

**SVEUČILIŠTE U RIJECI
EKONOMSKI FAKULTET**

Kristijan Vidović

ELEKTRONIČKO POSLOVANJE I. D. RIVA TOURS GmbH

DIPLOMSKI RAD

Rijeka 2015

SVEUČILIŠTE U RIJECI
EKONOMSKI FAKULTET

ELEKTRONIČKO POSLOVANJE I. D. RIVA TOURS GmbH

DIPLOMSKI RAD

Predmet: Elektroničko poslovanje

Mentor: dr.sc. Zvonko Čapko

Student: Kristijan Vidović

Studijski smjer: Informatičko poslovanje

JMBAG: 0081134793

Rijeka, rujan 2015.

KAZALO

1.	UVOD.....	1
1.1	PREDMET I OBJEKT ISTRAŽIVANJA.....	1
1.2	SVRHA I CILJEVI ISTRAŽIVANJA	2
1.3	RADNA HIPOTEZA I POMOĆNE HIPOTEZE	2
1.4	ZNANSTVENE METODE	3
1.5	STRUKTURA RADA.....	3
2.	MODERNA TEHNOLOGIJA-PREDUVJET ZA ELEKTRONIČKO POSLOVANJE.....	4
2.1	PREDNOSTI.....	5
2.2	NEDOSTACI	5
2.3	UPRAVLJANJE TEHNOLOGIJOM.....	6
2.4	PLANIRANJE TEHNOLOGIJE.....	8
2.5	EKSTERNALIZACIJA INFORMACIJSKIH SUSTAVA	10
3.	ELEKTRONIČKO POSLOVANJE	12
3.1	ZAŠTO SE PRAKTICIRA ELEKTRONIČKO POSLOVANJE	14
3.2	PODRUČJE PRIMJENE ELEKTRONIČKOG POSLOVANJA	15
3.2.1	OBLICI ELEKTRONIČKOG POSLOVANJA	15
3.2.2	E-BUSINESS MODELI.....	15
3.2.3	VRSTE ELEKTRONIČKOG POSLOVANJA.....	16
3.3	PREDNOSTI I NEDOSTACI E-POSLOVANJA.....	17
3.4	VAŽNOST INFORMATIČKE PISMENOSTI.....	18
3.5	ZAKONSKA OSNOVA ELEKTRONIČKOG POSLOVANJA	19
3.6	SIGURNOST ELEKTRONIČKOG POSLOVANJA	20
3.7	ELEKTRONIČKO POSLOVANJE I MARKETING.....	22
4.	I. D. RIVA TOURS	23
4.2	MISIJA I VIZIJA	24
4.3	ORGANIZACIJSKA STRUKTURA.....	24
4.4	LJUDSKI RESURSI	27
4.5	DJELATNOST	27
4.5.1	KRSTARENJA MOTORIM JEDRENJACIMA JADRANOM	28
4.5.2	IZNAJMLJIVANJE VILA I KUĆA ZA ODMOR	29
4.5.3	ORGANIZIRANI PRIJEVOZ.....	29
4.6	FINANCIJSKI POKAZATELJI POSLOVANJA.....	29
5.	ELEKTRONIČKO POSLOVANJE U I. D. RIVA TOURS GmbH	30
5.1	CILJEVI ELEKTRONIČKOG POSLOVANJA U AGENCIJI	31
5.2	PREDNOSTI UVOĐENJA ELEKTRONIČKOG POSLOVANJA U AGENCIJI	31
6.	PRIMJENA SPECIJALIZIRANE APLIKATIVNE PODRŠKE I INFORMACIJSKE TEHNOLOGIJE U SVRHU POBOLJŠANJA POSLOVANJA ...	32
6.1	PROGRAM "CAESAR"	32
6.2	PRIMJENA SUVREMEN INFORMACIJSKO-TELEKOMUNIKACIJSKE TEHNOLOGIJE U POSLOVANJU PRODAJNE OPERATIVE.....	40
7.	ZAKLJUČAK.....	46
	Literatura	48
	Popis priloga.....	50

1. UVOD

Još od 1969. godine, kada je u SAD-u nastala prva računalna mreža ARPANET, osnovana od američkog Ministarstva obrane, jasno je bilo da dolazi do promjene u pogledu na svijet poslovanja. Sve brži razvoj tehnologije, usluga i različitih vidova elektroničkog poslovanja traži od korisnika, bilo privatnih ili poslovnih, da se prilagode i posvete posebnu pažnju elektroničkom poslovanju i informacijsko-telekomunikacijskoj tehnologiji u poslovanju.

U ovom diplomskom radu objašnjena je primjena tehnologije i elektroničko poslovanje turističke agencije I. D. Riva Tours GmbH te primjena suvremene informacijsko-telekomunikacijske tehnologije u poslovanju.

U samom uvodu se obrađuju sljedeće tematske jedinice: **1) predmet i objekt istraživanja, 2) svrha i ciljevi istraživanja, 3) radna hipoteza i pomoćne hipoteze, 4) znanstvene metode i 5) struktura rada.**

1.1 PREDMET I OBJEKT ISTRAŽIVANJA

Predmet ovog rada je: istražiti i utvrditi u kojoj mjeri se koristi suvremena informacijsko-komunikacijska tehnologija i elektroničko poslovanje u turističkoj agenciji I. D. Riva Tours GmbH te utvrditi prednosti i nedostatke takvog poslovanja.

Dakle objekte na koje će se staviti fokus u ovom radu jesu: informacijsko-komunikacijska tehnologija i elektroničko poslovanje.

1.2 SVRHA I CILJEVI ISTRAŽIVANJA

Sama svrha i cilj ovog istraživanja je uočiti sve značajke elektroničkog poslovanja I. D. Riva Tours GmbH kao i primjenu moderne informacijsko-telekomunikacijske tehnologije u prodavanju usluga.

Kako bi se što bolje objasnila svrha i cilj istraživanja potrebno je objasniti još neke značajnije pojmove koji će se koristiti u ovome radu i time pružiti uvid u ono što je ključno. Dakle neka pitanja na koja se pruža odgovor u radu su:

- 1) Što je internet?
- 2) Što je informatika?
- 3) Što je elektroničko poslovanje
- 4) Koje su značajke elektroničkog poslovanja u I. D. Riva Tours GmbH?
- 5) Na koji način primjena moderne informacijsko-komunikacijske tehnologije pridonosi smanjenju troškova poslovanja?

1.3 RADNA HIPOTEZA I POMOĆNE HIPOTEZE

Uzimajući u obzir predmet i objekt kao i svrhu i ciljeve istraživanja postavlja se radna hipoteza: primjena moderne informacijsko-komunikacijske tehnologije i elektroničkog poslovanja u I. D. Riva Tours GmbH smanjuju se troškovi poslovanja.

Kako bi se precizirala hipoteza postavljaju se pomoćne hipoteze:

- 1) poznavanjem moderne tehnologije i elektroničkog poslovanja moguće je proučiti njihovu primjenu u poslovnom svijetu
- 2) analizom poduzeća moguće je utvrditi mjeru elektroničkog poslovanja u cijelokupnom poslovanju

1.4 ZNANSTVENE METODE

Kako bi se što bolje objasnio rad sa naslovom "Elektroničko poslovanje I. D. Riva Tours GmbH" korištene su kombinirano ove znanstvene metode: metoda deskripcije, komparativna metoda, metoda dokazivanja, induktivna i deduktivna metoda, povijesna metoda, statistička metoda i grafičko prikazivanje podataka.

1.5 STRUKTURA RADA

Rad će se podijeliti na 7 nadovezujućih poglavlja, odnosno naslova:

1. Uvod
2. Moderna tehnologija-preduvjet za elektroničko poslovanje
3. Elektroničko poslovanje
4. I. D Riva Tours GmbH
5. Elektroničko poslovanje I. D. Riva Tours GmbH
6. Primjena moderne tehnologije u svrhu poboljšanja poslovanja
7. Zaključak

Uvod navodi predmet i objekt istraživanja, svrhu i ciljeve istraživanja, radnu hipotezu kao i pomoćne hipoteze, znanstvene metode koje su korištene.

Drugi dio objašnjava modernu tehnologiju i primjenu same tehnologije koja je preduvjet za elektroničko poslovanje.

Naslov trećeg dijela je Elektroničko poslovanje u kojem su obrazložene prednosti i nedostaci, tehnološke pretpostavke razvoja elektroničkog poslovanja i vrste poslovanja.

U četvrtom dijelu pruža se uvid u samu turističku agenciju I. D Riva Tours GmbH, dakle povijesni razvoj, misija i vizija, organizacijska struktura, ljudski resursi kao i

samu djelatnost kojom se agencija bavi, te na kraju pruža uvid u osnovne financijske pokazatelje.

Peti dio tiče se samog elektroničkog poslovanja I. D Riva Tours GmbH. Dakle objašnjava informacijsku tehnologiju, specijaliziranu aplikativnu podršku sa primjenom iste u praksi i na kraju obrađuje prednos primjene te podrške.

U šestom djelu kao što i naslov govori nastojat će se objasniti kako primjena moderne tehnologije poboljšava poslovanje.

Zaključak kao dio kratkog osvrt na rezultate istraživanja kojima je potvrđena hipoteza.

2. MODERNA TEHNOLOGIJA-PREDUVJET ZA ELEKTRONIČKO POSLOVANJE

"U današnje vrijeme je gotovo nemoguće živjeti bez moderne tehnologije koja sve više preuzima kontrolu nad našim životima. "Zarobila" nas je do te mjere da ne možemo ni iz kuće izaći bez neke "spravice" poput mobitela. Samim time ljudi svih generacija postaju ovisnici. Tijekom dvadesetog stoljeća materijalna bogatsva stvarale su korporacije industrijskog doba. Uspostavljen je jasan model tvrtke, zajedno sa mnoštvom pretpostavki o njezinoj strukturi i načinu poslovanja. Tehnologije marketinga, zasnovane na tisku i elektronskim medijima postale su presudne za stvaranje dobiti."(Kalakota, 2002. str. 2)

Govori li se o modernoj tehnologiji u smislu poslovanja nužno je naglasiti da se sve više spominje danas pojam "informacijska tehnologija". Pojam koji označava upravo tehnologiju koja je stvorena i prilagođena za poslovanje, odnosno izmjenu informacija. "Utapamo se u informacijama i gladujemo za znanjem."(Roger D. Rutherford)

"Moderna informacijska tehnologija temelji se na korištenju računala i računalnih mreža te suvremenih informatičkih metoda i tehnika. Ona doživljava buran razvoj i ima utjecaj na sva područja rada i života razvijenih društava. Njezina je primjena od životne važnosti za opstojnost poduzeća u uvjetima sve veće tržišne konkurencije. Ona

omogućuje unaprijeđenje rada državne uprave i javnih poduzeća od kojih se očekuje veća kvaliteta usluga i bolje zadovoljavanje potreba građana."(Varga, 2006. str. 3-4).

Pomnim razmišljanjem uvijek se postavlja još pitanje: „Ali zašto moderna tehnologija?“

2.1 PREDNOSTI

Govori li se o prednosti korištenja moderne tehnologije treba navesti dvije glavne prednosti: ušteda vremena i ušteda u pogledu troškova. Tehnologija kakvu danas znamo olakšala je cjelokupan život u svim segmentima u društvu. Gledajući školstvo koje je odbacilo gotovo svu papirologiju i prebacilo se na baze podataka koje su pohranjene na računalima. Zatim razni uzrasti koji koriste tehnologiju u svrhu poboljšanja kvalitete svoga znanja ali i općenito dostupnosti svih informacija. Internet kao sastavni dio elektroničkog poslovanja omogućio je jednu novu dimenziju poslovanja. "Internetom se služimo osim za proširivanje znanja, i zbog društvenih mreža koje imaju svrhu upoznavanja novih ljudi ili dopisivanja s prijateljima, zbog "ubijanja dosad", informiranja o onome što se događa oko nas... Uglavnom, skoro sve je moguće. Što reći, imamo gotovo sve što nam treba za ugodniji i lakši život. Samo je potrebno iskoristiti dobre strane svega toga i na dobar način." (Radovan, 2004. str. 28-29)

2.2 NEDOSTACI

Iako tehnologija olakšava život, ona ga i bitno mijenja nekada na bolje ali nekada i na gore. Možda najveći nedostatak je upravo ta "opipljivost" same informacije. Ljudi su postali ljeniji, nekada se išlo do knjižnice po neku informaciju, danas je dovoljno malo tipkanja i koji "klik" mišem. Tehnologija je ljude pretvorila u pretile blijede jedinke. Rat za informacije je počeo, neminovno je poznavanje i točnosti informacija, ali one ponekad nisu ni približno točne, ili je posrijedi ljudska greška ili je greška u sustavu, greška u tehnologiji iskrivila informaciju. "Društvene mreže (poput Facebooka) su glavni pokretač. Umjesto da zbližavaju ljude, samo ih udaljavaju jedne od drugih. To dovodi do stvaranja mržnje, sukoba pa na kraju i do nasilja. To je stvarno žalosno. A još je žalosnije što se današnja djeca ne znaju igrati. Njihov pojam igre svodi se na online prijatelje i igrice na računalu i Facebooku. A prije su djeca više vremena provodila vani

s pravim prijateljima. Za to je kriv utjecaj današnjeg vremena i te silne tehnologije."
(Webster, 2012, str. 98)

Slika 1 Cyber kriminal (veliki problem u moderno doba)



