

Utjecaj tehnologije na poslovno komuniciranje

Blašković, Ivona

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics and Business in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:612577>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-02**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i poslovna ekonomija

Ivona Blašković

UTJECAJ TEHNOLOGIJE NA POSLOVNO KOMUNICIRANJE

Završni rad

Osijek, 2024.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i poslovna ekonomija

Ivona Blašković

UTJECAJ TEHNOLOGIJE NA POSLOVNO KOMUNICIRANJE

Završni rad

Kolegij: Poslovno komuniciranje

JMBAG: 0010236120

e-mail: iblaskovic@efos.hr

Mentor: prof. dr. sc. Jerko Glavaš

Komentor: Bruno Mandić, mag. oec.

Osijek, 2024.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics and Business in Osijek

University Undergraduate Study Programme Economics and Business


Ivona Blašković

**THE IMPACT OF TECHNOLOGY ON BUSINESS
COMMUNICATION**

Final paper

Osijek, 2024.

IZJAVA
O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI,
PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA,
SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA
I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

- Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni
(navesti vrstu rada: završni/diplomski/specijalistički/doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na vlastitim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
- Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
- Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna trajnom pohranjivanju i objavljivanju mog rada u Institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, Repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom Repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti, NN 119/2022).
- Izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan s dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Ivona Blašković

JMBAG: 0010236120

OIB: 79041681711

e-mail za kontakt: ivonajez0406@gmail.com

Naziv studija: Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i poslovna ekonomija

Naslov rada: Utjecaj tehnologije na poslovno komuniciranje

Mentor/mentorica rada: Prof.dr.sc. Jerko Glavaš

U Osijeku, _____ 2024. _____ godine

Potpis Ivona Blašković

Utjecaj tehnologije na poslovno komuniciranje

SAŽETAK

Tehnologija danas ima nezamjenjiv utjecaj na poslovnu komunikaciju. Tehnologija može biti podrška ljudskim vještinama, ali ne može ih zamijeniti te je potrebno ulagati i kontinuirano razvijati vještine koje su ključne za uspješno korištenje digitalnih alata. Web 2.0 je nova generacija World Wide Web tehnologije, a nakon njezine pojave razvija se i poslovna komunikacija 2.0 koju obilježavaju mnogobrojni kanali, dijeljenje informacija, dinamičnost, ravnopravnost i ostalo. Korištenje novih tehnologija na brojne načine poboljšava poslovnu komunikaciju, ali ima i određene nedostatke. Komunikacija unutar poduzeća je neizostavna zbog obilja informacija koje svakodnevno prolaze poduzećem, a kako bi djelatnici mogli uspješno obavljati zadatke potreban je pravodoban način razmjene informacija. Postoji verbalna, neverbalna i elektronska komunikacija, a elektronska komunikacija je najnovija i najmlađa vrsta poslovne komunikacije. Kako bi se ostvarila konkurentsku prednost, potrebno je u pravom trenutku imati pravu informaciju, stoga nužno je i neophodno iskoristiti sve mogućnosti suvremenih tehnologija.

Ključne riječi: tehnologija, poslovna komunikacija, informacije, komunikacija

The impact of technology on business communication

ABSTRACT

Technology today has an irreplaceable impact on business communication. While technology can support human skills, it cannot replace them, necessitating investment and continuous development of skills crucial for the effective use of digital tools. Web 2.0 represents a new generation of World Wide Web technology, followed by the emergence of Business Communication 2.0 characterized by numerous channels, information sharing, dynamism, equality, and more. Utilizing new technologies enhances business communication in various ways but comes with certain drawbacks. Communication within companies is essential due to the abundance of information passing through daily, requiring timely exchange methods for employees to successfully perform tasks. There exist verbal, non-verbal, and electronic communications, with electronic communication being the newest and youngest form of business communication. To achieve competitive advantage, having the right information at the right time is crucial, thus utilizing all opportunities of modern technologies is essential.

Keywords: Technology, business communication, information, communication

SADRŽAJ

1. Uvod.....	1
2. Metodologija rada	2
3. TEHNOLOGIJA	3
3.1. Web 2.0 i poslovna komunikacija 2.0	3
3.2. Poduzeće 2.0.....	4
4. UPOTREBA TEHNOLOGIJE U UNAPRJEĐIVANJU POSLOVNE KOMUNIKACIJE.....	5
4.1. Prednosti upotrebe tehnologije u unaprjeđivanju poslovne komunikacije.....	5
4.2. Nedostatci upotrebe tehnologije u unaprjeđivanju poslovne komunikacije.....	5
5. POSLOVNO KOMUNICIRANJE.....	6
5.1. Pojam komunikacije	6
5.2. Verbalna komunikacija.....	7
5.3. Neverbalna komunikacija	8
6. ELEKTRONSKA KOMUNIKACIJA	9
6.1. Značaj elektronske komunikacije na menadžment i organizaciju	10
6.2. Mogućnosti interneta	10
6.3. Opasnosti i prijetnje interneta u poslovanju	12
7. SUVREMENE TEHNOLOGIJE U POSLOVNOJ KOMUNIKACIJI	13
7.1. Internet i web preglednici	13
7.2. WWW – web stranice.....	14
7.3. Elektronička pošta	14
7.4. Komuniciranje putem videokonferencija i telekonferencija.....	15
7.4.1. Virtualni sastanci.....	16
7.5. Sustavi koji olakšavaju komunikaciju unutar poduzeća.....	16
7.5.1. ERP sustavi	17
8. RASPRAVA.....	20
9. ZAKLJUČAK	21
LITERATURA	23
POPIS SLIKA	24

1. Uvod

Tema završnog rada glasi Utjecaj tehnologije na poslovno komuniciranje. Danas poduzeća svakodnevno koriste tehnologiju kako bi poboljšali komunikaciju među zaposlenicima te kontinuirano razvijali poduzeće, a tehnologija s pomoću Interneta povezuje ljude s potrebnim informacijama i podacima.

Poduzeća koja koriste Web 2.0 tehnologije nazivaju se Poduzeća 2.0. Za implementaciju mrežnih usluga Poduzeća 2.0 potrebno je vrijeme i novac, ali i učenje te prilagodba novim tehnologijama. Kako bi povećali konkurentnost, poduzeća sve češće ulažu u nove suvremene tehnologije, ali tehnologija ne može sama obavljati zadatke bez kvalificirane radne snage. Ovaj rad nastoji objasniti značaj komunikacije unutar poduzeća i ustanoviti kako je tehnologija unaprijedila i pojednostavila proces komunikacije među zaposlenicima, povećavajući učinkovitost i efikasnost.

