – je druga najpopularnija platforma za društveno umrežavanje i to sa preko 2.29 milijardi korisnika.

Instagram – popularna mreža za dijeljenje fotografija s ukupno 1.22 milijarde aktivnih korisnika.

WeChat – platforma koja omogućuje korisnicima slanje tekstualnih poruka i mogućnost videopoziva te obrade digitalnih plaćanja i igranja videoigara. WeChat je postigla veliku popularnost i broji preko 1.213 milijarde aktivnih korisnika. Također WeChat smatraju i vrlo dobrim marketinškim kanalom.

TikTok – je vrlo nedavno plasirana društvena mreža koja već sada broji preko 689 milijuna aktivnih korisnika.

LinkedIn – ova društvena mreža je osmišljena samo za potrebe poslovnih ljudi te stručnjaka u pojedinim poslovnim i industrijskim područjima.



Grafikon 3. Top 15 najboljih društvenih mreža

(Izvor: samostalna izrada prema dreamgrow)

Na Grafikonu 3. je prikaz top 15 društvenih mreža.

6. Vrste e-ureda

U ovom poglavlju biti će pojašnjene tri vrste e-ureda: digitalni ured (d-ured), mobilni ured (m-ured) i virtualni ured (v-ured).

6.1. Digitalni ured (d-ured)

Digitalno uredsko poslovanje, odnosno digitalni ured se odnosi na digitalnu izradu, zatim obradu i prijenos te pohranu poslovnih informacija. Cilj kod d-ureda je uz pomoć tehnologije povećati učinkovitost i brzinu izvođenja uredskih poslova i zadataka. Također želi se postići i brži protok informacija unutar samog poduzeća, ali naravno i izvan njega (Srića i suradnici, 2003., str.63).

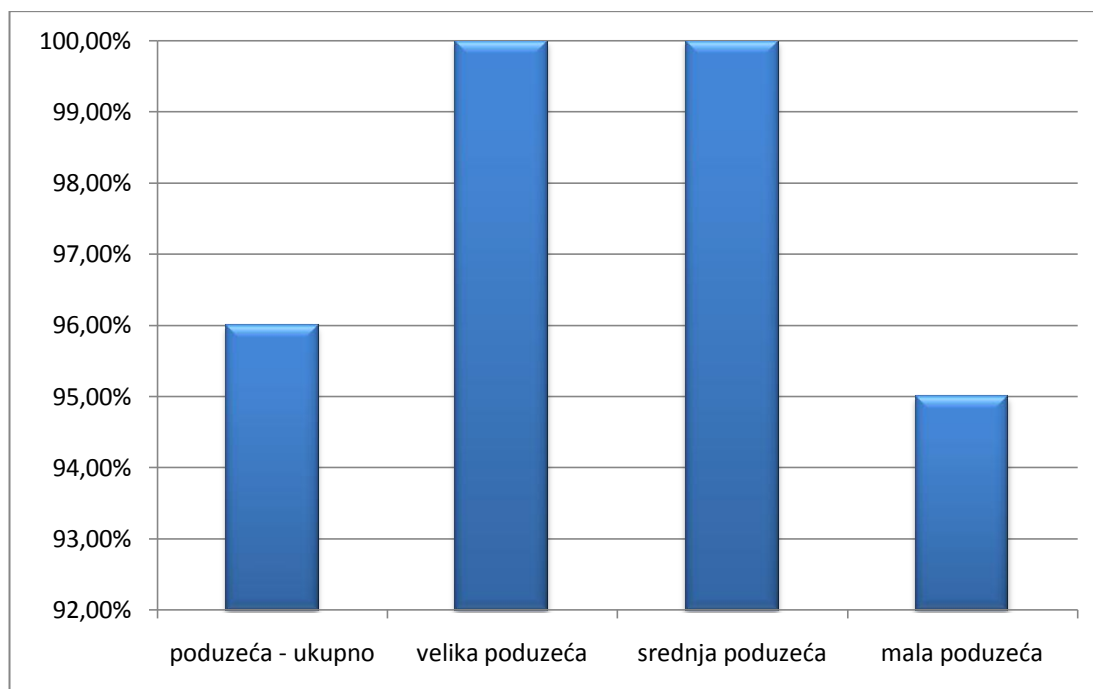
Kada se govori o digitalnom uredu važno je spomenuti i područja koja su značajna za izgradnju digitalnog ureda (Srića i suradnici, 2003, str.63):

- **Standardizacija poslovnih komunikacija** – želi se postići jednostavnija i brža obrada poslovna komunikacija svih sudionika na tržištu i to ne samo u jednoj zemlji nego na cijelom tržištu.
- **Digitalna izrada pisanih poslovnih komunikacija** – vrlo je bitno ostvariti dobru poslovnu komunikaciju kako bi unaprijedili svoje poslovanje. Zbog toga postoji teorija poslovnih komunikacija koja sadrži bitne i sporedne dijelove.
- **Digitalna obrada poslovnih podataka** – nekada je trebalo mnogo vremena za obradu podataka jer se sve odvijalo ručno, ali danas je to sve digitalizirano. Postoje računala, skeneri, pametni telefoni koji danas imaju i mogućnost pretvaranja slike u tekst ili u Excel, te također imaju i mogućnost skeniranja te se samim time olakšava i ubrzava posao.

Srića i suradnici (2003, str.108) kažu da digitalno poslovanje uvelike ubrzava samu izradu i odvijanje poslovne komunikacije, a samim time se ubrzava i poslovni proces, odnosno ostvaruje se veća zarada. Ali također je vrlo bitno spomenuti da se upotrebom digitalnog poslovanja stvaraju uštede.

Kod digitalnog poslovanja je vrlo važna informacijska i komunikacijska tehnologija (IKT). Informacijskom i komunikacijskom tehnologijom (IKT) se smatraju softver i hardver koji se upotrebljavaju za komuniciranje podacima, a to su na primjer računalo, telefaks, mobilni telefon te internet. Prema novijim podacima možemo vidjeti da čak 96% poduzeća, od njih

4500 anketiranih upotrebljava neki oblik fiksne širokopojasne veze, a čak 87% poduzeća upotrebljava mobilni širokopojasni pristup internetu (DZS, 2021.).



Grafikon 4. Poduzeća koja imaju pristup internetu u 2021.

(Izvor: samostalna izrada prema DZS)

Kao što je vidljivo na Grafikonu 4. ukupno 96% poduzeća u Hrvatskoj u 2021. godini ima pristup internetu. Velika i srednja poduzeća imaju 100% pristup internetu dok mala poduzeća imaju samo 95% pristupa internetu. Najveći postotak poduzeća koje imaju pristup internetu su djelatnosti informacije i komunikacija te poslovnih djelatnosti. Dok najniži postotak poduzeća koja imaju pristup internetu ima djelatnost građevinarstva (DZS, 2021.).

Srića i suradnici (2003, str.63) kažu daje digitalni ured temelj za ostvarenje mobilnog i virtualnog ureda.

6.2. Mobilni ured (m-ured)

Mobilni ured ili kako ga još nazivaju prenosivi ured ima karakteristiku da fizička lokacija čovjeka nije bitna. Odnosno da bi se odradio neki zadatak nije potrebno posjedovati uredski prostor. O mobilnom uredu se može govoriti kada svaki zaposlenik prema svojim pravima , preko bilo kojeg uređaja pristupiti samom poslužitelju poduzeća kako bi obavio potreban posao (Srića i suradnici, 2003, str.96).

