

Multimedija kao fundament inovativnog strukturiranja tvrtki

Ladić, Mihael

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:616971>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-23**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**



DIPLOMSKI RAD br.016/MMD/2020

**MULTIMEDIJA KAO FUNDAMENT
INOVATIVNOG STRUKTURIRANJA TVRTKI**

Mihael Ladić

Varaždin, listopad 2020.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Studij Multimedija



DIPLOMSKI RAD br. 016/MMD/2020

MULTIMEDIJA KAO FUNDAMENT
INOVATIVNOG STRUKTURIRANJA TVRTKI

Student:
Mihael Ladić, 0777/336D

Mentor:
doc. dr. sc. Robert Geček

Varaždin, listopad 2020.

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za multimediju

STUDIJ diplomski sveučilišni studij Multimedija

PRISTUPNIK Mihael Ladić

MATIČNI BROJ 0777/336D

DATUM 04.09.2020.

KOLEGIJ Projektni studio 1

NASLOV RADA Multimedija kao fundament inovativnog strukturiranja tvrtki

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Multimedia as a foundation of innovative structuring of companies

MENTOR Robert Geček

ZVANJE Docent

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. doc. art. dr. sc. Mario periša - predsjednik

2. doc. dr.sc. Andrija Bernik - član

3. doc. art. Robert Geček - mentor

4. doc. dr. sc. Darijo Čerepinko - zamjenski član

5.

Zadatak diplomskog rada

BRD/ 016/MMD/2020

OPIS

Svijet u kojem živimo razvija se brže nego ikad prije, a glavni razlog je protok informacija koji nikad nije bio brži. Razvojem multimedijalnih tehnologija otvaraju se mnoge mogućnosti koje olakšavaju i mijenjaju način života. Upravo je multimedija ta koja je u modernom svijetu sveprisutna i koja je otvorila niz novih mogućnosti u poslovnom svijetu. U prvom dijelu rada će biti istražene i obrađene djelatnosti kojima su temelj multimedijalni sustavi te djelatnosti pogodne za rad od kuće. Pomoću dobre organizacije ljudi koji mogu svoje djelatnosti obavljati od kuće, mogu se stvoriti pravedniji vlasnički odnosi u tvrtkama. U drugom dijelu rada istražiti će se stavovi ljudi koji rade u sličnim djelatnostima, te oni koji već imaju iskustva u samostalnom radu i radu od kuće.

Glavni cilj ovog rada je preispitati mogućnosti te istražiti smisao pokretanja organizacije koja bi mnogima mogla olakšati način na koji funkcionira rad i financiranje vlastitog života.

ZADATAK URUČEN

07.09.2020.



[Handwritten signature]

SAŽETAK

Svijet u kojem živimo razvija se brže nego ikad prije, a glavni razlog je protok informacija koji nikad nije bio brži. Razvojem tehnologija otvaraju se mnoge mogućnosti koje olakšavaju i mijenjaju način života. Upravo je multimedija ta koja je u novo doba sveprisutna i koja mijenja način života.

Glavna svrha ovog rada je preispitati mogućnosti te istražiti smisao pokretanja organizacije koja bi mnogima mogla olakšati način na koji funkcionira rad i financiranje vlastitog života.

U radu su obrađeni rezultati anketa za dvije ciljne skupine, a s obzirom da je u pitanju budućnost, veća je pažnja posvećena nešto mlađoj populaciji, studentima i ljudima koji se bave područjima koja su opisana u ovom radu.

Ključne riječi: informacija, tehnologija, rad, multimedija, budućnost

SUMMARY

The world we live in is evolving faster than ever before, and the main reason is the flow of information that has never been faster. The development of technology opens up many opportunities that make life easier. It is multimedia that is ubiquitous in the new age and that is changing the way of life.

The main purpose of this paper is to review the possibilities and explore the meaning of starting an organization that could make it easier for many to work and finance their own lives.

The paper deals with the results of various surveys for different target groups, and since it is a question of the future, more attention is paid to the younger population, students and people dealing with the areas described in this paper.

Keywords: information, technology, work, multimedia, future

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. ORGANIZACIJA.....	3
2.1 Teme projekata i djelatnosti.....	3
2.2 Vrsta rada.....	10
2.2.1 Otvaranje svojih projekata.....	11
2.2.2 Priključivanje projektima.....	11
2.2.3 Paušalno odrađivanje zadataka.....	11
2.3 Brand.....	12
2.4 Komunikacija.....	13
2.4.1 Jezik komunikacije.....	14
2.4.2 Programi za komunikaciju.....	14
2.5 Fizički uredi.....	15
2.6 Tajming.....	16
3. MARKETING.....	18
3.1 Ciljne skupine.....	18
3.2 Digitalni marketing.....	19
3.3 Televizijske reklame.....	19
4. PRAVNI ODNOSI.....	20
4.1 Vlasništva projekata.....	20
4.2 Prava članova.....	20
5. ISPLATA.....	21
5.1 Vrijeme isplate.....	21
5.2 Postotak isplate.....	21
5.3 Bruto i Neto.....	22
6. MOGUĆI PROBLEMI.....	23
6.1 Konkurencija.....	23
6.1.1 Upwork.....	23
6.2.2 Freelancer.com.....	24
6.2.3 Fiverr.....	26
6.2.4 Toptal.....	27
6.2.5 99designs.....	27
6.2 Korištenje ilegalnih računalnih programa.....	29
6.3 Pobuna konkurencije.....	29
6.4 Zlonamjerni članovi.....	29

7. Istraživanje	30
7.1. Uzorak istraživanja i metodologija	30
7.2. Ciljevi istraživanja	31
7.3. Hipoteze istraživanja.....	31
7.4. Rezultati istraživanja ankete 1	32
7.5. Rezultati istraživanja – anketa 2	42
ZAKLJUČAK	44
POPIS LITERATURE	47
POPIS GRAFIČKIH PRIKAZA	49
PRILOG	50

1. UVOD

Opće je poznato da se svake godine povećava razlika između bogatih i siromašnih, a srednji sloj se smanjuje. Ovo je problem na koji stručnjaci upozoravaju godinama i nitko ne zna kakve će biti posljedice sve veće materijalne nejednakosti.

U današnje vrijeme većina tvrtki funkcionira na način da zapošljavaju ljude, djelatnicima isplaćuju plaću, a zaradu uzimaju vlasnici ili visoko pozicionirane osobe unutar vlasničkih struktura. To u mnogim slučajevima donosi nepravednost prema onima koji su taj novac zaista zaradili svojim radom, znanjem, iskustvom, entuzijazmom. Iako se mnogi vlasnici tvrtki hvale da nagrađuju i dobro plaćaju svoje radnike, jedina je istina da se zaista bogate samo oni, dok su djelatnici nagrađeni toliko da bi donekle bili zadovoljni i nastavili svoj rad. Naravno, nitko nikome ne brani da pokrene vlastiti posao, ali u današnje vrijeme sustav je tako složen da je vrlo teško uspjeti bez kapitala, poznanstava, politike, pa čak i korupcije koja je nažalost sveprisutna.

Uzmimo za primjer tvrtku od 1000 djelatnika koji generiraju godišnje prihode u milijunima kuna. Svu dobit dijele vlasnici, dok djelatnici primaju plaću, koja je u mnogim slučajevima minimalac ili jedva dostatna za preživljavanje. Bilo bi idealno da godišnju dobit podijele djelatnici međusobno prema nekim određenim zaslugama. Zamislite da postoji sustav u kojem je mjerljivo koliko je neki djelatnik svojim radom generirao dobiti te mu je uz redovnu plaću moguće isplatiti i određeni dio te generirane dobiti. Na sličan način funkcionira taxi organizacija „Uber“, koja će ili već jest zauvijek promijenila način na koji funkcioniraju taxi službe.

Takav način poslovanja može se najbolje iskoristiti na poslovima vezanima uz multimediju, a relativno nedavna pojava dostupnog brzog interneta u gotovo svakom kutu svijeta to će i omogućiti.

Glavni cilj ovog rada je predstaviti, ispitati, predložiti i istražiti mogućnost da se stvori idejom sasvim nova organizacija koja bi se bavila okupljanjem velikog broja ljudi, najprije iz Hrvatske, a zatim i cijelog svijeta, koji bi se grupirali i prema svojim interesima počeli raditi na projektima koje bi sami predložili ili se priključili pozivima iz drugih projekata.

Zamislite kako velike stvari može napraviti organizacija od nekoliko tisuća, ili u boljem slučaju nekoliko stotina tisuća ljudi koji rade na nekom velikom projektu koji može generirati ogromne prihode.

U ovom radu bit će predstavljeni neki od načina na koji se to može organizirati, no najbitnije je napraviti istraživanja za što više ljudi iz različitih interesnih skupina i vidjeti da li su ljudi zainteresirani.

U slučaju da zaključak ovog rada bude pozitivan moglo bi se krenuti u korake realizacije i početak stvaranja takve organizacije.

2. ORGANIZACIJA

Kao što je u uvodu navedeno, organizacija je zamišljena kao što veći skup što više različitih ljudi iz čim više područja kako bi se mogli napraviti profitabilni projekti. Zaradu od tih projekata dijele članovi koji su radili na tim projektima i to prema unaprijed definiranim pravilima koje osmišljavaju pokretači projekata. Naravno, pokretači projekata odlučuju kako će zaradu dijeliti sa onima koji rade na njihovim projektima. Naravno, ako ne ponude dobre uvjete neće uspjeti privući ljude da rade na njihovim projektima.

Primjer: zaposleni programer nije zadovoljan svojom plaćom, ali ima dovoljno vremena nakon radnog vremena i prepoznao je vrlo dobar projekt za koji je uvjeren da bi mogao uspjeti. S vlasnikom projekta dogovorio je da dobiva 10% godišnje zarade od projekta jednom kada projekt počinje zarađivati.

Rade na videoigri koja postaje vrlo prodavana i uspješna nakon čega programer daje otkaz u dosadašnjem poslu i dalje puno radno vrijeme radi na daljnjem razvoju projekta).

2.1 Teme projekata i djelatnosti

Pojavom brzog interneta i dostupnih računala sve je veći broj onih koji 100% svog radnog vremena provode za računalom. Zadnjih nekoliko godina zbog takvog načina rada mnogima se otvorila mogućnost fleksibilnog radnog vremena te sve više ljudi čak može raditi od kuće.

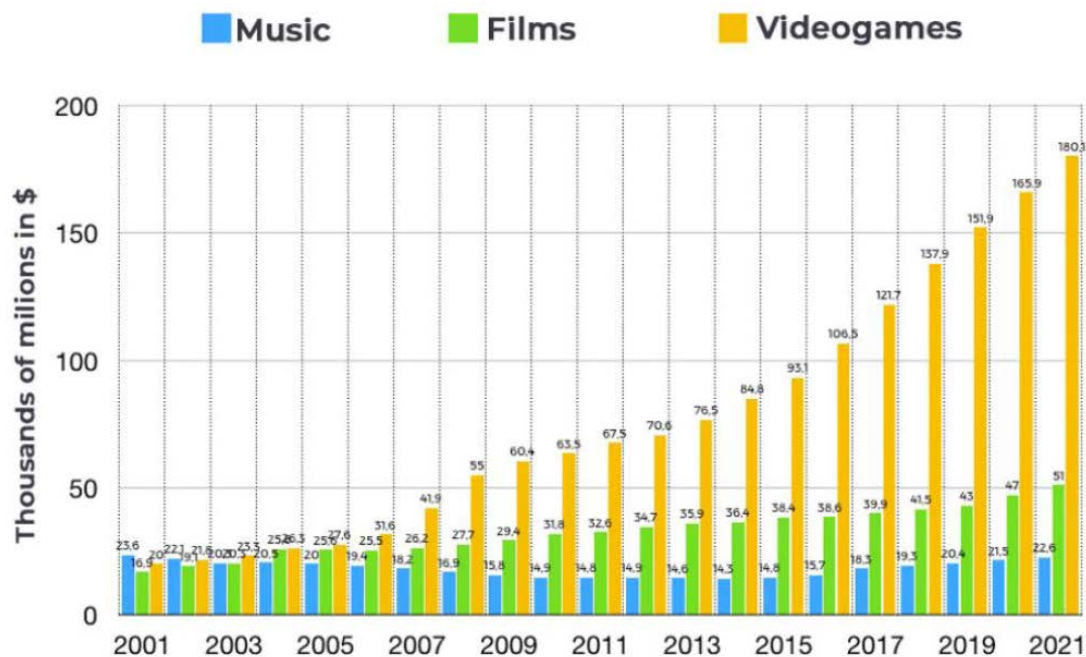
Naravno, za većinu djelatnosti za koje je potrebna fizička prisutnost neće se moći otvarati projekti u ovoj organizaciji, ali postoji veliki broj djelatnosti koje mogu funkcionirati na ovaj način.