Završni rad sastoji se od devet poglavlja. Prvo i drugo poglavlje su uvod i metodologija. Treće poglavlje objašnjava pojam tehnologije te govori o Poduzećima 2.0 i primjeni Web 2.0 tehnologije. Četvrto poglavlje navodi prednosti i nedostatke upotrebe tehnologije s ciljem unapređenja poslovne komunikacije. Peto poglavlje objašnjava sam pojam komunikacije te donosi prednosti i nedostatke verbalne i neverbalne komunikacije. Šesto poglavlje obuhvaća najnoviju vrstu komunikacije, elektronsku komunikaciju, i prikazuje njezin značaj, ali i upozorava na opasnosti i prijetnje koje donosi elektronska komunikacija putem Interneta. Posljednje, sedmo poglavlje opisuje i navodi primjere suvremenih tehnologija i Internetskih servisa te objašnjava sustave ICT-a koji poboljšavaju elektronsku komunikaciju. Osmo poglavlje je rasprava, a deveto zaključak. Nakon toga slijedi popis literature.

2. Metodologija rada

Ovaj rad je napisan korištenjem stručne i znanstvene literature usko povezane s područjem i temom Utjecaj tehnologije na poslovno komuniciranje. Za potrebe ovog rada korišteni su sekundarni izvori podataka koji uključuju istraživanja i podatke relevantne za poslovnu komunikaciju, a analiza prikupljene literature omogućila je razumijevanje utjecaja tehnologija, identificirajući sve prednosti, ali i nedostatke i izazove koje tehnologija nosi. Podaci iz različitih izvora kombinirani su kako bi se pružio cjelovit pregled utjecaja tehnologije na poslovnu komunikaciju te kako bi se različiti podaci i izvori informacija povezali u cjelinu. Prikupljeni podaci analizirani su deskriptivnom metodom te će predmet rada biti detaljno objašnjen i opisan. Metoda sinteze podataka uključuje kombiniranje informacija iz različitih izvora kako bi se dobila cjelovita slika istraživane teme, a hipoteza rada glasi: Tehnologija značajno poboljšava brzinu i efikasnost poslovne komunikacije.

Naposljetku, rad se sastoji od devet poglavlja. Prvo poglavlje je uvod, a nakon njega slijedi metodologija rada, tehnologija, upotreba tehnologije u unaprjeđivanju poslovne komunikacije, poslovno komuniciranje, elektronska komunikacija te suvremene tehnologije u poslovnoj komunikaciji. Posljednja dva poglavlja su rasprava i zaključak.

3. TEHNOLOGIJA

U današnjem promjenjivom poslovnom okruženju, primjena tehnologije je neizostavna. Prema mišljenju Jurković i Marošević „Tehnologija je alat, odnosno sredstvo kojim se mogu obaviti određeni zadaci“ (Jurković, Marošević, 2013:498).

Tehnologija ima veliki značaj i nezamjenjiv utjecaj u poslovanju, ali beskorisna je ako ljudi ne posjeduju vještine i ne znaju kako ju koristiti. Tehnologija može biti podrška ljudskim vještinama, ali ne može ih zamijeniti. Jednostavnije rečeno, tehnologija ne može razmišljati i djelovati umjesto ljudi. Osoblje treba biti osposobljeno za korištenje alata, ali bitno je održavati ravnotežu između korištenja tehnoloških alata i ljudske interakcije kako bi se osiguralo uspješno poslovanje i efikasna komunikacija (Jurković, Marošević, 2013).

3.1. Web 2.0 i poslovna komunikacija 2.0

Web 2.0 predstavlja novu generaciju World Wide Web tehnologije. Samim time nastaje i poslovna komunikacija 2.0 koja upotrebljava alate Weba 2.0 kako bi stvorila interaktivno okruženje u kojem se svi sudionici mogu priključiti u razgovor. Poslovna komunikacija 2.0 je novi pristup koji je donio duboke i značajne promjene u usporedbi s poslovnom komunikacijom 1.0. Taj pristup imao je određena pravila, poput toga da samo komunikacijski stručnjaci mogu pisati poruke te da prije distribucije, poruke moraju odobriti ovlaštene osobe. Od publike koja je primila te poruke, nije bilo očekivano da daje odgovor. Web 2.0 i novi pristup komunikacije su potpuno drugačiji od toga. Neke od karakteristika poslovne komunikacija 2.0 su konverzija, diskusija, višesmjernost, visoka učestalost poruka, mnogobrojni kanali, dijeljenje informacija, dinamičnost, ravnopravnost, reagiranje i odgovaranje (Jurković, Marošević, 2013:497).

3.2. Poduzeće 2.0

Poduzeće 2.0 nastaje primjenom i upotrebom Web 2.0 tehnologija. Prema McAfee-u, SLATES je akronim koji označava šest komponenti koji poduzeće čine Poduzećem 2.0. Te komponente su:

- Pretraživanje (Search)
- Veze (Links)
- Stvaranje (Authoring)
- Tagovi (Tags)
- Proširenja (Extensions)
- Signali (Signals) (Orehovački i dr., 2008:197-198).

Glavne prednosti Poduzeća 2.0 su pozitivan utjecaj na efikasnost i produktivnost. Kako bi se smanjili troškovi poslovanja, cjelokupnu infrastrukturu Poduzeća 2.0 moguće je instalirati kao mrežnu uslugu. Neke od Web 2.0 tehnologija koje se mogu koristiti i implementirati u poslovanju su blogovi, Wiki sustavi, RSS - Really Simple Syndication i Mashup , Podcasting, Društvene knjižne oznake –social bookmarking, Društvene mrežne stranice - Social Network Sites i drugi. Kako bi proces implementacije novih tehnologija bio uspješan, potrebno je sve isplanirati unaprijed, a sam proces prihvaćanja, učenja i usvajanja tehnologija od strane djelatnika treba biti postepen i ne treba ga se forsirati (Orehovački i dr., 2008).

4. UPOTREBA TEHNOLOGIJE U UNAPRJEĐIVANJU POSLOVNE KOMUNIKACIJE

U današnje vrijeme, poslovna komunikacija se uvijek bar nekim dijelom odvija putem tehnologije. Dok neki tehnologiju vide kao nezamjenjivu komponentu uspješne poslovne komunikacije, drugi su zabrinuti zbog njezinih negativnih utjecaja i nedostataka. U nastavku slijede prednosti i nedostaci upotrebe tehnologije u poslovnoj komunikaciji.