Postoji i nekoliko prednosti m-ureda (Srića i suradnici, 2003, str.108):

- M-ured omogućuje zaposlenicima da sa bilo koje lokacije mogu obavljati poslovne procese
- Mobilna tehnologija uvelike poboljšava obavljanje poslovnih procesa jer su poslovne informacije dostupne s bilo koje vrste mobilnih uređaja i to u realnom vremenu
- Omogućuje smanjenje broja fiksnih uredskih mjesta i uredsko poslovanje približava mjestu prodaje.

GoDigital (2017) smatra da se posao ne mora isključivo obavljati u uredu već je za obavljanje posla potrebno samo malo organizacije, zatim dobar uređaj sa odgovarajućim programom te pristup internetu. Prvo je potrebno odabrati odgovarajući mobilni uređaj ovisno o djelatnosti. Za većinu djelatnosti i zaposlenika su najbolji odabir laptop i tablet. Također i u današnje vrijeme postoji mogućnost najma informatičke opreme s kojom imamo mogućnost odabira uređaja s odgovarajućim performansama. Zatim je potrebno imati internet mrežu. Danas većina gradova ima besplatnu WiFi mrežu, a to također ima i većina ugostiteljskih objekata. Također jedna od opcija je i mobilna internetska veza zbog mogućeg nedostatka besplatne internet mreže. Kada se riješi problem interneta slijedeća na redu je pohrana dokumenata. Danas je najjednostavnija, najbrža i najjeftinija opcija pohrana dokumenata u oblaku. Slijedeće što je potrebno osigurati je odgovarajući program za obavljanje zadataka. Jedan od najkorištenijih programa je Office 365 koji ima mogućnost da više osoba istovremeno uređuje dokumente te da su dostupni svima i to u realnom vremenu. Office-u 365 je moguće pristupiti sa svih uređaja (mobitel, laptop, tablet). Kod mobilnog ureda je vrlo bitna dobra organizacija kako bi posao bio obavljen učinkovito, brzo i bez greške.

6.3. Virtualni ured (v-ured)

„Virtualni ured nije određen fizičkim prostorom, a temelji se na umreženosti zaposlenika, timova i grupa koji razmjenjuju znanje upotrebom Internet tehnologije. Koncept virtualnog ureda razvio se na ideji: **Osoba ne treba biti u uredu, nego obaviti posao!**“ (Srića i suradnici, 2003, str.100)

Kada se govori o virtualnom uredu zapravo se misli na udaljeni ured gdje zaposlenici sve svoje zadatke obavljaju putem interneta i to sa bilo koje lokacije i u bilo koje vrijeme. Sve što je bitno je da osoba ima uređaj i Internet preko kojih može pristupiti poslovnim dokumentima. (VALDEZ, bez dat.)

Kod virtualnog ureda imamo i zaposlenike koje dijelimo (Srića i suradnici, 2003, str. 100):

- **Virtualni zaposlenik** - temeljna je jedinica virtualnog ureda i koristi se kompjuterskim sustavom i programima za obradu poslovnih procesa te je komunikacijskom mrežom povezan sa svim ostalim drugim virtualnim zaposlenicima.
- **Virtualni timovi** – oni se okupljaju kako bi riješili određeni poslovni problem.
- **Virtualni pomoćnici** – su osobe koje sve uredske poslove obavljaju od kuće i to preko informacijsko komunikacijskih tehnologija (IKT-a).

Nadalje su navedene neke prednosti postojanja v-ureda i to sa strane zaposlenika i sa strane poduzeća (Srića i suradnici, 2003, str. 100/101):

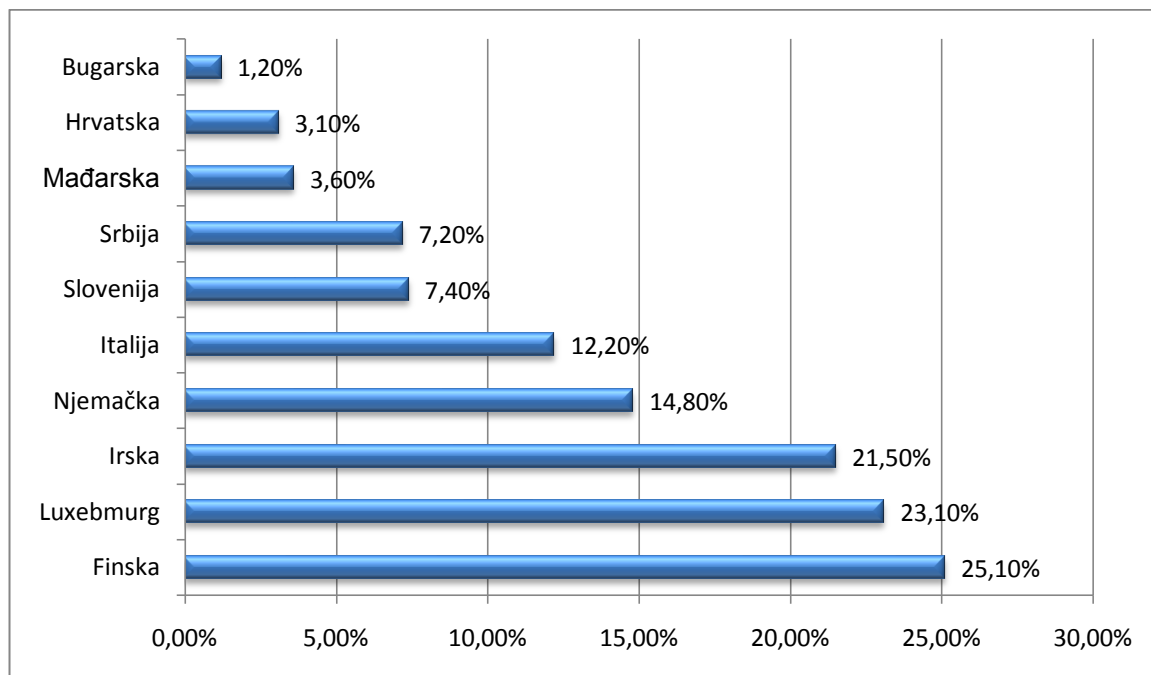
Prednosti za zaposlenika:	Prednosti za poduzeće:
Izbjegavanje putovanja na posao	Smanjenje troškova za poslovne prostore
Ima više slobodnog vremena	Ušteda vremena jer zaposlenici ne moraju putovati na posao
Prilagodi ured prema vlastitom domu	Kako zaposlenici ne moraju putovati na posao tako im se povećava zadovoljstvo, a samim time i učinkovitost i produktivnost
Sam si određuje radno vrijeme	Mogu angažirati virtualne pomoćnike iz bilo kojeg kraja svijeta jer se rad može obavljati od 0 do 24 sata
Na ovaj način mogu raditi i osobe s invaliditetom i osobe s malom djecom	

Tablica 3. Prednosti virtualnog ureda za zaposlenike i poduzeće

(Izvor: samostalna izrada prema Srića i suradnici, 2003, str.100/101)

Kada je riječ o virtualnom uredu često se spominje i rad na daljinu. Rad na daljinu je način rada u kojem zaposlenik može obavljati posao izvan radnog mjesta i to samo koristeći informacijske i komunikacijske tehnologije (IKT). Sve što je zaposleniku potrebno za rad na

daljinu je neka vrsta elektroničkog uređaja poput laptopa, mobitela, tableta i slično. Komunikaciju koju zaposlenik obavlja sa ostatkom ureda može se obaviti preko e-maila, raznih platformi za videopoziv, poruka i slično. (hr.about, bez dat.)



