

Mogući utjecaji uvođenja novog proizvoda na poslovanje poduzeća

Prgin, Suzana

Master's thesis / Diplomski rad

2021

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:497923>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-30**

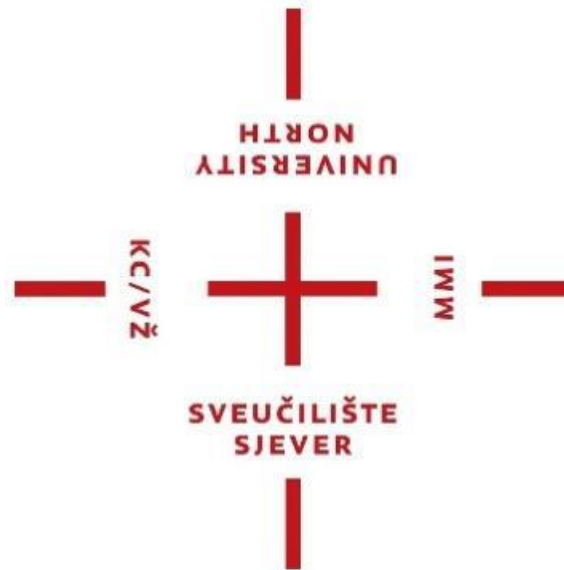


Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**

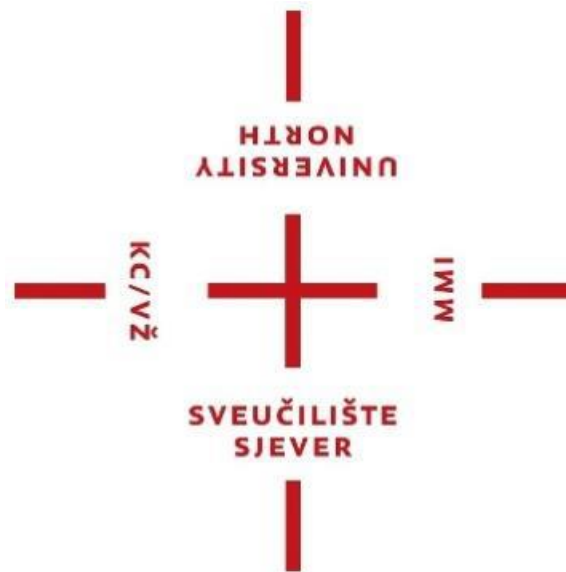


DIPLOMSKI RAD br.

**MOGUĆI UTJECAJI UVOĐENJA NOVOG
PROIZVODA NA POSLOVANJE PODUZEĆA**

Suzana Prgin
Varaždin, siječanj 2021.

**SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**



DIPLOMSKI RAD br.

**MOGUĆI UTJECAJI UVOĐENJA NOVOG
PROIZVODA NA POSLOVANJE PODUZEĆA**

Studentica: Suzana Prgin

Mentor: izv. prof. dr.sc. Dinko Primorac

Varaždin, siječanj 2021.

SAŽETAK

Svako poduzeće koje plasira svoj proizvod ili uslugu na tržište u jednom trenutku se suočava sa činjenicom da je prodaja proizvoda ili usluge u opadanju. Većina poduzeća se tada odlučuje za strategiju uvođenja novog proizvoda ili nove usluge. Da bi na adekvatan način uveli novi proizvod ili novu uslugu, najprije je potrebno prikupiti informacije iz okoline kako bi se započelo sa razvijanjem proizvoda koji zadovoljava potrebe potencijalnih korisnika. U posljednje vrijeme sve više na značaju dobivaju arhive. Jedan od glavnih razloga za to su razni zakoni i propisi koji točno definiraju na koji način je potrebno postupati sa arhivskom građom te koliko je dugo potrebno čuvati određene dokumente. Mnoga poduzeća nemaju prostor u svojim prostorima za formiranje arhiva te tu uslugu plaćaju drugim poduzećima.