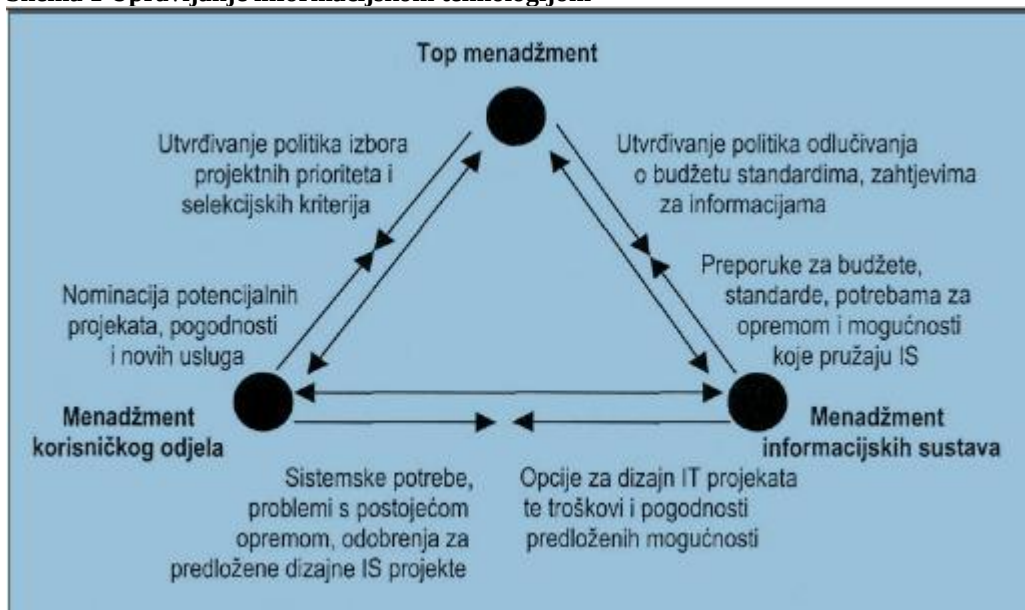
Izvor : <http://www.oslobodjenje.ba/vijesti/bih/u-sarajevu-13-septembra-konferencija-o-cyber-kriminalu->

2.3 UPRAVLJANJE TEHNOLOGIJOM

"Ulaganje u informacijsku tehnologiju predstavlja sve veći dio investicija tvrtki. Tako, je primjerice, iznos ulaganja u IT više od polovine investicijskih budžeta većine uslužnih tvrtki razvijenih zemalja, a to nije ni previše čudno, imajući u vidu da su njihovi glavni "proizvodi" informacije i usluge. Isto tako IT kapitalna ulaganja po uredskom radniku od godine 1980. su se prosječno utrostručila, a uz to se u narednih pet godina očekuje rast od 60%." (Müller, 2004. str 588). U takvom ozračju ubrzano rastuće važnosti IT, logično je da ona predstavlja temu koja je izuzetno prisutna u suvremenom poslovanju i pridavanje sve veće važnosti načinu ulaganja u informacijsku tehnologiju u

tvrtkama i upravljanju njome. Ulaganja u IT uzimaju sve veći postotak u ukupnim ulaganjima tvrtki i svi se zapravo pitaju koliko su ona opravdana, a sa druge pak strane, upotrebom suvremene IT tvrtke mogu steći određene konkurentne prednosti kojima mogu potpuno potisnuti i marginalizirati konkurenciju na tržištu. Zbog toga se nameće potreba kvalitetnog upravljanja informacijskom tehnologijom u suvremenim tvrtkama i njegove organizacije na način da iznosi najveću moguću vrijednost za poslovanje. Tako slika 1. prikazuje na koji bi način u tvrtci morao funkcionirati model upravljanja informacijskom tehnologijom (IT) i informacijskim sustavima (IS).

Shema 1 Upravljanje informacijskom tehnologijom



Izvor : Josip Müller* UPRAVLJANJE INFORMACIJSKOM TEHNOLOGIJOM

Funkciju upravljanja informacijskim sustavima i s IT veoma je teško izdvojiti u posebnu jedinicu pri evaluaciji njezinih učinaka i utjecaja na cjelokupno poslovanje. Ona zapravo predstavlja potpunu djelatnost svim poslovnim funkcijama i poslovnim procesima i predstavlja mogućnost unapređenja njihova funkcioniranja. Sukladno s tipičnim poslovnim funkcijama (strateško planiranje, razvijanje proizvoda i marketing, proizvodnja, operacije i distribucija, usluga kupcima) mogu se identificirati IT funkcije koje podupiru njihovo funkcioniranje (potpora strateškom planiranju, razvijanje aplikacija - planiranje, dizajn i proizvodnja, potpora operacijama, help desk).

Neka od načela kojih bi se trebao držati CEO su (Müller, 2004, str. 597.):

(1) Stalan i neprekidni fokus na poslovne imperative pri razmatranju ulaganja u IT.

- (2) Interpretacija i benchmark uspješnih praksi implementacija IT s velikim doprinosima poslovnim rezultatima.
- (3) Ustanovljivanje i održavanje odnosa s CEO (Chief Executive Officer) i ostalim top menadžerima.
- (4) Ustanovljivanje i komuniciranje uspješnih praksi i povijesti funkcioniranja odjela informatike.
- (5) Koncentracija truda IS odjela na nekoliko glavnih projekata - pravaca.
- (6) Postizanje zajedničke i izazovne vizije o ulozi IT u budućem poslovanju.
- (7) Ostvariti kroz IS funkciju značajni poslovni doprinos.

2.4 PLANIRANJE TEHNOLOGIJE

"Planiranje ulaganja u tehnologiju za poslovanje tvrtke svakako bi moralo biti sastavnim dijelom poslovnog plana tvrtke. Pritom je zanimljiv podatak da je prije svega 10 godina, samo 36% top menadžera (CEO) tvrtki smatralo da razvitak informacijskih sustava valja podržavati i da on mora biti inkorporiran u poslovni plan cjelokupne tvrtke."(Brett E Battles, David Mark, Christopher Ryan, 2000, str. 28-32)¹

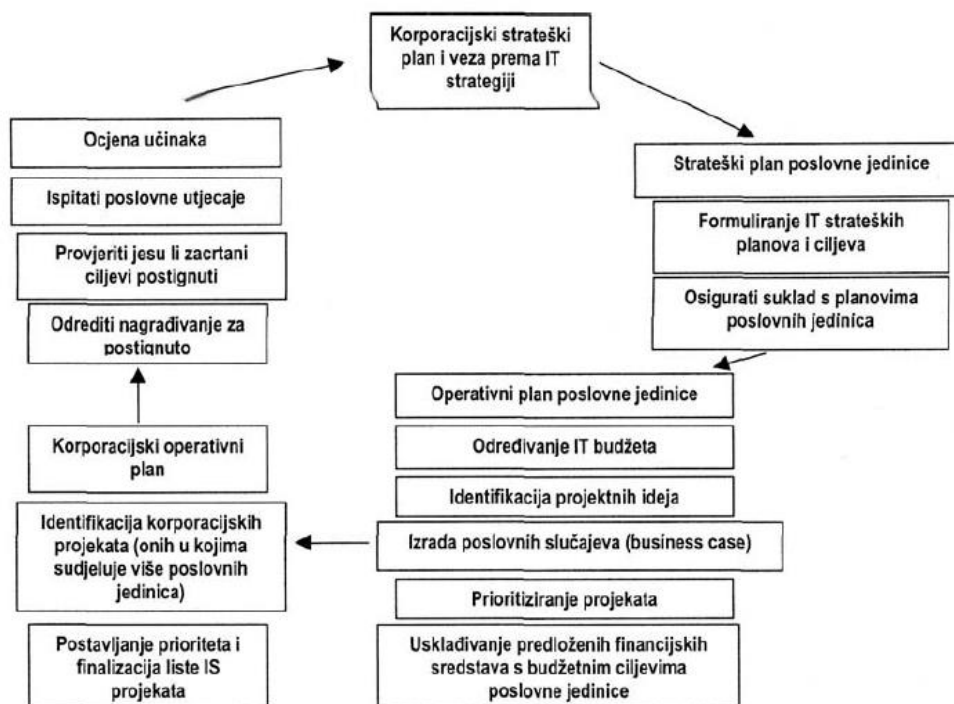
Danas, zbog povećanog značaja informacijskih tehnologija i Interneta i zbog sve većeg broja mogućnosti koje oni donose za doprinos i poboljšanje poslovanja, suvremene svjetske tvrtke sebi to sigurno više ne mogu dopustiti.

Pri planiranju i ulaganju u modernu tehnologiju odnosno informacijske sustave (IS) uzimamo u obzir šest tipova strateških problema (Müller, 2004., str.597):

- (1) usklađivanje IS s poslovnim prioritetima
- (2) arhitekturu IS (3) infrastrukturu IS
- (4) centralizaciju nasuprot decentralizacija
- (5) outsourcing (analiza hoće li se i što eksternalizirati)
- (6) internacionalna pitanja

¹ Brett E Battles, David Mark, Christopher Ryan: "An open letter to CEOs: How otherwise good managers spend too much on IT", McKinsey Quarterly, 2000.

Shema 2 INTEGRACIJA IT U PROCES POSLOVNOG PLANIRANJA



Izvor : Josip Müller* UPRAVLJANJE INFORMACIJSKOM TEHNOLOGIJOM, 2004. str. 592

"Bez integracije IT u proces strateškog planiranja i bez uzimanja u obzir strateških smjernica i ciljeva kompanije pri planiranju njezinih IS, izvjesno je da bi učinak IT na poslovanje tvrtke bio potpuno promašen i neusklađen s poslovnim potrebama. Zato strateško promišljanje orijentirano na poslovne potrebe mora karakterizirati sve važnije odluke o ulaganju i upravljanju informacijskom tehnologijom u suvremenim tvrtkama."(Kalakota, 2004. str. 269-271)

Nekada je određivanje troškova investicije u IT bilo prilično jednostavno, a i ako bi cijena ispala veća od planirane, barem je bilo jasno zbog čega je tako. Danas hardver i softver mogu koštati manje, ali to je tek početak. Teško predvidivi troškovi podrške i održavanja, troškovi povezani s prijelazom na novi sistem i ostali skriveni troškovi, mogu platiti inicijalnu investiciju. Pogodnosti poput osvajanja tržišnog udjela ili zadobivanja lojalnosti kupaca, također je teško mjeriti. Isto je tako današnja tehnologija sve kompleksnija i sve je teže predvidjeti dugoročne učinke bilo kojeg izbora tehnologije. "Dalje rastući proces integracije između poslovnih jedinica i funkcija povlači za sobom činjenicu da promjena u jednom sustavu često utječe na druge sustave unutar i izvan organizacije. Na kraju, akcelerirajući tempo tehnoloških promjena, s životnim vjekovima proizvoda od po nekoliko mjeseci, čini odluke vezane uz investicije u IT još težima."(Müller, 2004. str. 593)

Postoje mnoge definicije osnovnih faktora uspjeha pri upravljanju informacijskom tehnologijom u tvrtkama, također zasnovanih na istraživanju i iskustvima njihovih autora. Promotrimo jednu koja iznosi zajedničke principe koje dijele tvrtke s visoko učinkovitom upotrebom IT-a (IT-smart organizacije) (Dvorak, 1997., str. 167-177):

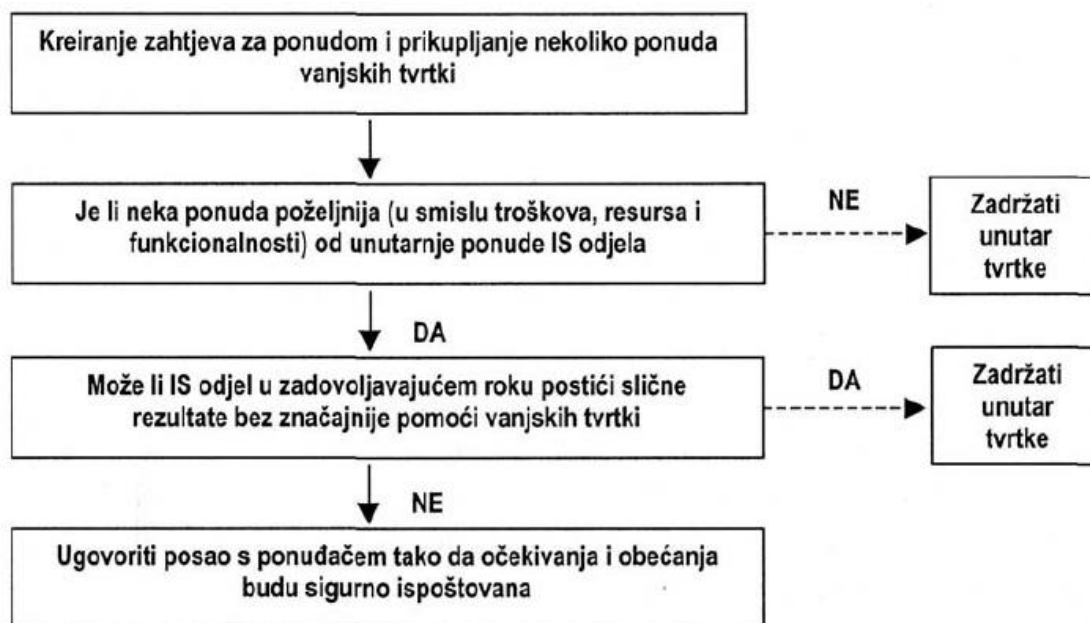
- (1) Učiniti IT poslovno vođenu linijsku aktivnost (uključenost korisnika) umjesto tehnološki vođene odjelske funkcije,
- (2) IT je područje interesa top menadžmenta. (U prosjeku, top menadžment u uspješnim tvrtkama troši mjesečno 45 sati na probleme vezane uz IT, a menadžment manje uspješnih tvrtki troši oko 20 sati. Uspješne tvrtke uz to integriraju svoje IT planove u poslovne planove i procese).
- (3) Učiniti IT odluke vezane uz novčana sredstva poput drugih poslovnih odluka na osnovi proizvedene vrijednosti.
- (4) Uvoditi jednostavnost i fleksibilnost u tehnološkom okruženju.

2.5. EKSTERNALIZACIJA INFORMACIJSKIH SUSTAVA

Zbog kompleksnosti i tehničke ekspertize koje zahtijeva, mnoge se tvrtke odlučuju na outsourcing odnosno eksternalizaciju barem jednog dijela svoje IS funkcije, a neke se odlučuju i na eksternalizaciju cjelokupnog upravljanja informacijskom tehnologijom. Outsourcing IS funkcije tako se može definirati kao odluka da se preda upravljanje dijelom IS funkcije (ili čak cjelokupnom IS funkcijom) vanjskom pružaocu usluge, sa svrhom uspješnijeg upravljanja tim aktivnostima i funkcijama. (<http://itrevizija.ba/2014/07/eksternalizacija-outsourcing-poslovnih-procesa/>)

Rastom kompleksnosti i mogućnosti informacijskih sustava i pojavljivanjem kompleksnih rješenja, poput sustava za planiranje resursa tvrtki (ERP – Enterprise resource planing systems), dio vezan uz poslovni konzalting i potporu i nadogradnju sustava nakon njegove kupovine i instalacije, predstavljaju sve značajniji dio ulaganja suvremenih tvrtki u outsourcing IT. Razvitak vlastitih softverskih rješenja za rješavanje većih i značajnijih problema nije se pokazao kao najsretnije rješenje.