Grafikon 5. Postotak ljudi koji radi od kuće u Europi u 2020. Godini

(Izvor: samostalna izrada prema statista)

Kao što je prikazano na Grafikonu 5. zemlja u Europi s najnižim postotkom rada od kuće je Bugarska sa samo 1,20%. Dok je Finska zemlja s najvišim postotkom ljudi koji rade od kuće i to čak 25,1% ljudi radi od kuće. Hrvatska se na ukupnoj ljestvici od 36 anketiranih zemalja nalazi na 32 mjestu sa 3,10% zaposlenika koji rade od kuće. (statista, 2021)

7. Provedba polustrukturiranog intervjua- praktični dio

U ovom poglavlju je prikazana analiza provedbe polustrukturiranog intervjua sa zaposlenicima u uredu. U ovo ispitivanje uključeno je pet ispitanika i to različitih godina radi daljnje usporedbe dobivenih odgovora. Intervjui su provedeni na radnom mjestu svakog od ispitanika i u prosjeku su trajali od 30 do 40 minuta.

Tijekom intervjua bila su postavljena slijedeća pitanja:

- Na kojem radnom mjestu radite i koliko dugo?
- Jeste li upoznati s pojmovima elektroničko poslovanje, virtualni ured, mobilni ured i digitalni ured. Ako jeste molim Vas da ukratko opišete svojim riječima.
- Koje bi bile prednosti tradicionalnog poslovanja, a koji nedostaci?
- Koje bi bile prednosti elektroničkog poslovanja, a koji nedostaci?
- Smatrate li da je lakše raditi u današnjem modernom uredu ili nekada u tradicionalnom uredu? Zašto?
- Smatrate li da je uvođenje elektroničkog poslovanja donijelo neke prednosti u Vaše poslovanje i načinu rada (na Vašem radnom mjestu)? Koje su to prednosti?
- Jeste li upoznati sa pojmom „rad od kuće“? Pojasnite svojim riječima.
- U današnje vrijeme je sve popularniji rad od kuće. Što mislite koji je razlog tome?
- Kada bi imali mogućnosti i radili takav posao, biste li se mogli priviknuti na rad od kuće? Zašto?
- Navedite neke po vašem mišljenju prednosti rada od kuće.
- Što mislite da li se Hrvatska nalazi pri samom vrhu poretka po postotku zaposlenika koji rade od kuće ili pri samom dnu (mali postotak osoba koje rade od kuće). Zašto je to tako i koji su mogući uzroci tome?

1. INTERVJU 1.

1. Radno mjesto: pomoćni kalkulant

Radni staž na toj poziciji: 6 mjeseci

2. Jeste li upoznati s pojmovima elektroničko poslovanje, virtualni ured, mobilni ured i digitalni ured. Ako jeste molim Vas da ukratko opišete svojim riječima.

„Elektroničko poslovanje bi opisao kao način poslovanja i obavljanja poslova koristeći e-mail i online meeting. Virtualni ured je po meni prostor u nekom programu u kojem se obavljaju određeni poslovi. Dok je mobilni ured onaj ured u kojem se za obavljanje poslova koristi mobitel ili tablet.“

3. Koje bi bile prednosti tradicionalnog poslovanja, a koji nedostaci?

„Kao glavni nedostatak tradicionalnog poslovanja je vrijeme koje je potrebno za ručno upisivanje podataka, prevelike količine podataka koje je potrebno izračunati i upisati u troškovnik i ukoliko se dogodi neka pogreška potrebno je sve ponovno upisivati.“

„Kao prednost tradicionalnog poslovanja naveo bi da je potrebno puno više za obavljanje poslova i tada se stvara bolja atmosfera na poslu i stvaraju mnoga prijateljstva i poznanstva.“

4. Koje bi bile prednosti elektroničkog poslovanja, a koji nedostaci?

„Nedostatak elektroničkog poslovanja je predugo gledanje u ekran i zbog toga osoba može imati glavobolju što dovodi do sporijeg rada, pada koncentracije, a tada i mogućih pogrešaka. Jedan je od većih nedostataka i nestanak struje ili interneta jer tada posao zapravo prestaje.“

„Elektroničko poslovanje ima puno prednosti, a to su jednostavnost obavljanja poslova i posebno brzina kojom se obavi posao. Moguće je obavljati više poslova odjednom jer imamo mogućnost pristupiti svim podacima preko računala bez da moramo tražiti sve u arhivi.“

5. Smatrate li da je lakše raditi u današnjem modernom uredu ili nekada u tradicionalnom uredu? Zašto?

„Smatram da je lakše raditi u elektroničkom uredu jer pruža više mogućnosti i lakše je sve obaviti. Lakše je sve izračune napraviti. Samo moram upisati sve brojeke u Excel ili program i računalo dalje obavi svoje. Lakša je i komunikacija između nas zaposlenika. Iako se u velikoj mjeri i dalje koristi e-mail i telefon, uvijek

imamo mogućnost koristiti Zoom ili Google Meet, ali to većinom mi mlađe generacije.“

- 6. Smatrate li da je uvođenje elektroničkog poslovanja donijelo neke prednosti u Vaše poslovanje i načinu rada (na Vašem radnom mjestu)? Koje su to prednosti?**

„Definitivno su to prednosti što se tiču izračuna potrebnih podataka jer je brže, a ukoliko mi se dogodi greška lakše ju je ispraviti.“

- 7. Jeste li upoznati sa pojmom „rad od kuće“? Pojasnite svojim riječima.**

„Upoznat sam sa pojmom „rad od kuće“. Rad od kuće kao što i sam naziv kaže je rad koji se obavlja od doma, to jest posao se umjesto u uredu obavlja iz svoje kuće.“

- 8. U današnje vrijeme je sve popularniji rad od kuće. Što mislite koji je razlog tome?**

„Razlog tome bi definitivno bio to što ljudima odgovara kućna atmosfera i to bez šefa. Ne moraju putovati na posao i gubiti vrijeme u gužvama, ali tu ostvaruju i uštedu na gorivu što je definitivno pozitivno. Mogu se u miru posvetiti svom poslu bez da ih se ometa od strane ostalih zaposlenika.“

- 9. Kada bi imali mogućnosti i radili takav posao, biste li se mogli priviknuti na rad od kuće? Zašto?**

„I da i ne. U nekim situacijama bi bilo bolje da radim od kuće jer bi si organizirao posao koji moram obaviti, ali negativna strana bi bila da ne bi vidio uživo svoje kolege i izgubilo bi se to poslovno prijateljstvo.“

- 10. Navedite neke po vašem mišljenju prednosti rada od kuće.**

„Kao što sam naveo i prije bolje bi si organizirao posao koji moram obaviti, osjećao bi se ugodnije u svojoj kući, a u konačnici bi i uštedio na gorivu.“

- 11. Što mislite da li se Hrvatska nalazi pri samom vrhu poretka po postotku zaposlenika koji rade od kuće ili pri samom dnu (mali postotak osoba koje rade od kuće). Zašto je to tako i koji su mogući uzroci tome?**

„Koliko sam ja upoznat sa time mislim da se kod nas još velik dio poslova provodi uživo u uredima. Još uvijek kao zemlja nismo toliko napredovali da bi slijedili najnovije trendove iako mislim da je pandemija to barem malo ubrzala. Ali smatram da imamo vrlo mali postotak osoba koje rade od kuće.“

● **INTERVJU 2.**

1. Radno mjesto: ravnateljica dječjeg vrtića

Radni staž na toj poziciji: 2 godine i 4 mjeseca

2. Jeste li upoznati s pojmovima elektroničko poslovanje, virtualni ured, mobilni ured i digitalni ured. Ako jeste molim Vas da ukratko opišete svojim riječima.