Ključne riječi: uvođenje novog proizvoda, arhiv, proširenje usluga, povećanje prihoda

SUMMARY

In order to advance their business, companies come up with the idea that they want to improve or expand the development of a new product. Such an endeavor requires a great deal of effort to first obtain the necessary information and approach the creation of a new product. Freight terminals Zagreb is a modern Croatian company which, with its significance, is unavoidable both in the economy of the Croatian metropolis and the entire homeland. Lately, the archive has become more and more important. One of the main reasons for this is the various laws and regulations that define exactly how it is necessary to deal with archival citizens, how long it is necessary to keep certain documents. Many companies do not have the space in their premises to form archives that pay for this service to other companies. This is exactly what Freight Terminals Zagreb sees as an opportunity for you to improve your service and increase revenues over time.

Keywords: introduction of a new product, archive, service expansion, revenue increase

Sadržaj

1. UVOD	1
1.1. Problem i predmet istraživanja	1
1.2. Cilj i svrha istraživanja	1
1.3. Hipoteze	1
1.4. Metode istraživanja	2
1.5. Struktura rada	3
2. UVOĐENJE NOVOG PROIZVODA / USLUGE	5
2.1. Definiranje proizvoda / usluge	6
2.2. Životni ciklus proizvoda	8
2.3. Proces razvoja novog proizvoda	13
3. ARHIV	18
3.1. Arhivska služba	18
3.2. Povijest arhiva	26
4. PRIKAZ UVOĐENJA NOVE USLUGE NA PRIMJERU ROBNIM TERMINALIMA ZAGREB	28
4.1. Robni terminali Zagreb	28
4.1.1. Poslovne jedinice	30
4.1.2. Usluge Robnih terminala Zagreb	33
4.2. Razlozi pokretanja projekta	35
4.3. Radnje prije pokretanja usluge arhiva	36
4.4. Edukacija djelatnika	39
4.5. Analiza ulaganja	40
4.5.1. Društveni aspekt projekta	45
4.5.2. Ekološki aspekt projekta	46
4.5.3. Rizici prilikom provođenja projekta	46

5. ZAKLJUČAK	48
6. POPIS SLIKA TABLICA I GRAFIKONA	50
LITERATURA.....	51
PRILOG	53

1. UVOD

1.1. Problem i predmet istraživanja

Sukladno zakonskim odredbama u RH: Opći porezni zakon (NN 147/08), Zakon o računovodstvu (NN 109/07), Pravilnik o računovodstvu (NN 149/09) i Zakon o arhivskom gradivu i arhivima poduzeća imaju obvezu na propisan način čuvati i skladištiti poslovnu dokumentaciju. Mnogi od njih zbog neadekvatne sistematizacije rada i nedefiniranih poslovnih procesa neudovoljavanjem tih propisa moraju vršiti prilagodbe zbog svog poslovanja kako bi zadovoljili sve propise. Zbog navedenog se javlja potreba za novom uslugom na tržištu, a to je arhiviranje poslovne dokumentacije.

Arhiv je općenito, privatna ili javna zbirka dokumenata koje treba čuvati; ustanova koja se bavi prikupljanjem, čuvanjem i pripremanjem za uporabu arhivskoga gradiva (arhivalija), radi znanstvenog istraživanja. Pod arhivskim gradivom treba smatrati različite dokumente, isprave, spise, uredske knjige i druge materijale nastale djelovanjem pravnih i fizičkih osoba, javnih ili privatnih ustanova, bez obzira na način na koji je gradivo reproducirano, tako da to obuhvaća pisane, tiskane, crtane ili na koji drugi način umnožene dokumente (npr. mikrofilm, fotografija).¹

1.2. Cilj i svrha istraživanja

Svrha rada je istražiti koje je sve korake potrebno učiniti da bi se mogla formirati usluga arhiva, koje zakone i propise je potrebno ispoštovati te koje predradnje je potrebno poduzeti. Prikaz ovog rada je na koji način uvođenje nove usluge utječe na poduzeće, procese u poduzeću te na financijski rezultat, ali i način na koji uvođenje utječe na djelatnike, odnosno na potrebu za novim djelatnicima ili edukaciju i usavršavanje postojećih djelatnika.