Shema 3 PROCES ODLUČIVANJA HOĆEMO LI EKSTERNALIZIRATI IS USLUGU



Izvor : Obradio autor rada

Prema Shemi 3 logičkim slijedom proizlaze određene točke na koje treba obratiti pozornost prilikom eksternalizacije informacijskog sustava nužnog za elektroničko poslovanje:

- (1) Razumjeti unutarnje snage i slabost informacijskih sustava i IS odjela tvrtke.
- (2) Postati što je moguće više upoznat s IT industrijom, s njezinim trendovima i posebno sa tvrtkama pružateljima IS outsourcing usluga.
- (3) Postepeno razviti poslovni odnos s jednim ili više dobavljača IS usluga.
- (4) Jasno razumjeti poslovne ciljeve koji moraju biti postignuti IS outsourcingou.
- (5) Prepoznati da su promjene neminovne i konstantno im se prilagođivati u odnosu s pružiocima IS usluga.

Kada se sve uzme u obzir isplati li se ulagati u modernu tehnologiju, informacijsku tehnologiju koja je nužna za elektroničko poslovanje? Jedan od najvećih kritičara ulaganja u IT jest Paul Strassmann. Njegov argumenat: "da povezanost između profitabilnosti i ulaganja u tehnologiju imaju neodrživu vezu, doveo je do općeg iznenađenja, a to je da su bitna ulaganja u ljude jer oni nose neizvjesnot u rukovanju i isplativosti tehnologije."(P. Strassman, 2000. str. 128-129)

3. ELEKTRONIČKO POSLOVANJE

"Intenzivno umrežavanje poslovnih organizacija i razvoj Interneta stvorili su pretpostavke za razvoj elektroničkog poslovanja (eng. Electronic business) koje uključuje poslovanje unutar poslovnih organizacija, među poslovnim organizacijama (eng. business to business), između poslovnih organizacija i pojedinačnih kupaca (eng. business to customer)." (Čapko, 2009., str. 23.)

Najveću zaslugu za nastanak elektroničkog poslovanja imale su Sjedinjene Američke države, odnosno njihove agencije za razvoj tehnologija za vojsku. Godina 1961. je godina koja označuje novu eru u komunikaciji, naime te godine spojena su dva računala, a mreža je nazvana ARPANET².

"Pravo Elektroničko poslovanje započelo je tek 1970. g. Preko prprivatnih mreža, ni manje ni više prijenosom gotovine između banaka. Elektronički prijenos poslovnih dokumenata (eng. electronic Data Interchange, EDI³) krenuo je nešto kasnije." (Čapko, 2009., str. 24). S obzirom da su to bile skupe privatne mreže, bil je skupo za osobnu primjenu koristiti elektroničko poslovanje.

Dvadesetak godina kasnije, razvojem tehnologije koja je bila sve više i više dostupna i onim običnim ljudima a ne samo velikim kompanijama učinila je prekretnicu u elektroničkom poslovanju. "Otkriće brze, jeftine i sigurne elektroničke komunikacije u vidu elektroničke pošte, svjetskamrežaInterneta (WWW⁴) kao alat za jednostavno i jeftino publiciranje i širenje informacija omogućilo je niz novih raznovrsnih oblika elektroničkog poslovanja" (Čapko, 2009., str. 24). "Web je naročito značajan zbog toga što omogućuje korištenje ostalih Internet servisa, pa je mnogim korisnicima postao odskočna daska za rad s Internetom." (Čičin-Šain, Vukmirović, Čapko 2006., str. 101.)

² ARPANET je do 1983. g funkcionirao pomoću NCP(Network Control Program) programa, preteče TCP/IP (Transfer Control Protocol/Internet Protocol) po kojem je današnji internet dobio ime

³ EDI je razmjena strukturiranih poslovnih podataka između poslovnih subjekata izvršen bez manualne intervencije – elektroničkim putem pomoću standardiziranih poruka koje zamjenjuju tradicionalne papirnate dokumente i predstavlja skup aplikacija i rješenja za poboljšanje učinkovitosti i smanjenje troškova poslovanja. (Andrić, Hak, 2008., str. 154-155)

⁴ WWW se ne smije smatrati sinonimo za internet, World Wide Web

Dolazi do pojave prvih web stranica koje su tvrtke koristile u marketinške svrhe. Kasnije se sve više unaprijeđuje ta usluga i dodaju se nove mogućnosti kao što su pretraživanje ponude, dogovaranja uvjeta kupnje i isporuke, plaćanje elektroničkim putem kao i isporuke dobara digitalnim putem.

Elektroničko poslovanje primjenjuje se u svim gospodarskim djelatnostima, a najviše u (Čapko, 2009. str. 23):

1. elektroničkoj trgovini
2. elektroničkom marketingu
3. elektroničkom bankarstvu
4. elektroničkom investiranju
5. elektroničkoj burzi

Na kraju treba radi razumjevanja iznijeti par definicija elektroničkog poslovanja kako bi se što bolje razumjela tematika ovoga rada.

Prema ESPRIT projektu Europske unije (<http://www.2.cordis.lu/esprit/src/ecoproj.htm>): "Elektroničko polovanje je opći koncept koji obuhvaća sve oblike poslovnih transakcija ili razmjene informacija koje se izводе korištenjem informacijske i komunikacijske tehnologije među tvrtkama, između tvrtki i njihovih kupaca, ili između tvrtki i javne administracije. Elektroničko poslovanje uključuje i trgovanje dobrima i uslugama." (Čapko, 2009., str. 23-24)

"E-business", kako ga je 1997. g. nazvao IBM, a riječ je itvedena iz pojma kao što je "e-mail". U osnovi predstavljalo je to aktivnost poslovanja na Internetu i ne samo prvenstveno kupnjom i prodajom, već i opću interakciju između kupaca kao i poslovnih partnera. (Techtarget, 2013.).

U strategiji razvitka e-poslovanja u RH u razdoblju od 2007.-2010. g. e-poslovanje podrazumjeva sve aktivnosti pravnih i fizičkih osoba radi razmjene dobra i usluga, koristeći pri tome modernu tehnologiju, odnosno suvremenu tehnologiju, kako je navedeno.

Perić-Hadžić definira to kao suvremeni način poslovanja koji uključuje aplikacije informacijsko komunikacijske tehnologije u pripremi podataka, brza razmjena tih podataka putem računala, automatsko ažuriranje podataka i pohrana što na koncu ima veću učinkovitost u poslovanju.

"E-poslovanje predstavlja složeni spoj poslovnih procesa, poduzetničkih operacija i organizacijske strukture potrebne za stvaranje visokoučinkovitog modela poslovanja, mijenja oblike tržišnog nadmetanja, dinamiku odnosa sa kupcima, brzinu realizacije poslovanja i prirodu društva." (Kalakota, 2001., str. 9.). "Praktički je to integracija cjelokupnog djelovanja kompanije usredotočene na kupca organizacijskim temeljem nužnim za potporu digitalnoj ekonomiji." (Kalakota, 2001., str. 3.)

3.1 ZAŠTO SE PRAKTICIRA ELEKTRONIČKO POSLOVANJE

Nekoliko je motiva koji navode pojedince ili pak udruženja da koriste elektroničko poslovanje a prema Panianu to su (Panian, 2000., str. 5):

- težnja što boljem iskorištenju svih raspoloživih poslovnih resursa, a posebice onih informacijskih
- nastojanje da se ostvari što bolja tržišna, odnosno konkurentska pozicija tvrtke u odnosu prema prijašnjem stanju tih parametara
- želja za ostvarivanjem boljih poslovnih učinaka, posebice onih najegzaktnije mjerljivih (financijskih) u odnosu prema ranijim razdobljima
- veći komfor u radu radnika, izvršnih djelatnika i menadžera
- bolja izobraženost i civilizacijska pozicija ljudi obuhvaćenih i okruženih takvim poslovnim okruženjem i kulturom
- održanje koraka za općim tehnološkim razvitkom
- ostvarivanje uzgrednih koristi, poput onih socijalne, političke, makroekonomske, psihološke itd., naravi

Dakle, temeljni razlozi bili bi ekonomske prirode, a u drugom planu su oni socijalne, političke i druge prirode.

3.2 PODRUČJE PRIMJENE ELEKTRONIČKOG POSLOVANJA

Primjena elektroničkog poslovanja laički bi se opisala kao sve prisutna kategorija u sferi poslovnog svijeta. Ali kada bi stručnije gledali i logičkim slijedom zaključivali, elektroničko poslovanje se primjenjuje svugdje gdje to uvjeti dozvoljavaju. Pod uvjetima se podrazumijeva odgovarajuća tehnologija, čija je važnost već ranije spomenuta u ovom radu i mreža preko koje se to sve odvija, preko koje je tehnologija povezana.

3.2.1 OBLICI ELEKTRONIČKOG POSLOVANJA

Oblici elektroničkog poslovanja odnosno područja koja najbolje ispoljuju takav vid poslovanja jesu (Panian, 2000., str. 7.):

- Elektroničko trgovanje
- Elektronički marketing
- Elektroničko bankarstvo
- Elektroničke burze
- Računalni rezervacijski sustavi (CRS)⁵

3.2.2 E-BUSINESS MODELI

Kako bi se što bolje shvatila primjena elektroničkog poslovanja nužno je također spomenuti neke od modela poslovanja (Saini i suradnici, 2009., str. 83.-84.):

- Brockrage model ili posredništvo (modeli te vrste su B2B⁶, B2C⁷ ili C2C⁸)

⁵ CRS će biti dodatno pojašnjen u poglavlju 5 na primjeru e-poslovanja I.D. Riva Tours GmbH

⁶ skraćenica pojma Business-to-business (eng.). Označava vrstu elektroničkog poslovanja koje je okrenuto razmjeni roba, servisa i usluga između organizacija. Pojam B2B internetskog saveza obilježava formalni kooperativni odnos dvije ili više organizacija koje dijele resurse (informacije, dobra, usluge ili investicije).

⁷ Business-to-consumer (engl.) podrazumijeva poslovanje organizacije s krajnjim korisnicima. Prodaja roba ili usluga krajnjim korisnicima preko Interneta osnovna je odlika B2C ekonomije.

⁸ consumer-to-consumer (engl.) je e-poslovanje među krajnjim kupcima, to jest poslovanje u kojem korisnici prodaju robu drugim korisnicima. Najveći udio u C2C čine on-line aukcije.

- Advertising model ili oglašavanje produžetak je tradiciionalne metode oglašavanja u medijima širenjem audiovizualnog sadržaja širokoj publici, najbolje performance dau kod velikog prometa ili kod visoko specijalizirane publike (portali, liste želja, sponzorirani linkovi, Intromercials⁹, Ultramericals¹⁰, Contextual advertising¹¹)
- Community model ili model zajednice je model koji je ovisan o lojalnosti članova čiji su visoki ulozi u vremenu i emocijama.
- Subscription model ili pretplatnički model koji se najčešće koristi za periodičnu naknadu kod korisnika, neovisno o rasponu korištenja.
- Utility model ili model plaćanja po stvarnoj potrošnji. Ovakva vrsta modela se može koristiti za bazične usluge (potrošnja vode, struje, telefona itd.)
- Manufacturer model ili model proizvodnje je model koji omogućuje sažimanje svog distribucijskog lanca proizvođača.

Treba napomenuti da je ovo samo jedan od podjela e-poslovanja i da ovisi od autora do autora ali u suštini su slične. Sustavni prikaz modela pokazuje temelje nastanka elektroničkog poslovanja kakvog danas poznajemo. Primjerice Advertising i Community model su podložni najvećim promjenama jer su vezani uz elektroničku komunikaciju i takvu vrstu medija. A Primjerice Manufacturer model je model koji omogućuje da se promet digitalnim proizvodima i uslugama u cijelosti obavlja elektroničkim putem.