„ Da. Elektroničko poslovanje podrazumijeva direktni i trenutni pristup podacima u svrhu poslovanja vrtića putem Fina certifikata. Na primjer kod izdavanja i preuzimanja e-Računa, e-Mirovinsko i e-Zdravstveno, e-Porezna, E-fakturiranje i slično. Virtualni ured može se tumačiti na način kad je bila situacija vezana u COVID, pa su se pojedine sjednice održavale online, a seminari su se održavali putem webinarara. Mobilni ured smo često koristili u vrijeme pandemije, zbog izolacija ili kada je bilo potrebno brzo obaviti neki posao i to smo radili preko TeamViewera. Digitalni ured obuhvaća poslovanje vrtića putem računalnog programa gdje se pohranjuju svi podaci o radnicima i korisnicima usluga.“

3. Koje bi bile prednosti tradicionalnog poslovanja, a koji nedostaci?

„ Prednosti tradicionalnog poslovanja su interakcija licem u lice, linearan poslovni odnos, plaćanje gotovinom.“

„A nedostaci su ograničeno vrijeme, ne postoji jedinstvena platforma za razmjenu informacija te je opseg poslovanja ograničen na određeno područje.“

4. Koje bi bile prednosti elektroničkog poslovanja, a koji nedostaci?

„ Prednosti su fleksibilnost i učinkovitost, postoji mogućnost obrade složenih informacija, produljeno je radno vrijeme, odnosno posao se može obavljati 24 sata dnevno. Velika je ušteda novca i vremena jer se brže obavi posao, manje se radi jer je olakšano, lakše je pronaći i spremiti papirologiju, lakši je unos podataka. Zatim je lakše poslovno istraživanje, analiza i provođenje. „

„ Nedostaci su zaštita od virusa, postoji problem zaštite podataka od neovlaštenog pristupa, nedovoljno razvijena softverska potpora. Također su još dosta visoki troškovi razvoja e-poslovanja. Postavlja se pitanje sigurnosti rada i poslovanja te još nisu ni uređeni pravni i zakonodavni propisi.“

5. Smatrate li da je lakše raditi u današnjem modernom uredu ili nekada u tradicionalnom uredu? Zašto?

„ Smatram da je uvelike lakše raditi u današnjem modernom uredu iz razloga što se podaci tijekom poslovanja pohranjuju na jednom mjestu koji je lako dostupan

putem kartica i podaci se ne mogu izgubiti, te je dokumentacija potrebna za nesmetano funkcioniranje ustanove odmah, na licu mjesta.“

6. Smatrate li da je uvođenje elektroničkog poslovanja donijelo neke prednosti u Vaše poslovanje i načinu rada (na Vašem radnom mjestu)? Koje su to prednosti?

„ Da. Svi su podaci na jednom mjestu, zatim je sve fleksibilnije, sistematično. Imam trenutačan i brz dohvat podataka, te je veća preglednost i točnost kod vođenja Urudžbenog zapisnika. „

7. Jeste li upoznati sa pojmom „rad od kuće“? Pojasnite svojim riječima.

„ Jesam. Rad od kuće objašnjavam rad putem elektroničkih uređaja u slučaju spriječenosti i dolaska radnika na radno mjesto. U našem sektoru rada to je neprimjenjivo. „

8. U današnje vrijeme je sve popularniji rad od kuće. Što mislite koji je razlog tome?

„ Zbog sistematičnosti i funkcionalnosti poslovanja usred izvršavanja određenih rokova i zadataka, zatim manji troškovi za poslodavca jer ne mora plaćati putne troškove i najam poslovnog prostora. „

9. Kada bi imali mogućnosti i radili takav posao, biste li se mogli priviknuti na rad od kuće? Zašto?

„ Takva narav obnašanja posla u našem sektoru nije moguća, ali također smatram kako nije ni zadovoljavajuća za radnika, obzirom kako kod kuće često ne postoji ni dobra internetska povezanost kao i ostali faktori koji nas ometaju u obavljanju rada, poput djece i ostalih ukućana. „

10. Što mislite da li se Hrvatska nalazi pri samom vrhu poretka po postotku zaposlenika koji rade od kuće ili pri samom dnu (mali postotak osoba koje rade od kuće)? Zašto je to tako i koji su mogući uzroci tome?

„ Mogućnost provođenja više vremena s ukućanima ili posvećivanje više vremena za odgoj djece, korištenje pauza za obavljanje kućanskih poslova u vremenu kad nam odgovara. „

11. Što mislite da li se Hrvatska nalazi pri samom vrhu poretka po postotku zaposlenika koji rade od kuće ili pri samom dnu (mali postotak osoba koje rade od kuće). Zašto je to tako i koji su mogući uzroci tome?

„ Smatram kako se Hrvatska nalazi pri samom dnu po postotku radnika koji rade od kuće. Iz razloga što je mentalitet ljudi / kultura naroda takva daje uobičajena praksa rada fizička prisutnost na radnome mjestu. „

● **INTERVJU 3.**

1. Radno mjesto: projektant suradnik

Radni staž na toj poziciji: 12 godina

2. Jeste li upoznati s pojmovima elektroničko poslovanje, virtualni ured, mobilni ured i digitalni ured. Ako jeste molim Vas da ukratko opišete svojim riječima.

„ Virtualni ured zamišljam kao ured gdje je svaka osoba na drugom mjestu i onda zajedno komuniciraju kako bi obavili posao. Mobilni ured je ured u kojem mogu koristiti mobitel kao uređaj za obavljanje posla. Elektroničko poslovanje bi opisala kao poslovanje u kojem se koriste elektronički uređaji kako bi se obavio posao.“

3. Koje bi bile prednosti tradicionalnog poslovanja, a koji nedostatci?

„ Nedostatci kod mog posla su sporost, odnosno potrebno je dugo da se nacrt nacrt. Zatim ako napravim grešku potrebno je ili krenuti ispočetka ili je potrebno puno vremena da bi se ta greška ispravila.“

„ Prednosti bi bile da se ljudi i dalje druže i komuniciraju uživo te stvaraju poznanstva.“

4. Koje bi bile prednosti elektroničkog poslovanja, a koji nedostatci?

„ Prednost je daje lakše i brže napraviti nacrt te ukoliko se dogodi greška to je lakše ispraviti jer se sve radi preko programa, a ne na papiru.“

„ Jedan od većih nedostataka je da poslodavac očekuje da je sav posao brzo gotov i da se istovremeno odrađuje više poslova, odnosno radi više nacrt, a samim time se stvara nervoza i stres te se povećavaju i greške i stvara dodatni posao za ispravak tih grešaka. Također i stalno gledanje u monitor stvara opterećenje za oči i stvara glavobolju, a nažalost ja na svom radnom mjestu imam tri monitora što je još i teže. “

5. Smatrate li da je lakše raditi u današnjem modernom uredu ili nekada u tradicionalnom uredu? Zašto?

„Smatram da je lakše raditi u modernom uredu jer je tehnologija sve promijenila i ubrzala, ali možda i malo previše ubrzala jer se sada radi više i sve mora biti brže gotovo što stvara stres i nervozu zaposlenicima.“

6. Smatrate li da je uvođenje elektroničkog poslovanja donijelo neke prednosti u Vaše poslovanje i načinu rada (na Vašem radnom mjestu)? Koje su to prednosti?