1.3. Hipoteze

Tijekom istraživanja tematike vezane za rad postavljene su hipoteze;

H1 - Uvođenje nove usluge u poslovanje poduzeća zahtjeva dodatnu edukaciju postojećih zaposlenika.

¹ Enciklopedija <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=3764> , preuzeto (27.12.2020.)

Arhivsko gradivo se smatra osjetljivim gradivom, tijekom rada biti će prikazani različiti zakoni i norme koje je potrebno poštovati kada je riječ o arhivskom gradivu. Također, jedan od zakona nalaže da sa arhivskom gradivom mogu postupati isključivo djelatnici koji imaju specijalizirano zvanje te iskustvo. Sukladno navedenom, Robni terminali Zagreb morat će definirati na kojoj vrsti dokumenata će biti fokus te sukladno tome izvršiti daljnju edukaciju djelatnika.

H2 – U slučaju neadekvatne usluge promjena ili modeliranje usluge uzrokovat će povećanje prihoda poduzeća

Svaka usluga tijekom svoga životnog ciklusa u jednom trenutku ulazi u fazu opadanja, što bi značilo da su i prihodi od te usluge u opadanju. Čak i ako prihodi nisu u opadanju, svako poduzeće stremi k cilju „što veći profit“. Jedna od strategija za povećanje dobiti odnosi se na osluškivanje potreba okoline te odgovaranje na njihove potrebe uvođenjem nove usluge. Robni terminali Zagreb su poduzeće koje iz godine u godinu unaprjeđuje svoje poslovanje te su sukladno tome jedno od uspješnijih poduzeća. Da bi nastavili na taj način poslovati i u budućnosti prepoznali su problem manjka arhiva te se odlučuju za uvođenje nove usluge.

1.4. Metode istraživanja

Da bi se ostvarili ciljevi i dokazale ili opovrgnule hipoteze ovog završnog specijalističkog rada, potrebno je prikupiti adekvatne informacije i podatke. Za njihovo prikupljanje korišteni su različiti izvori i metode prilikom njegovog pisanja. Budući da se rad sastoji od empirijskog i teorijskog dijela, za empirijski dio rada koristit će se metoda primarnog istraživanja (field research), a za teorijski dio rada koristit će se metoda sekundarnog istraživanja, metoda istraživanja za stolom (desk research).

Sekundarni izvori podataka

Kada je riječ o sekundarnim podacima tada se uglavnom izvori temelje na svojoj dostupnoj literaturi. Literaturu čini znanstvena literatura, stručna literatura, kao i razni časopisi te baze podataka.

Jedna od korištenih metoda je metoda analize. Uz pomoć ove metode uspijeva se složenu misaonu tvorevinu rastaviti na manje dijelove te sagledati osnovne elemente.

Metoda sinteze je suprotna postupku analize, to je postupak znanstvenog istraživanja putem spajanja dijelova ili elemenata u cjelinu te sastavljanja jednostavnih misaonih tvorevina u složene i iz složenih u još složenije.

Primarna metoda koju provodimo je intervju. Metodom intervju je ispitan voditelj poslovnice te se temeljem dobivenih odgovora dobiva uvid u sam proces uvođenja usluge kao i isplativosti iste. Podatci su prikupljeni putem dubinskog intervju. Najčešće korištena metoda u empirijskim istraživanjima je dubinski intervju. Dubinski intervju su kvalitativna metoda prikupljanja podataka koja uključuje izravan, jedan na jedan angažman s pojedinačnim sudionicima. Dubinsko intervjuiranje može se obaviti licem u lice ili — u nekim slučajevima — telefonom.² Međutim, da bi potonji bio učinkovit i pružao pouzdane informacije, anketar mora biti visoko vješt kako bi spriječio gubitak podataka.