3.2.3 VRSTE ELEKTRONIČKOG POSLOVANJA

Elektroničko se poslovanje može podijeliti u više kategorija gledajući odnos sugovornika (Čapko, 2009., str. 28.):

- Unutar kompanije

⁹ Animirani sadržaji prek cijeloga ekrana

¹⁰ Reklamni sadržaj koji zahtjeva online reakciju korisnika za pristup željenoj web adresi

¹¹ Marketing koji razvijajući besplatnog softvera dodaju uz svoj proizvod

- Među kompanijama
- Između kompanija i potrošača
- Između kompanije i javne administracije
- Između javne administracije i potrošača

3.3 PREDNOSTI I NEDOSTACI E-POSLOVANJA

"Glavnina prednosti proizlazi iz kombinacije ekonomskih i tehnoloških razloga. Među ekonomskim razlozima posebno se ističu: smanjenje troškova poslovanja, smanjenje grešaka kod elektroničkih transakcija, jeftino globalno publiciranje informacija i mogućnost nalaženja alternative skupim uredima." (Čapko, 2009., str. 24-25) Što se pak tiče tehnoloških razloga, to se odnosi na mogućnosti digitalizacije različitih medija (teksta, slike, zvuka i videa). "Materijali u digitaliziranom obliku mogu se obrađivati, pretraživati, spremati, kopirati i prenositi u velikim količinama, a prijenos se može obaviti i kombinacijom različitih prijenosnih medija kao što su računalne, brzoglasne, kabelske ili bežične mreže." (Čapko, 2009., str. 25.) E-poslovanjem se ispoljuju mnoge prednosti koje su značajne kao i za mala tako i za velika poduzeća

Sa druge strane tu su nedostaci. "Svakako najveći problem je pitanje sigurnosti rada na internetu, odnosno zaštita podataka od neovlaštenog pritupa i promjena, zaštita kreditnih kartica prilikom kupnje dobara i usluga preko mreže itd." (Čapko, 2009., str. 25.) Također jedan od velikih problema krije se i u sve bržem razvoju tehnologije, koja je jednim dijelom skupa, korisnici se naviknu na uslugu a već primjena druge novije tehnologije zahtjeva neke promjene koje se onda teško prihvaćaju i kod davatelja usluga i kod primatelja usluga. Dakle ovdje se govori već i o ljudskom faktoru koji čini također bitnu stavku u e-poslovanju. "Potreba za strčnjacima je neminovna, posebice za onima koji vladaju novim tehnologijama, a nužno je i uvježbavati novih korisnika unutar organizacije da bi se postiglo što efikasnije korištenje tih tehnologija." (Čapko, 2009., str. 25)

3.4 VAŽNOST INFORMATIČKE PISMENOSTI

Za uspješno sudjelovanje u današnjem digitalnom dobu, općenito u e-poslovanju, potrebna je određena doza informatičke pismenosti. Naime, tehnologija zahtjeva određene prilagodbe ali i odbacivanje tradicionalnih metoda. Primjera radi dotaknuti ćemo se rezultata jednog istraživanja ICILS¹² "Učitelji i računalna i informacijska pismenost". Škole su ovdje bitne jer se već od osnovnoškolskih dana učenici navikavaju na korištenje tehnologije, odnosno računala, koja je neophodna za e-poslovanje. A zanimljivost istraživanja krije se u tome što među prosvjetnim radnicima imaju osobe koje su određene dobi koja zahtjeva već ranije spomenutu prilagodbu. (http://www.iea.nl/completed_studies.html)

Podaci prikupljeni istraživanjem ukazuju na široku primjenu ICT-a¹³ u obrazovanju. Oko 84% učitelja u zemljama sudionicama najmanje dvije godine koristi računala u svrhu poučavanja, a u Hrvatskoj ovo navodi 71% učitelja. U prosjeku 15% hrvatskih učitelja uopće ne koristi računala u svrhu poučavanja, dok je u svim ostalim zemljama sudionicama taj postotak manji od 9%. U ukupnom ICILS prosjeku tri od pet učitelja navelo je da barem jednom tjedno koriste ICT u poučavanju, dok ih četiri od pet navodi da na tjednoj bazi koriste ICT za druge zadade u okviru svog posla. U prosjeku 41% hrvatskih učitelja najmanje jednom tjedno koristi računala tijekom poučavanja, dok ih 72% jednako često koristi računala u druge svrhe vezane uz posao. Većina učitelja u zemljama sudionicama ima višegodišnje iskustvo u korištenju ICT-a i općenito prepoznaje pozitivne ishode korištenja ICT-a u nastavi te imaju pozitivne stavove prema korištenju ICT-a u nastavi, unatoč tome što uočavaju određene negativne aspekte korištenja suvremenih tehnologija. Učitelji većinom smatraju da korištenje ICT-a omogućuje učenicima pristup boljim informacijama te da im pomaže da bolje objedinjavaju i procesiraju informacije. Međutim, hrvatski učitelji imaju manje pozitivne stavove vezane uz korištenje ICT-a u nastavi. U prosjeku 69% hrvatskih učitelja smatra da ICT pomaže učenicima da rade na razini koja je u skladu s njihovim

¹² The International Computer and Information Literacy Study (ICILS), odnosno Međunarodno istraživanje računalne i informacijske pismenosti koje provodi IEA - International Association for the Evaluation of Educational Achievement) u zemljama Australija, Buenos Aires (Argentina), Čile, Češka, Danska, Hong Kong (Kina), Hrvatska, Republika Koreja, Litva, Nizozemska, Newfoundland i Labrador (Kanada), Norveška (9. razred), Njemačka, Ontario (Kanada), Poljska, Ruska Federacija, Slovačka, Slovenija, Švicarska, Tajland i Turska.

¹³ Information and communication technology (Informacijsko-komunikacijska tehnologija)

potrebama za učenjem, dok ih 53% smatra da ICT poboljšava školski uspjeh učenika, što je najniži zabilježeni postotak među zemljama sudionicama. U prosjeku 54% hrvatskih učitelja smatra da ICT pomaže učenicima razviti vještine planiranja i samoregulacije učenja. Rezultati ukazuju i na određene negativne stavove hrvatskih učitelja. Preko 60% hrvatskih učitelja smatra da uporaba ICT-a u školi rezultira slabijom vještinom pisanja kod učenika (65%) te da ograničava količinu osobne komunikacije među učenicima (63%). Oko polovice hrvatskih učitelja smatra da uporaba ICT-a u školi samo potiče kopiranje materijala iz objavljenih internetskih izvora (51%) te da rezultira slabijim vještinama računanja i procjene kod učenika (49%). Četvrtina hrvatskih učitelja smatra da ICT samo odvraća učenike od učenja. Ovakve negativne stavove prema korištenju računala češće imaju stariji učitelji.

http://dokumenti.ncvvo.hr/ICILS/2014-11-20/priopcenje_za_medije.pdf

3.5 ZAKONSKA OSNOVA ELEKTRONIČKOG POSLOVANJA

Kada se govori o zakonskim okvirima u kojima se nalazi elektroničko poslovanje, najbitniju ulogu igra dakako država. Država regulira poslovanje time što donosi različite politike i zakone važne za gospodarstvo i općenito za sve međuljudske odnose u cjelokupnoj zajednici. Kada govorimo o e-poslovanju to su propisi o porezima, zaštita koja će se u nastavku rada spomenuti, propisi o standardizaciji tehnologija i protokola. U nastavku su neki od zakona koji reguliraju elektroničko poslovanje:

- Zakon o institucijama za elektronički novac (NN 117/2008. do 74/2019.)
- Zakon o elektroničkom novcu (NN 139/2010.)
- Zakon o elektroničkim komunikacijama (NN 73/2008. do 93/2011.)
- Zakon o elektroničkoj trgovini (NN 173/2003. do 130/2011.)
- Zakon o javnoj nabavi (NN 90/2011.)
- Zakon o autorskim i srodnim pravima (NN 137/2003. do 144/2012.)
- Zakon o zaštiti potrošača (NN 79/2007. do 78/2012.)

3.6 SIGURNOST ELEKTRONIČKOG POSLOVANJA

Bitna stavka u razvoju elektroničkog poslovanja čini sigurnost, praktički je sigurnost "kočnica" razvoja elektroničkog poslovanja. Kada ne bi postojalo problema sa sigurnosti, e-poslovanje bi se brže razvijalo. Svaki dan iznose se činjenice i različiti problemi koji se tiču blokiranja pristupa financijskim i osobnim informacijama koje se prenose internetom. Prema Čapku dva su osnovna aspekta sigurnosti e-poslovanja (Čapko, 2009., str. 31.):

- **Autorizacija** - predstavlja osiguranje da samo korisnici i programi koji za to imaju odobrenje mogu pristupiti određenim bazama podataka. Osigurava se korištenjem lozinke, kriptiranjem¹⁴ pametnih kartica, otiscima prstiju, skeniranjem rožnice, sigurnosnim stijenama¹⁵
- **Sigurnost podataka i transakcija** - označava osiguranje privatnosti, integriteta i povjerljivosti poslovnih transakcija i poruka. Osigurava se kriptiranjem poruka pomoću tajnog (javnog i privatnog) ključa.

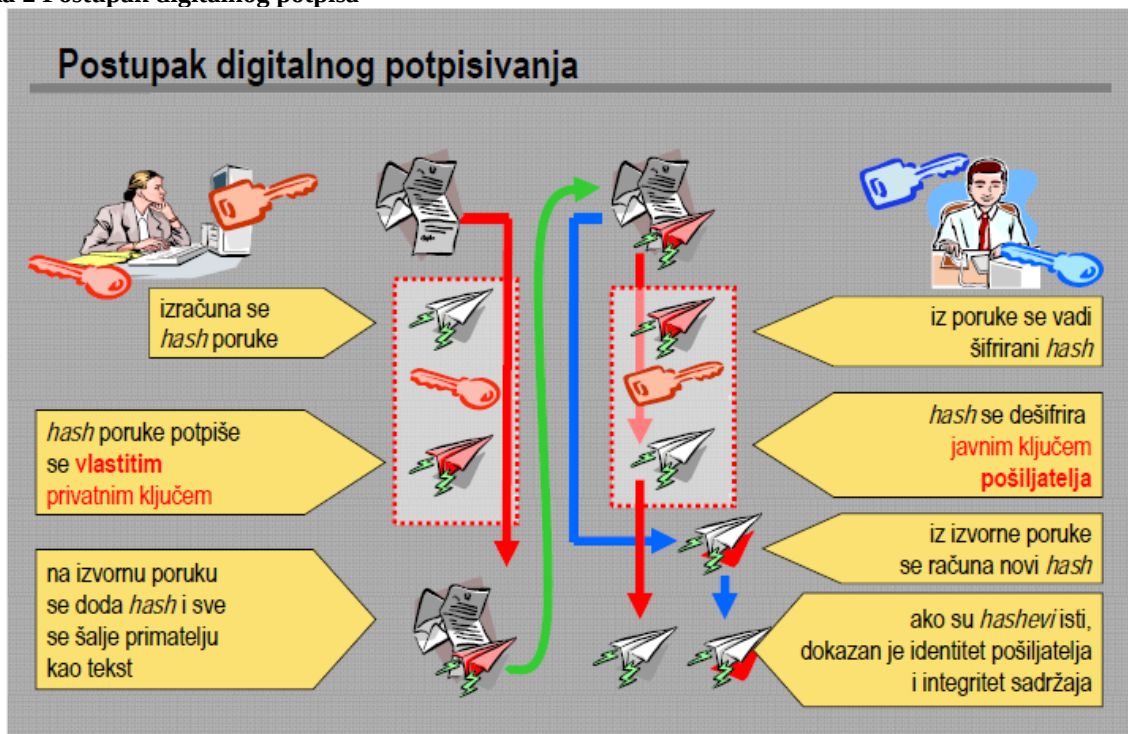
Sigurnost transakcija osigurava se kriptiranjem poruka, digitalnom potpisom (postupak digitalnog potpisa prikazan je na Slici 2) i digitalnim certifikatom¹⁶ koji se dodatno pojašnjavaju u nastavku rada.

¹⁴ Kriptiranje je izmjena informacija u obliku koje može pročitati samo ona osoba koja ima ključ za dekriptiranje.

¹⁵ Firewall, eng.

¹⁶ Baza sigurnosti na internetu- računalne datoteke koje funkcinoraju kao online propusnice

Slika 2 Postupak digitalnog potpisa



Izvor https://www.fer.unizg.hr/download/repository/3_ePoslovanje_sigurnost.pdf, 2014/2015

Internet kao medij aktivan je u ritmu 24 h, 7 dana u tjednu, odnosno 365 dana u godini. Što se tiče digitalnih certifikata u Republici Hrvatskoj jedina institucija koja ih izdaje je FINA. FINA jamči rad po pravilima i garantira identitete svih korisnika. Dvije su vrste certifikata koje izdaju preko FINA-e (FINA, 2015):

- **Autentifikacijski**, on osigurava autentičnost, cjelovitost, izvornost i tajnost dokumenata i elektroničke transakcije
- **Potpisni**, koji se još naziva i digitalni potpis, gore na Slici 2 prikazan princip rada. To je dakle certifikat za elektroničko potpisivanje dokumenata i transakcija naprednim elektroničkim potpisom u skladu sa Zakonom o elektroničkom potpisu (NN 10/02). Razlika u odnosu na Autentifikacijski certifikat je ta što potpisni jamči neporecivost.

3.7 ELEKTRONIČKO POSLOVANJE I MARKETING

S obzirom da se ovaj rad tiče turističke agencije I. D. Riva Tours GmbH, o kojoj će biti u zasebnom poglavlju riječ, valja se dotaknuti marketinga kao osnovnog i najjačeg sredstva kojim se društvo promovira i kako posluje.

"Mikromarketing, koji je okrenut ka zadovoljavanju potreba pojedinca najbolje se realizira pomoću moderne tehnologije" (Grbac i Meler, 2007., str. 69.). "Pojava interneta i Web-a donijeli su jednu novu mogućnost oglašavanja, primjerice Newsletters¹⁷, Mailing¹⁸, elektronički oglasnik, elektronička brošura, elektronički katalog i izvrnuti elektronički katalog" (Čapko, 2009., str. 35.). Pojedinci nemaju baš namjeru potražiti baš oglašivače i mjesta na kojima su oni ponuđeni stoga su razvijene metode koje to ipak čine, dakle usmjeravaju korisnika na marketinške materijale. Neke od metoda su:

- SEM (Search Engine Marketing)- ona povećava vidljivost tvrtke na webu zahvaljujući ključnim riječima
- SEO (Search Engin Optimization) ili organska pretraga- tvrtke koje ih koriste su na samom vrhu pretraživanja
- PPC (Pay Per Click)- plaćeni linkovi koji se pojavljuju na određenim stranicama pretraživača, plaćen je iznos na njihovu pojavu
- SMM (Social Media Marketing)- danas jako popularno, marketing preko društvenih mreža (Facebook, Twitter, LinkedIn...)
- Partner Marketing- u ovom marketingu se nagrađuje partner sa čijeg linka je došao posjetitelj
- Content Marketing- marketinška tehnika kreiranja i distribucije relevantnog i vrijednog sadržaja s ciljem privlačenja, stjecanja i uključivanja jasno određene i definirane ciljne skupine s krajnim ciljem i ostvarenja profitabilne prodaje (Content Marketing Institute, 2015.)

¹⁷ Elektronički bilten

¹⁸ Poštanske liste na koje se šalju promidžbeni materijali

4. I. D. RIVA TOURS

U ovom poglavlju predstavljena je turistička agencija I. D. Riva Tours GmbH kroz 6 poglavlja: 1) povijesni razvoj, 2) Misija i vizija, 3) organizacijska struktura, 4) ljudski resursi, 5) djelatnost, 6) financijski pokazatelji poslovanja

4.1 POVIJESNI RAZVOJ

Turoperator i stručnjak za putovanja u Hrvatskoj I.D. Riva Tours je osnovana 1994. godine u Münchenu. U isto vrijeme otvorena je sestrinska tvrtka u Rotterdamu u Nizozemskoj.