4.1. Prednosti upotrebe tehnologije u unaprjeđivanju poslovne komunikacije

Prednost korištenja tehnologije u poduzeću je da se poruke mogu slati i primiti u različito vrijeme. Tehnologija zatim omogućuje brzo i efikasno prosljeđivanje informacija primatelju, reducira različitosti između primatelja i pošiljatelja te ima jednake prednosti kao pisana komunikacija (Jurković, Marošević, 2013:498). Prednosti pisane komunikacije opisane su u petom poglavlju.

4.2. Nedostaci upotrebe tehnologije u unaprjeđivanju poslovne komunikacije

Upotreba tehnologije u poslovnoj komunikaciji osim mnogo prednosti, donosi i brojne nedostatke. Tehnologija otuđuje ljude smanjujući osobnu interakciju te stvara osjećaj lažne povezanosti. Zaposlenici koji često komuniciraju putem tehnologije mogu biti žrtve organizacijskih politika jer ne sudjeluju u neformalnim razgovorima te nemaju priliku borbe za poziciju i vlastite interese. Samim time narušavaju se i odnosi među zaposlenicima te se narušava radna atmosfera. Upotreba tehnologije ima jednake nedostatke kao i pisana komunikacija (Jurković, Marošević, 2013:498). Nedostaci pisane komunikacije opisane su u petom poglavlju.

5. POSLOVNO KOMUNICIRANJE

Poslovna komunikacija je važan dio svakog poduzeća, neizostavan za uspjeh. Komunikacija unutar poduzeća je neizostavna zbog obilja informacija koje svakodnevno prolaze poduzećem. Pojedinci, timovi i odjeli često su preopterećeni ako ne postoji pravodoban način razmjene informacija, a time se otežava donošenje brzih i kvalitetnih odluka.

5.1. Pojam komunikacije

Pojam komunikacija dolazi od latinske riječi *communicatio* što u prijevodu znači priopćavanje ili razgovor (Jurković, 2012:387). Proces komunikacije označava razmjenu informacija među svim živim bićima, uključujući i životinje. Komuniciranje je bitno za funkcioniranje bilo koje organizacije, ali i društva. Ukoliko se ne pronađe efikasan način za sporazumijevanje, informacije koje se prenose vrlo lako mogu izgubiti svoje značenje, biti izobličene ili krivo interpretirane (Oštarjaš, 2018).

Uz pojam komunikacije, često se spominju i pojmovi informiranje i informacija, ali nisu jednaki te postoji jasna razlika među njima. Informacija čini svrhu i sadržaj cjelokupnog procesa komunikacije, ali nije sam proces komuniciranja. Komunikacija se tumači kao interakcija. Pod tim se podrazumijeva da svi sudionici u komunikacijskom procesu ne samo da primaju informacije, već i aktivno sudjeluju u kreiranju tih informacija. Sudjelovanjem u komunikacijskom procesu, sudionici imaju sposobnost mijenjanja vlastitih stajališta, isto kao i stajališta drugih sudionika, odnosno njihovih sugovornika. Komunikacija se odnosi na prijenos informacija, ali i međusobni utjecaj sugovornika (Šunić, 2020).

Da bi komunikacija bila uspješna, bitno je da poruka koja se šalje nije dvosmislena te da ju svi sudionici jednako shvaćaju i razumiju. I pošiljalatelj i primatelj trebaju na jednaki način interpretirati informaciju, a usmena komunikacija je ta koja to pospješuje jer omogućava brzu povratnu informaciju. U nastavku slijedi objašnjenje verbalne i neverbalne komunikacije te njihovog utjecaja.

5.2. Verbalna komunikacija

Verbalna komunikacija se koristi svakodnevno te se s pomoću nje izražava ideje, misli, osjećaje i ostalo. Poslovanje bi bilo nemoguće bez verbalne komunikacije te osim što ona omogućava izražavanje mišljenja, s pomoću nje se i primaju sve informacije. Fox (2001.) navodi da se verbalna komunikacija dijeli na usmenu komunikaciju, pismenu komunikaciju i komunikaciju putem znakova.

Usmena komunikacija označava razgovor licem u lice, telefon i medije poput radija i televizije, a temelji se na izgovorenim riječima. Usmena komunikacija ima mnoge prednosti, uključujući brzu povratnu informaciju koja smanjuje mogućnost nerazumijevanja poruke. Osim toga, poruka ne može biti dvosmislena jer se ideje razmjenjuju u istom trenutku što odmah rješava nesuglasice. S druge strane, usmena komunikacija ne ostavlja pisani trag te sudionici moraju biti jako skoncentrirani na ono što čuju, ali i oprezni kako ne bi izgovorili nešto što ne bi htjeli. Razgovor putem telefona ili prenošenje putem medija često može biti ometano bukom i tehničkim poteškoćama što otežava razumijevanje poruke te može dovesti do pogrešne interpretacije (Šunić, 2020).

Pismena komunikacija je svaki oblik komuniciranja koji se odvija pisani putem. To uključuje komunikaciju putem poruka, e-maila, pošte, faxesa i ostalih kanala. Ona ostavlja pismeni trag te zahtijeva vrijeme i koncentraciju kako se ne bi napisalo nešto što nije potrebno. Taj pismeni trag ostaje trajan te se može smatrati i koristiti kao dokaz. Pismena komunikacija ljudima omogućava vrijeme za smišljanje poruke i načina na koji se žele izraziti, a uvelike olakšava i komunikaciju na različitim jezicima. Negativna strana ove vrste komunikacije je spora povratna informacija, a dugo čekanje povratne informacije može dovesti do krivog razumijevanja i shvaćanja poruke. Pismeni trag također može biti negativna strana te pismena komunikacija zahtijeva opreznost i pripremu (Šunić, 2020).

Za usmenu komunikaciju je potrebno manje pripreme te možemo improvizirati, ali važne stvari se većinom potvrđuju i pismenim putem. Za oba oblika potrebna je priprema i vježba, a povratna informacija je ono što potvrđuje točnost i razumljivost poruke. Najbolje je upotrijebiti oba načina kako bi imali dokaz na koji se možemo osloniti, ali i sigurnost u značenje prenošene poruke.