Anketari mogu uspostaviti odnos sa sudionicima kako bi se osjećali ugodnije, što može generirati pronicljiviji odgovor - posebno u vezi s osjetljivim temama. Anketari imaju veću priliku postavljati dodatna pitanja, tražiti dodatne informacije i fokusirati se na ključna pitanja kasnije u intervjuu kako bi generirali bogato razumijevanje stavova, percepcija, motivacija itd. Ispitivači mogu pratiti promjene u tonu i odabiru riječi kako bi stekli dublje razumijevanje. (Napomena: ako je dubinski intervju licem u lice, istraživači se mogu usredotočiti i na govor tijela.) Postoji veća kvaliteta uzorkovanja u usporedbi s nekim drugim metodama prikupljanja podataka. Istraživačima treba manje sudionika kako bi stekli korisne i relevantne uvide. Ne postoje potencijalne smetnje ili dinamika pritiska vršnjaka koje se ponekad mogu pojaviti u fokusnim grupama. Budući da dubinski intervju mogu biti toliko pronicljivi, moguće je brzo identificirati vrlo vrijedne nalaze.

1.5. Struktura rada

Rad je strukturiran u pet poglavlja uključujući uvod i zaključak.

Prvi dio pruža informacije o samome problemu istraživanja kao i o postavljenim hipotezama te metodama koje su korištene prilikom provođenja istraživanja.

Drugi dio nas upoznaje sa pojmom proizvoda/usluga. Odnosno na što se odnose proizvodi i usluge te na koji način ih se upoznaje sa tržištem. Također, u drugom poglavlju se dolazi do

² Dubinski intervju <https://hr.campwaltblog.com/3993233-in-depth-interview> , preuzeto (27.12.2020.)

informacija o životnom ciklusu proizvoda ili usluge, te o tijeku koji svaki proizvod ili usluga prolaze. U jednom trenutku svaki proizvod ili usluga doživljava svoj vrhunac te nakon toga započinje faza opadanja. Tijekom faze opadanja potrebno je uvesti novi proizvod ili uslugu. U drugom poglavlju upoznajemo se sa procesom uvođenja novog proizvoda ili usluge kao i sa vrstama novih proizvoda.

Treći dio nas upoznaje sa samim pojmom arhiva, arhivske službe te načinom na koji su se arhivi razvijali. Ovo nas poglavlje upoznaje sa načinom na koji arhiv treba biti strukturiran te normama koje je potrebno poštivati.

U četvrtom poglavlju upoznajemo se sa Robnim terminalima Zagreb i uvođenjem nove usluge u postojeći asortiman usluga. Robni terminali Zagreb svojim klijentima nude nekoliko različitih usluga te su se odlučili na uvođenje usluge arhiva. Također, u četvrtom poglavlju dobivamo uvid u način poslovanja Robnih terminala Zagreb, njihove poslovne jedinice i postojeće usluge. Glavni dio četvrtog poglavlja je sam proces uvođenja usluge arhiva u ponudu Robnih terminala Zagreb, način na koji je potrebno rekonstruirati postojeću infrastrukturu te izvore financiranja kao i projekcije financijskih izvještaja

2. UVODENJE NOVOG PROIZVODA / USLUGE

Uvođenje novog proizvoda ili usluge u postojeći asortiman nije jednostavan proces. Da bi taj proces bio moguć najprije je potrebno imati u poduzeću organizacijsku kulturu koja će potaknuti inovativnost kod djelatnika. Također, nije dovoljno imati samo kulturu koja potiče djelatnike na inovativnost, potrebno je imati djelatnike koji su skloni inovativnom načinu razmišljanja te je potrebno uključiti različite odjele u isti proces. Najčešće su to:

- odjel za istraživanje i razvoj, proizvodnju
- marketing
- razvoj proizvoda i usluge³