U tim vremenima, Hrvatska je bila u znaku negativnih učinaka i nemira u zemlji, sve više nestaju veliki turoperatora za ovu ciljno područje s tržišta i potražnja za slobodno vrijeme i putovanja u Hrvatskoj oštro pada. Unatoč tim situacijama, iskusni i nadležni turistički radnici zajedno s mladim timom stvara sebi izazov da predstavi Hrvatsku kao atraktivno, sigurno i veliko odredište za odmor. Već 1995. godine dolaze prvi gosti iz Njemačke i Nizozemske u organizaciji I. D. Riva Tours da provedu svoj godišnji odmor u Hrvatskoj

Broj putnika povećavao se iz godine u godinu, što je rezultiralo proširenjem tvrtke. 1998. godine otvoren je I.D. Riva Tours ured u Poreču, koji je tada dobio odgovornost za područje Istre i brigu o gostima na licu mjesta, kao i podružnice u gradu Trogiru u Dalmaciji. Kako se broj gostiju i posjetitelja povećavao, četiri godine kasnije otvoren je dodatni ured u Zadru, koji pokriva sjevernu Dalmaciju. Danas, ova tri ureda, sa svojim vlastitim turističkim vodičima i ostalim sudionicima (više od 70) pokriva gotovo čitav Jadran, što osigurava najveću kvalitetu i uslugu, a omogućuje gostima opuštajući, zabavan i dličan odmor.

Kratice "id" simbolizira ne samo dvije regije Istru i Dalmaciju, već i najvažniju nit vodilju tvrtke: ideje i inovacije.

4.2 MISIJA I VIZIJA

Misija I. D. Riva Tours-a je stvaranje jednog originalnog brenda, koji pruža usluge visoke kvalitete vezane za odmore i Istri i duž čitave obale. Najveća su vrijednost tradicionalni drveni jedrenjaci, koji su modernizirani sa motorizacijom. Brodovi su najčešće vlasništvo brojnih hrvatskih obitelji koji imaju već dugogodišnje iskustvo u brodarenju Jadranom. Spomena vrijedno su i kuće, odnosno vile za odmor izričito u Istri koje pružaju spoj tradicionalnog i modernog i nude za svakoga nešto, bili to mladi ili stari konzumenti.

Svake godine I.D. Riva Tours proširuje svoj portfelj proizvoda s novim ponudama koje pokazuju različite i raznovrsne aspekte zemlje. I.D. Riva Tours nudi širok spektar različitih mogućnosti za odmor, od klasičnih turističkih hotela i apartmanskih kompleksa u popularnim odmaralištima, na krstarenja na jedrenjaka, privatnim kućama i vilama u zelenoj Istri. Iz svega toga ispolovljava se vizija društva, a to je da se u srednjoročnom razdoblju zadrži vodeća pozicija u segmentu krstarenja, da se poboljša trenutna pozicija u usluzi pružanja smještaja za odmor i da se poslovanje zadrži na razini postojećih usluga.

4.3 ORGANIZACIJSKA STRUKTURA

Organizacijska struktura I. D Riva Tours GmbH formirana je u 4 sektora odnosno odjela, to su redom:

- 1) Uslužni i tehnički odjel
- 2) Sektor marketinga i prodaje
- 3) Sektor financija i kontrolinga
- 4) Pripravnički odjel

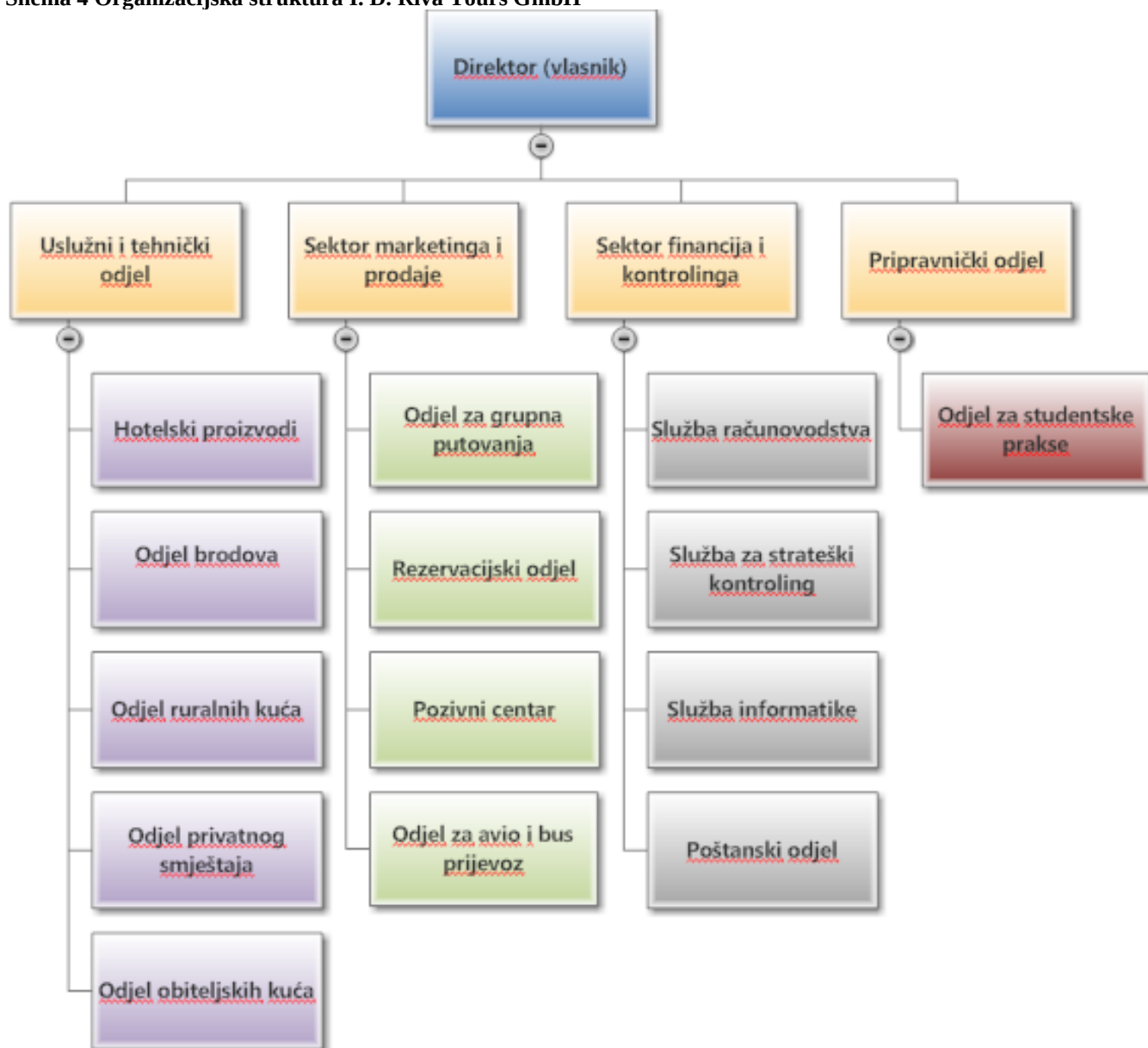
Svaki sektor ima svoje pod odjele koji se sastoje od voditelja i njihovih asistenata. Ovakvo ustrojstvo pridonosi efikasnijoj raspodijeli rada na svim razinama, kao i bolju radnu klimu i atmosferu. Kako je firma registrirana na uslužnu djelatnost logično je da

su tako i poddjeli formirani prema određenim skupinama odnosno kategorijama, kao što su hotelski proizvodi, odjel za brodove, odnosno motorne jedrenjake, te različite vrste smještaja. Valja naglasiti da se ustrojstvo firme mijenjalo i formiralo na osnovi širenja asortimana usluga koje je društvo kao takve usvojila u svoje poslovanje. Svaki sektor ima svoju važnost, a cijelokupno poslovanje nadzire "Sektor financija i kontrolinga", odnosno podsektor "Služba za strateški kontroling".

Ono što treba spomenuti je da društvo posluje usko sa drštvom koje ima sjedište u Poreču u Hrvatskoj, to je Kompas travel putnička agencija d. o. o. čije ustrojstvo sada nije toliko bitno prikazivati.

Cijelokupna organizacijska struktura I. D. Riva Tours GmbH prikazana je na shemi 4 na sljedećoj stranici.

Shema 4 Organizacijska struktura I. D. Riva Tours GmbH



Izvor Izradio autor rada prema pruženim podacima iz poduzeća

4.4 LJUDSKI RESURSI

D. Riva Tours u tekućoj godini (2015.) zapošljava 20 stalno zaposlenih i 2 studentice koje odrađuju obveze i kolegija za praksu. U strukturi zaposlenika prema spolu, 55% čine žene i 45% muškarci.

Struktura zaposlenika prema stručnojs premi prikazana je u tablici 1.

Tablica 1 Struktura zaposlenih u I. D. Riva Tours GmbH

<i>Struktura zaposlenika</i>		
<u>Redni broj</u>	<u>Naziv stručne spreme</u>	<u>Udio (%)</u>
1.	VSS	59,1
2.	SSS	40,9

Izvor Izradio autor prema pruženim podacima iz poduzeća

Dakle, gledajući ukupan broj od 22 zaposlenih, njih 13 je visoke stručne spreme a njih 9 srednje stručne spreme.

Ranije je u radu spomenuta i Kompas travel putnička agencija iz Poreča, sa kojom I. D. Riva Tours usko surađuje. Ona zapošljava ljude koji su zaduženi za prihvata turista u lukama.

4.5 DJELATNOST

Kao što je već navedeno I. D. Riva Tours GmbH bavi se uslužnom djelatnosti. Prvenstveno je okrenuta na turizam odnosno na sve sadržaje koji se mogu povezati sa turizmom. Ponuda hotelskih smještaja, različitih oblika prijevoza, avio prijevoz, cestovni prijevoz, ali glavninu usluga čini organizacija krstarenja Jadranom sa motornim jedrenjacima, kao i različiti oblici smještaja tipa: vila, privatnih kuća, apartmana itd.

4.5.1 KRSTARENJA MOTORNIM JEDRENJACIMA JADRANOM

Jedna od glavnih ponuda je krstarenje Jadranskim morem sa jedrenjacima koji su ovisno o tipu drveni ili metalni. Naravno, danas su oni motorizirani i modernizirani. Što znači da nude klimatizirane prostore, kabine sa odvojenim zahodima i pgrešt drugih sadržaja (televizija, WiFi...). Poduzeće trenutno broji 22 broda sa kojima ima ugovor o prijevozu i smještaju putnika. Neki su brodovi stari i preko 40 godina, dakako redovito održavanje im je produžilo vijek trajanja. U najavi je proširenje flote sa modernim metaliziranim motornim jedrenjacima (M/S) kao i modernim motornim jahtama (M/Y).

(<http://www.idriva.com/croatia-blue-cruise.html>)

Trenutno su na izboru 4 polazišne luke, a to su Rijeka, Zadar, Trogir i Dubrovnik. Ovisno o polazišnoj luci na raspolaganju su gostima različite rute koje doslovce obilaze cijeli Jadran sa gotovo svim otocima. Jedna od posebnosti je polazišna luka Dubrovnik čija ruta seže duboko na jug čak van granica Republike Hrvatske.

Na tim krstarenjima nude se i popratni sadržaji kao što su obilazak gradova, turističkih središta, kupanje u zabačenim, netaknutim uvalama. A posebno treba naglasiti da su moguće i ture koje uključuju biciklističke vodiče koji obilaze sa gostima, koji su ili na svojim biciklima ili unajmljenim. Za one avanturističke prirode pripremljeni su popratni sadržaji raftinga na nekoj od hrvatskih rijeka, primjerice Krka.

U zadnjih nekoliko godina pruža se zakup čitavog jednog broda. To su većinom tvrtke ili neke veće organizacije koje organiziraju za svoje zaposlone ili kolektivne godišnje odmore ili organizacijsko jačanje (team building). (<http://www.idriva.com/croatia-blue-cruise.html>)

Krstarenja su u trajanju od 7 dana ili pak 14 dana, a postoje mogućnost i jedna druga vrsta krstarenja koja je naklonjena više nudistima.

4.5.2 IZNAJMLJIVANJE VILA I KUĆA ZA ODMOR

I.D. Riva Tours nudi razne vrste imovine, u rasponu od obnovljenih farmi, tradicionalne kuće do kuća i apartmana u primorskim selima te luksuznih vila s privatnim bazenom. Iako se veličina i okolica može se razlikovati, jedna stvar se ne mijenja. Svaka kuća, svaka vila je pomno izabrana i kontrolirana na kvalitetu kako bi pružila ono najbolje za gosta, za kupca usluga. Bilo da se radi o kućama na osami, daleko od gradske i turističke vreve ili pak kuća tik do samog gradskog središta u ponudi se može naći za svakoga po nešto. Po ponudama luksuznih vila prednjači Istra i njezina regija kao i dio kvarnera podno Učke. (<http://www.idriva.com/croatia-vacation-rentals-villas-homes.html>)

Društvo ima i u ponudi apartmane, također kontrolirane kvalitete koji su prošli sve kriterije I.D Riva Toursa.

Ono što je bitno naglasiti, kuće, vile i apartmani nisu u vlasništvu samoga društva. Društvo sklapa ugovore sa vlasnicima i zatim nudi uslugu kupcima, odnosno gostima.

4.5.3 ORGANIZIRANI PRIJEVOZ

U sklopu prethodne dvije usluge koje pruža, I. D. Riva Tours nudi i prijevoz do odredišta, odnosno organizaciju prijevoza do ukrcajnih luka za krstarenja ili odredišta u kojima se nalaze kuće, vile i apartmani u kojima će gosti boraviti u svom aranžmanu. To su prvenstveno prijevozi sa autobusima, ali i prijevoz sa zrakoplovima, gdje se kasnije osigurava i prijevoz od zračnih luka ka ciljanom odredištu. Posredno se nudi i usluga iznajmljivanja auta (rent a car) sa mogućnošću dostave vozila na željeno odredište.

4.6 FINANCIJSKI POKAZATELJI POSLOVANJA

Kada govorimo o financijskim pokazateljima I. D. Riva tours GmbH je ustupila određene podatke, odnosno isključivo prihode tvrtke za zadnje 3 godine plus špekulacije za naredne dvije godine.