5.3. Neverbalna komunikacija

Neverbalna komunikacija se odnosi na svaku komunikaciju koja nije pisana ili izgovorena, a uključuje poglede, izraze lica, geste, fizički izgled, boju glasa i ostalo. Iako se neverbalna komunikacija svakodnevno koristi, većina nije svjesna vlastite te ne vodi računa o njoj. Svijest o vlastitoj neverbalnoj komunikaciji je jako bitna. U poduzeću, naš izgled, držanje i način govora imaju veliki utjecaj kod dodjele radnih zadataka, odluke o zapošljavanju, pa čak i na napredovanje (Šunić, 2020).

Ako se ne vodi računa o neverbalnoj komunikaciji, poruka može biti krivo shvaćena. Neverbalna komunikacija igra ključnu ulogu u poslovnom okruženju, često prenoseći više informacija od samih riječi. Ton glasa i držanje otkrivaju mnogo i ostavljaju dojam te na poslovnim razgovorima treba biti ozbiljan, jasan te stajati iza onoga što se govori. Na sastancima i prezentacijama, otvoreno držanje tijela s lagano raširenim rukama može pokazati pristupačnost i samopouzdanje. Govor tijela, uključujući geste i mimiku lica, može dodatno pojačati ili umanjiti verbalnu poruku te govor tijela treba biti umjeren i u skladu s onim što se prenosi. Nedostatak kontakta očima može se protumačiti kao manjak samopouzdanja ili nesigurnost. Odijevanje u poslovnom okruženju ne smije biti upadljivo, prikladnim odijevanjem se pokazuje poštovanje i profesionalnost. Neverbalna komunikacija igra veliku ulogu u svakodnevnoj interakciji s ljudima te je bitno obratiti pozornost na kontroliranje istog kako bi se poboljšala kvaliteta prijenosa informacija te omogućila bolja razumljivost poruke.

6. ELEKTRONSKA KOMUNIKACIJA

E-komunikacija je najnovija i najmlađa vrsta poslovne komunikacije. Prema mišljenju Barišić, „Elektronička komunikacija može se definirati kao komunikacija koja koristi elektroničke medije za prijenos informacija ili poruka s pomoću računala, e-pošte, telefona, video poziva, fax uređaja. Ova vrsta komunikacije može se razviti dijeljenjem podataka poput slika, grafika, zvuka, karta, softvera itd.“ (Barišić, 2021:15).

Elektronički mediji imaju veliki značaj u suvremenoj poslovnoj komunikaciji jer donose mogućnost brze i lake komunikacije s fizički udaljenom osobom ili grupom ljudi. Elektronički mediji dijele se na interpersonalne i masovne. Razlika je u tome što se interpersonalni odnose na razmjenu informacija između dvije osobe ili manjeg broja ljudi, a masovni na mali broj pošiljatelja i veliki broj primatelja poruka - mediji, radio, televizija (Jurković, Marošević, 2013).

Suvremena poduzeća gotovo ne mogu funkcionirati i poslovati bez korištenja E-komunikacije. Programi i aplikacije koje se koriste za prijenos informacija danas su jako rasprostranjene, a to vjerojatno proizlazi iz njihove jednostavnosti za korištenje. Osim što su jednostavne i praktične za korištenje, većina se može koristiti bez ikakve naknade. S pomoću interneta, ljudi s različitih kontinenata postižu prijenos informacija u trenutku, a poslovna suradnja „iz daleka“ nikad nije bila jednostavnija i jeftinija.

Telefonski pozivi, slanje pisama i daleka putovanja zbog sastanka imali su određena ograničenja poput brzine, vremena i visokih troškova. Dolaskom E-komunikacije, povratni odgovor se dobiva u trenutku, a nekadašnja ograničenja gotovo su nestala. Sveukupno, E-komunikacija je dramatično promijenila način na koji ljudi komuniciraju, pružajući brži, jednostavniji i globalno dostupan način razmjene informacija.

6.1. Značaj elektronske komunikacije na menadžment i organizaciju

Danas je nemoguće zamisliti poduzeće koje uspješno posluje bez korištenja elektroničkih uređaja. Suvremene tehnologije omogućile su brži rad s podacima i informacijama, a jednostavan pristup informacijama putem računala donosi široku dostupnost. Osim toga, računala pružaju podršku u izvođenju složenih, preciznih i ponavljajućih zadataka, što dovodi do uštede vremena i manjih troškova poslovanja (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008).

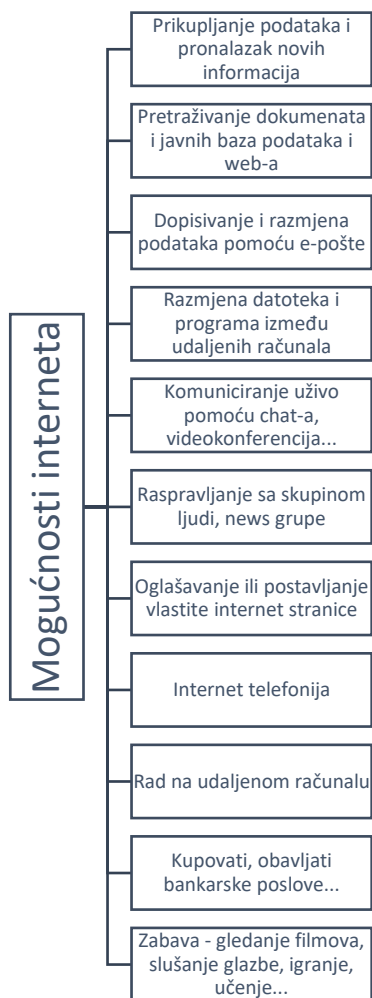
Prema mišljenju Lamza-Maronić i Glavaša, „Poslovanje organizacije podržano informacijskom i komunikacijskim tehnologijama podrazumijeva upotrebu računala za svakodnevnu komunikaciju djelatnika i svih razina menadžmenta...“ (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008:37). Osim komunikacije putem računala, u organizacijama se s pomoću tehnologije obavljaju i zadaci poput knjigovodstva, ažuriranja podataka o poslovanju, obračun plaća, izrada financijskih izvještaja i ostali.

Bez novih tehnologija i korištenja računala, poduzeća bi bila izložena mnogim izazovima i preprekama. Upisivanje podataka u računala povećava točnost, puno je brže te poboljšava i olakšava prijenos istih podataka unutar poduzeća. Bez korištenja digitalnih alata koji omogućuju analizu i pohranu podataka, povećala bi se vjerojatnost za gubitak podataka što bi zatim dovelo do manje produktivnosti. Gotovo je sigurno da će poduzeća i organizacije koja ne prihvaćaju nove i suvremene metode i tehnologije zaostati za konkurencijom.