„Da. Donijelo je prednosti što se tiče lakšeg i bržeg crtanja nacrtu jer se sve radi u programu, a ne na papiru.“

7. Jeste li upoznati sa pojmom „rad od kuće“? Pojasnite svojim riječima.

„Upoznata sam sa tim pojmom. Na prošlom radnom mjestu sam i radila jedno vrijeme od kuće. A sada smo isto u vrijeme COVIDA imali mogućnost da odaberemo hoćemo li raditi od kuće ili normalno dolaziti u ured.“

8. U današnje vrijeme je sve popularniji rad od kuće. Što mislite koji je razlog tome?

„Možda zbog tog kliznog radnog vremena pa zaposlenik može rasporediti svoj posao kroz dan ukoliko ima tu mogućnost da odradi posao u bilo koje vrijeme u danu.“

9. Kada bi imali mogućnosti i radili takav posao, biste li se mogli priviknuti na rad od kuće? Zašto?

„Radila sam već od kuće i bilo je u redu, ali nažalost više ne bih jer je po mom mišljenju tada teško odvojiti posao i radno vrijeme od kućanstva, djece i i ostalih ukućana koji ometaju moj rad. A i ljepše je raditi u uredu gdje je uvijek dobra atmosfera.“

10. Što mislite da li se Hrvatska nalazi pri samom vrhu poretka po postotku zaposlenika koji rade od kuće ili pri samom dnu (mali postotak osoba koje rade od kuće)? Zašto je to tako i koji su mogući uzroci tome?

„Prednosti bi bile ušteda na gorivu i manji troškovi za poslodavca, ali ostalih prednosti po mom mišljenju nema.“

11. Što mislite da li se Hrvatska nalazi pri samom vrhu poretka po postotku zaposlenika koji rade od kuće ili pri samom dnu (mali postotak osoba koje rade od kuće). Zašto je to tako i koji su mogući uzroci tome?

„ Mislim da veći gradovi imaju veći postotak, ali u globalu mislim da smo negdje pri sredini poretka. Iako u svemu kasnimo i teško je naš narod naučiti na nešto novo jer smo naviknuti uvijek sve raditi na isti način. „

● **INTERVJU 4.**

1. Radno mjesto: administrator

Radni staž na toj poziciji: 10 godina

2. Jeste li upoznati s pojmovima elektroničko poslovanje, virtualni ured, mobilni ured i digitalni ured. Ako jeste molim Vas da ukratko opišete svojim riječima.

„ Elektroničko poslovanje je poslovanje gdje se komunikacija odvija recimo preko e-maila. Virtualni ured bi bio kada svaki zaposlenik radi na primjer od kuće i komuniciraju kako bi obavili taj posao. Mobilni ured je onaj ured u kojem se posao obavlja preko mobitela. „

3. Koje bi bile prednosti tradicionalnog poslovanja, a koji nedostaci?

„ Prednosti su definitivno interakcija među ljudima, odnosno povezivanje ljudi i stvaranje poznanstva.“

„A kao nedostatak bi mogao navesti primjer kada smo radili deklaracije koje su išle u liniji od na primjer 50 komada. I ako se slučajno dogodila greška na 28. komadu tada se sve moralo ispočetka i sve prijašnje deklaracije su se morale baciti. „

4. Koje bi bile prednosti elektroničkog poslovanja, a koji nedostaci?

„ Kao što sam naveo primjer prije za nedostatak tradicionalnog poslovanja, ovdje se taj primjer može spomenuti kao prednost elektroničkog poslovanja. Danas se te iste deklaracije lakše sprintaju i ako se i dogodi neka greška na 28. komadu samo se ispravi i kreće se dalje na 29. komad bez da se sve ovo prije baci.“

„ Nedostaci su što zaposlenici previše sjede jer imaju sve dokumente na dohvat ruke, odnosno na računalu jer ne postoje već one nekadašnje arhive, ormari i papiri. Zatim svakodnevno gledanje u monitor kviri vid, iako su današnji monitori puno bolji nego oni nekadašnji kada sam počeo raditi. „

5. Smatrate li da je lakše raditi u današnjem modernom uredu ili nekada u tradicionalnom uredu? Zašto?

„ S jedne strane je lakše raditi u modernom uredu jer je brže i jednostavnije raditi, ispravljati, svi dokumenti su na jednom mjestu pa je lako doći do njih u nekoliko

klika. Ali s druge strane u tradicionalnom poslovanju je bilo više komunikacije i upoznavanja s ljudima, a danas se većina posla obavlja preko maila i ljudi više nisu toliko društveni kao prije. Također u tradicionalnom poslovanju smo se više kretali jer se po potrebne dokumente moralo ići do arhive i tražiti ih. Ako je trebalo nešto iz pogona otišlo se do pogona i barem je malo bilo kretanja, a danas se skoro pa cijelo radno vrijeme provede sjedeći. „

6. Smatrate li da je uvođenje elektroničkog poslovanja donijelo neke prednosti u Vaše poslovanje i načinu rada (na Vašem radnom mjestu)? Koje su to prednosti?

„ Donijelo je uštede što se tiče potrošnje materijala za proizvodnju. Znam koliko trenutno imam na skladištu i to u nekoliko klika bez da odlazim do skladišta provjeriti. Također ako dobijemo narudžbu i vidim da na skladištu nemamo dovoljno materijala odmah u par klika naručim koliko je potrebno. „

7. Jeste li upoznati sa pojmom „rad od kuće“? Pojasnite svojim riječima.

„ Upoznat sam sa tim pojmom. Osoba umjesto da svoj posao odrađuje na radnom mjestu, odrađuje ga kod kuće. „

8. U današnje vrijeme je sve popularniji rad od kuće. Što mislite koji je razlog tome?

„ Trenutno je rad od kuće sve popularniji zbog pandemije, ali mislim da su cilj i svrha rada od kuće da ljudi imaju klizno radno vrijeme i da se možda olakša malo mladim obiteljima s malom djecom. „

9. Kada bi imali mogućnosti i radili takav posao, biste li se mogli priviknuti na rad od kuće? Zašto?

„ Ne bi jer je meni osobno bolje na radnom mjestu uz kolege. Po mom mišljenju nije dobro miješati posao i obitelj. „

10. Što mislite da li se Hrvatska nalazi pri samom vrhu poretka po postotku zaposlenika koji rade od kuće ili pri samom dnu (mali postotak osoba koje rade od kuće)? Zašto je to tako i koji su mogući uzroci tome?