Razvoj organizacije – prvi javni i za sve otvoreni projekt bit će razvoj ove organizacije. Postoji niz zadataka iz područja svih djelatnosti koje treba izvršiti kako bi se razvila ova organizacija. Potrebno je osmisliti ime, napraviti logo i vizualni identitet organizacije. Također, potrebno je izraditi mnogo oglasa i promotivnih materijala, kao i razviti platformu na kojoj će se vršiti kontrola projekata, prijave na

projekte, ocjenjivanje radova itd. Također, potrebno je istražiti zakone svih zemalja u kojoj će organizacija djelovati te ponuditi rješenja za otvaranje tvrtke. Dakle, za razvoj organizacije potrebni su ljudi svih interesnih skupina, od programera za razvoj platforme, preko pravnika za otvaranje tvrtke, pa sve do ekonomista i računovođa.

Izrada i prodaja računalnih igara – na svijetu postoji na tisuće „indie“ programera svojih malih računalnih igara. Ti ljudi mnogo svoga slobodnog vremena provode izrađujući vlastite igre, koje su vrlo dobre s vrlo interesantnim idejama, no zbog toga što su sami njihovi projekti ne mogu ozbiljnije uspjeti. Zamislite kakav je potencijal ako se spoji nekoliko stotina indie programera.

Prema „Lpe Sports“ [10] industrija video igara je danas najveća zabavna industrija na svijetu, čak veća i od glazbene industrije i filmske industrije zajedno. Glazba i filmovi više nemaju najveći dio tržišta u zabavnoj industriji već su najveći dio kolača preuzele video igre. Na slici 1. nalazi se graf koji prikazuje omjere glazbene, filmske i industrije video igara i njihove zarade.



Grafički prikaz 1: Usporedba zarade tržišta glazbe, filmova i videoigara

Izvor: <https://lpsports.com/e-sports-news/the-video-games-industry-is-bigger-than-hollywood> [10]

Sjeverna Amerika ima oko 363,721,000 stanovnika, a čine ju SAD i Kanada. Od ukupnog broja stanovnika, čak 298,884,000 je na neki način spojeno na Internet ili ima pristup internetu, što je čak preko 81% ljudi. Od tog broja ljudi, čak 199,868,000 ih igra neki oblik video igara, što je preko 54% ukupne populacije Sjeverne Amerike. [4].

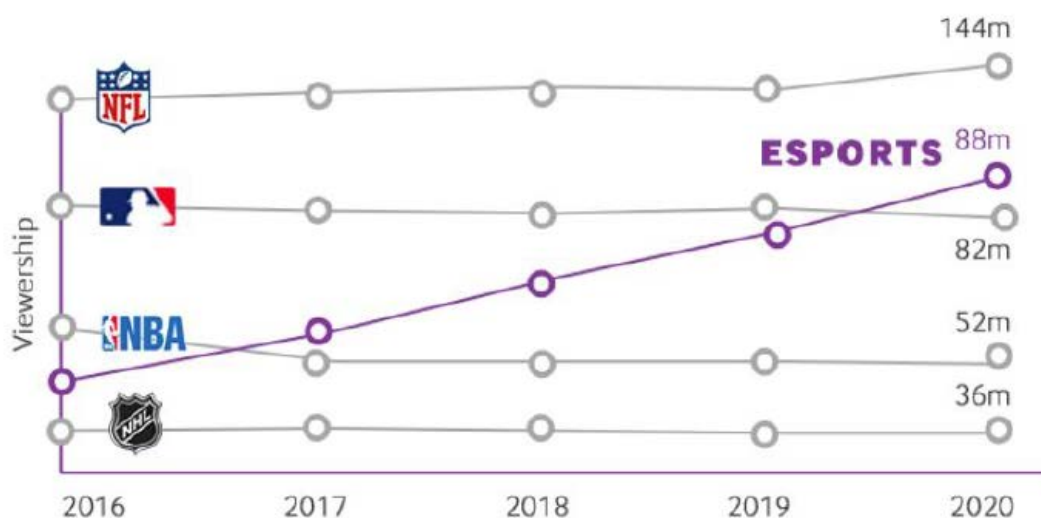
E-sport

Kao što je već navedeno, tržište videoigara je veoma aktivno i rastuće tržište čija je industrija eksplodirala zadnjih nekoliko godina. No kultura igranja videoigara tu ne prestaje, već se nastoji razvijati i kroz ekspanziju dolazi do rađanja nove supkulture unutar ove industrije. Vanja Šimunec ističe da je to kompetitivno igranje video igara, jedan veoma zanimljiv i jedinstven segment ovog tržišta. Igranje video igara je aktivnost značajna kod svih uzrasta bez brojeanih ocjena, te su područje slobodnog i samostalnog odabira korisnika, odnosno potrošača video igre. Sadržajno bogatstvo video igara te prilagođenost potrebama i željama pruža mogućnost zabave, ali i individualnog razvoja korisnika. [9]

Svi pokazatelji jasno pokazuju da je e-sport u strelovitom porastu i da tehnologija napreduje, što bi moglo dovesti do još većeg rasta kompetitivnog igranja video igara. E-sport je već sada u nekim aspektima prerastao neke popularne sportove poput košarke i tenisa, a već je prestigao i manje popularne nogometne lige.

To znači da bi izrada video igara mogla biti vrlo unosan posao, a jednom kada se u nekoj igri stvori veća zajednica koja se natječe u video igrama, zarada može samo rasti.

Slika 14. prikazuje usporedbu broja gledatelja i fanova e-sporta, sa drugim najpopularnijim tradicionalnim sportskim ligama na svijetu. [11]



Grafički prikaz 2: Porast gledanosti esporta u odnosu na druge sportove i lige u Americi

Izvor: <https://www.valuewalk.com/2018/04/esports-v-sports-future-sport-online/>

Uz zabavne, mogu se raditi i ozbiljne igre, koje su postale sve popularnije kako se sve više digitaliziraju školski udžbenici i općenito školski program.

Pojam ozbiljne igre sastoji se od dvije riječi koje se u suštini suprotstavljaju jedna drugoj. Riječ „ozbiljno“, koja označava važnost nekog postupka, označava odgovornost, ozbiljnost, te riječ „igra“ koja označava razonodu, opuštanje i zabavljanje. Ozbiljne igre spajaju te dvije riječi u jedan pojam gdje se, kroz zabavu, mogu steći ili poboljšati motoričke sposobnosti, socijalne vještine, psihološka izdržljivost te naučiti nešto novo. Igrača stavljaju u stvarne situacije koje inače ne bi bile moguće zbog sigurnosti samog igrača, vremena pripremanja stvarne situacije, cijene samog izvođenja itd. U današnje vrijeme pod pojmom ozbiljne igre obično se misli na igre koje se koriste za obučavanje, promociju, simulaciju ili edukaciju, napravljene za osobna računala ili igrače konzole [3].

Aplikacija za pametne telefone – moguće je napraviti bezbroj aplikacija koje mogu zarađivati na više različitih načina. Ako ste korisnik pametnog telefona, znate da za mnogo stvari postoje mobilne aplikacije koje olakšavaju svakodnevnicu. Pojavom

brzog interneta te posebice pojavom 5g mreže, pojavljivat će se sve više pametnih uređaja koji će sadržavati raznorazne aplikacije. Te aplikacije mogu prihodovati preko oglasa, prodajom unutar aplikacije ili pak prodajom hardwera.

Računalni programi – Svakako jedno od važnijih područja, jer zahtjeva niz različitih vrsta zanimanja da bi se napravio kvalitetan računalni program. Iako su kod ovog područja najbitniji programeri, vrlo je važno imati i ljude drugih zanimanja koji su usko vezani uz temu programa. Primjerice, ako se u jednom od projekata radi program za namjensko uređivanje video materijala, uz programere vrlo je važno imati i niz korisnika koji moraju testirati i znati sugerirati na koji način napraviti program da bi bio lagan za korisnika a s druge strane da bude stabilan i funkcionalan.

Video animacije - Ova organizacija mogla bi postati uspješna tvrtka za naručivanje marketinških video animacija. Za mnoge usluge i proizvode potrebno je napraviti vizualni prikaz kako bi se lakše došlo do kupca.

3D modeliranje – 3D modeliranje je grana koja je posebno zastupljena „freelancerima“. Ovo je grana koja može biti izrazito profitabilna jer se 3D modeli mogu iskoristiti za više stvari kao što su video igre, igre i programi za virtualnu stvarnost (VR), igre i programi za proširenu stvarnost (AR), kao i za printanje na 3D printerima i slično. Uz korištenje, 3D modeli mogu se prodavati na mnogobrojnim online servisima za prodaju „aseta“ (npr. Unity Asset Store). Naravno, kvalitetniji modeli lakše se prodaju, te mogu potaknuti direktne narudžbe za izradu dodatnih 3D modela.

Namjenski programi virtualne stvarnosti (AR) – Proširena stvarnost je uz virtualnu stvarnost budućnost. Vrlo je vjerojatno da ćemo u budućnosti šetati gradovima i kad pogledamo na neki izlog, moći ćemo vidjeti cijene i recenzije proizvoda. Ili ako ćemo gledati neku povijesnu zgradu ili crkvu, moći ćemo vidjeti bitne informacije. Proširena stvarnost već je danas zastupljena u nekim automobilima u sustavu navigacije tako da se u perifernom vidu vozača prikazuju relevantne prometne informacije. Proširena stvarnost ima vrlo širok raspon mogućnosti razvoja i

bit će potrebno napraviti mnoge aplikacije tako da se projekti u ovoj grani mogu isplatiti.

Namjenski programi za proširenu stvarnost (VR) – naočale za virtualnu stvarnost sve su dostupniji i kvalitetniji proizvod. Svake godine, kvaliteta i osjećaj stvarnosti je sve veći i ovo je također jedna od rastućih grana industrije. Nekako se stječe dojam da za VR još uvijek nema dovoljno kvalitetnih sadržaja da bi se počelo više koristiti. Kod virtualne stvarnosti najveći pogodak bi mogle biti ozbiljne igre koje omogućuju neku vrstu pripreme, odnosno treninga za određeno zanimanje. Ovako nešto se sve više koristi za edukaciju primjerice kirurga gdje je moguće simulirati niz komplikacija kako bi kirurg kod svoje prve operacije bio pripremljen za sve moguće situacije. Također, često se koristi i za edukacije vatrogasaca, kojima se omogućuje da se specijaliziraju za postojeće građevine unutar velikih gradova. Tako da vatrogasci u virtualnoj stvarnosti mogu napraviti vježbe koje su u normalnim okolnostima jako skupe i često ih nije moguće izvesti. Tako trenirani vatrogasci detaljno znaju svaki kutak zgrade i mogu puno kvalitetnije i brže reagirati kada se dogodi stvarni požar. Virtualna stvarnost ima gotovo neograničeni potencijal i vjerujem da će u skoroj budućnosti biti sve prisutniji u obrazovnom sustavu. Potrebno će biti napraviti mnogo sadržaja i aplikacija za VR na globalnoj i lokalnoj razini.

Ovakvi projekti bi mogli imati najveći potencijal zbog dobrih društvenih čimbenika za opće dobro populacije.

Društvene čimbenike najbolje opisuje Srblić. „Kako kupovno ponašanje ne uključuje samo osobne, već i društvene motive, potrošači danas u sve većoj mjeri očekuju od poduzeća da pokažu uključenost s nekim društvenim vrijednostima kao doprinos u društvu. Ako potrošači prepoznaju te napore poduzeća se uspiju s istim identificirati oni su spremniji kupiti proizvode tih poduzeća, što rezultira boljim profitnim rezultatima poduzeća, za razliku od onih koja ne ulažu napore kako bi svojim djelovanjem pridonijela općoj dobrobiti društva.“ [6]

Animirani filmovi – ljubitelji crtanih filmova i oni koji se na ovaj ili onaj način bave umjetnošću, mogu se udružiti i napraviti potpuno neovisan vlastiti animirani film

koji se može plasirati na mnoga tržišta. Animirani film lako se sinkronizira i plasira na različita tržišta pa je moguća isplativost velika. Ovakvi projekti pružili bi šansu različitim ljudima jer da bi se ovakav proizvod napravio, potrebni su crtači, dizajneri, računalno modeliranje, marketing, prevoditelji, posuđeni glasovi za likove, majstori zvuka i čitav niz drugih djelatnosti.

Usluge marketinga – tvrtke koje se bave uslugama marketinga uglavnom imaju urede na kojima se radi na računalima. Tako da se ta djelatnost može obavljati i unutar ove organizacije.

Uz sve navedeno iznad, postoji još niz djelatnosti ili pod-djelatnosti iz kojih se mogu napraviti projekti poput: usluge prevođenja, izrada web shopova, računovodstvo, analitički poslovi, izrada i održavanje web stranica itd. Sve se više proizvoda na tržištu pojavljuje zbog modernih novih potreba potrošača. S obzirom da su multimedijalni uređaji sve više zastupljeni

u svakodnevnom životu, to znači da je sve više proizvoda u softverskom smislu.