6.2. Mogućnosti interneta

Internet je sustav međusobno povezanih računala i drugih sličnih uređaja koji omogućuje razmjenu i dijeljenje podataka, informacija i usluga. Prema mišljenju Zrna „Internet je javno dostupna globalna paketna podatkovna mreža koja zajedno povezuje računala i računalne mreže korištenjem istoimenog protokola (internetski protokol = IP)“ (Zrna, 2019). Internet mreža se sastoji od milijuna poslovnih, kućnih, vladinih te akademskih mreža. Internet nudi brojne mogućnosti, a zbog jednostavnosti korištenja, većina ljudi izvlači i koristi sve prednosti interneta. Samim time je i rad od kuće, to jest obavljanje posla od kuće bez odlaska na posao (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008).

U vrijeme Covida-19, mnogi su zaposlenici morali prijeći na rad od kuće. Desetak godina prije Covid-19, udio osoba u Europi između 15 i 64 godine koji rade od kuće bio je oko 5 %, a 2020. godine iznosio je 12,3 % (Blašković, 2021). U nastavku slijedi prikaz mnogih drugih brojnih mogućnosti koje Internet pruža.



Slika 1 *Mogućnosti interneta (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008:31).*

6.3. Opasnosti i prijetnje interneta u poslovanju

Internet je neophodna stavka za E-komunikaciju te se bez Interneta ne bi moglo dijeliti informacije i poruke, održavati online sastanke i razmjenjivati informacije na druge načine putem računala. Međutim, potrebno je biti oprezan jer Internet nosi veliki rizik od virusa koji mogu ugroziti sigurnost podataka i privatnost korisnika.

Zlonamjernici na različite načine pokušavaju ugroziti sigurnost računala i podataka, pa čak i sigurnost same mreže. Virusom se može zaraziti računalo tako da virus neovlašteno ulazi u baze podataka, prisluškuje informacije ili onemogućuje Internetske usluge. Virus, Trojanski konj, Crv i Špijunski softver su neki od zlonamjernih softvera koje sadrži Internet. Bitno je osvijestiti zaposlenike da korištenje Interneta nije bezopasno te da postoje načini za minimiziranje potencijalnih opasnosti i prijetnji (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008).

Kod poslovne komunikacije putem e-pošte potrebno je biti oprezan jer svaka poruka može biti zaražena virusom, namjerno ili nenamjerno. Ukoliko zaposlenici ne primijete virus te otvore poruku ili kliknu na link, virus se umnožava na računalu, radi nepoželjne i opasne radnje te negativno utječe na komunikaciju u poduzeću. Zaposlenike je potrebno upozoriti da ne ulaze u sumnjive Web stranice, izbjegavaju programe koji se instaliraju na računalo te da ne rade nepoželjne radnje koje bi mogle dovesti do zaraze virusom. Bitno je da imaju instalirane antivirusne programe. Te programe potrebno je redovito ažurirati, a osim toga koristiti vatrozid i program za uklanjanje špijunskih softvera (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008:35).

7. SUVREMENE TEHNOLOGIJE U POSLOVNOJ KOMUNIKACIJI

Suvremena tehnologija ima velik i nezamjenjiv utjecaj na poslovanje. Kako bi se ostvarila konkurentsku prednost, potrebno je u pravom trenutku imati pravu informaciju. Bez obzira o kojoj se komunikaciji govori, bitno je imati efikasnu komunikaciju. Efikasna komunikacija je postala glavni i najbitniji faktor za rast organizacije i ostvarivanje poslovnih ciljeva (Sokač, 2020:7).

Iako tehnologija povećava efikasnost komunikacije, i dalje može doći do nesporazuma i krivo protumačenih podataka. Treba biti oprezan pri svakom prijenosu informacija te uvijek zahtijevati na povratnoj informaciji. Tehnologijom se gubi osobni kontakt i empatija koji ni virtualni sastanci ne mogu zamijeniti. Osim toga, smanjuje se i koncentracija zaposlenih, a prevelik broj informacija može dovesti do preopterećenja. Ukoliko se u obzir uzmu sve prednosti i nedostaci, tehnologija može imati značajan pozitivan utjecaj na poslovnu komunikaciju.

7.1. Internet i web preglednici

Kada se govori o tehnologiji, misli se i na nezaustavan razvoj Interneta koji neprekidno donosi nove mogućnosti i povećava svoju ulogu. Internetski serveri su usluge interneta, a s pomoću njih se štedi vrijeme i pojednostavljuje elektronska komunikacija. Najutjecajniji internetski serveri su:

- WWW
- elektronička pošta
- komunikacija u skupini putem e-pošte
- tekstualne poruke
- komuniciranje putem videokonferencija i telekonferencija (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008:31).

7.2. WWW – web stranice

WWW je oznaka za web stranice. Web stranice pisane su u HTML jeziku koji podupire veze s drugim sličnim datotekama i dokumentima. Google Chrome je najpopularniji web preglednik na svijetu, a zanimljivo je da računala koriste Google 60% vremena dok su na Internetu. U odnosu na druge preglednike, Google Chrome je jedan od najsigurnijih. Većinu virusa Google prepoznaje te automatski upozorava korisnike na opasnost i blokira skočne prozore. Ostali popularni web preglednici su Mozilla Firefox, Internet Explorer, Opera, Microsoft Edge i Safari (Zrna, 2019).

7.3. Elektronička pošta

Elektronička pošta ili e-mail je pisani oblik poslovne komunikacije. E-mail je donio značajnu pozitivnu promjenu za poslovanja jer je pogodan za sve faze, jednostavan i lako se upotrebljava. Oštarjaš navodi da se pri korištenju e-maila za poslovnu komunikaciju, potrebno držati određenih preporuka :

- Ograničite se na jednu temu i pišite kratko
- Budite izravni
- Koristite se jednostavnim, manje formaliziranim jezikom
- Koristite se mogućnošću povezivanja e-maila s preostalim Web komunikacijama
- Izbjegavajte upotrebu velikih slova
- E-mail poruke čitajte redovito
- Odgovarajte brzo na poruke
- Ne služite se e-mailom da bi izbjegli telefonske razgovore
- Prije nego što pošaljete pročitajte i popravite e-mail poruke
- Ne šaljite e-mail koji ste sastavili dok ste bili ljuti (Oštarjaš, 2018).