Svaka inovacija započinje idejom. Traženje ideje bi se trebalo odvijati na takav način da se pretraže svi signali kako iz vanjske tako i iz unutarnje okoline. Ti signali bi trebali biti pravac u kojem se poduzeće treba kretati da bi došlo na ideju oko novog proizvoda, odnosno nove usluge. Odabiranje ideje je odabiranje iz onih signala na strateškoj razini za koje se smatra da će imati najveći. Jedna od najvažnijih karakteristika svake inovacije je rizičnost, te je potrebno uvidjeti da je samo mali broj poduzeća spreman preuzeti na sebe tolike rizike. Također je potrebno unutar poduzeća ili sa nekim vanjskim suradnikom oformiti selekcijsku metodu za određena tržišta ili tehnološke prilike, a selekcijski procesi trebaju biti u skladu sa sveukupnom strategijom poduzeća.⁴

Ono što u današnje vrijeme predstavlja sve izraženije karakteristike tržišta svakako su svakodnevne promjene kao i svakodnevno pojavljivanje novih proizvoda. Mnoga poduzeća svoju konkurentsku prednost mogu zahvaliti proizvodu kojeg nude na tržištu. Poduzetnici najprije moraju donijeti odluku koji proizvod žele ponuditi tržištu, svojim krajnjim potrošačima. To je jedna od najvažnijih odluka u razvijanju poslovanja. Ostala tri elementa: promocija, cijena i distribucija predstavljaju aktivnosti koje podupiru proizvod na putu do potrošača.⁵

Razvoj novih proizvoda u Hrvatskoj je relativno slab, ali iz godine u godinu se to stanje popravlja. Čak, naši inovatori se sa raznih sajmova vraćaju sa osvojenim prvim mjestima.

³ Prester J. Menadžment inovacija, (2010) Sinergija, Zagreb, str. 40

⁴ Prester J. Menadžment inovacija, (2010) Sinergija, Zagreb, str. 40

⁵ Prester J. Menadžment inovacija, (2010) Sinergija, Zagreb, str. 42

2.1. Definiranje proizvoda / usluge

Proizvodom možemo smatrati sve što se može ponuditi tržištu sa svrhom da izazove pažnju, potakne na kupnju, uporabu ili potrošnju, kako bi se mogle zadovoljiti želje i potrebe. Pojam proizvoda je kompleksan i može se podijeliti na pet različitih razina:

- Bitna korist
- Osnovni proizvod
- Očekivani proizvod
- Obogaćeni proizvod
- Potencijalni proizvod⁶

Proizvode također možemo podijeliti na više načina. Postoji podjela prema trajnosti i prema vrsti potrošača. Prema trajnosti, proizvodi se dijele na potrošna dobra i trajna dobra. Potrošna dobra su oni proizvodi koji se potroše nakon jedne ili tijekom nekoliko uporaba, dok su trajna dobra, proizvodi koji traju dulje vrijeme. Proizvodi koji se razvrstavaju prema vrsti potrošača dijele se na proizvode krajnjih potrošača i proizvode poslovne potrošnje. Osnovna razlika između te dvije podjele je ta da su proizvodi krajnjih potrošača namijenjeni potrošaču za njegovu osobnu potrošnju. Proizvodi krajnje potrošnje mogu se podijeliti prema kupovnim navikama potrošača:

- Obični proizvodi
- Posebni proizvodi
- Specijalni proizvodi
- Netraženi proizvodi⁷

Proizvodi poslovne potrošnje također imaju svoju podjelu na:

- Materijal i dijelovi – postaju dijelom kupčeva proizvoda putem obrade
- Kapitalne stavke – proizvodi koji olakšavaju proizvodnju ili poslove kupaca
- Potrepštine i usluge – proizvodi koji ne ulaze u gotov proizvod.⁸