Prihodi društva u 2014. godini iznosili su 23.450.000,00 € i ukupan broj osoba koje su kupovali usluge društva iznosio je 65.200 . Rashodi društva nisu pruženi na uvid zbog politike firme prema zaposlenima.

U odnosu na 2013. godinu prihodi su se smanjili za 0,39 % a broj osoba koje su kupovale usluge povećao se pak za 1, 1 %.

A gledamo li podatke iz 2014. u odnosu na 2012. prihodi su manji za 2,7 % a broj osoba koje je kupovalo usluge društva tada je iznosio 68.217.

Društvo je na osnovi analiza i kretanja trendova donijelo predviđanja da će u 2015. godini imati prihode koji će se kretati oko 25.000.000 € i broj osoba koje će kupovati usluge će se kretati oko 70.000. Takve špekulacije zasnivaju se na osnovi rekordnih podataka turističke sezone. Svakako ovi podaci se mogu svrstati i među ciljeve koje I. D. Riva Tours nastoji ostvariti.

Financijski sektor ističe važnost snižavanja troškova iz godinu u godinu a kao bitno postignuće iznosi smanjenje u iznosu oko 25 % u odnosu na predhodnu godinu.

5. ELEKTRONIČKO POSLOVANJE U I. D. RIVA TOURS GmbH

D Riva Tours iako je osnovana 1994. i broji mali broj zaposlenih, prati suvremene trendove u modernizaciji poslovanja. Kako bi sebi olakšala rad ali i povećala konkurentnost cijelokupno poslovanje podvrgnuto je modernizaciji. Tu ima riječ elektroničko poslovanje pravi smisao. Prema riječima direktora Selimira Ognjenovića, od velike je važnosti imati pravovremene informacije u odgovarajućem obliku kako bi se pravovremeno i precizno djelovalo.

5.1 CILJEVI ELEKTRONIČKOG POSLOVANJA U AGENCIJI

Gospodin Ognjenović ističe par ciljeva koji se upotrebom informacijske tehnologije žele postići:

- 1) smanjenje troškova i obrade podataka
- 2) smanjenje ljudskih grešaka
- 3) automatska obrada zahtjeva
- 4) dostupnost sadržaja
- 5) sigurnost pristupa podacima
- 6) olakšavanje poslovanja
- 7) unaprijeđenje kvalitete usluge

5.2 PREDNOSTI UVOĐENJA ELEKTRONIČKOG POSLOVANJA U AGENCIJI

Prednosti uvođenja elektroničkog poslovanja donesene su na temelju osobnih intervjua sa zaposlenima. Postavljeno je vrlo jednostavno pitanje svim zaposlenima a to je: “Koje bi prednosti istaknuli u korištenju informacijske tehnologije, odnosno elektroničkog poslovanja u svakodnevnom radu?” Na osnovi prikupljenih odgovora i navoda ispitanika sastavljene su najbitnije prednosti elektroničkog poslovanja:

1. lakša administracija
 - manje greške u bookiranju
 - manje neispravnih računa
 - manje otpisivanja
2. bolje upravljanje uslugama i oglašavanjem
 - brže i lakše provjeravanje dostupnosti tražene usluge (broj slobodnih kabina, slobodnih soba, slobodnih mjesta u autobusu, avionu itd.)
 - kraće razdoblje od bookiranja do realizacije usluge
 - lakše promjene u ponudi usluga (dodavanje novih brodova, apartmana, kuća...)
 - lakša izmjena cijena usluga

3. učinkovitiji zaposlenici

- skraćivanje vremena za određene poslove
- više vremena za druge poslove
- automatsko uočavanje grešaka od programske podrške
- opuštenija radna atmosfera bez pritiska i neorganizacije

6. PRIMJENA SPECIJALIZIRANE APLIKATIVNE PODRŠKE I INFORMACIJSKE TEHNOLOGIJE U SVRHU POBOLJŠANJA POSLOVANJA

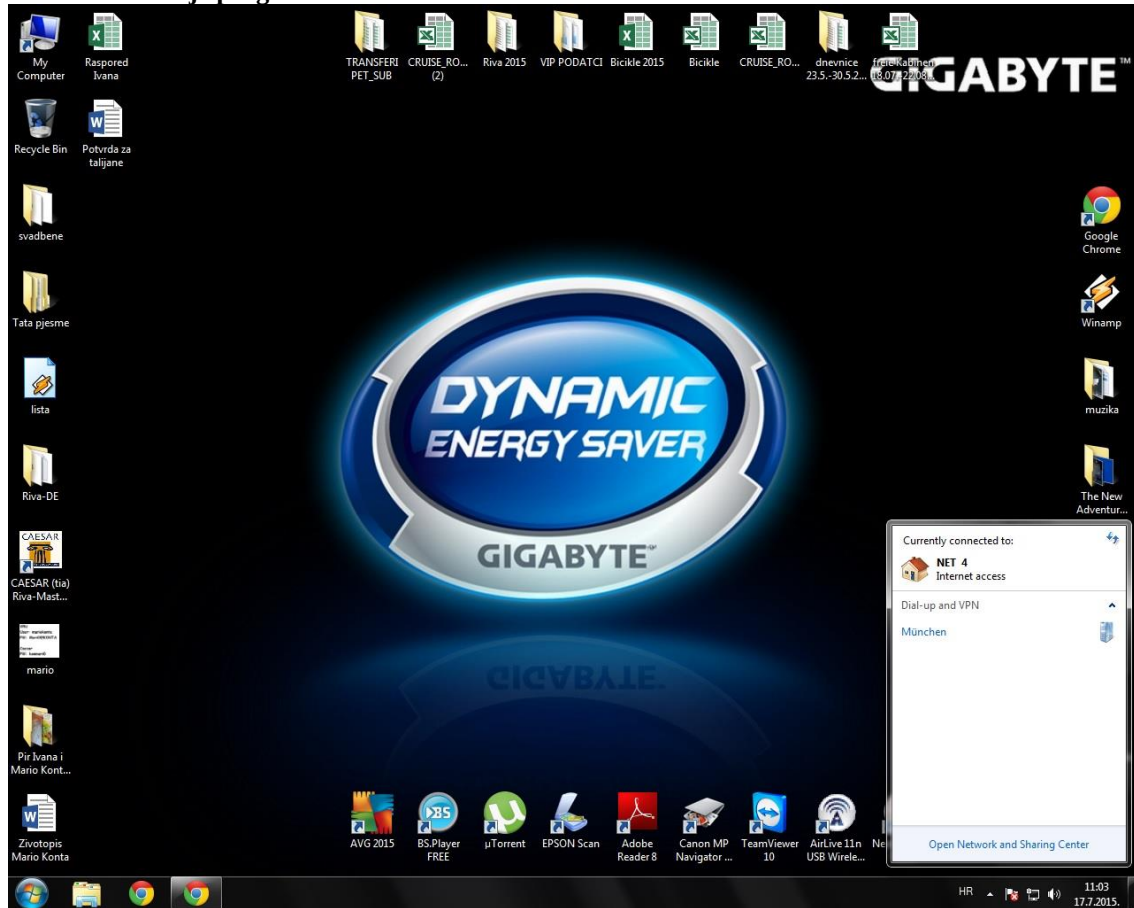
Kako bi u današnje vrijeme poslovanje bilo što konkurentnije u moru sve više zahtjevnih poslova, gdje je konkurencija neumoljiva, dobit sve manja, globalno gospodarstvo još uvijek u opravku od krize, gdje se neprestano mijenja ponuda usluga i cijena po kojoj se te usluge nude, gdje se poslovi bitni za poduzeće sklapaju na licu mjesta, a ne više tako često u uredima, poduzeće se mora okrenuti pomagalima, najčešće u vidu moderne informacijske tehnologije koja nosi specijalizirane aplikativne podrške.

Stoga će se u ovom poglavlju iznijeti rad specijaliziranog programa "Caesar" kao i rad fiskalne blagajne kojom upravljaju zaposlenici neposredno u luci Rijeka na prihvatu turista .

6.1 PROGRAM "CAESAR"

Program "Caesar" prvenstveno je namjenjen za sav rad koji se tiče predbilježbi za krstarenja ali i druge usluge. Na osnovi toga objasniti će se rad samog programa.

Slika 3 Otvaranje programa

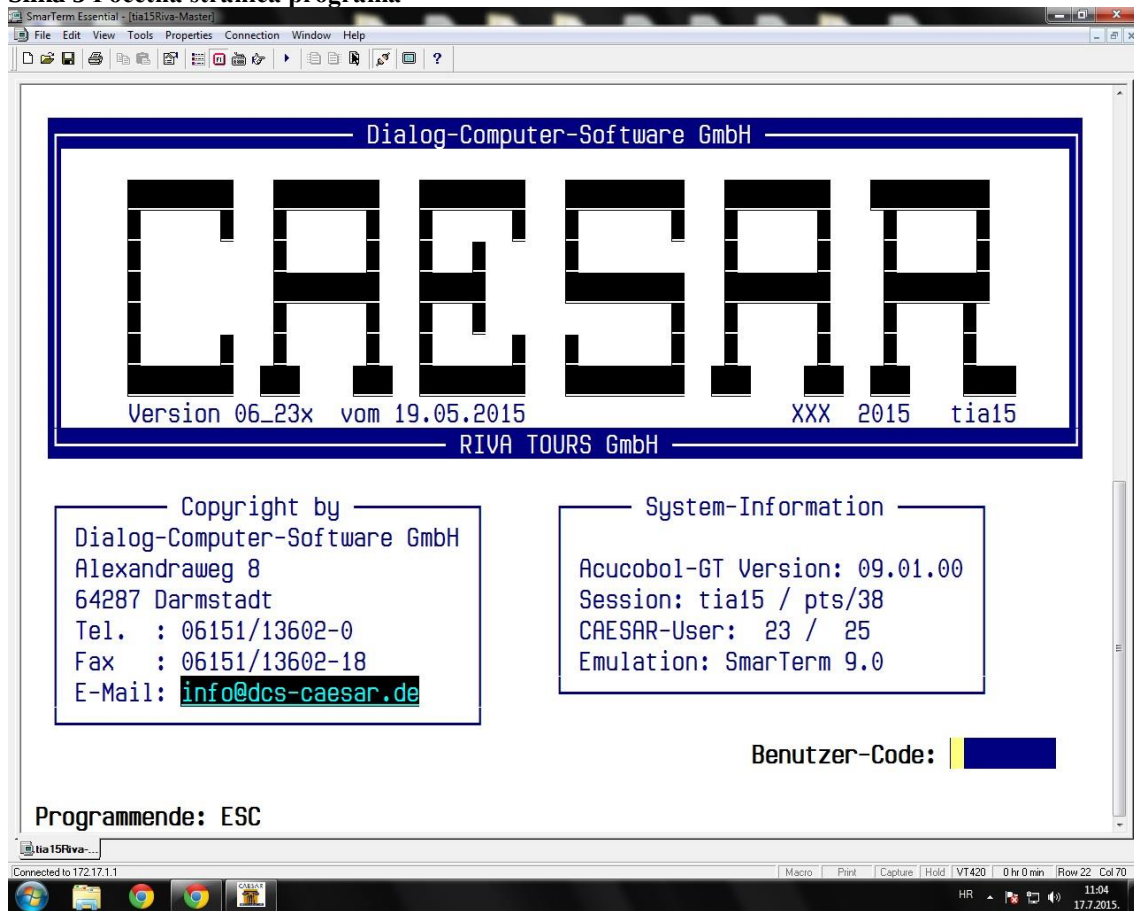


Slika 4 Spajanje na VPN u Münchenu



Da bi se uopće pokrenuo program prvo se treba spojiti na VPN u Münchenu, pošto je tamo i središte agencije. Dakle, svaki korisnik ima zasebni VPN i zasebne korisničke podatke. Ovdje je bitno napomenuti da se u ovom primjeru na VPN spaja preko zasebnog routera koji je u bridge modeu sa routerom od "T-COMa". Razlog zašto je to tako leži u tome jer "T-COM" gasi VPN pa ga bridge router "zakamuflira" u obični signal.

Slika 5 Početna stranica programa



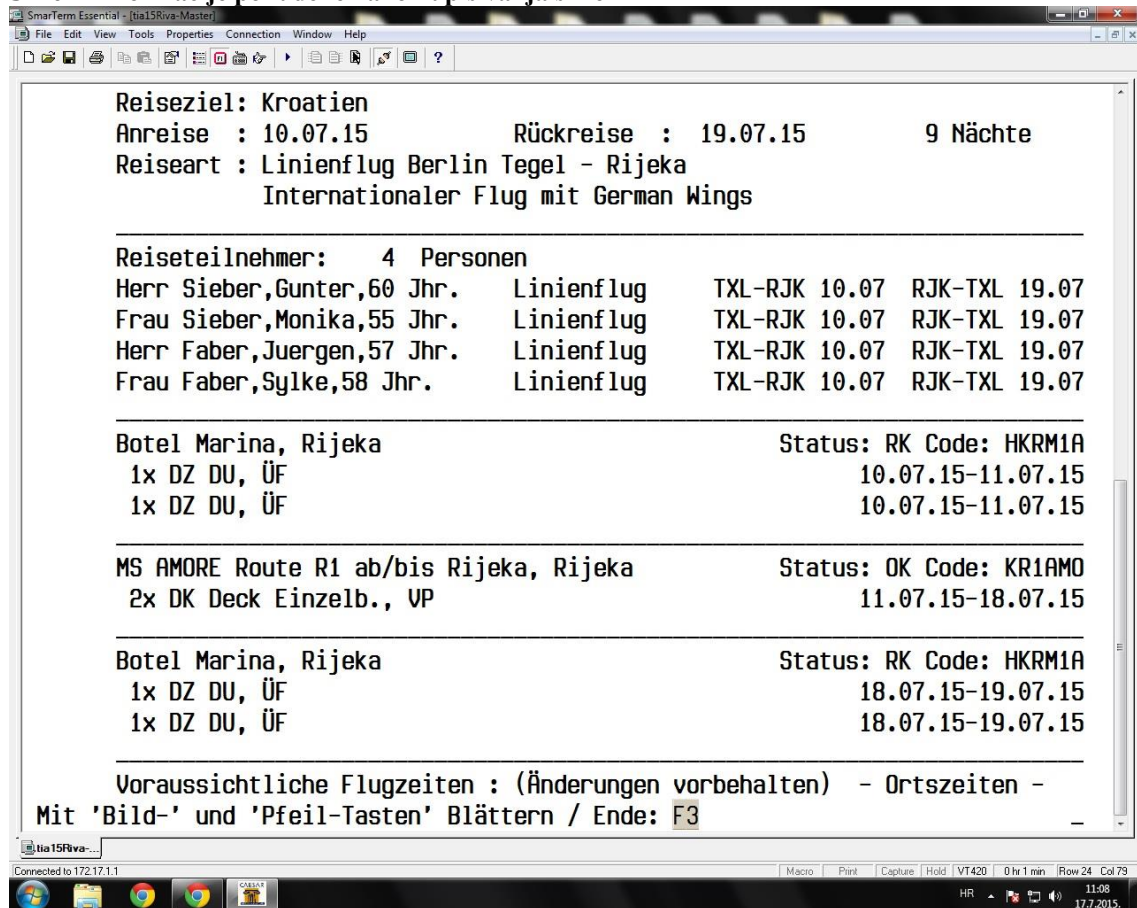
Dakle, slika 5 prikazuje otvoreni program i početnu stranu programa. U donjem lijevom kutu se upisuju podaci kojima se spaja u sistem cjelokupnog poslovanja, odnosno knjiženja rezervacija.