E-mail ima mnoge prednosti, ali kako i preporuka kaže, elektronska pošta ne treba u potpunosti zamijeniti komunikaciju. Pozitivne strane su to što ne postoji naknada za korištenje već nam je

potreban samo pristup Internetu, jednostavno se koristi, poruke se šalju u sekundi te nam omogućuje vrijeme za pisanje poruke. E-mail nema prepreke poput fizičke udaljenosti, pohranjuje sve poruke te podržava i slanje slika, dokumenata i linkova. Ponekad trajna pohrana poruka može biti i negativna stvar tako da je jako bitno da se više puta provjeri ono što je napisano.

Uz sve prednosti koje nosi, elektronska pošta ne može u potpunosti zamijeniti razgovor licem u lice ili bar razgovor telefonom kada je riječ o fizičkim udaljenostima. E-mail nudi vrijeme za razmišljanje, proučavanje i istraživanje poruke koje smo primili, ali ništa ne treba smatrati sigurnim dok se ne obavi i telefonski poziv.

7.4. Komuniciranje putem videokonferencija i telekonferencija

Telekonferencija i videokonferencija su dva oblika telefoniranja putem interneta koja se često koriste u poslovnom okruženju, a razlikuju se po načinu prijenosa informacija i interakciji sudionika.

Telekonferencija je način komunikacije gdje sudionici razgovora komuniciraju s pomoću Interneta i mikrofona, ali se međusobno ne vide. Sudionici mogu samo čuti jedni druge, što može biti dovoljno za raspravu i donošenje odluka, ali ograničava neverbalnu komunikaciju. Nedostatak slike otežava interpretaciju audio poruke i smanjuje učinkovitost komunikacije.

Videokonferencija je način komunikacije gdje sudionici koriste Web kamere tako da mogu vidjeti i čuti jedni druge. Za korištenje videokonferencije, potrebna je uporaba multimedijske tehnologije te VoIP-a. VoIP je protokol koji se koristi kako bi se putem Interneta prenio glas. Kada sudionici žele međusobno komunicirati putem videokonferencije, potrebno je pozvati internetsku adresu sudionika te tako uspostaviti vezu. Ovi servisi su izuzetno korisni za organizacije koje žele sudjelovati na konferencijama na dalekim lokacijama ili jednostavno razmjenjivati informacije s vanjskim suradnicima. Ovaj način komunikacije omogućava suradnicima da mogu u stvarnom vremenu istovremeno razmjenjivati poruke, razgovarati i diskutirati, stvarajući dojam kao da su svi fizički prisutni na istom mjestu. U odnosu na telekonferenciju, sudionici mogu vidjeti izraze lica, geste i druge oblike neverbalne komunikacije, što može poboljšati razumijevanje i suradnju. Pozitivna strana ovakvih razgovora su niski troškovi, a to potkrepljuje činjenica da je cijena

razgovora putem Interneta, kod velikih udaljenosti sudionika, znatno niža od cijene istog takvog razgovora koji bi se odvijao putem klasičnog telefona (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008:33).

7.4.1. Virtualni sastanci

Za vrijeme pandemije Covida-19, virtualni sastanci postali su sve prisutniji i važniji u poslovnom svijetu. Mnoge tvrtke morale su se brzo prilagoditi kako bi omogućile rad na daljinu, a virtualni sastanci pokazali su se kao ključni alat za održavanje poslovanja.

Korištenjem platformi za videokonferencije i digitalnu suradnju, tvrtke su uspjele osigurati učinkoviti način komunikacije među zaposlenicima, čak i kada su fizički udaljeni. Virtualni sastanci spajaju video, audio te komunikacijske i računalne tehnologije u jedno. To je alat koji nema prostorne ni vremenske barijere, a podržava razmjenu prezentacija, dokumenata i drugih izvora informacija.

Osim što je Covid-19 donio promjene i nove načine komunikacije u poslovnom svijetu, promjene su se dogodile i obrazovnom sektoru. Virtualni sastanci nisu postali nužnost samo za poduzeća, već su se i fakulteti i škole morali brzo prilagoditi. Fakulteti i škole su putem Google Meeta i drugih sličnih softvera održavali virtualne sastanke kako bi održavali seminare i predavanja. Tehnologija i digitalizacija su u ovakvim iznimnim situacijama neizostavan faktor, a zbog smanjenih troškova i drugih prednosti mnoga poduzeća su i nakon pandemije nastavila s radom od kuće te komuniciranjem i sastancima putem Interneta (Sokač, 2020).

7.5. Sustavi koji olakšavaju komunikaciju unutar poduzeća

Informacijski sustavi koriste tehnologiju kako bi pojednostavnili i olakšali provedbu poslovnih procesa, ali i eliminirali nepotrebne aktivnosti. Informacijski sustavi prikupljaju podatke, ali i nude pristup informacijama. Čovjek ne može prikupiti i obraditi toliko informacija te je za poduzeća neophodno koristiti informacijske sustave (Pavlić, 2011.).

U svakodnevnim aktivnostima i poslovanju poduzeća informacijski sustavi pojednostavljaju rad obavljajući razmjenu informacija te radeći precizne i ponavljajuće zadatke. ICT označava informacijsku i komunikacijsku tehnologiju, a u nastavku slijede primjeri korištenja sustava ICT-a u organizaciji sa stajališta elektronske komunikacije (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008).



Slika 2 Primjeri korištenja ICT-a u organizaciji (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008:37).