Vrlo je popularna teza da proizvodnja započinje s potrošačem i njegovim potrebama, a ne s proizvodnjom, sirovinama, energijom, drugim pomoćnim materijalima ili ostalim inputima u procesu proizvodnje. Ta se teza objedinjuje u stavu da industrija predstavlja proces zadovoljena potreba potrošača, a ne proces proizvodnje roba. [4]

Svaki potrošač u procesu donošenja odluke o kupovini raspolaže sa tri resursa: vremenom, procesiranjem informacija i novcem. Ključan faktor u promatranju potrošača jesu njihove želje i potrebe, te kako ih zadovoljiti. [5]

Ova organizacija zamišljena je kao vrlo fleksibilna i vjerujem da bi projekti unutar organizacije mogli vrlo kvalitetno odgovarati na potrebe potrošača i općenito tržišta što je ključan faktor i glavna prednost pred klasičnim tvrtkama.

2.2 Vrsta rada

Glavna prednost ove organizacije je velika fleksibilnost u radu. Korisnici mogu biti studenti, zaposleni, nezaposleni, umirovljenici. Mnogo ljudi nakon redovnog radnog vremena na svojim poslovima, u slobodno vrijeme se bave različitim hobijima koji ih ispunjavaju. Kad bi se spojilo više ljudi koji rade na svojim hobijima, mogu se napraviti ozbiljne stvari. Isto tako, danas je najnormalnija stvar nakon radnog vremena raditi dodatne poslove za dodatnu zaradu. Ova organizacija će biti prava prilika za to jer omogućuje rad od kuće. Ukoliko pak neki projekt uspije i počne zarađivati novac, za mnoge će to biti prilika da im taj projekt postane primarni posao. Mnogi projekti imat će kratke jednokratne zadatke poput prijevoda stranice teksta, testiranja i slično. Zainteresirani mogu preuzeti na sebe takve zadatke, riješiti ih i dobiti zauzvrat ono što je ponuđeno u opisu zadatka.

Ključ uspjeha ove organizacije i još jedna od glavnih prednosti nad klasičnim tvrtkama jest što korisnici sami rade na projektima s temama koje ih zanimaju i gdje mogu dati najviše od sebe. To najbolje opisuje Anthony Robbins, gdje spominje jedan od važnijih ključeva uspjeha: "Rad je igra".

Poznajete li ikoga tko je doživio velikih uspjeh radeći nešto što mrzi? Ja ne. Jedan od ključeva uspjeha da uspješno spojite ono što radite i ono što volite. Pablo Picasso je jednom rekao: „Dok radim, opuštam se; ljenčarenje ili zabavljanje posjetitelja me zamara“. Možda ne želimo slikati kao Picasso, no možemo dati sve od sebe da pronađemo posao koji nas inspirira i uzbuđuje. U svakom radu možemo koristiti mnogo od onoga što bismo učinili u igri. Mark Twain je rekao: "Tajna uspjeha je, od posla napraviti razonodu." Čini se da uspješne osobe rade upravo to. Istraživači su kod radoholičara otkrili začuđujuće stvari. Neki izgledaju kao da su opsjednuti vlastitim poslom jer ga toliko vole. Posao im je izazov, uzbuđuje ih i obogaćuje im život. Ti ljudi većinu vremena na poslu izgledaju kao što mi izgledamo dok se igramo. Na posao gledaju kao na mjesto na kojem mogu koristiti svu svoju snagu, na kojem mogu učiti i istraživati nove mogućnosti. Jesu li neki poslovi u tu svrhu pogodniji od drugih? Naravno! Ključ je u tome da se potrudite pronaći takve poslove I tu je na djelu spirala koja vodi prema gore. [7]

2.2.1 Otvaranje svojih projekata

U ovoj organizaciji bilo tko ako ima dobru ideju, može otvoriti vlastiti projekt. Naravno, da bi vlasnik projekta privukao druge da se priključe projektu, mora ponuditi dobre uvjete za priključenje. To se može organizirati na više načina. Vlasnik projektu može jednom dijelu sudionika u projektu ponuditi postotak od godišnje zarade ili pak fiksno određeni iznos. Ukoliko taj postotak ili taj ukupni iznos neće biti dovoljan motiv nekome da se priključi, vlasnik projekta morat će više ponuditi. Na taj način prirodnim putem trebali bi se posložiti fer uvjeti kako bi projekti mogli uspjeti. Najbitnije je ipak da projekt bude smislen i da drugi također u tom projektu mogu prepoznati mogućnost zarade i osobnog ispunjenja. Projekti koji neće biti zanimljivi ili za koje će ljudi smatrati da nisu profitabilni, neće privući korisnike.

Uzmimo za primjer jedan projekt VR video igre. Jednom kada se ta igra postavi na tržište i kada se proda određena količina, već je puno lakše nuditi nagrade kako bi se igra proširila na nove razine itd. Uspješan projekt bi mogao svima biti privlačan, a s više ljudi dolazi više ideja, stručnosti, znanja itd.

2.2.2 Priključivanje projektima

Za zarađivanje u ovoj organizaciji, nije nužno potrebno imati svoju ideju u smislu svog projekta. Moguće je pregledavati otvorene projekte koji traži nekog da se pridruži ili samo odrađivati jednokratne zadatke za koje vlasnici nude nešto zauzvat (više o tome u točki 4).

2.2.3 Paušalno odrađivanje zadataka

Ovo je idealno za studente ili ljude koji žele dodatnu zaradu kada imaju slobodno vrijeme. Svakim danom moguće vidjeti koji su zadatci otvoreni, koliko je približno potrebno vrijeme za izvršavanje takvog zadatka i koliko je novaca moguće zaraditi. Naravno, u nekim kompleksnim projektima gdje je potrebno iskustvo i upućenost nije moguće funkcioniranje na ovaj način. Ali s vremenom će postojati sve više nezavisnih manjih zadataka za koje ne treba biti upoznat s ciljem projekta. To mogu

biti nekakva testiranja na svojim računalima, prijevodi, osmišljavanje nekih prijedloga itd.

2.3 Brand

Da bi se organizacija mogla razvijati, potrebno je postepeno širiti brand. Stoga će organizacija biti postavljena tako da je najisplativije imati projekte čiji je vlasnik organizacija. Za svaki projekt, određeni postotak zarade ide samoj organizaciji, odnosno brandu (više o tome u točki 4.). Taj novac će se dijelom koristiti za marketinške projekte za širenje branda organizacije i za pokrivanje troškova itd. Jedan od važnijih ciljeva je stvoriti prepoznatljiv brand za ovakav način rada i pokrenuti trend kako bi organizacija imala što je više moguće članova.

Vrlo je važno da ljudi postanu ponosni što su dio jedne takve organizacije, ili što svoj rad u potpunosti ili djelomično obavljaju preko ove platforme.

Brendiranje je „stvaranje apsolutne i autentične (poslovne) prepoznatljivosti (određene osobe / proizvoda / usluge)“. Potrebno je stvoriti prepoznatljivost za izgradnju osobne karijere ili usluge te plasmana robe na tržište kako bi ostvarili socijalni i materijalan status [1].

Potrošači u suvremenom i užurbanom svijetu stvaraju povezanost s brendom dok anonimne proizvode najčešće zaobilaze. Tvrtke moraju stvarati proizvode prepoznatljive i „vrijedne“ kupcu tako što će se kvalitetom i drugim odlikama razlikovati od konkurencije, nešto što će kupca potaknuti na kupnju i stvoriti entuzijazam oko njihova proizvoda. Vezu između potrošača i proizvoda stvara dobar marketing, tj. dobra suvremena marketinška koncepcija. Početkom Brandinga smatra se stvaranje identiteta na samom tržištu, različitosti od istih i/ili sličnih proizvoda konkurencije. „Branding je složeni proces stvaranja identiteta, obilježja različitosti i ideja brenda, njezine relevantnosti za potrošača i upravljanje signalima kojima se ideje prenose od potrošača s ciljem da ih osjete, dožive i prihvate.“ [2].

Jedan od prvih projekata koji će se naći na naslovnici web stranice, bit će osmišljavanje imena branda, te izrada logotipa i kompletnog vizualnog identiteta. Za članove koji će sudjelovati, a posebice oni čiji će radovi biti izabrani, dobit će odgođenu vrlo vrijednu unaprijed poznatu novčanu nagradu. Odgođeno znači da će dobiti određeni postotak zarade organizacije u određenom vremenskom periodu, ili

će dobiti jednokratnu novčanu isplatu kada organizacija zaradi određenu svotu. Visine tih nagrada bit će osmišljene tako da se isplati uložiti vrijeme, jer jedino što član koji radi na nekom projektu može izgubiti jest vrijeme.

Dakle, cilj je da svaki napravljeni projekt poput video igre, aplikacije ili bilo čega bude objavljen pod brandom organizacije i pravni vlasnik tih projekata bit će organizacija.

Naravno, postoji i mogućnost da fizičke osobe ili čak tvrtke otvaraju vlastite projekte koji budu objavljeni pod njihovo ime. U tom slučaju postotak zarade koji ide organizaciji bit će nešto veći. Iako zvuči nelogično da bi neka tvrtka radila na projektima unutar organizacije i da bi davala dio zarade organizaciji, prednost im je što s time dobivaju veliki broj članova koji mogu izvršiti njihove projekte, a kasnije čak dio tih ljudi mogu zaposliti u svojoj tvrtki.

2.4 Komunikacija

Gotovo sva komunikacija odvijat će se putem aktualnih web aplikacija gdje će baza biti kompleksni projektni manager. U prvoj fazi nastanka organizacije koristit će se postojeći projekt manager koji će omogućiti da se organizacija razvije. Paralelno će se otvoriti projekt za vlastitu izradu projektnog managera koji će biti stalno otvoreni projekt. Projektni manager morat će biti dostupan kao web stranica / web aplikacija, aplikacija za pametni telefon itd. Dok se razvije vlastiti projektni manager svi projekti iz prve faze moći će se s postojećeg prebaciti na napredni projektni manager, dok će podrška za stari ostati još neko vrijeme.

Razvoj vlastitog projektnog managera imat će dvostruku korist, jer će napravljeni projekt ići i u smjeru komercijalnog proizvoda, pa će i taj projekt uz to što se koristiti u organizaciji, s druge strane imati prihode koji će dijeliti članovi tog projekta.

Komunikacija je čitava znanost, pa i umjetnost, a svakako vještina. O njoj ovisi ishodi rada organizacije na makro razini, ali i zadovoljstvo svakog pojedinog člana organizacije. U konačnici, o načinu komunikacije ovisi i ugled organizacije u društvenom i poslovnom okruženju što usmjerava njen daljnji razvoj. [8]

2.4.1 Jezik komunikacije

Kao što je već napisano, cilj organizacije je globalni. Zbog toga želja da se komunikacija odvija na što više jezika. Naravno, u početku to neće biti moguće. Za početak će jezik komunikacije biti hrvatski, a zatim će se proširiti na engleski. Ovisno o vlasniku projekta, svaki projekt će imati svoj glavni jezik. Primjerice, ako je netko iz Njemačke otvorio projekt i većina članova koji rade na tom projektu je iz njemačke, glavni jezik u tom projektu bit će Njemački. Vlasnici projekata sami će odlučivati da li je potrebno proširiti svoj projekt ili barem potprojekte na druge jezike kako bi privukli članove iz drugih govornih područja. Općenito, u informatičkim strukama, praksa je da se koristi engleski jezik i to bi trebala biti baza svih projekata, a neki manje bitni zadatci unutar projekata mogu se objaviti na više jezika.

Uzmimo za primjer da 100 ljudi radi na projektu izrade videoigre koja je već na tržištu te rade na izradi nove razine za koju trebaju što više vanjskih ljudi za ciljano testiranje igre i davanje povratnih informacija prema uputama. Takav zadatak može se ponuditi na više jezika iako je primarni projekt samo na engleskom.

2.4.2 Programi za komunikaciju

Iako je baza protoka informacija projektni manager, naravno da će se komunikacija odvijati na svim željenim dostupnim platformama. Sve to ovisi o vlasnicima projekata i o prirodi samih projekata. Neki projekti zahtijevat će online konferencije ili video pozive 1 na 1. Mnoge informatičke tvrtke koriste platforme za chat gdje mogu prema temi razgovora rješavati neke probleme u svojim projektima te vidjeti povijest razgovora koja je povezana s nekim prethodnim zadatkom. Prednost toga jest što si članovi mogu međusobno pomagati te mogu vidjeti povijest razgovora pa se s vremenom može za sve probleme pronaći rješenje.

Neki od programa koji će se zasigurno koristiti su Slack chat, Skype, Whassaap, Messenger i dr.

2.5 Fizički uredi

Trenutno je prerano detaljnije pričati o fizičkim uredima organizacije, ali jednom kada se organizacija razvije i dok prihodi budu ozbiljniji, svakako je cilj imati fizičke urede na što više mogućih lokacija u što više država. Kako će ti uredi izgledati i što će se točno u njima raditi razradit će se u kasnijim fazama razvitka organizacije a većim dijelom će ih osmisliti sami članovi.

Ideja je zasad da fizički uredi budu na različitim turističkim lokacijama. S obzirom da je će ljudi koji svoj stalni posao imaju unutar projekata ove organizacije pa rade od kuće, fizički uredi bit će mjesta na koje će se moći ciljano putovati na nekoliko tjedana ili čak mjeseci kako bi se razbila monotonija rada od kuće.