„ Po mom mišljenju nema baš prednosti jer se teško skoncentrirati na posao kod kuće. „

11. Što mislite da li se Hrvatska nalazi pri samom vrhu poretka po postotku zaposlenika koji rade od kuće ili pri samom dnu (mali postotak osoba koje rade od kuće). Zašto je to tako i koji su mogući uzroci tome?

„ Mislim da smo negdje pri sredini poretka, iako nemamo baš toliko radnih mjesta da bi se posao mogao odraditi od kuće. „

● **INTERVJU 5.**

1. Radno mjesto: *viši stručni suradnik za EU fondove i administrativno – računovodstveni djelatnik*

Radni staž na toj poziciji: *3 mjeseca*

2. Jeste li upoznati s pojmovima elektroničko poslovanje, virtualni ured, mobilni ured i digitalni ured. Ako jeste molim Vas da ukratko opišete svojim riječima.

„Upoznata sam sa navedenim pojmovima. Električno poslovanje je poslovanje koje podrazumijeva obavljanje segmenata poslovanja elektroničkim putem. Mobilni ured je ured koji omogućuje obavljanje poslovanja na bilo kojoj lokaciji. Virtualni ured je ured koji ne postoji fizički nego su tehnologijom povezani ljudi koji surađuju.“

3. Koje bi bile prednosti tradicionalnog poslovanja, a koji nedostaci?

„ Prednosti su veći nadzor nad zaposlenicima.“

„A nedostaci su veći troškovi poslovanja, ne koriste se sve raspoložive tehnologije i postoji negativan učinak na okoliš. „

4. Koje bi bile prednosti elektroničkog poslovanja, a koji nedostaci?

„ Prednosti su smanjenje troškova te veća fleksibilnost poslovanja. Također zaposlenici manje izostaju sa radnog mjesta.“

„ Jedan od nedostataka je da su zaposlenici postali ovisni o tehnologiji i posao se bez tehnologije ne može obaviti. „

5. Smatrate li da je lakše raditi u današnjem modernom uredu ili nekada u tradicionalnom uredu? Zašto?

„ Smatram da je lakše raditi u modernom uredu. Najviše se ta prednost pokazala kod pandemije koronavirusa kada se poslovanje moglo odvijati normalno bez obzira na nemogućnost dolaska na radno mjesto. „

6. Smatrate li da je uvođenje elektroničkog poslovanja donijelo neke prednosti u Vaše poslovanje i načinu rada (na Vašem radnom mjestu)? Koje su to prednosti?

„ Obzirom da nisam radila u drugačijim uvjetima ne mogu procijeniti da li je uvođenje elektroničkog poslovanja donijelo prednosti za moje poslovanje i način rada. „

7. Jeste li upoznati sa pojmom „rad od kuće“? Pojasnite svojim riječima.

„ Jesam. To je rad koji se ne obavlja na radnom mjestu već na adresi stanovanja. „

8. U današnje vrijeme je sve popularniji rad od kuće. Što mislite koji je razlog tome?

„ Smatram da rad od kuće nije bio toliko popularan sve do pojave pandemije kada smo zapravo bili prisiljeni na taj način rada jer nismo svi bili u mogućnosti otići na radno mjesto. „

9. Kada bi imali mogućnosti i radili takav posao, biste li se mogli priviknuti na rad od kuće? Zašto?

„ Mogla bih se priviknuti na taj način rada, ali uzimajući u obzir karakteristike mog radnog mjesta lakši mi je rad kod poslodavca nego od kuće. „

10. Što mislite da li se Hrvatska nalazi pri samom vrhu poretka po postotku zaposlenika koji rade od kuće ili pri samom dnu (mali postotak osoba koje rade od kuće)? Zašto je to tako i koji su mogući uzroci tome?

„ Povećanje zaposlenosti ugroženih skupina kao što su roditelji male djece, osobe s poteškoćama. Zatim veća fleksibilnost poslovanja, ne gubi se vrijeme za odlazak i povratak s radnog mjesta, smanjenje izostanaka zaposlenika. „

11. Što mislite da li se Hrvatska nalazi pri samom vrhu poretka po postotku zaposlenika koji rade od kuće ili pri samom dnu (mali postotak osoba koje rade od kuće). Zašto je to tako i koji su mogući uzroci tome?

„ Mali je postotak ljudi koji rade od kuće. Sada se tek donosi Zakon o radu koji će u velikoj mjeri urediti takav način rada. „

7.1. Analiza rezultata polustrukturiranog intervjua

Jedna od prednosti koju su naveli svi ispitanici je brzina kojom se posao obavi. Odnosno sada uz pomoć različite tehnologije mogu puno brže i s manje grešaka unositi podatke u sustav. A i ukoliko se dogodi poneka pogreška lakše ju je ispraviti u programu nego kada se sve to radilo ručno. Jer kao što su u naveli neki ispitanici kada se prije dogodila pogreška, a još se ispravljalo sve ručno, ponekad se ni nije moglo ispraviti nego se moralo početi ispočetka što je produživalo posao. Fleksibilnost je također jedna od navedenih

prednosti, a pod time se misli da se zaposlenicima omogućuje da svoj posao odrade ili na radnom mjestu ili ukoliko posao nije hitan da ga obave kod kuće. Znamo da se u elektroničkom poslovanju uvelike koristi tehnologija i tako su ispitanici naveli da su neke od prednosti poput mogućnosti pristupa podacima s bilo koje lokacije samo uz pristup internetu i nije potrebno dugo tražiti dokumente jer se svi nalaze na jednom mjestu, zatim da je omogućeno obavljanje više poslova istovremeno. Ispitanik pod brojem 5 je naveo kao prednost da od kad postoji elektroničko uredsko poslovanje zaposlenici manje izostaju s radnog mjesta što je zapravo prednost i za samog zaposlenika, ali i za poslodavca. Kada gledamo sa strane zaposlenika ukoliko je on bolestan i ne može doći na radno mjesto, ali može obaviti posao od kuće, tada mu neće biti manja plaća i neće imati zaostataka na poslu. A kada gledamo sa strane poslodavca on neće morati tražiti i dodatno izdvojiti plaću za zamjenu, a posao će biti obavljen u roku. Elektroničko uredsko poslovanje je uvelike i unaprijedilo i ubrzalo samo poslovanje preko e-Računa, e-Porezne, E-fakturiranje, e-Mirovinsko i slično.

Kao što postoje prednosti elektroničkog poslovanja tako postoje i nedostaci elektroničkog poslovanja. Jedan od većih nedostataka kod elektroničkog poslovanja je previše gledanja u monitore što zaposlenicima umara oči i stvara glavobolju i samim time im otežava rad i povećava pogreške. Također jedan nedostatak koji je povezan sa zdravljem zaposlenika je da je u radnom danu premalo kretanja. Odnosno jedan od ispitanika je naveo kako se većina radnog dana provede sjedeći zbog toga jer su svi dokumenti zaposlenicima na dohvat ruke i nije potrebno da odlaze do arhiva ili na primjer u pogon jer se to može riješiti i preko poziva. Također jedan od nedostataka je što zaposlenici postaju ovisni o tehnologiji. Kao što je navedena prednost da se istovremeno može obavljati više poslova tako se i na to nadovezuje nedostatak, a to je da poslodavci očekuju od zaposlenika da će raditi više poslova, tj. da neće samo obavljati svoj posao nego će možda još raditi i posao nekog drugog i to samo kako bi poslodavac smanjio broj zaposlenika, a samim time i troškove. Korištenje tehnologije ima također svoje nedostatke, a to su da ukoliko nestane struje ili interneta sav rad mora stati jer se većina poslova tada ne može obavljati. Također teško se zaštititi od virusa ili od neovlaštenog pristupa. Također je i nedovoljno razvijena softverska potpora.