Slika 6 Naslovna strana i upisivanje šifri



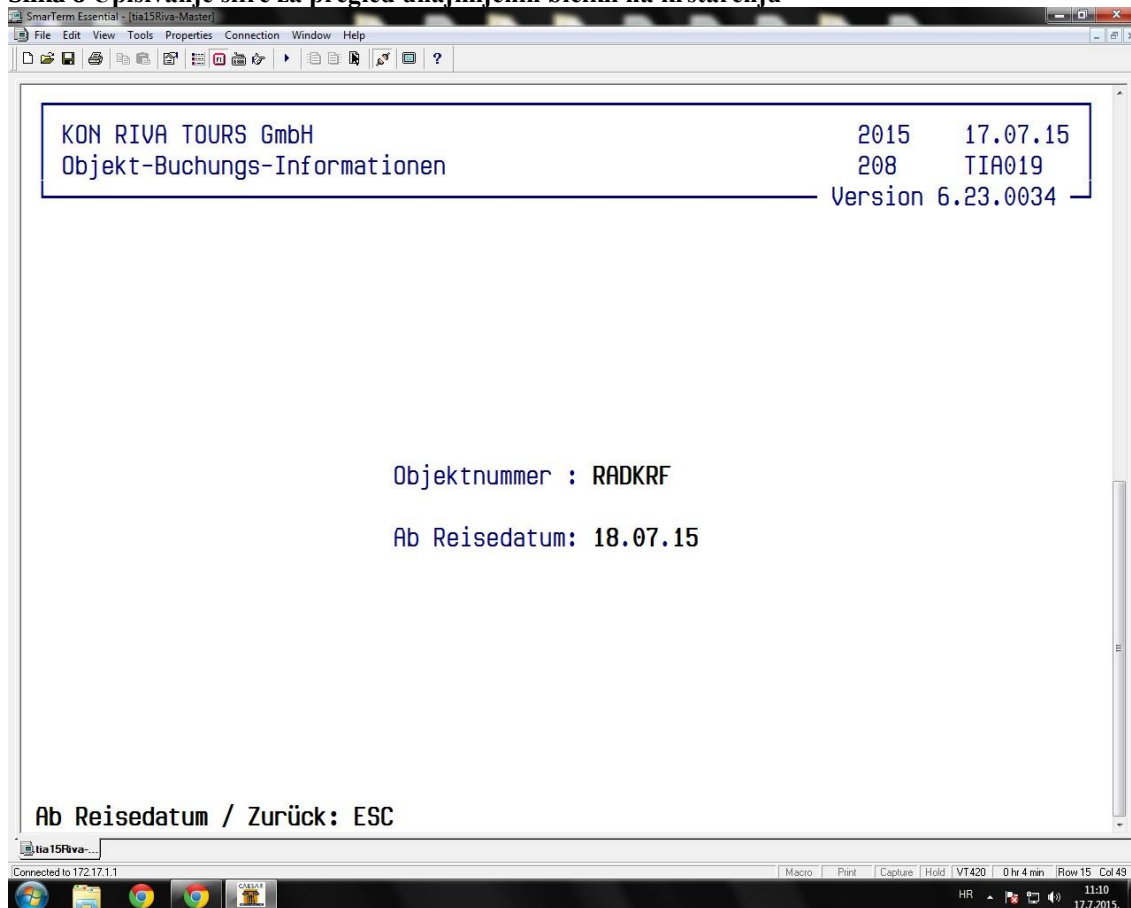
Sada program pita da se ukuca šifru koja vam omogućuje pogled na ono što tražite. U donjem desnom kutu upisana je šifra 200 kao primjer, to je šifra za rezervacije i pregledavanje rezervacija. Svaka šifra koja se upiše potvrđuje se sa F8 a korak unazad je F3. F1 je pomoć a F11 je info sistem o svim stvarima koje se mogu pregledati u programu.

Slika 7 Informacije ponuđene nakon upisivanja šifre



Na slici 7 možemo vidjeti tražene podatke u ovom slučaju koliko ljudi putuje i sa kojom avio kompanijom i od kada do kada idu na krstarenje (u ovom slučaju je to brod M/S Amore, a datum je od 11.7-18.07.2015) Također mogu se isčitati daljnim koracima i podaci o samim gostima, jesu li naveli podatke o općoj kondiciji, zdravlju, bolestima. Sve to je od presudne važnosti za krstarenje koje uključuje i biciklističke dionice.

Slika 8 Upisivanje šifre za pregled unajmljenih bicikli na krstarenju



Povratkom sa tipkom F3 vraća se na predhodni izbornik i unosom šifre 208, koja je u ovom slučaju odjeljak za bicikle. U ovom odjeljku se unosi šifru RADKRF (šifra za bicikle na krstarenjima) i datum kako bi se pružio uvid koliko je bicikli potrebno osigurati taj dan.

Slika 9 Uvid na goste i potrebne bicikle

ST B-Nr	F Name	Kategoriebezeichnung	Pers	Von	Bis
OK551887	A Sommeregger	07 eBike Hafen Rijeka	1	18.07-25.07	
OK	A - # -	07 eBike Hafen Rijeka	1	18.07-25.07	
OK	A - # -	07 eBike Hafen Rijeka	1	18.07-25.07	
OK	A - # -	07 eBike Hafen Rijeka	1	18.07-25.07	
OK	A - # -	07 eBike Hafen Rijeka	1	18.07-25.07	
OK	A - # -	07 eBike Hafen Rijeka	1	18.07-25.07	
OK	A - # -	07 eBike Hafen Rijeka	1	18.07-25.07	
----- Anzahl der anreisenden Personen am 18.07.15:			7	-----	
OK557522	A Neulinger, Walter	06 Mitnahme eigenes Rad	3	25.07-01.08	
OK554893	A Piediscalzi, Assunt	07 eBike Hafen Rijeka	1	25.07-01.08	
OK553949	A Janet Bute Butel	08 eBike Hafen Trogir	1	25.07-01.08	
----- Anzahl der anreisenden Personen am 25.07.15:			5	-----	
OK554963	A Neuber, Ines	06 Mitnahme eigenes Rad	2	01.08-08.08	
OK556937	A SEYFERT, BIRGIT	06 Mitnahme eigenes Rad	2	01.08-08.08	
OK560167	A Repetto, Tommaso	06 Mitnahme eigenes Rad	1	01.08-08.08	
----- Anzahl der anreisenden Personen am 01.08.15:			5	-----	
OK553305	A Lugmair, Thomas	06 Mitnahme eigenes Rad	4	15.08-22.08	
----- Anzahl der anreisenden Personen am 15.08.15:			4	-----	
OK553721	A Wezolek, Maria	06 Mitnahme eigenes Rad	2	22.08-29.08	
OK558201	A Fischer, Roland	06 Mitnahme eigenes Rad	2	22.08-29.08	
Objekt: RADKRF Zusatzleistungen KRF ZSumm:			67 Personen		
Ende: ESC / Blättern: Bild-Tasten / Buchung darstellen: RETURN					

Na slici 9 može se vidjeti svaki gost i njegov broj pod kojim se vodi kao i nose li gosti svoje bicikle ili su predali zahtjev za najam elektro bicikle, datum kao i koja luka je u pitanju. Klikom na svakog gosta odnosno booking broj dobije se informacija o gostu, iz koje zemlje dolazi i ima li posebnih zahtjeva. U ovom odjeljku se mogu isčitati podaci i dolazi li sa vlastitim autom ili organiziranim transferom itd.

To su ukratko mogućnosti "Caesara". Dakako mogućnost je pregršt, preko ovog programa se unosi promjena svake prirode. Program nema najmodernije korisničko sučelje, ali je u svom programskom kodu jako složen, i možda na prvu ruku nezgrapan za korištenje, ali stariji zaposlenici koji rade ovim programom ističu veliko olakšanje u odnosu na predhodna vremena kada se sve unosilo sa mnogo strpljenja i papirologije.

6.2 PRIMJENA SUVREMEN INFORMACIJSKO- TELEKOMUNIKACIJSKE TEHNOLOGIJE U POSLOVANJU PRODAJNE OPERATIVE

Kako bi se što kvalitetnije predstavile mogućnosti i kvalitete te prije svega prednosti primjene informacijsko komunikacijske tehnologije u ovom poglavlju opisat će se proces prodaje parkirnog mjesta u luci Rijeka.

Primjena moderne tehnologije (pametni telefoni, tableti, prijenosna računala) bitno olakšava rad zaposlenicima ali i skraćuje vrijeme koje je potrebno za pružiti uslugu kupcu.

Zakon o fiskalizaciji u prometu gotovinom daje jasne smjernice glede izdavanja računa.(NN 133/12):

POSTUPAK FISKALIZACIJE IZDAVANJA RAČUNA

Članak 15.

(1) Radi provedbe postupka fiskalizacije izdavanja računa, kada se izdaju računi koji se naplaćuju u gotovini obveznik fiskalizacije dužan je izdavati račune koji sadrže Jedinstveni identifikator računa.

(2) Radi provedbe postupka fiskalizacije izdavanja računa obveznik fiskalizacije, iz stavka 1. ovoga članka, dužan je dostaviti podatke o svim poslovnim prostorima u kojima se obavlja djelatnost.

Članak 16.

(1) Obveznik fiskalizacije radi provedbe postupka fiskalizacije izdavanja računa prema članku 15. ovoga Zakona dužan je izdavati račune putem elektroničkih naplatnih uređaja.

(2) Elektronički naplatni uređaji iz stavka 1. ovoga članka moraju omogućiti korištenje programske podrške za elektroničko potpisivanje elemenata računa te omogućiti vezu (internet) za elektroničku razmjenu podataka s Ministarstvom financija, Poreznom upravom.

Dakle porezni obveznik dužan je izdavati račun za pružene usluge elektroničkim uređajem. Današnji teleoperateri, odnosno ponuđači telefonskih i internet usluga nude

različite mogućnosti i tarifne planove za nabavku kompletnih takozvanih fiskalnih blagajni.

U ovom primjeru konkretno radi se o teleoperatru VIP d.o.o. koji je za potrebe obavljanja ovoga posla dostavio uređaj (pametni telefon) preko kojega se odvija i veza sa Ministarstvom financija i Poreznom upravom te elektronski printer za printanje računa. Cijela usluga nazvana je "Vip blagajna" i nudi sljedeće mogućnosti (<http://www.vipnet.hr/cloud/vip-blagajna>):

- praćenja skladišta i zaliha robe
- uvoza robe te definiranje složenih proizvoda poput normativa za ugostiteljstvo ili kompleta proizvoda
- u slučaju prekida veze s Poreznom upravom, i dalje možete izdavati račune, a čim se ponovno uspostavi veza, ti će računi automatski biti poslani Poreznoj upravi
- stavljanja svake licence u sezonsko mirovanje
- dodatni opis uz artikl
- izmjene cijena i popusta po artiklu, korisniku, načinu plaćanja
- podrške za artikle oslobođene PDV-a (na računu možete ispisati osnovu temeljem koje se na artiklu ne obračunava PDV)
- virtmanskih računa sa svim nužnim podacima (datum valute, račun za uplatu, temeljni kapital, članovi uprave itd.)
- izrade računa po mjestima isporuke
- slanja računa i ponuda na odabrani e-mail
- udaljenog praćenje poslovanja u realnom vremenu (možete pratiti izdane račune po svakoj blagajni u realnom vremenu)
- veze sa računovodstvom – možete automatski mjesečno slati izvješća na e-mail adresu vašeg računovodstvenog ureda sa svim podacima potrebnim za knjiženje

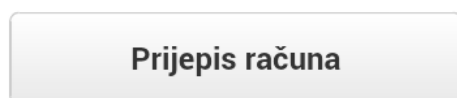
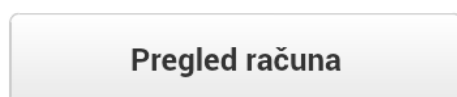
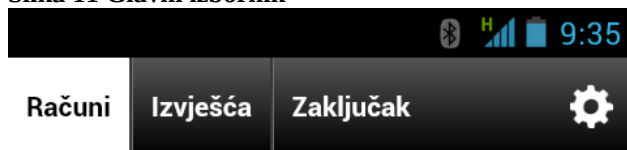
U nastavku slijedi dakle primjer izdavanja računa za uslugu prodaje parkirnog mjesta u trajanju od jednog tjedna korištenjem jednostavnog korisničkog sučelja "Vip blagajne".

Kao uređaj na koji je predhodno instaliran program "Vip blagajne" koristi se uređaj marke Samsung Galaxy S3 mini i pripadajući mobilni pisač.

Slika 10 Početna stranica za prijavu

Kao što je prikazano na slici 10 program zahtjeva unos korisničkog imena i lozinke. Korisničko ime i lozinka dostavljeni su nam predhodno kod ugovaranja usluge sa VIP-om.