To nisu klasični uredi već je cilj tih ureda brendiranje organizacije, međusobno upoznavanje ljudi, organiziranje svojevrsnih team buildinga, pa čak i u svrhu odmora bez rada. Već danas je normalno da velike tvrtke imaju urede diljem svijeta pa se nekim djelatnicima omogućuje višetjedni rad na nekom projektu u drugoj zemlji kako bi se skupila nova iskustva i slično. Kod naše organizacije glavni cilj neće biti da se u tim uredima naporno radi, s obzirom da je visina primanja i količina posla određena unutar samih projekata i ovisi o vlasnicima projekata.

2.6 Tajming

Vremena u kojim živimo i promjene koje je uzrokovala pandemija koronavirusa, već je sada prisilila mnoge tvrtke da promjene način funkcioniranja. Za ovakvu organizaciju to je vrlo važno, jer će ljudi lakše shvatiti da se može raditi i funkcionirati na drugačiji način nego su to naviknuti kod klasičnih poslodavaca.

Pandemija koronavirusa prisilila je mnoge tvrtke da zaposlenicima osiguraju rad od kuće, a mnoge od njih su sada uvidjele mnoge prednosti takvog načina rada, pa ozbiljno razmišljaju o mogućnostima da se isto nastavi i nakon pandemije.

CNN donosi popis tvrtki koje su odlučile da će njihovi zaposlenici raditi od doma najmanje do 2021. [14]

- Google
- Universal Music Group
- Warner Music Group
- Sony Music
- Amazon corporate
- Viacom
- Scotiabank
- RBS (Royal Bank of Scotland)
- Group Nine Media
- Indeed

Neke firme otišle su i korak dalje, pa su tako svojim zaposlenicima, odnosno dijelu njih rekli da se više nikad neće morati vratiti u urede, Među njima su i:

- Facebook
- Twitter
- Square
- Slack
- Shopify
- Zillow

I hrvatska vlada priprema se za buduću regulaciju tržišta rada, odnosno rad od kuće. Pripremaju se nove izmjene zakona o radu te počinju formalne konzultacije predstavnika Ministarstva rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike s gospodarstvenicima. [13]

3. MARKETING

Marketing je jedna od najvažnijih točaka za uspjeh organizacije. Organizacija je ta koja mora vlasnicima projekata osigurati dovoljan broj ljudi koji će raditi na projektima kako bi sve imalo smisla. Oglašavat će se doslovno sve, od samih projekata, branda, pa sve do pojedinih zadataka. Ovo je organizacija na kakvu ljudi nisu navikli i bit će pravi izazov uvjeriti ih da tako nešto isprobaju i zatim povremeno a potom i stalno koriste. Bit će iznimno važno u pravom trenutku doprijeti do ciljanih ljudi kako bi uspjele. Ne može se oglašavati posao za rad na video igri nekome tko se u životu bavi nečim sasvim drugim. U slučaju da se marketing postavi na takav pogrešan način, trošit će se mnogo novca a neće biti dovoljno koristi.

Sasvim je jasno da će se za početak fokus bazirati na digitalnom marketingu, jer će i sami poslovi biti u digitalnom okruženju.

Da bi se to postiglo, bit će potrebni stručnjaci u marketingu s višegodišnjim iskustvom, tako da će i taj bio biti postavljen u platformi kao projekt. No, problem je što i do tih ljudi treba nekako doći.

3.1 Ciljne skupine

Vrlo je vjerojatno da će početak ove organizacije biti vrlo težak izazovan. Iako ljudi iznose pozitivna mišljenja o reformama, istina je da promjene dosta teško prihvaćaju i da je većina ljudi sklonija nečemu čime su okružena svoj čitav život.

Upravo iz tog razloga kada će se birati ciljne skupine za marketinške kampanje, bit će više usmjerene na mlađu populaciju. Organizacija kao takva sigurno neće imati brzi rast, nego će to biti jedna zdrava dugogodišnja nastojanja da se što više ljudi počine prijavljivati i prihvatiti ovakav način rada.

3.2 Digitalni marketing

Ova organizacija je organizacija budućnosti, a isto takav je i digitalni marketing. Ovakav sustav oglašavanja pruža niz korisnih mogućnosti ciljanja publike, detaljne povratne informacije i alate za mjerenje uspješnosti kampanja. Kao što je već navedeno, glavna ciljana skupina bit će mlađa populacija koja tek dolazi na tržište rada, a opće je poznato da je mlađa populacija rođena nakon 2000. upoznatiya s digitalnim tehnologijama od starijeg stanovništva. Kako će kroz godine sve više mladih dolaziti na tržište rada tako vjerujem da će ova organizacija imati sve veći potencijal rasta i općeg prihvaćanja.

3.3 Televizijske reklame

Iako digitalni marketing ima mnogo prednosti nad drugim oblicima marketinških kampanja, vrijeme je pokazalo da ljudi ipak svjesno ili nesvjesno televizijske reklame doživljavaju ozbiljnije od nečega što mogu pročitati na internetu. Zbog toga će se dio budžeta uložiti i u takav način oglašavanja. Televizijske reklame će prije svega za cilj imati širenje brenda i vizualnog identiteta kroz različite poruke i kratke prikaze zadovoljnih članova organizacije.

4. PRAVNI ODNOSI

Ovo je jedan od najvećih problema organizacije koji je potrebno vrlo ozbiljno shvatiti jer bi mogao spriječiti razvoj organizacije i njen potencijal. Vrlo je važno kako će organizacija kao takva biti registrirana u državnom registru, za koje djelatnosti će biti registrirana i na koji način će biti omogućeno legitimno djelovanje. Još jedan od većih problema moglo biti biti kasnije širenje na druge države. Trebalo bi unaprijed misliti na to i registrirati tvrtku na takav način da kasnije neće biti većih birokracijskih zapreka za vrijeme širenja na države Europske unije i treće zemlje.

4.1 Vlasništva projekata

Glavni model projekata će biti takav da vlasnik i potpisnik projekata bude organizacija. Dakle, svaka aplikacija, video igra, računalni program ili slično što će se raditi u projektima bit će predstavljan pod brandom organizacije. Vlasnici i članovi koje rade na projektu dijele zaradu a sama organizacija će uzimati unaprijed dogovoreni postotak.

Iznimka će biti projekti koje će otvarati već postojeće tvrtke ili ljudi koji preko organizacije žele imati svoj vlastiti projekt i prodavati proizvod pod vlastitim imenom. U tom slučaju postotak zarade ili fiksna naknada ovisno o dogovoru bit će veća.

4.2 Prava članova

Vrlo je važno članovima koji rade na projektima osigurati poštenu isplatu kada se za to steknu uvjeti. Naravno da će vlasnici projekata imati veći postotak zarade od članova koji se samo pridruže, ali s druge strane ako vlasnici uzimaju preveliki postotak a članovi koji zaista rade na projektu dobiju premali dio, tako nešto neće biti pošteno i može dovesti do nezadovoljstva a posljedično i do prestanka rada na projektu. Apsolutni cilj organizacije je spriječiti da sami vlasnici projekata uzimaju previše a članovi premalo, organizacija će napisati pravila takva da se to spriječi što je više moguće, ali opet da bude prihvatljivo za sve strane.

5. ISPLATA

Ciljevi su poznati i prednosti ovakvog novog načina rada trebali bi privući mnoštvo članova s obzirom da gotovo i ne postoji firma na svijetu gdje se ukupna zarada dijeli međusobno. Upravo ta činjenica trebala bi motivirati članove koji rade jer nema veće motivacije od one kada radiš za sebe, odnosno kad znaš da će ti se uspješnost projekta na kojem radiš potencijalno isplatiti. S druge strane, postoje i nedostaci takvog načina rada. Može se dogoditi da netko radi na projektu nekoliko mjeseci ili čak godina, a da naposljetku projekt propadne i da se ne zaradi ništa. Sreća je što je jedino što se može izgubiti slobodno vrijeme. Navedeno se odnosi na nove projekte koji su tek u početnim fazama. Projekti koji će biti duže otvoreni i koji će već imati neke prihode biti će lakše planirati i otprilike će se znati koliko neki posao vrijedi pa će se prema tome prihvaćati članovi i davati ponude sudjelovanje u projektu i radnim zadacima.

5.1 Vrijeme isplate

Jasno je da svakog člana zanima kad će dobiti svoj dio zarade za odrađene zadatke. Kod projekata koji su tek u počecima i kod kojih još nema prihoda, potrebno je uvjeriti članove da će projekt imati dobre prihode i da će se rad na njima svima isplatiti, no pitanje je kad će ta isplata biti. S druge strane, kada je projekt već dovoljno velik i kada se nalazi na tržištu te ima određene prihode, može se unaprijed ponuditi članovima iznos i vrijeme isplate za odrađeni zadatak. Iako se čini kao veliki problem što članovi ne mogu znati kad će i hoće li uopće dobiti isplatu, pa zašto onda da ulažu svoje vrijeme za rad, odgovor je u tome što će taj rad onda biti puno bolje plaćen. Recimo da je za neki posao na stvarnom tržištu neka prosječna cijena 50 kuna po satu, u ovoj organizaciji može se ponuditi primjerice 200 kuna po satu, ali isplaćeno tek kada projekt zaradi taj novac.

5.2 Postotak isplate

Svaki vlasnik projekta odlučuje koliki će postotak dati članovima koji rade na projektu. Sasvim je jasno da vlasnik projekta neće moći privući članove ukoliko neće

ponuditi povoljan postotak, a isto tako projekti koji će imati povoljne postotke privući će veći broj članova i time postati veći i ozbiljniji.

5.3 Bruto i Neto

Ovo je još jedna bitna tema koju bi morali shvaćati svi vlasnici projekata. Organizaciji će biti omogućeno legalno poslovanje jedino ako će sve biti po zakonu i ako će se poštovati jednaki uvjeti kao kod običnog rada. To naravno znači i za isplate. Prema zakonima Republike Hrvatske isplata će trebati ići prema ugovoru o radu ili ugovoru o djelu. Ukoliko se ide preko ugovora o dijelu, treba biti svjestan da za isplatu od 100kn treba ukupno isplatiti približno 190kn ili drugačije ovisno o porezima, naknadama, prirezu i slično. To je vrlo važno jer ako vlasnik projekta za neki zadatak ponudi 100kn, mora biti svjestan koliko će ukupno morati izdvojiti sredstava za to.

6. MOGUĆI PROBLEMI

U svakom poslu postoje problemi koji mogu potpuno uništiti sav trud i doslovce preko noći urušiti cijeli sustav. Već u početku bit će mnogih problema koje će trebati pojedinačno rješavati i to će zasigurno biti veliki izazov.

6.1 Konkurencija

Iako još nisam vidio organizaciju koja bi se bavila točno ovakvim načinom rada kao što je opisano u ovom radu, postoji niz velikih stranica koje omogućuju honorarni rad odnosno tzv. „freelanceri“. To je industrija koja ima velik porast korisnika i neki izvori izjavljuju da je pred nama desetljeće „freelancera“ odnosno u slobodnom prijevodu desetljeće honorarnog rada.

Freelanceri su ljudi (radnici) koji obavljaju poslove (uglavnom digitalne) bez da su zaposleni u nekoj tvrtki. Konkretno, to znači da te osobe same dogovaraju posao i projekte, da same upravljaju svojim vremenom, da rade od kada i koliko žele, ali i da mogu raditi iz udobnosti svojeg doma ili primjerice rajske plaže na Tajlandu.

Freelanceanje je sve popularnije u svijetu, a prognoze govore kako će u narednim godinama u SAD-u čak 50 posto radnika biti freelanceri. No, tamo je postotak freelancera u odnosu na ukupan broj radnika i sada iznimno visok, tako da takve prognoze nimalo ne čude. Ovaj način poslovanja sve je popularniji i u Hrvatskoj, gdje mladi ljudi (uglavnom iz IT sektora) odlučuju eliminirati šefa iznad sebe i samostalno dogovarati i rješavati projekte koje im klijenti nude. No, put do stalnih klijenata i dobre zarade nije nimalo lagan, jer potrebno se istaknuti među milijunima ostalih ljudi koji konkuriraju na freelance tržištu. [12]

6.1.1 Upwork

Upwork mnogi smatraju najvećom freelance platformom. Imaju ogroman broj specijaliziranih radnika i klijenata koji nude raznovrsne poslove i projekte. Platforma je dobra zbog svoje jednostavnosti i pristupačnosti pa se na njoj nalaze i profesionalci i početnici. Različite razine vještina, poslodavcima omogućuju biranje

između raznih vrsta zaposlenika, ali i obrnuto. Gotovo da ne postoji vještina za koju nije moguće pronaći posao ili ponuditi projekt. [12]

Što se tiče mogućnosti koje poboljšavaju komunikaciju između radnika i klijenta, ali i olakšavaju rad i koordinaciju tima – na raspolaganju je mnogo različitih mogućnosti. Osoba koja traži idealnog kandidata, odnosno freelancera, ima mogućnost komunikacije putem chata, kao i vrlo detaljnog pretraživanja profila određenog kandidata kojem misli angažirati. Kvalitetna komunikacija vrlo je važna i onda kada klijent i freelancer sklope posao, jer putem chata mogu dogovarati detalje posla, kao i davati određene zaključke nakon obavljenih određenih radnji.