Kao što vidimo ispitanici smatraju da elektroničko poslovanje ima i prednosti, ali i nedostatke. Neki ispitanici koji nikad nisu radili u tradicionalnom uredu (ispitanici 1, 2 i 5) ne mogu procijeniti koliko se to zapravo sve promijenilo. Dok ispitanici koji su radili u tradicionalnom uredu i sada u modernom uredu (ispitanici 3 i 4) mogu zaključiti što je njima bolje i jednostavnije. Tehnologija je definitivno sve olakšala i ubrzala te je omogućila i neke nove načine rada, poput rada od kuće. Svi ispitanici su upoznati s tim pojmom te su neki i

radili od kuće. Većina ispitanika bi se vrlo lako prilagodila radu od kuće da im to dozvoljava njihovo radno mjesto. Ispitanici koji imaju više radnog iskustva te su radili već nekoliko različitih uredskih poslova i radili od kuće naveli su da više ne bi htjeli taj način rada jer smatraju da se tada posao ne može toliko dobro obaviti kao na samom radnom mjestu. Zbog toga jer kod kuće je vrlo teško postići 100%-tnu koncentraciju zbog ometanja ukućana i previše opušteno atmosfere. Također su naveli da je rad u uredu puno bolji jer ljudi tada više komuniciraju uživo, otvoreniji su te sklapaju poznanstva.

8. Zaključak

Elektroničko uredsko poslovanje je u posljednjih nekoliko godina dobilo na zamahu. Samim razvojem informacijsko komunikacijskih tehnologija (IKT) zaposlenicima je olakšano obavljanje uredskih poslova. Osim što je olakšala obavljanje poslova isto tako je i ubrzala jer je poznato da se u tradicionalnom uredskom poslovanju sve obavljalo ručno i to bez svih ovih današnjih elektroničkih uređaja. Internet je uvelike olakšao komunikaciju ljudi kako s ciljem upoznavanja i ostanka u kontaktu, tako i s ciljem ostvarivanja poslovnih prilika putem interneta, ali i olakšanja poslovanja poduzećima. također Internet je i olakšao pohranu podataka poznatu kao računalstvo u oblaku. Društveno umrežavanje koje je moguće zbog interneta je pospješilo poslovanje poduzeća pa su tako društvene mreže poput Facebooka, Instagrama, Tik Toka postale sve popularnije za poslovanje poduzeća.

U današnje vrijeme sve su popularniji mobilni i virtualni uredi. Zaposlenici samo uz pomoć dobrog uređaja, poput tableta, laptopa ili pametnog telefona, mogu s bilo koje lokacije uz pristup internetu pristupiti svim poslovnim dokumentima koji se nalaze u oblaku. Vidljivo je da nije bitna lokacija zaposlenika za obavljanje poslova već je bitno da se taj posao obavi u zadanom roku i prema važećim pravilima, odnosno bitno je da zaposlenik poštuje načela uredskog poslovanja. Također bitno je naglasiti da je zaposlenicima olakšan, ubrzan i pojednostavnjen posao postojanjem interneta, ali i mogućnošću odabira obavljanja posla u sve korištenijim virtualnim ili mobilnim uredima.

Može se zaključiti da elektroničko poslovanje većinom ima samo prednosti, ali rijetko i nedostatke. Nedostatci su većinom povezani uz sigurnost i zaštitu tehnologije i podataka. Također je vrlo bitno da se prate noviji trendovi kako poduzeće ne bi zaostajalo već da bi i dalje napredovalo i samim time će i poduzeće postići i sve željene ciljeve.

Popis literature

1. Andreas Rivera (2022). What is C2C?. Preuzeto 14.8.2022. s <https://www.businessnewsdaily.com/5084-what-is-c2c.html>
2. Anić, V., (2000.). Rječnik Hrvatskog jezika. Zagreb: Novi Liber
3. AplusTopper (2022). Advantages And Disadvantages Of E Business | What is E Business?, Benefits and Limitations of Business. Preuzeto 14.8.2022. s https://www.aplustopper.com/advantages-and-disadvantages-of-e-business/#Disadvantages_of_e-Business
4. Bolje je Hrvatski! (bez dat.). Preuzeto 15.8.2022. s <http://bolje.hr/rijec/blog-gt-mreznj-internetski-dnevnik/43/>
5. BUSINESS NEWS DAILY (2022). The Best Cloud Backup and Storage Solutions of 2022. Preuzeto: 15.8.2022. s <https://www.businessnewsdaily.com/5851-cloud-storage-solutions.html>
6. Business-to-Consumer (B2C) Marketing, (bez datuma) Preuzeto: 29.6.2022. s <https://www.brafton.com/glossary/business-to-consumer-b2c-marketing/>
7. Carina (2018). G2B servis Preuzeto 14.8.2022. s <https://carina.gov.hr/istaknute teme/e-carina/g2b-servis/2450>
8. CERT (bez dat). Cloud Computing. Preuzeto: 27.8.2022. s <https://www.cis.hr/www.edicija/LinkedDocuments/NCERT-PUBDOC-2010-03-293.pdf>
9. Commercetools. (2022). 2022. Gartner ® Magic Quadrant™ and Critical Capabilities for Digital Commerce. Preuzeto: 28.8.2022. s [https://commercetools.com/resources/analyst-report/gartner-magic-quadrant?utm_campaign=Reports%2FStudies&utm_source=ppc&utm_content=Analysts_Gartner_Oct6_AMER&utm_term=e-commerce&utm_campaign=\(RLSA\)_WE-NE-MEA_Gartner_2022&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=1309061964&hsa_cam=15935631496&hsa_grp=134962575520&hsa_ad=575811482586&hsa_src=q&hsa_tgt=kwd-10267810&hsa_kw=e-commerce&hsa_mt=p&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=CjwKCAjw2rmWBhB4EiwAiJ0mtTaigK6_gshapGxVf4Pcp1Q0OsHiFwzMMp6cqTd-WpmSPug24K1CmhoC_uUQAvD_BwE](https://commercetools.com/resources/analyst-report/gartner-magic-quadrant?utm_campaign=Reports%2FStudies&utm_source=ppc&utm_content=Analysts_Gartner_Oct6_AMER&utm_term=e-commerce&utm_campaign=(RLSA)_WE-NE-MEA_Gartner_2022&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=1309061964&hsa_cam=15935631496&hsa_grp=134962575520&hsa_ad=575811482586&hsa_src=q&hsa_tgt=kwd-10267810&hsa_kw=e-commerce&hsa_mt=p&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=CjwKCAjw2rmWBhB4EiwAiJ0mtTaigK6_gshapGxVf4Pcp1Q0OsHiFwzMMp6cqTd-WpmSPug24K1CmhoC_uUQAvD_BwE)
10. Coppola, Daniela. (2022). E-commerce worldwide – statistics & facts. Preuzeto: 27.8.2022. s https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/#topicHeader_wrapper