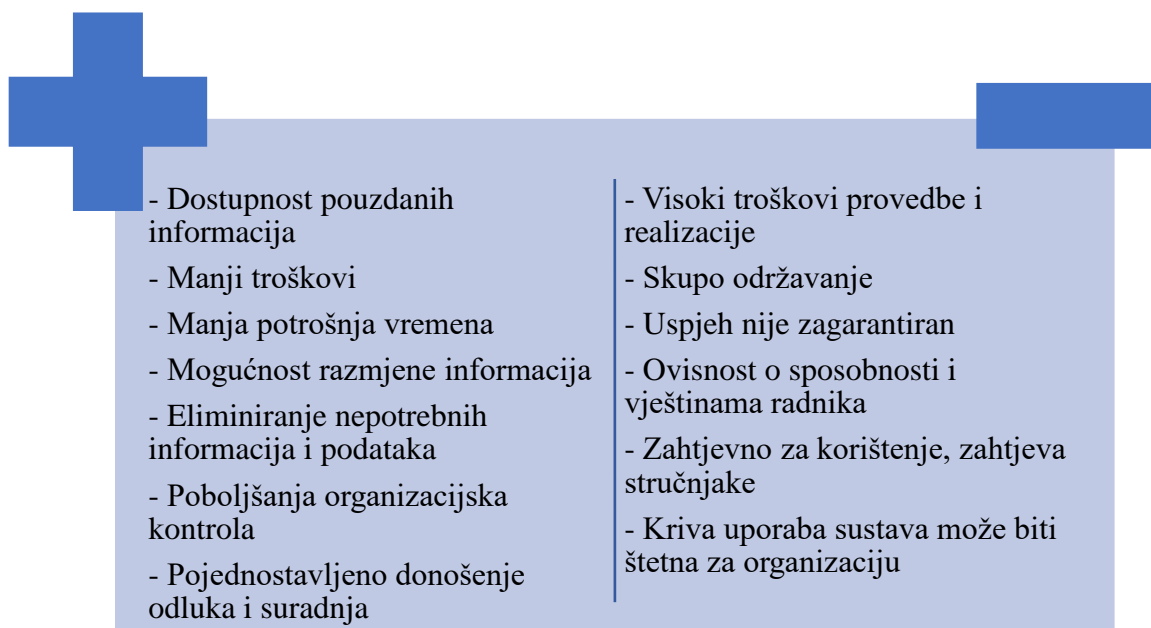
HRM sustavi omogućuju jednostavnije upravljanje ljudskim potencijalima unutar poduzeća, SRM sustavi povezuju poduzeća i organizacije s dobavljačima, a CRM sustavi podržavaju komunikaciju i odnose sa potrošačima, odnosno kupcima. ERP sustavi su detaljnije objašnjeni dalje u tekstu (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008:37).

7.5.1. ERP sustavi

Enterprise Resource Planning ili planiranje resursa poduzeća je oblik softvera koji služi za upravljanje svakodnevnim aktivnostima i zadacima na poslu kao što su računovodstvo, upravljanje različitim projektima, lancima opskrbe ili ljudskim resursima (Štefanić,2021:12).

ERP sustav počeo se razvijati polovicom 20. stoljeća kada je počeo ubrzani napredak na području računalne tehnologije. Računala su služila za praćenje zaliha, ali i za pojedine aktivnosti oko nabave i financija. Aplikacije su utjecale na komunikaciju poduzeća jer su imale mogućnost identificirati potrebe, pratiti zalihe i davati izvještaje o stanju. Kasnije se pojavljuju prvi MRP sustavi koji su doprinijeli boljem i efikasnijem planiranju proizvodnje i nabave. Krajem osamdesetih nastaju ERP sustavi koji imaju osnovne procese poslovnog sustava kao što su planiranje nabave, proizvodnja, marketing, prodaja, financije i slično. U tome povezuje i kupce i dobavljače u opskrbni lanac. Korištenje ERP sustava donosi veće zadovoljstvo za kupce, a manje troškove i veću produktivnost poslovnog sustava (Knežević, 2018:16).

Prije donošenja odluke o implementaciji ERP sustava, važno je informirati se i razmotriti sve prednosti i nedostatke navedenog sustava. U nastavku će biti prikazana slika koja prikazuje ključne pozitivne i negativne aspekte ERP sustava.



Slika 3 Prednosti i nedostatci ERP sustava (Štefanić,2021:20).

Implementacija ERP sustava može biti financijski zahtjevna, s visokim troškovima provedbe i održavanja. Osim visokih troškova održavanja, postoji i rizik jer uspjeh nije zajamčen. Uspjeh provedbe sustava ovisi o sposobnostima i vještinama zaposlenika te njihovoj spremnosti za

prilagodbu i pravilno korištenje nove tehnologije. Korištenje ERP sustava zahtijeva kvalificirane stručnjake i može biti zahtjevno, a manjak znanja može dovesti do nepravilne uporabe i štetnih posljedica za poduzeće. Uz stručno osoblje, ovi sustavi donose bolju organizacijsku kontrolu te lakše i brže donošenje odluka, pa samim time i jednostavniju suradnju. Kada se sustav pravilno koristi, smanjuje se vrijeme i troškovi poslovnih procesa, a također se poboljšava komunikacija unutar organizacije i potiče bolja suradnja među timovima.

8. RASPRAVA

Hipoteza ovog rada je sljedeća : Tehnologija značajno poboljšava brzinu i efikasnost poslovne komunikacije. Uz analizu svih korištenih literatura, zaključujem da je korištenje tehnologije u poslovnom okruženju neizostavno, ali da se ne može procijeniti točan utjecaj tehnologije na poslovnu komunikaciju jer tehnologija neprestano napreduje i razvija se.

Osim što se tehnologija kontinuirano razvija, povećavaju se i troškovi iste, ali tu je i trošak edukacije, prilagodbe i zaposlenja stručne i kvalificirane radne snage. Elektronski mediji su vrsta tehnologije koju su svi morali prihvatiti kako bi održali konkurentnost, ali mala poduzeća nikad neće moći konkurirati sa makro poduzećima koji mogu značajno više ulagati u suvremene tehnologije. Telefonski pozivi, slanje pisama i daleka putovanja zbog sastanka su nešto što je već odavno eliminirano zbog ograničenja poput brzine, vremena i visokih troškova.

Tehnologija ima nezamjenjiv utjecaj na poslovnu komunikaciju te donosi brže, efikasnije i dostupnije načine razmjene informacija. Dok su s jedne strane prednosti poput veće točnosti, brzine i efikasnost, izazovi poput lažne povezanosti, narušenih radnih odnosa i sigurnosnih rizika zahtijevaju pažnju, znanje i stručnost upravljanja.

U budućnosti, organizacije će sigurno morati ulagati u suvremene tehnologije i sustave kako bi se razvijali u skladu sa konkurencijom. Ulaganje u tehnologiju je postalo neizbježno, a zato treba ulagati i u digitalne vještine svojih zaposlenika kako bi se maksimalno iskoristile prednosti koje tehnologija nudi.