Kako bi osigurao zadovoljstvo obje strane, Upwork se pobrinuo te napravio sjajan alat koji može na vrlo efikasan i kvalitetan način pratiti što to radi freelancer i koliko je zapravo vremena uložio u razvoj projekta. S druge strane, razvijen je sustav naplate koji kontrolira novčano stanje klijenta i koji naplaćuje rad jednom kada klijent završio određeni dio posla. Dakle, sve je transparentno i napravljeno s ciljem da ne bude prevara i da se postigne obostrano zadovoljstvo. [12]

6.2.2 Freelancer

Freelancer.com je platforma koja nalikuje na Upwork i može se reći kako se radi o dva jako slična servisa. Ova je platforma već jako dugo aktivna i za to vrijeme sakupila je ogroman broj korisnika, odnosno freelancera. Nimalo ne manjka ni broj projekata koji se svakodnevno objavljuju na ovoj platformi pa možemo zaključiti kako freelanceri vole ovu platformu.

Iako je u načelu besplatna za korištenje, mnogi će preporučiti kako je pametno uzeti neki od naprednih paketa koji otključavaju neke nove mogućnosti. Ti dodatni paketi dolaze u nekoliko različitih verzija i cijena, a na vama je da odabere što vam najviše odgovara ili jednostavno ostanete na besplatnoj verziji. Freelancer.com je platforma koji zbilja nudi ogromnu ponudu poslova i na njoj će interesantne projekte pronaći i profesionalci i početnici. U moru raznovrsnih kategorija, prednjače one koje su vezane za digitalna zanimanja. No, u popularnim kategorijama može se naći prava

raznovrsnost: razvoj softvera, obrada podataka, računovodstvo, administriranje poslova, marketing, programiranje, dizajn, pisanje, itd. Nema čega nema i zbog toga je Freelancer.com idealan servis za freelancere početnike.

Platforma Freelancer.com poslodavcima omogućava da vrlo detaljno pregledavaju profile freelancera koje misle angažirati. Konkretno, mogu pregledavati koje sve vještine posjeduju, na kojim su razinama te njihove vještine, koliko su uspješni bili u poslovima koje imaju iza sebe i još mnoštvo sličnih stvari. S druge strane, freelanceri mogu pregledati profil klijenta koji im nudi posao i to na način da pregledaju koje je poslove imao iza sebe i kako je platio te poslove. Što se tiče plaćanja, Freelancer.com je osigurao obje strane i to na način da freelancerima daje uvid u to da li klijent ima sredstva kojima će podmiriti troškove rada, a klijentima omogućava da prate napredak projekta i plate tek onoga trenutka kada su zadovoljni riješenim zadatkom. Sve ovo potkrijepljeno je i sjajnom desktop aplikacijom koja i jednoj i drugoj strani omogućava potpuno transparentnost i nadgledanje napretka u rješavanju zadataka. Naime, aplikacija nudi detaljan uvid u broj potrošenih sati na projektu, kao i detalje svake faze projekta, čime je gotovo u potpunosti eliminirana mogućnost zloupotrebe sustava. [12]

6.2.3 Fiverr

Fiverr je servis za freelancere, ali drugačijeg principa funkcioniranja od dva prethodno navedena. Fiverr je u svojim začecima zamišljen kao platforma na kojoj će se nuditi i kupovati usluge za 5 dolara. No, kako se servis jako brzo razvijao, nastala je potreba za time da se neki poslovi naplaćuju više od 5 dolara. Unutar sistema je postepeno ugrađena naplata 10, 15, 20 dolara, a danas ponuđači usluga mu sami odrediti koliko će naplatiti neku uslugu i istu tu uslugu ponuditi potencijalnim klijentima. [12]

Fiverr je servis koji je u potpunosti posvećen freelancerima, tj. nuditeljima usluga. Naime, oni sami nude neke svoje usluge i određuju cijenu, a potencijalni klijenti zatim ih pronalaze putem tražilice. Kvalitetna tražilica korisniku koju je u potrazi za nekom uslugom može preporučiti uspješne radnike, može sortirati iste prema vještinama i kvaliteti rada kao i prema recenzijama. Sustav je iznimno transparentan i obje strane u svakom trenutku znaju što očekivati i kako postići maksimalno zadovoljstvo. [12]

Kada se neka usluga naruči, najprije je potrebno definirati ciljeve. U svemu tome pomaže super sustav komunikacije u kojem možete zadavati ciljeve projekta, podešavati neke važne datume ili zadavati mini ciljeve unutar projekta. Primjerice, moguće je odrediti i dogovoriti kada će dio usluge biti isporučen i to se zatim postavlja kao cilj koji mora biti ispunjen u zadanom roku. U protivnom naručitelj usluge može povući svoju narudžbu i djelovati kako bi zaštitio svoje prava. Ono što je super jest i prikazano vrijeme koje je potrebno za odaziv na zahtjev klijenta, zahvaljujući kojemu se sve strogo definira i ne dopuštaju se razno razne prevare.

U globalu, Fiverr je jako dobar servis za sve koji žele ponuditi neku svoju uslugu, bilo kome na tržištu. Ograničenja nema, može se ponuditi od fotografiranja, preko programiranja pa sve do šivanja i crtanja. [12]

6.2.4 Toptal

Toptal je zanimljiva freelance platforma, ali ona je rezervirana samo za najkvalitetnije freelancere. Kod Toptala rade samo 3% najboljih freelancera na svijetu.

Da bi se netko uopće mogao prijaviti na Toptal, mora položiti vrlo zahtjevne testove. Tako će primjerice programeri, morati položiti zahtjevne testove iz područja programiranja, dizajneri će morati u tekstovima dokazati svoje znanje dizajniranja, itd. [12]

Iako je upad na ovu mrežu puno teži od otvaranja računa na drugim freelance platformama, jasno je kako to sa sobom donosi i mnoge prednosti. Naime, kako tvorcima platforme tvrde da okupljaju samo najbolje ljude iz struke, to znači da će i naručitelji usluga biti iznimno kvalitetni i spremni platiti vrhunsku uslugu. Dakle, teži upad ovdje konkretno znači i puno veća zarada i kvalitetni klijenti. No, prvi korak je položiti napredne testove, a za što vam treba i jako dobro znanje engleskog jezika. Oni koji vjeruju u svoje vještine i sposobnost korištenja engleskog jezika – svakako bi se trebali okušati na upadanju u ovu freelance platformu.

Postoji velika vjerojatnost kako su klijenti na ovoj mreži u potrazi za ljudima koji će za njih raditi full-time, što je sjajno – posebno za nove freelancere kako bi se ustabili na tržištu i osigurali redovne prihode. Toptal je razvio kvalitetan alat koji prati rad i u svakom trenutku klijenta izvještava kako napreduje. S obzirom na to da je sve na iznimno visokoj razini usluge, svi koji ne rade dobro svoj posao bit će isključeni, odnosno neće biti na dobrom glasu na Toptalu. Ova platforma čak nudi povrat novca ako klijenti nisu zadovoljni. [12]

6.2.5. 99designs

99designs je platforma za freelancere koja je namijenjena isključivo dizajnerima pa su svi elementi platforme prilagođeni načinu funkcioniranja freelance svijeta dizajnera. Bez obzira na to što se radi o specijaliziranoj freelance platformi, podaci pokazuju kako je na njoj prijavljeno jako puno freelancera i kako se okreće veliki

novac. Ako je vjerovati podacima platforme do sada je tamo svoje usluge zatražilo gotovo pola milijuna korisnika, što je odabranim freelancerima donijelo više od 200 milijuna dolara. Kako god okrenuli, morate priznati da se radi o lijepim brojkama, unatoč tome što je platforma specijalizirana samo za dizajn.

Što se tiče usluga koje možete ponuditi, gotovo da ne postoje nikakve zapreke – samo je važno da se radio o dizajnu. Najviše klijenata i freelancera traži i nudi sljedeće: kreiranje logotipa za tvrtke, stvaranje vizualnog identiteta za tvrtke, dizajniranje unikatnih majica, priprema dizajna za knjige, dizajniranje vizitki i ostalog promotivnog materijala, itd. Uglavnom radi se o dizajnerskim uslugama koje se često traže i van freelancer svijeta pa ne čudi što je najveći interes upravo za tim vještinama. [12]

Platforma funkcionira nešto drugačije od ostalih freelance platformi i prilagođena je dizajnerima.

Kada neki klijent opiše svoju ideju i predloži suradnju, freelanceri prijavljuju svoje radove i natječu se međusobno tko će zadobiti povjerenje klijenta.

Vrlo je važno je posjedovati znanje i kvalitetne vještine, što se mora dokazati radovima. Zanimljivo, mnogi bi rekli kako je ovo zapravo najkvalitetniji način angažiranja radnika, jer već unaprijed znate što možete očekivati od radnika i koje kvalitete ima. [12]

6.2 Korištenje ilegalnih računalnih programa

S obzirom da je cilj da ljudi rade od kuće sa vlastitim resursima (vlastiti prostor, vlastito računalo, vlastiti internet, vlastita električna energija) mogao bi se dogoditi problem s korištenjem ilegalnih programa. To je problem za koji će na kraju odgovarati organizacija jer će se projekti objavljivati pod imenom organizacije.

Svakako će preporuke biti da se koriste besplatni „open source“ programi. Danas su takvi programi sve dostupniji i sve kvalitetniji. Usprkos preporukama, sigurno će doći do tih problema i vrlo će važno biti smisliti način da se tako nešto spriječi.

6.3 Pobuna konkurencije

U slučaju da ova organizacija uspije u svom naumu i postane dovoljno velika da globalno počinje mijenjati način na koji ljudi rade i razmišljaju, izvjesno je da će se pobuniti firme koje funkcioniraju na standardni način i da će učiniti sve da unište organizaciju. Slične probleme ima „Uber“ koji je pod masovnim pobunama tradicionalnih taxi služba izgubio bitku u mnogim državama i gradovima.

6.4 Zlonamjerni članovi

Ovaj problem može se povezati s problemom pobune konkurencije, jer nitko neće moći spriječiti članove koji će se ubaciti u projekte da bi ih na neki način pokušali upropastiti. Dio problema može se riješiti s ocjenjivanjem članova i njihovim prošlim zadacima, pa slabo ocjenjeni članovi ne bi mogli dobiti priliku na bitnim zadacima dok ne dobe bolje ocjene, no ni to nije garancija da se tako nešto neće događati.

7. ISTRAŽIVANJE

Da bi se vidjelo kako ljudi razmišljaju, koja su im stajališta i da li ovakva ideja ima smisla, napravljeno je istraživanje u obliku online ankete. Bitno je potvrditi mišljenja i tvrdnje koje su napisane u ovom radu, te vidjeti da li vrijedi nastaviti s realizacijom ideje.

7.1. Uzorak istraživanja i metodologija

Ispitivanje je napravljeno prema ciljnoj skupini, jer za neke djelatnosti ova organizacija nije izvediva. Istraživanje se provodilo pomoću on-line ankete koja je bila podijeljena studentima, učenicima srednjih škola, te zaposlenim osobama koji svoj rad obavljaju većim dijelom na računalu.

On-line anketa se provodila pomoću Google-ovog alata „Google Forms“ u periodu od 01.06.2020. do 27.06.2020. godine. Druga anketa sastojala se samo od jednog pitanja, ali je bila postavljena isključivo „freelancerima“ iz hrvatske u zatvorenoj facebook grupi freelancera hrvatske. Pitanje je bilo poprilično direktno i rezultat bi trebao biti vrlo važan temelj za ili protiv odluke za pokretanje organizacije s obzirom da je ciljna skupina točno onakav profil ljudi kakav se traži.

Ukupan broj ispitanika koji je pristupio prvoj anketi je 108. Anketa se sastojala od ukupno 13 pitanja.

Kako bi se ljude uvjerilo da im anketa neće uzeti puno vremena i kako bi dobili čim iskrenije odgovore, anketa je koncipirana tako da nema previše pitanja i da su prvo postavljena pitanja koja su se činila najzanimljivijim. Opće je poznata stvar da ljudi vrlo brzo gube pažnju i da često odustaju od ispunjavanja ako anketa ima previše pitanja. Zato anketa nije imala prevelik broj pitanja, a pitanja koja su postavljena bila su direktna i s relativno malim izborom odgovora.

7.2. Ciljevi istraživanja

Predmet tj. cilj ovog istraživanja je utvrditi stajališta osoba čija je struka i opis posla usko vezani uz računala, odnosno djelatnosti koje se mogu raditi na daljinu. Istraživanjem se nastoji dokazati zainteresiranost i otvorenost prema ovakvom načinu rada i osiguravanja egzistencije. U slučaju da je društvo konzervativno i da ipak nije spremno za promjene, vrlo je mala šansa da bi pokretanje ove organizacije moglo uspjeti. S druge strane, ako pak se ispitivanjem dokaže da bi ljudi dali priliku i da su spremni biti dio nečeg takvog, postoji mogućnost da se krene u realizaciju ideje.