Slika 11 Glavni izbornik



Glavni izbornik nudi mogućnosti: izrade računa, pregleda računa, prijepisa računa, kao i izvješća i izradu zaključka. U ovom slučaju izabiremo "Izradi račun"

Slika 12 Izbornik "Izradi račun"

Novi račun

Search bar:

Kod

Parkirne karte Rijeka 2

7-dnevna parkirna karta luka Rijeka 360,00

14-dnevna parkirna karta luka Rijeka 360,00

Parkirne karte Zadar 2

Parkirne karte Trogir 2

Slika 13 Unos broja usluga koje se prodaju

Novi račun

Search bar:

Kod

Parkirne karte Rijeka 2

7-dnevna parkirna karta luka Rijeka 360,00

14-dnevna parkirna karta luka Rijeka 360,00

1	2	3	ODUSTANI
4	5	6	OBRIŠI
7	8	9	OK
-	0	,	

Slika 14 Završetak procesa izrade računa i prodaje usluge

The screenshot shows a mobile application interface for finalizing a bill and purchasing a service. At the top, there is a status bar with icons for signal, battery, and time (9:36). Below the status bar is a navigation bar with a back arrow and the text 'Zaključi račun'. The main content area contains a table with the following data:

Naziv artikla	Kol.	Iznos
7-dnevna parkirna karta luka Rijeka 360,00	1	360,00

Below the table, there is a summary section with the text 'ZA PLATITI' and the amount '360,00'. Underneath this, there are two buttons: 'Kupac (R1)' and 'Gotovina'. At the bottom of the screen, there is a large orange button labeled 'Izradi račun'.

Dakle kao što je vidljivo na slikama 12, 13 i 14 korisničko sučelje je vrlo jednostavno. Po završetku odabira količine usluge prikazuje se ukupna svota novca koja treba biti plaćena. Preostaje jedino izbor načina plaćanja i vrsta računa (R1 ili obični) te pritisak na izbornik "Izradi račun". Nakon toga se uspostavlja veza sa mobilnim pisačem koji sa mobilnim uređajem komunicira u ovom slučaju putem bluetoota, ali postoji mogućnost i žičanim spajanjem.

Upotreba i korištenje Vip-ove usluge "Vip blagajna" traje već gotovo 3 godine u poslovanju. Zaposlenici ističu brzinu i praktičnost korištenja takvog načina izdavanja računa. Treba naglasiti da se prije vršilo ispisivanjem takozvanih "blok računa". Postupak je bio ručno upisivanje naziva usluge i iznosa na papir koji se onda izdavao u originalu kupcu a ostale dvije kopije služile su za kasniji obračun pred kraj radnog vremena. Sada se obračun vrši jednim potezom bez dodatnog trošenja vremena, dakle više je prednosti a kao najveća prednost je svakako da izostaju troškovi kupovanja takvih blokova. Jedini trošak je naknada za korištenje usluge "Vip blagajne" koja je zanemariva u odnosu na predhodni trošak. Svakako treba izdvojiti i zakonsku valjanost ovakvog poslovanja pošto je sve umreženo i direktno povezano sa FINA-om.

7. ZAKLJUČAK

Gledajući unazad sve do nastanka Interneta nitko nije slutio da će upravo on promijeniti internet. No ne samo Internet već i moderna tehnologija koja svakim danom postaje sve složenija ali ipak jednostavna i prilagođena za krajnjeg potrošača. Svatko je dio poslovnoga svijeta i nezamislivo je funkcioniranje takvoga svijeta bez moderne tehnologije, bez elektroničkog poslovanja

Neizostavni dio elektroničkog poslovanja je moderna komunikacijska tehnologija u svim segmentima njenog postojanja. Upravo ona pridonosi svakodnevnom prakticiranju elektroničkog poslovanja i njegovog implementiranja u klasično poslovanje.

Od nastanka pa sve do danas I. D. Riva Tours GmbH (društvo sa ograničenom odgovornošću) nastoji sebe pozicionirati u glavne tour operatore u Republici Hrvatskoj. Glavna suština cijele politike je predstavljanje Hrvatske kao destinacije za odmor i zabavu. Unatoč dugogodišnjoj krizi koja vlada u Hrvatskoj posluje pozitivno sa neznatnim oscilacijama u usporedbi sa predhodnim godinama, podižući kvalitetu i time zadovoljstvo kupaca usluga. Zadnje 4 godine posebnu pažnju pridaje informatizaciji i razvoju elektroničkog poslovanja čime si osigurava i dalje konkurentan položaj na tržištu. Tvrtka se oglašava raznim putevima a posebno je zahvalan Web. Takvo oglašavanje omogućuje globalnu promidžbu uz minimalne troškove, a ažurnost podataka je na visokoj razini prilikom takvog oglašavanja

Društvo pridaje veliku pozornost poslovanju sa potrošačima. Danas kupac usluge može kupiti uslugu elektroničkim putem, platiti je i na kraju dobiti fakturu isto elektroničkim putem. Prednosti takvog poslovanja su višestruke od brže i lakše administracije, boljem upravljanju uslugu ali i učinkovitom radu zaposlenika. Najvažnije je pak da se smanjuju bitno troškovi i ljudske pogreške.

Kako bi se i na terenu ubrzalo i efikasnije iskoristilo poslovanje I. D. Riva Tours u sustav poslovanja uvela je pametne telefone, tablete i pripadajuće aplikacije za prodaju svojih usluga ali i ocjenjivanje pruženih usluga.

Zaključno svemu navedenome može se reći da se uporabom elektroničkog poslovanja dolazi do ušteda i u vremenu kako i financijski. Povećava se i kvalitet samog poslovanja i djelovanje zaposlenika. A primjenom moderne informacijsko-komunikacijske tehnologije ostvaruje se protok više informacija, veća prodaja, smanjenje pogrešaka i svime time jačanje u odnosu na konkurenciju.

Na temelju spoznaje teorijskih odrednica elektroničkog poslovanja i izučavanjem takvog poslovanja u I. D. Riva Tours GmbH može se potvrditi zadana hipoteza. **Primjena moderne informacijsko-komunikacijske tehnologije i elektroničkog poslovanja u I. D. Riva Tours GmbH smanjuju se troškovi poslovanja.**

Ovim diplomskim radom dokazano je da: primjenom moderne informacijsko-komunikacijske tehnologije nužne za elektroničko poslovanje mogu smanjiti troškovi poslovanja, uz bržu razmjenu podataka, smanjenje pogrešaka i efikasniji rad djelatnika.

Literatura

Knjige

1. Čapko, Z, 2009, *Skripta iz kolegija Internet u poslovanju i Elektroničko poslovanje*, V izdanje, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka
2. Čičin-Šain, M i suradnici, 2006, *Informatika za informatičko poslovanje*, treće popravljeno izdanje, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka
3. Panian, Ž. 2000-a, *Internet i malo poduzetništvo*, Informator, Zagreb
4. Panian, Ž. 2000-b, *Elektroničko trgovanje*, Sinergija d. o. o., Zagreb
5. Panian, Ž. i Strugar, I., 2000, *Primjena računala u poslovnoj praksi*, Sinergija d.o.o. Zagreb
6. Webster, F. and, Puoskari, E., 2004, *The Information Society Reader*, Routledge London

Članci

1. *UPRAVLJANJE INFORMACIJSKOM TEHNOLOGIJOM U SUVREMENIM TVRTKAMA TE HRVATSKA POSLOVNA PRAKSA KORIŠTENJA INFORMACIJSKIH TEHNOLOGIJA*, Josip Müller, 2004, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
2. *How otherwise good managers spend too much on IT*, Brett E. Battles, 2000, McKinsey Quarterly

Ostali izvori

1. EDI standardi razmjene podataka, 2012., OptimIT d.o.o., dostupno 02.07.2015 na http://www.optimit.hr/edi/-/asset_publisher/6a93Ij7DSOHe/content/edi-standardi-razmjene-podataka
2. Eksternalizacija informacijskih sustava, dostupno 03.07.2015 na <http://itrevizija.ba/2014/07/eksternalizacija-outsourcing-poslovnih-procesa/>
3. Internet, 2013. Wikipedija, dostupno 06.07.2015. na

<http://hr.wikipedia.org/wiki/Internet>

4. Krstarenja motornim jedrenjacima, dostupno 06.07.2015. na

<http://www.idriva.com/croatia-blue-cruise.html>

5. Kuće za odmor, dostupno 06.07.2015. na

<http://www.idriva.com/croatia-vacation-rentals-villas-homes.html>

6. Misija i vizija I. D. Riva Tours GmbH, dostupno 06.07.2015. na

<http://www.idriva.com/about-us.html>

Popis shema:

1. Shema 1 Upravljanje informacijskom tehnologijom.....	7
2. Shema 2 INTEGRACIJA IT U PROCES POSLOVNOG PLANIRANJA.....	9
3. Shema 3 PROCES ODLUČIVANJA HOĆEMO LI EKSTERNALIZIRATI IS USLUGU.....	11
4. Shema 4 Organizacijska struktura I. D. Riva Tours GmbH.....	26

Popis slika:

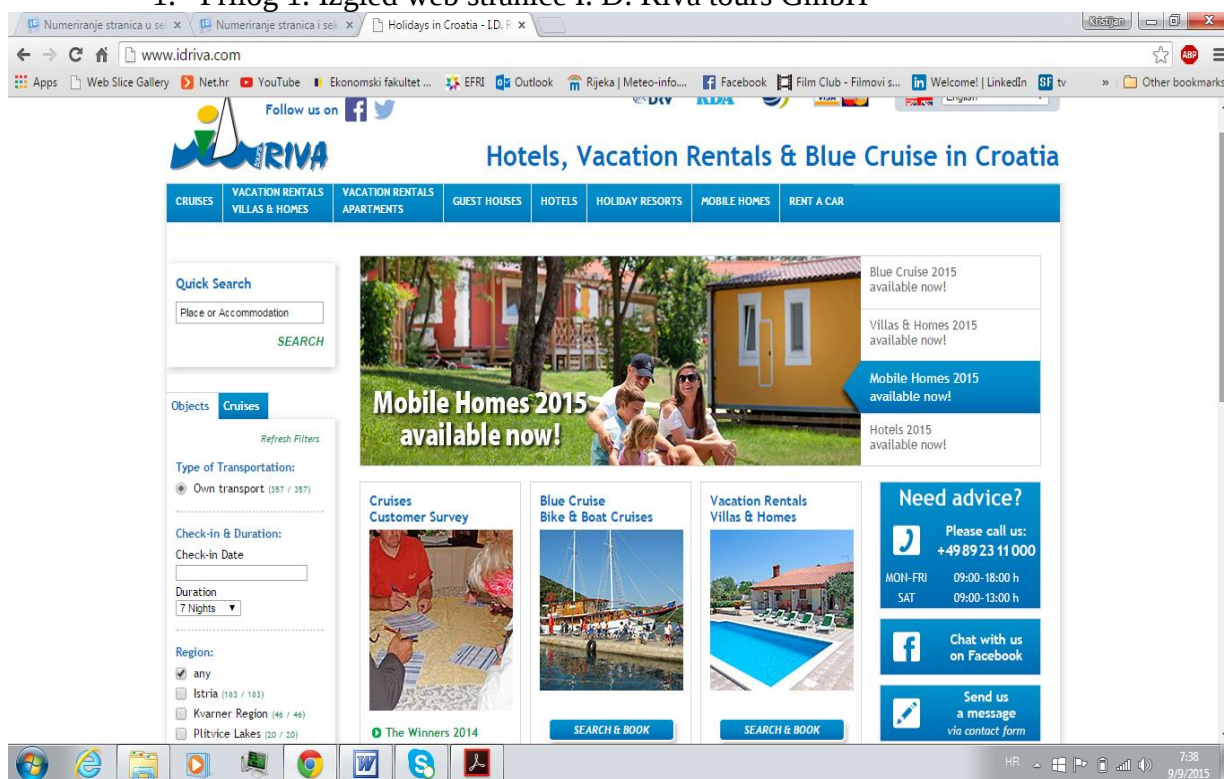
1. Slika 2 Postupak digitalnog potpisa	21
2. Slika 3 Otvaranje programa.....	33
3. Slika 4 Spajanje na VPN u Münchenu	34
4. Slika 5 Početna stranica programa.....	35
5. Slika 6 Naslovna strana i upisivanje šifri	36
6. Slika 7 Informacije ponuđene nakon upisivanja šifre	37
7. Slika 8 Upisivanje šifre za pregled unajmljenih bicikli na krstarenju.....	38
8. Slika 9 Uvid na goste i potrebne bicikle.....	39
9. Slika 10 Početna stranica za prijavu.....	42
10. Slika 11 Glavni izbornik.....	43
11. Slika 12 Izbornik "Izradi račun"	44
12. Slika 13 Unos broja usluga koje se prodaju	44
13. Slika 14 Završetak procesa izrade računa i prodaje usluge	45

Popis tablica:

1. Tablica 2 Struktura zaposlenih u I. D. Riva Tours GmbH.....	26
--	----

Popis priloga

1. Prilog 1. Izgled web stranice I. D. Riva tours GmbH



Izvor: <http://www.idriva.com/>

2. Prilog 2. Izgled facebook stranice I. D. Riva Tours GmbH



Izvor: <https://www.facebook.com/RivaTours?fref=ts>

IZJAVA

kojom izjavljujem da sam diplomski rad s naslovom ELEKTRONIČKO POSLOVANJE I. D. RIVA TOURS GmbH izradio samostalno pod voditeljstvom prof. dr. sc. Zvonka Čapka. U radu sam primijenio metodologiju znanstvenoistraživačkog rada i koristio/la literaturu koja je navedena na kraju diplomskog rada. Tuđe spoznaje, stavove, zaključke, teorije i zakonitosti koje sam izravno ili parafrazirajući naveo u diplomskom radu na uobičajen, standardan način citirao sam i povezao s fusnotama s korištenim bibliografskim jedinicama. Rad je pisan u duhu hrvatskog jezika.

Suglasan/na sam s objavom diplomskog rada na službenim stranicama Fakulteta.

Student/ica

Kristijan Vidović

Vidović K.