9. ZAKLJUČAK

Suvremene tehnologije igraju ključnu ulogu u poslovanju, pružajući podršku pri upravljanju podacima i olakšavajući procese donošenja odluka. Iako osoblje treba biti osposobljeno za korištenje alata, bitno je održavati ravnotežu između korištenja tehnoloških alata i ljudske interakcije kako bi se osiguralo uspješno poslovanje i efikasna komunikacija. Kako bi se izbjegla preopterećenost pojedinaca, timova i odjela, potrebno je pronaći učinkovit i pravodoban način razmjene podataka i informacija, odnosno komunikacije. Verbalna komunikacija dijeli se na usmenu i pismenu, a njihova najveća suprotnost je vrijeme čekanja povratne informacije. Iako mnogi često zaborave na važnost neverbalne komunikacije, ponekad je ona ključna u poslovnom okruženju, a naš izgled, držanje i način govora mogu prenositi više informacija od samih riječi. Elektronska komunikacija može se definirati kao komunikacija koja koristi elektroničke medije za prijenos informacija, a svojim pojavljivanjem donosi veliki preokret u poslovnoj komunikaciji. Dolaskom E-komunikacije, povratni odgovor se dobiva u trenutku, a nekadašnja ograničenja poput brzine, vremena i visokih troškova, gotovo su nestala. Internet nudi mnoge mogućnosti, a neke od njih su razmjena datoteka i programa između udaljenih računala i raspravljanje sa skupinom ljudi pomoću chat-a ili videokonferencija. Treba maksimalno iskoristiti sve što Internet pruža, ali potrebno je biti svjestan i svih opasnosti i prijetnji koji mogu ugroziti sigurnost podataka i privatnost korisnika te instalirati i redovito ažurirati antivirusne programe. Tehnologija povećava efikasnost komunikacije, ali i dalje može doći do nesporazuma i krivo protumačenih podataka. Treba biti oprezan pri svakom prijenosu informacija te uvijek zahtijevati na povratnoj informaciji jer se tehnologijom gubi osobni kontakt i empatija koji ni virtualni sastanci ne mogu zamijeniti.

Zaključno, tehnologija igra ključnu ulogu u ubrzanju i unaprjeđenju poslovne komunikacije te smanjenju troškova, ali tradicionalna ljudska interakcija i dalje ostaje nezamjenjiva komponenta. Važno je maksimalno iskoristiti prednosti tehnologije u poslovnoj komunikaciji za poboljšanje efikasnosti, brzine i globalne povezanosti. Međutim, važno je istovremeno održavati i poticati tradicionalne oblike komunikacije poput osobnih sastanaka i razgovora. Takvi oblici omogućuju emocionalnu povezanost, bolje razumijevanje međuljudskih dinamika te izgradnju povjerenja koje ne može zamijeniti chat ili telekonferencija. Tehnologija bi trebala služiti kao alat za olakšavanje komunikacije, ali ne i zamjena za ljudsku interakciju koja je neophodna za dublje i kvalitetnije

odnose unutar i izvan poduzeća. Održavanje ravnoteže između tehnologije i tradicionalne komunikacije ključno je za uspješno poslovanje.

LITERATURA

1. Barišić, D. (2021). Poslovni informacijski sustavi kao temelj današnjeg poslovanja (Doctoral dissertation, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek. Faculty of Economics in Osijek. Chair of Quantitative Methods and Informatics). Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:729509> (pristupljeno 23.4.2024.)
2. Blašković, A. (2021.) Od kuće u Hrvatskoj radi samo 3,1% ljudi Dostupno na : <https://www.vecernji.hr/biznis/od-kuce-u-hrvatskoj-radi-samo-31-ljudi-1493883> (pristupljeno 30.04.2024.)
3. Fox, R. (2001). Poslovna komunikacija.
4. Knežević, U. (2018). Poslovni informacijski sustavi u proizvodnim poduzećima (Doctoral dissertation, University of Pula. Faculty of Informatics in Pula). Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:925529> (pristupljeno 17.06.2024.)
5. Ian McCue, 2020., <https://www.netsuite.com/portal/resource/articles/erp/erpmodules.shtml> (Datum pristupa: 17.06.2024.)
6. Jurković, Z. (2012). Važnost komunikacije u funkcioniranju organizacije. *Ekonomski vjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*, 25(2), 387-399. Dostupno na : <https://hrcak.srce.hr/94882> (pristupljeno 23.04.2024.)
7. Jurković, Z., & Marošević, K. (2013). UTJECAJ INFORMACIJSKE TEHNOLOGIJE NA POSLOVNU KOMUNIKACIJU. *Ekonomski vjesnik*, 26(2). Dostupno na : <https://hrcak.srce.hr/116451> (pristupljeno 16.04.2024.)
8. Lamza-Maronić, M., & Glavaš, J. (2008). Poslovno komuniciranje.
9. Orehovački, T., Konecki, M., & Stapić, Z. (2008). Primjena Web 2.0 tehnologija u poslovanju. *Fakultet organizacije i informatike, Sveučilište u Zagrebu*, str, 197, 202. Dostupno na : <https://www.researchgate.net/publication/224930668> *Primjena Web 20 tehnologija u poslovanju* (pristupljeno 30.04.2024.)
10. Oštarjaš, M. (2018). *Primjena novih tehnologija u uredu za poslovno komuniciranje* (Doctoral dissertation, University of Zagreb. Faculty of Organization and Informatics. Department of Computing and Technology). Dostupno na: <https://repozitorij.foi.unizg.hr/islandora/object/foi%3A4503/datastream/PDF/view> (pristupljeno 16.04.2024.)

11. Pavlic, M. (2011). Informacijski sustavi (Information systems). Skolska knjiga, Zagreb, 5264-5286.
12. Sokač, L. (2020). *Virtualni sastanci kao novi oblik suvremene poslovne komunikacije u digitalnom okruženju* (Doctoral dissertation, University North. University centre Koprivnica. Department of Business and Management). Dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unin:3568> (pristupljeno 16.04.2024.)
13. Šunić, M. (2020). Komunikacija i međuljudski odnosi u poduzeću (Doctoral dissertation, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek. Faculty of Economics in Osijek. Chair of Management, Organization and Entrepreneurship). Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:389074> (pristupljeno 16.04.2024.)
14. Štefanić, L. (2021). Poslovni informacijski sustavi (Doctoral dissertation, University of Rijeka. Department of Informatics). Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:195:654998> (pristupljeno 17.06.2024.)
15. Zrna, A. (2019). Internetski preglednici (Doctoral dissertation, Polytechnic of Sibenik. Management). Dostupno na : <https://zir.nsk.hr/islandora/object/vus%3A1400/datastream/PDF/view> (pristupljeno 26.04.2024.)

POPIS SLIKA

Slika 1 Mogućnosti interneta (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008:31).	11
Slika 2 Primjeri korištenja ICT-a u organizaciji (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008:37).	17
Slika 3 Prednosti i nedostaci ERP sustava (Štefanić,2021:20).	18