7.3. Hipoteze istraživanja

Istraživanje koje se provodilo u svrhu ovog rada temelji se na tri hipoteze, a to su:

HIPOTEZA 1: Zaposlenici imaju preniske plaće u odnosu na zaradu firme.

Obrazloženje: Ovakva rečenica se često spominje u mnogim razgovorima i postaje opće mišljenje u nekim zajednicama. Ova hipoteza se kroz anketu treba potvrditi zbog toga što je ona temelj motiva da se ljudi priključe organizaciji. Ako ljudi generalno misle da su im plaće u skladu s zaradom firme, onda je teško vjerovati da bi netko napuštao sustav koji dobro funkcionira.

HIPOTEZA 2: Ljudi imaju hobije od kojih bi mogli živjeti

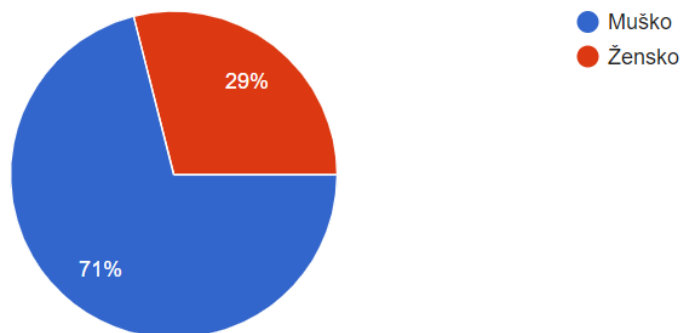
Obrazloženje: Mnogi ljudi imaju različite hobije s kojima se bave u slobodno vrijeme, ali nažalost i dalje su primorani raditi posao koji ne vole, jer nemaju druge mogućnosti. Ovom hipotezom nastoji se prikupiti informacija da li ima dovoljno ljudi koji se bave nečim u slobodno vrijeme ili im slobodno vrijeme koristi za uobičajene aktivnosti i aktivni odmor.

HIPOTEZA 3: Ljudi bi produktivnije i više radili da se dobit firme dijeli s njima.

Obrazloženje: U društvenim razgovorima često se čuje da vlasnici nekog obrta ili firme rade “dan i noć”, a razlog je naravno taj što takvi ljudi rade za sebe i dobit je zapravo njihova pa je i motiv rada mnogo veći. S druge strane, neki zaposlenici se hvale da na poslu odmaraju ili da rade ovisno kakve su volje tog dana. Ova hipoteza trebala bi potvrditi da li bi ljudi zaista radili više i produktivnije kad bi sudjelovali u projektima u kojima bi se dobit dijelila s njima.

7.4. Rezultati istraživanja ankete 1

Pitanje 1. Spol ispitanika.

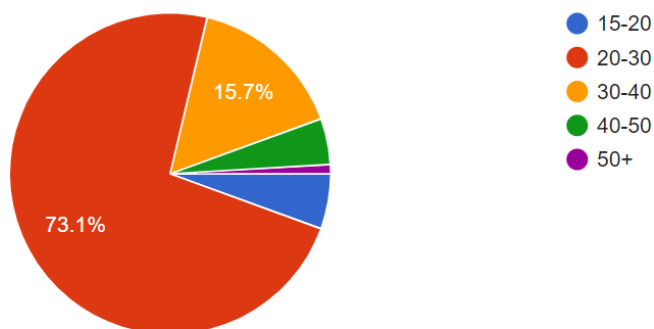


Grafički prikaz 3: Spol ispitanika

Izvor: Rad autora

Od ukupnih 108 ispitanika, 77 (71%) je bilo muškog spola, a 31(29%) ženskog spola.

Pitanje 2. Dob

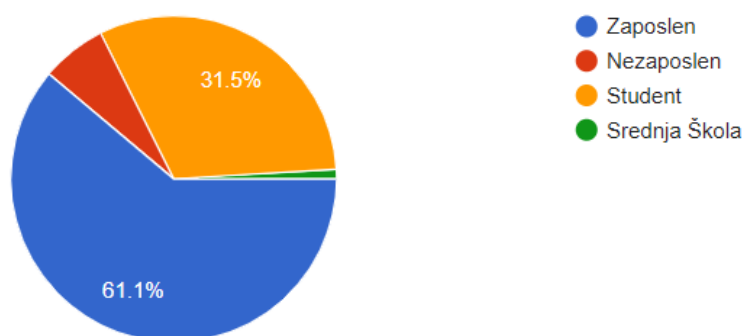


Grafički prikaz 4: Dob ispitanika

Izvor: Rad autora

Od ukupnih 108 ispitanika, 79 (73%) ispitanika je bilo između 20 i 30 godina starosti, 17 (16%) ispitanika je bilo između 30 i 40 godina starosti, 6 (6%) ispitanika je bilo između 15-20 godina starosti, 5 (5%) ispitanika je bilo između 40 i 50 godina starosti te jedan ispitanik s više od 50 godina starosti.

Pitanje 3. Radni status

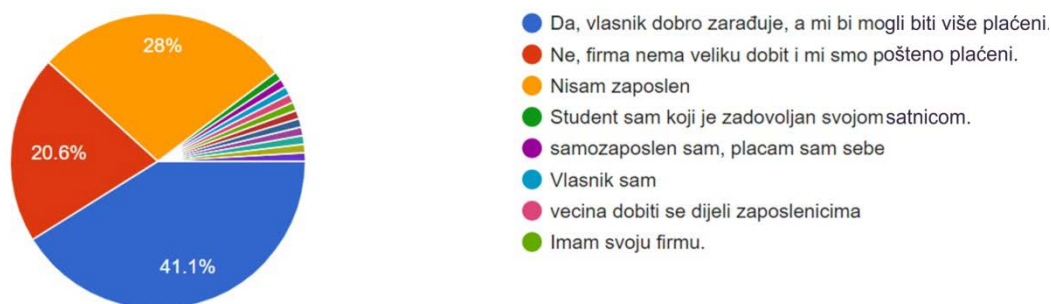


Grafički prikaz 5: Radni status ispitanika

Izvor: Rad autora

Od ukupnih 108 ispitanika, 66 (61%) ispitanika je u radnom odnosu, 31 (31,5%) ispitanika su studenti, 1 srednjoškolic/srednjoškolka, dok je 7(6%) ispitanika nezaposleno.

Pitanje 4. Ako ste zaposleni, da li smatrate da ste premalo plaćeni s obzirom na zaradu vlasnika firme?



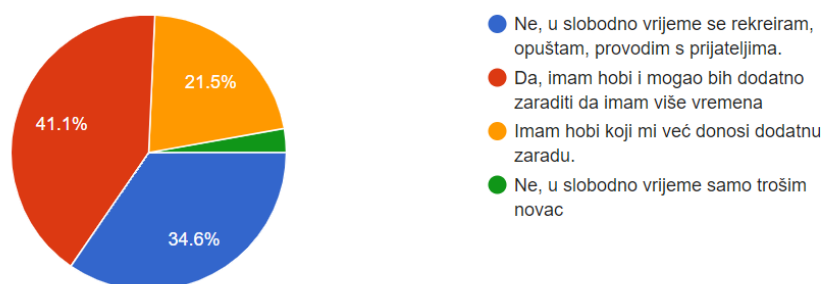
Grafički prikaz 6: Raspodjela odgovora na pitanje 4

Izvor: Rad autora

Od ukupnih 108 ispitanika, 45 (41%) smatra da bi mogli biti više plaćeni s obzirom na zaradu vlasnika firme, 22 (20%) ispitanika smatra da su dovoljno plaćeni s

obzirom na dobit firme, 30 (28%) ispitanika nije zaposleno ili studira. Ostalih 12 (11%) ispitanika dalo je individualne odgovore. Ovo pitanje trebalo je potvrditi hipotezu 1 „Zaposlenici imaju preniske plaće u odnosu na zaradu firme“, stoga je vrlo bitno zasebno obraditi odgovore samo onih ispitanika koji su zaposleni kod poslodavaca. Kada se pogledaju odgovori samo tih ispitanika, 45 (67%) ih je odgovorilo da bi trebali biti više plaćeni s obzirom na zaradu firme, a 22 (33%) ih smatra da su dovoljno plaćeni. To pokazuje da je hipoteza 1 potvrđena.

Pitanje 5. Imate li hobi na koji trošite svoje slobodno vrijeme, a mislite da bi pomoću tog hobija mogli ostvariti dodatnu zaradu?

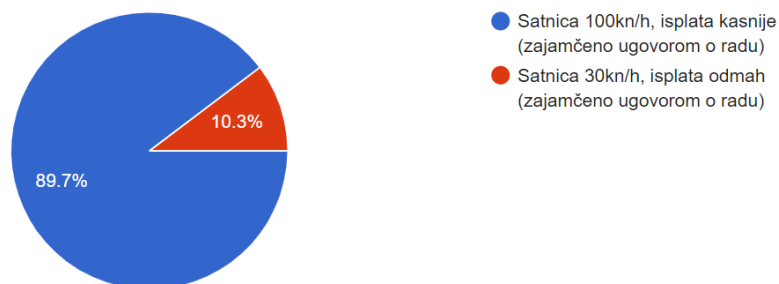


Grafički prikaz 7: Raspodjela odgovora na pitanje 5

Izvor: Rad autora

Od ukupnih 108 ispitanika, 45 (41%) ispitanika odgovorilo je da ima hobi i da bi im mogao donijeti dodatnu zaradu, 37 (34%) ispitanika odgovorilo je da se u slobodno vrijeme opušta ili provodi s prijateljima, 23 (21%) ispitanika kaže da već imaju hobi koji im donosi dodatnu zaradu. Ovo je također vrlo važan podatak, čak 62% ispitanika ima hobi s kojim već zarađuje ili bi mogao zarađivati. Ovim pitanjem, potvrđena je hipoteza 2 „Ljudi imaju hobije od kojih bi mogli živjeti“.

Pitanje 6. Koju opciju bi prije izabrali?



Grafički prikaz 8: Raspodjela odgovora na pitanje 6:

Izvor: Rad autora

Od ukupnih 108 ispitanika, čak 97 (89%) kaže da je spremno imati veću satnicu s kasnijom isplatom, nego manju satnicu s momentalnom isplatom, samo 11 (10%) ispitanika ima suprotno mišljenje. Ovaj rezultat pokazuje da su ljudi spremniji čekati na svoju nagradu ako je ona zajamčena. Za ovu organizaciju to je izuzetno važno, s obzirom da isplata ide tek kad projekt počinje zarađivati novac.

Pitanje 7. Da li smatrate da bi više, bolje i produktivnije radili da znate da će se ukupna godišnja zarada tvrtke dijeliti s vama?



Grafički prikaz 9: Raspodjela odgovora na pitanje 7

Izvor: Rad autora

Od ukupnih 108 ispitanika, čak 73 (67%) smatra da bi više i produktivnije radili da znaju da će se ukupna godišnja zarada tvrtke dijeliti s njima. Uz tih 67%, još njih 17

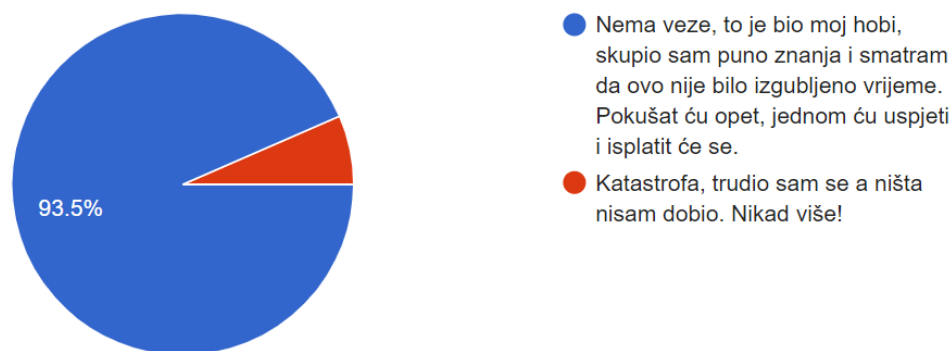
(15%) nije zaposleno, ali smatra da bi bio produktivniji da se zarada dijeli s njima. Samo 10 (9%) ispitanika smatra da bi radili istim intenzitetom kao i sada, dok njih 8 (7%) koji nisu zaposleni, smatraju da bi radili također istim intenzitetom.

Dakle, ovi odgovori pokazuju da je ukupno 82% ispitanika uvjereni da bi radili više i produktivnije da se ukupna zarada firme dijeli s njima. Ovakav stav je izrazito važan za organizaciju jer se potvrdila hipoteza 3 „Ljudi bi produktivnije i više radili da se dobit firme dijeli s njima“.

To znači da bi na projektima koji ima više članova, neki članovi sigurno radili vrlo predano, vjerojatno duže od predviđenog i s više entuzijazma, kao što se to zna vidjeti kod vlasnika obrta ili poduzetnika koji naporno rade s obzirom da rade za sebe.