11. Čerić, V., Varga, M., Birolla, H. (1998). Poslovno računarstvo. Zagreb: znak
12. dreamgrow (2022). The 15 Biggest Social Media Sites and Apps [2022]. Preuzeto: 15.8.2022. s <https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/#1 Facebook - 274 Billion Active Users>
13. Državna geodetska uprava (bez dat.). O nama. Preuzeto: 15.8.2022. s <https://dgu.gov.hr/o-nama/9>
14. DZS (2021). PRIMJENA INFORMACIJSKIH I KOMUNIKACIJSKIH TEHNOLOGIJA (IKT) U PODUZEĆIMA U 2021.
15. Europska komisija (2018). Dana sharing between companies in Europe – results from a study by the European Commission and way forward. Preuzeto 14.8.2022. s <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/events/data-sharing-between-companies-europe-results-study-european-commission-and-way-forward>
16. Europska Komisija (2022). e-Commerce rules in the EU. Preuzeto 14.8.2022. s <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/e-commerce-rules-eu>
17. eurostat (2022). E-commerce statistics for individuals. Preuzeto 15.8.2022. s https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce_statistics_for_individuals&oldid=554700
18. eYewated (bez dat.). Što je Wiki?. Preuzeto 15.8.2022. s <https://hr.eyewated.com/sto-je-wiki/>
19. Garača, Ž., (2008.). Poslovni informacijski sustavi. Split: Ekonomski fakultet
20. Gartner. (bez dat.). Positioning technology players within a specific market. Preuzeto: 28.8.2022. s <https://www.gartner.com/en/research/methodologies/magic-quadrants-research>
21. GoDigital (2017). Kako kreirati uspješan mobilni ured. Preuzeto: 16.8.2022. s <https://godigital.hrvatskitelekom.hr/kako-kreirati-uspjesan-mobilni-ured/>
22. hr.about (bez dat.). Značenje rada na daljinu. Preuzeto:17.8.2022. s <https://hr.about-meaning.com/11035832-meaning-of-telework>
23. IGI Global (bez dat.). What is Government-to-Citizen (G2C). Preuzeto: 15.8.2022. s <https://www.igi-global.com/dictionary/government-to-citizen-g2c/12392>
24. IGI Global (bez dat.). What is Government-to-Government (G2G). Preuzeto: 15.8.2022. s <https://www.igi-global.com/dictionary/government-barriers-opportunities-greece/12394>

25. Kenton, W., (2022) Business-to-Consumer Preuzeto: 29.6.2022. s <https://www.investopedia.com/terms/b/btoc.asp>
26. Marisa Sanfilippo (2022). What Is C2B?. Preuzeto 14.8.2022. s <https://www.businessnewsdaily.com/5001-what-is-c2b.html>
27. Michaelan Keenana. (2022). Global Ecommerce Explained: Stats and Trends to Watch in 2022. Preuzeto: 27.8.2022. s <https://www.shopify.com/enterprise/global-ecommerce-statistics>
28. Panian, Ž. (2000). Elektroničko trgovanje. Sinergija: Zagreb
29. Panian, Ž. (2003). Odnosi klijentima u e-poslovanju. Zagreb: Sinergija
30. Panian, Ž., Strugar, I. (2013). Informatizacija poslovanja. Zagreb: Ekonomski fakultet – Zagreb
31. Pejić Bach, M., Varga, M., Srića. V., Spremić, M., Bosilj Vukšić, V., Čurko, K., Vlahović, N., Milanović Glavan, Lj., Strugar, I., Zoroja, J., i Jaković, B. (2016). Informacijski sustavi u poslovanju. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu Ekonomski fakultet
32. Presentation preliminary study by everis (2018). Preuzeto 14.8.2022. s <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/events/data-sharing-between-companies-europe-results-study-european-commission-and-way-forward>
33. Razlika između e – trgovine i e – poslovanja (s primjerom i usporednim grafikonom). (2022). Preuzeto: 27.8.2022. s <https://hr.weblogographic.com/difference-between-e-commerce>
34. S. Dixon, 2022. Most popular reasons for Internet users worldwide to use social media as of 3rd quarter 2021. Preuzeto 11.8.2022. s <https://www.statista.com/statistics/715449/social-media-usage-reasons-worldwide/>
35. S. Dixon, 2022. Social media – Statistic & Facts. Preuzeto 11.8.2022. s https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/#topicHeader_wrapper
36. Srića, V., Kliment, A., Knežević, B. (2003.). UREDSKO POSLOVANJE Strategija i koncepti automatizacije ureda. Zagreb: Sinergija nakladništvo d.o.o.
37. statista (2022). Online banking penetration in selected European markets in 2021. Preuzeto 15.8.2022. s <https://www.statista.com/statistics/222286/online-banking-penetration-in-leading-european-countries/>
38. statista (2021). Percentage of employed people usually working from home in Europe in 2020., by country. Preuzeto: 17.8.2022. s <https://www.statista.com/statistics/879251/employees-teleworking-in-the-eu/>

39. Study.com (2022). What Is Web 2.0?. Preuzeto 15.8.2022. s <https://study.com/learn/lesson/web-2-0-tools-software-applications.html>
40. Uredba o uredskom poslovanju, NN 75/2021
41. VALDEZ (bez dat.). ŠTO JE VIRTUALNI URED?. Preuzeto: 16.8.2022. s <https://www.virtualni-ured.net/virtualni-ured/item/306-sto-je-virtualni-ured.html>
42. Valent Samardžija (2008). UKV je mrtav – živio podcast!. Preuzeto 15.8.2022. s <https://web.archive.org/web/20110722072120/http://www.radiovibrator.com/PublicDocs/TemaPodcast.pdf>
43. Varga, M. (2011). Menadžment uredskog poslovanja kroz povijest i sada. Preuzeto 11.8.2022. s <https://bib.irb.hr/datoteka/584665.UredskoPoslovanjeMatijaVargaEUCopyright.pdf>
44. Web 2.0 Tools (bez dat.). Preuzeto: 15.8.2022. s https://mpls.k12.mn.us/uploads/web2_0tools.pdf
45. Zakon o općem upravnom postupku, NN 47/09

Popis tablica, grafikona, slika

Tablica 1. Razlozi za i protiv dijeljenja i ponovnog upotrebljavanja podataka s gledišta dobavljača.....	17
Tablica 2. Razlozi za i protiv dijeljenja i ponovnog upotrebljavanja podataka s gledišta korisnika.....	17
Tablica 3. Prednosti virtualnog ureda za zaposlenike i poduzeće.....	34
Grafikon 1. Korisnici interneta koji su kupili ili naručili robu/usluge u protekle 4 godine.....	23
Grafikon 2. Korisnici online bankarstva u 2021. godini	24
Grafikon 3. Top 15 najboljih društvenih mreža	30
Grafikon 4. Poduzeća koja imaju pristup internetu u 2021.	32
Grafikon 5. Postotak ljudi koji radi od kuće u Europi u 2020. Godini	35
Slika 1. Gartner Magic Quadrant.....	14