Prema ovim odgovorima može se zaključiti da većina ljudi koji rade za plaću rade onoliko koliko su plaćeni te nemaju motiv da svojim entuzijazmom doprinesu još većoj zaradi firme.

Pitanje 8. Zamislite scenarij. Radite 100 sati rada doma na računalo na poslovima koji vas zanimaju u slobodno vrijeme. Ako uspijete, zaradit ćete 30 000kn, ali nije uspjelo i nema zarade a vi ste izgubili svoje slobodno vrijeme.



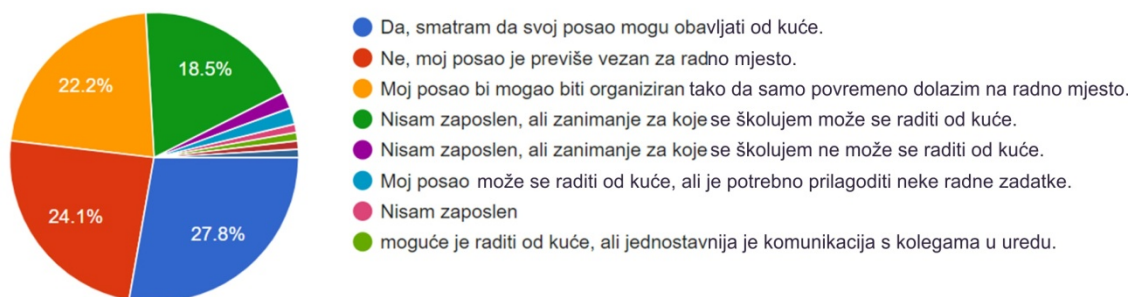
*Grafički prikaz 10: Raspodjela odgovora na pitanje 8
Izvor: Rad autora*

Od ukupnih 108 ispitanika, 101 (93%) odgovorilo je da ne bi zažalili ako neki projekt ne uspije, jer su uz rad skupili puno iskustva i smatraju da će se prije ili

kasnije isplatiti, dok samo 7 (7%) ispitanika smatra takvu situaciju vrlo negativnom, te da neće ponovno pokušati.

Rezultati ovog pitanja su i više nego iznenađujući. Očekivalo se da više ljudi negativno prihvaća neuspjeh i da bi to mogla biti potencijalna prijetnja za uspjeh organizacije, no uz ovako visok postotak pozitivnih odgovora, pokazalo se da je mišljenje ispitanika suprotno očekivanom.

Pitanje 9. Da li smatrate da se posao koji trenutno radite može organizirati tako da se radi od kuće?

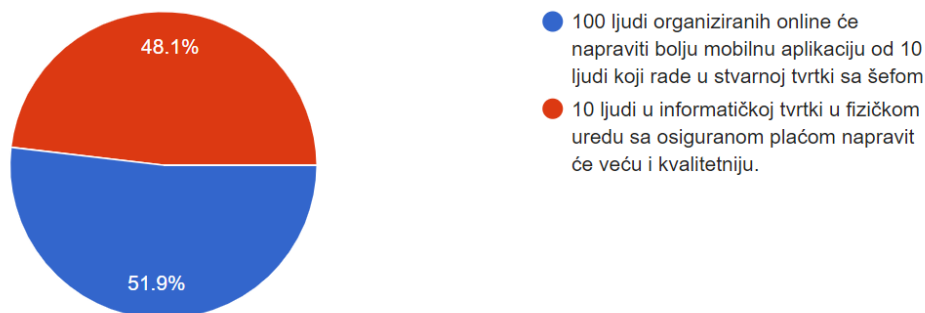


Grafički prikaz 11: Raspodjela odgovora na pitanje 9

Izvor: Rad autora

Od ukupnih 108 ispitanika, 30 (28%) ih smatra da svoj posao mogu obavljati od kuće. 24 (22 %) smatra da bi samo povremeno trebali dolaziti na radno mjesto a ostatak mogu raditi kod kuće. 20 (18%) ispitanika se još uvijek školuje, ali smatra da se kod njihovog zanimanja može raditi od kuće. Njih 26 (24 %) ih smatra da ne mogu svoj posao obavljati kod kuće, dok su ostali ispitanici dali individualne odgovore. Ako se pogleda u cjelini, 65% ispitanika smatra da bi se posao u cijelosti ili povremeno mogao obavljati od kuće.

Pitanje 10. Izaberite tvrdnju s kojom se slažete

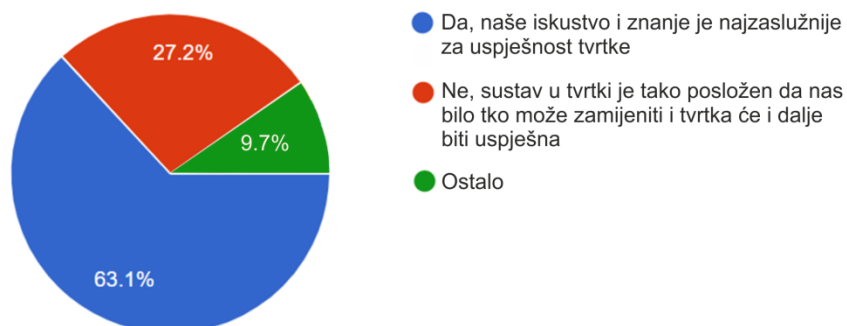


*Grafički prikaz 12: Raspodjela odgovora na pitanje 10
Izvor: Rad autora*

Od ukupnih 108 ispitanika, 56 (52%) smatra da 100 ljudi organiziranih preko interneta mogu napraviti bolju mobilnu aplikaciju od 10 ljudi koji rade u stvarnoj tvrtki u fizičkom uredu. 52 (48%) ispitanika smatra da bi 10 ljudi u fizičkom uredu napravili bolju aplikaciju.

Ovo je također pomalo iznenađujući rezultat, s obzirom na pozitivne rezultate prijašnjih pitanja. Očekivalo bi se da ispitanici više povjerenja imaju 100 online organiziranih ljudi. Ipak je to 10 puta više ljudi koji rade na daljinu za razliku od 10 onih koji rade u stvarnom uredu. To pokazuje da dobar dio ispitanika ipak još dovoljno ne vjeruje online organizaciji.

Pitanje 11. Smatrate li da ste sa svojim kolegama na poslu direktno zaslužni za visoku dobit u tvrtki u kojoj radite?



*Grafički prikaz 13: Raspodjela odgovora na pitanje 11
Izvor: Rad autora*

Od ukupnih 108 ispitanika, 68 (63%) ispitanika smatra da su direktno zaslužni za visoku dobit u tvrtki u kojima rade. 29 (27 %) ispitanika kaže da nisu direktno zaslužni, već je sustav u tvrtki tako posložen da ih bilo tko može zamijeniti. 11 (10%) ispitanika je dalo individualne odgovore.

Ovakav stav ispitanika govori da su djelatnici u firmama svjesni da upravo svojim znanjem i entuzijazmom doprinose rastu i razvoju firme.

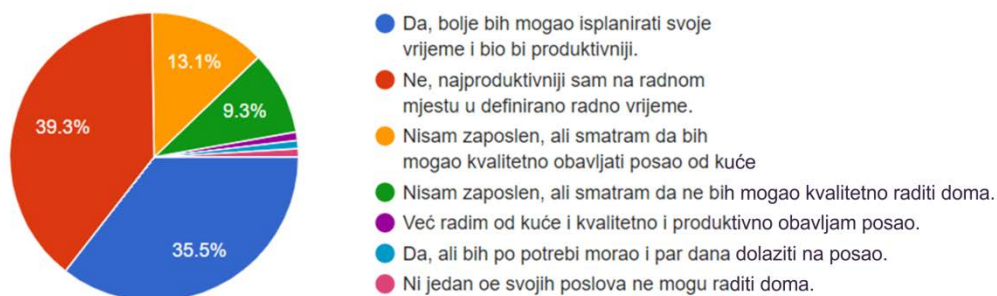
Pitanje 12. Biste li voljeli raditi svoj posao u tvrtki čiji su 100% vlasnici radnici te čiju dobit dijele isključivo radnici?



*Grafički prikaz 14: Raspodjela odgovora na pitanje 12
Izvor: Rad autora*

Od ukupnih 108 ispitanika, 57 (53 %) ne bi voljelo raditi u firmi u kojoj su vlasnici radnici i čiju dobit dijele isključivo radnici. 45 (41%) smatra da bi voljelo raditi na takav način i misle da je to dobro. 6 (6%) ispitanika je dalo individualne odgovore. Ovakav stav ispitanika je ponovno poprilično iznenađujući ako uzmemo u obzir prethodne odgovore gdje se smatra da vlasnici firme premalo plaćaju svoje radnike.

Pitanje 13. Smatrate da bi mogli svoj posao jednako kvalitetno i produktivno obavljati kod kuće kao što to radite na poslu?



Grafički prikaz 15: Raspodjela odgovora na pitanje 13

Izvor: Rad autora

Od ukupnih 108 ispitanika, 43 (40%) ispitanika smatra da ne bi mogli svoj posao jednako kvalitetno i produktivno obavljati od kuće jer misle da su na radnom mjestu najproduktivniji. 38 (35%) ispitanika pak smatra da bi u tom slučaju bolje mogli isplanirati svoje vrijeme i da bi bili produktivniji doma za razliku od radnog mjesta. 14 (13 %) ispitanika koji nisu zaposleni, smatraju da mogli kvalitetnije raditi od kuće. 10 (9%) ispitanika koji nisu zaposleni, smatraju da bi na radnom mjestu bili produktivniji. Ostali ispitanici dali su individualne odgovore.

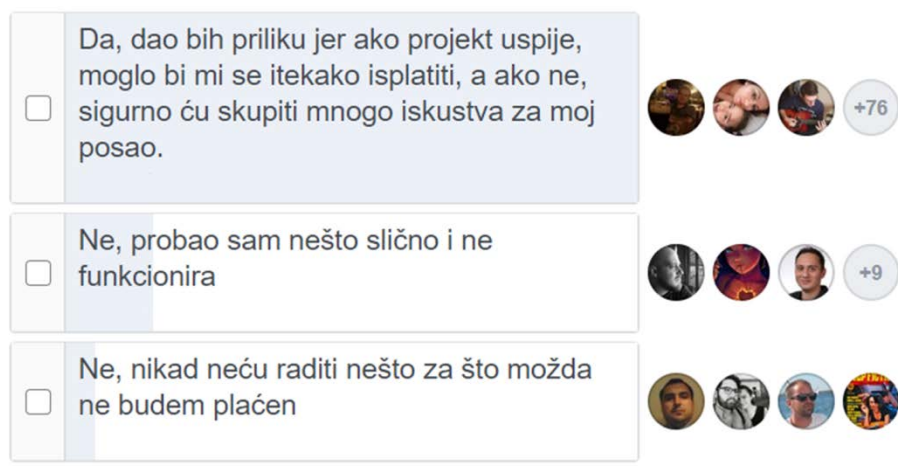
Kada se zbroje odgovori i zaposlenih i nezaposlenih, 52 (49%) ih smatra da bi kvalitetnije radilo doma, a 53 (51 %) ih smatra da bi kvalitetnije radilo na poslu.

Dakle, stavovi su podjednaki, no vrlo vjerojatno ovise još o ponekim detaljima rada, poput toga da li je ponekad ipak potrebno posjetiti radno mjesto, napraviti tjedne ili mjesečne sastanke uživo i slično.

7.5. Rezultati istraživanja – anketa 2

Kada bi Vam se ukazala mogućnost, da li bi bili spremni dio svog radnog ili slobodnog vremena uložiti za rad na zajedničkom velikom projektu izrade mobilne aplikacije i/ili ozbiljne računalne igre čiji bi vlasnik bila zajednica freelancera. Umjesto uobičajenog plaćanja, dobili bi ugovoreni postotak prihoda od takve aplikacije kada se aplikacija/igra počne prodavati.

Za projekt bi bili potrebni freelanceri iz svih područja. (programeri, dizajneri, UI, UX, content, marketing, video, audio...)



*Grafički prikaz 16: Raspodjela odgovora na pitanje ankete 2 za „freelancere“
Izvor: Rad autora*

U ovoj anketi sudjelovalo je ukupno 89 „freelancera“ iz Hrvatske koji su samozaposleni i koji se upravo bave poslovima koji su opisani u ovom radu. Dakle ovo je usko ciljano skupina ljudi čije mišljenje je vrlo važno o ovoj temi. Rezultati ankete su vrlo iznenađujuće pozitivni. Čak 76 (85%) ispitanika dalo je pozitivan odgovor na pitanje, dok je samo 13 (15%) ispitanika odgovorilo na negativne odgovore.

Ovo je za mene iznenađujući rezultat s obzirom da su ispitanici ljudi koji imaju iskustva s samostalnim radom i koji su zasigurno prolazili kroz mnoge probleme u poslovnom svijetu i stoga je bilo za očekivati da će stav biti negativniji.

Da bi imalo smisla pokretati organizaciju koja je opisana u ovom radu, prema mojim procjenama potrebno bi bilo oko 40% pozitivnih odgovora iz ove ciljane skupine ljudi, a s ovih 85% pozitivnih odgovora može se zaključiti da je ideja dobra. Također, neposredno nakon ispunjavanja ankete javilo se nekoliko ispitanika koji su rekli da su zainteresirani priključiti se ukoliko se otvori neki zanimljivi projekt.

ZAKLJUČAK

Za svaku novu tehnologiju ili općenitu promjenu u nekom segmentu društva potrebna je faza prilagodbe, općeg prihvatanja i tek onda potpune transformacije na novo. Kad su računala počela biti dovoljno jaka da mnoge stvari naprave kvalitetnije i brže od čovjeka, mnogi nisu prihvaćali tu tvrdnju i pokušali su se oduprijeti računalima, no danas gotovo da nema tehnološkog procesa kojim ne upravlja računalo.

Tvrtke koje odbijaju nove tehnologije, prije ili poslije u pravilu zaostaju i naposljetku su primorane koristiti ih ili prihvatiti propadanje.

To pravilo ne vrijedi samo u poslovnom svijetu, nego i u privatnom. Mnogi ljudi odbijali su koristiti tehnologije poput mobilnih telefona, pa su s vremenom počeli toliko zaostajati u društvu da je većina ipak prihvatila tehnologiju. S druge strane, treba biti svjestan da je bilo i mnogo tehnoloških pokušaja koji su trebali mijenjati svijet i u koje se mnogo uložilo, a naposljetku globalno društvo nije prihvatilo i projekt je propao kao primjerice „Google glass“.

U svakom slučaju, istraživački dio ovog rada pokazao je da interes ljudi u takvim djelatnostima postoji, ali je potrebno uvjeriti ih u uspješnost projekata. Ljudi se teško odvajaju od svoje komforne zone i to uvjeravanje je najveći izazov i najveći problem. Stoga je zaključak ovog istraživačkog rada da je potrebno najprije imati barem nekoliko stvarnih i do neke mjere uspješnih projekata kako bi to bio motiv drugima da se priključe. To je ujedno i najveći izazov, jer najprije treba vremena i resursa da se naprave takvi uspješni projekti. Taj dio je zapravo sljedeći problem kojeg je potrebno riješiti ako se misli krenuti s realizacijom ove organizacije. To se može napraviti u sklopu suradnje s nekim tvrtkama koje imaju svoje sekundarne projekte za koje nemaju dovoljno ljudskog resursa ili pak suradnja s tvrtkama čiji su projekti postali preveliki za kadar koji imaju, a dodatno zapošljavanje im nije opcija. Također, jedna od mogućnosti je priključivanje projekata studenata koji su radili na zanimljivim stvarima koje imaju potencijala. To mogu biti praktični dijelovi diplomskih ili završnih radova ili pak timski radovi unutar nekog kolegija poput video igara, VR i AR aplikacija, 3D animacija, filma i slično.

Uglavnom, veliko povjerenje ulijevaju pozitivni odgovori i razmišljanja ispitanika, naročito samozaposlenih „freelancera“ koji su u principu i srž ciljne skupine za djelatnosti koje bi funkcionirale na ovaj način.

S obzirom da je najbitnija ciljna skupina iznenađujuće pozitivno prihvatila ideju, a neki od njih su već ponudili suradnju iako još nema projekata, svakako se ide postepeno u realizaciju ideje. Sljedeći korak u realizaciji bit će detaljno pisanje poslovnog plana u kojem se mora definirati dinamika razvitka i ispunjavanja ciljeva. Paralelno s planiranjem i pisanjem poslovnog plana, tražit će se projekti koji će služiti kao primjer i kojim će se zainteresirani moći priključivati.

U Varaždinu, 07.10.2020.



**IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU**

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, MIHAEL LADIĆ pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor diplomskog rada pod naslovom Multimedija kao fundament inovativnog strukturnog tržišta te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student:
Mihael Ladić

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, MIHAEL LADIĆ neopozivo izjavljujem da sam suglasan s javnom objavom diplomskog rada pod naslovom Multimedija kao fundament inovativnog strukturnog tržišta čiji sam autor.

Student:
Mihael Ladić

(vlastoručni potpis)

POPIS LITERATURE

Knjige

- [1] Edicija Maven (2009): Brendiranje i samopromocija. Zadar, Naklada d.o.o.
- [2] Pavlek, Z. (2008): Branding, kako izgraditi najbolju marku. Zagreb: M.E.P. Consult
- [3] D.,Djaouti i J., Alvarez & J.P., Jessel, Classifying Serious Games: the G/P/S model. Handbook of Research on Improving Learning and Motivation through Educational Games: Multidisciplinary Approaches, IGI Global, 2011.
- [4] Kesić T.,Ponašanje potrošača, Zagreb, 2006
- [5] Grbac B., Meler M., Marketinško planiranje: preduvjet uspješnog razvoja, Zagreb, 2007
- [6] Srbljinović M., Utjecaj društvene odgovornosti poduzeća na ponašanje potrošača u Hrvatskoj, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, 2012
- [7] Anthony Robbins, Neograničena moć, Varaždin, 2017

Diplomski radovi

- [8] Tena Đaković: „Redizajn intranet kao alat interne komunikacije u radnoj organizaciji”, Diplomski rad, Sveučilište Sjever, Varaždin, 2019.
- [9] Vanja Šimunec: “Ponašanje potrošača na tržištu video igara”, Diplomski rad, Sveučilište Sjever, Varaždin, 2019.

Članci i internet izvori

[10] <https://lpesports.com/e-sports-news/the-video-games-industry-is-bigger-than-hollywood> (preuzeto 16.06.2020.)

[11] <https://www.valuewalk.com/2018/04/esports-v-sports-future-sport-online/>
(preuzeto 25.06.2020)

[12] <https://pcchip.hr/softver/posao-i-financije/10-najboljih-freelance-platformi-1-dio/>
(preuzeto 01.07.2020)

[13] <https://net.hr/danas/hrvatska/nova-vrsta-rada-firme-u-hrvatskoj-i-svijetu-razmisljaju-o-radikalnoj-promjeni-koja-zvuci-uzbudljivo-ali-nosi-i-nove-troskove-za-radnike/>
(preuzeto 15.08.2020)

[14] <https://edition.cnn.com/2020/08/02/business/companies-work-from-home-2021/index.html>
(preuzeto 02.08.2020)

POPIS GRAFIČKIH PRIKAZA

Grafički prikaz 1: Usporedba zarade tržišta glazbe, filmova i videoigara	4
Grafički prikaz 2: Gledanost e-sporta u odnosu na druge sportove u Americi	6
Grafički prikaz 3: Spol ispitanika	32
Grafički prikaz 4: Dob ispitanika.....	32
Grafički prikaz 5: Grafički prikaz 3: Radni status ispitanika	33
Grafički prikaz 6: Raspodjela odgovora na pitanje 4	33
Grafički prikaz 7: Raspodjela odgovora na pitanje 5	34
Grafički prikaz 8: Raspodjela odgovora na pitanje 6	35
Grafički prikaz 9: Raspodjela odgovora na pitanje 7	35
Grafički prikaz 10: Raspodjela odgovora na pitanje 8	36
Grafički prikaz 11: Raspodjela odgovora na pitanje 9	37
Grafički prikaz 12: Raspodjela odgovora na pitanje 10	38
Grafički prikaz 13: Raspodjela odgovora na pitanje 11	39
Grafički prikaz 14: Raspodjela odgovora na pitanje 12	40
Grafički prikaz 15: Raspodjela odgovora na pitanje 13	41
Grafički prikaz 16: Raspodjela odgovora na pitanje ankete 2 za „freelancere“.....	42

PRILOG

ANKETNI UPITNIK

Ljubazno Vas molim da iskreno popunite anketu za čije je ispunjavanje potrebno 2minute (13 pitanja). Anketa je u potpunosti anonimna.

1. Spol

Muško

Žensko

2. U koju dobnu skupinu spadate?

15-20

20-30

30-40

40-50

50+

3. Radni status

Zaposlen

Nezaposlen

Student

Srednja škola

4. Ako ste zaposleni, da li smatrate da ste premalo plaćeni s obzirom na zaradu vlasnika firme?

Da, vlasnik dobro zarađuje, a mi bi mogli biti više plaćeni

Ne, firma nema veliku dobit i mi smo pošteno plaćeni

Nisam zaposlen

Other: _____

5. Imate li hobi na koji trošite svoje slobodno vrijeme, a mislite da bi pomoću tog hobija mogli ostvariti dodatnu zaradu?

Ne, u slobodno vrijeme se rekreiram, opuštam, provodim s prijateljima.

Da, imam hobi i mogao bih dodatno zaraditi da imam više vremena

Imam hobi koji mi već donosi dodatnu zaradu.

Ne, u slobodno vrijeme samo trošim novac

6. Koju opciju bi prije izabrali?

Satnica 100kn/h, isplata kasnije (zajamčeno ugovorom o radu)

Satnica 30kn/h, isplata odmah (zajamčeno ugovorom o radu)

7. Da li smatrate da bi više, bolje i produktivnije radili da znate da će se ukupna godišnja zarada tvrtke dijeliti s vama?

Da, smatrao bih tu tvrtku kao svoju i puno više bih davao od sebe na poslu kako bi tvrtka imala čim veću dobit..

Ne, radio bih istim intenzitetom kao i sada.

Nisam zaposlen, ali smatram da bih puno više davao od sebe na poslu.

Nisam zaposlen, ali smatram da bih radio istim intenzitetom kao i kod običnog poslodavca.

8. Zamislite scenarij. Radite 100 sati rada doma na računalu na poslovima koji vas zanimaju u slobodno vrijeme. Ako uspijete, zaradit ćete 30 000kn, ali nije uspelo i nema zarade a vi ste izgubili svoje slobodno vrijeme.

Nema veze, to je bio moj hobi, skupio sam puno znanja i smatram da ovo nije bilo izgubljeno vrijeme. Pokušat ću opet, jednom ću uspjeti i isplatit će se.

Katastrofa, trudio sam se a ništa nisam dobio. Nikad više!

9. Da li smatrate da se posao koji trenutno radite može organizirati tako da se radi od kuće?

Da, smatram da svoj posao mogu obavljati od kuće

Ne, moj posao je previše vezan za radno mjesto

Moj posao bi mogao biti organiziran na način da samo povremeno dolazim na radno mjesto a ostatak mogu raditi od kuće

Nisam zaposlen, ali zanimanje za koje se školujem može se raditi od kuće

Nisam zaposlen, ali zanimanje za koje se školujem ne može se raditi od kuće

Other: _____

10. Izaberite tvrdnju s kojom se slažete

Mark only one oval.

- 100 ljudi organiziranih online će napraviti bolju mobilnu aplikaciju od 10 ljudi koji rade u stvarnoj tvrtki sa šefom
- 10 ljudi u informatičkoj tvrtki u fizičkom uredu sa osiguranom plaćom napravit će veću i kvalitetniju.

11. Smatrate li da ste sa svojim kolegama na poslu direktno zaslužni za visoku dobit u tvrtki u kojoj radite?

Mark only one oval.

- Da, naše iskustvo i znanje je najzaslužnije za uspješnost tvrtke
- Ne, sustav u tvrtki je tako posložen da nas bilo tko može zamijeniti i tvrtka će i dalje biti uspješna
- Other: _____

12. Biste li voljeli raditi svoj posao u tvrtki čiji su 100% vlasnici radnici te čiju dobit dijele isključivo radnici?

Mark only one oval.

- Da, to bi bilo savršeno
- Ne, bilo bi previše nezadovoljnih jer mora postojati šef.
- Other: _____

13. Smatrate da bi mogli svoj posao jednako kvalitetno i produktivno obavljati kod kuće kao što to radite na poslu?

- Da, bolje bih mogao isplanirati svoje vrijeme i bio bi produktivniji.
- Ne, najproduktivniji sam na radnom mjestu u definirano radno vrijeme.
- Nisam zaposlen, ali smatram da bih mogao kvalitetno obavljati posao od kuće
- Nisam zaposlen, ali smatram da ne bih mogao kvalitetno obavljati posao od kuće
- Other: _____

ANKETNI UPITNIK 2

Kada bi Vam se ukazala mogućnost, da li bi bili spremni dio svog radnog ili slobodnog vremena uložiti za rad na zajedničkom velikom projektu izrade mobilne aplikacije i/ili ozbiljne računalne igre čiji bi vlasnik bila zajednica freelancera. Umjesto uobičajenog plaćanja, dobili bi ugovoreni postotak prihoda od takve aplikacije kada se aplikacija/igra počne prodavati.

Za projekt bi bili potrebni freelanceri iz svih područja. (programeri, dizajneri, UI, UX, content, marketing, video, audio...)

<input type="checkbox"/>	Da, dao bih priliku jer ako projekt uspije, moglo bi mi se itekako isplatiti, a ako ne, sigurno ću skupiti mnogo iskustva za moj posao.
<input type="checkbox"/>	Ne, probao sam nešto slično i ne funkcionira
<input type="checkbox"/>	Ne, nikad neću raditi nešto za što možda ne budem plaćen