Marketinški stručnjaci donose odluke o svojim pojedinačnim proizvodima, linijama proizvoda i miksu proizvoda. Marketing utječe na proizvod u svim fazama njegova života. Iz toga proizlazi zaključak da dobre marketinške aktivnosti mogu produljiti životni vijek proizvoda, a

⁶ Renko N (2010.) Marketing malih i srednjih poduzeća, Naknada Ljevak, Zagreb, str.42

⁷ Renko N (2010.) Marketing malih i srednjih poduzeća, Naknada Ljevak, Zagreb, str.47

⁸ Renko N (2010.) Marketing malih i srednjih poduzeća, Naknada Ljevak, Zagreb, str.47

nasuprot tome, ako poduzeće ima loše marketinške aktivnosti ili ih uopće nema prijeti mu skraćenje životnog vijeka proizvoda na tržištu.

Novi proizvod je postala strategija poduzeća u stvaranju konkurentske prednosti. Definirati novi proizvod nije lak zadatak, posebice što je neki proizvod nov za jedno tržište, dok možda nije nov za neko drugo tržište. Prema istraživanju definicija inovacija, sveukupno je samo 10% novih proizvoda na tržištu, proizvoda koji su novi i za poduzeće i za tržište dok su ostali novi proizvodi samo rekombinacije starih proizvoda. Prema tome, novi proizvod se dijeli na više vrsta koje se razlikuju prema tome koliko je proizvod nov za poduzeće ili tržište:

- Proizvod nov u svijetu
- Nov proizvod za poduzeće
- Dodatci postojećoj liniji
- Poboljšanja i revizije postojećih proizvoda
- Smanjene cijene
- Repozicioniranje⁹

Proizvod koji je nov u svijetu predstavlja jako malen udio proizvoda koji su predstavljeni na tržištu. Takvi proizvodi su prvi koji su se pojavili i oni sami stvaraju svoje tržište. To je vrsta proizvoda koja predstavlja otkriće ili posjeduje visoku tehnologiju koja uvelike mijenja ponašanje potrošača. Novi proizvodi koji se pojavljuju na tržištu čine samo 8% proizvoda novih u svijetu. Proizvod koji je novi za poduzeće je proizvod koji već ima svoje tržište, ali ga promatrano poduzeće nije do sada imalo u svojoj proizvodnoj liniji. Podskup proizvoda novog proizvoda u svijetu i proizvoda koji je novi za poduzeće predstavlja dodatak postojećoj liniji. Ta vrsta proizvoda je nova za poduzeće, ali se može proizvoditi u postojećoj proizvodnji i na postojećim proizvodnim linijama.

Poboljšanje i revizija postojećih proizvoda je jedna od najčešće korištenih strategija. S tom strategijom se u današnje vrijeme susrećemo posebno u automobilske i telekomunikacijske industriji. Velika poduzeća iz godine u godinu izbacuju na tržište proizvod koji su od prije imali, ali sa malim poboljšanjima i sa novijom godinom proizvodnje što za sobom automatski povlači i veću cijenu koštanja. Strategija stvaranja nove vrijednosti proizvoda putem smanjenja cijene zapravo ne poboljšava proizvod niti razvija njegove karakteristike nego sam

⁹ Prester J. (2010) Menadžment inovacija, Sinergija, Zagreb str. 42

proizvod čini dostupnijim kupcu. Kod strategije repositioniranja također ne dolazi do poboljšanja proizvoda nego se dolazi do primjene istog proizvoda za neke druge stvari.¹⁰

Potrebno je imati na umu da razvoj novog proizvoda nije brz niti jeftin i da treba pričekati na povrat uloženi sredstava. Prije samog početka razvoja novog proizvoda potrebno je detaljno istražiti tržište i uvidjeti na kojoj poziciji se nalazi poduzeće trenutno na tržištu, koje su mu jakosti i slabosti. Ima li poduzeće prostora za plasman novih proizvoda, ima li dovoljno resursa i imali li na tržištu potrebe za novim proizvodom. Uz razvoj novog proizvoda veže se termin „fuzzy front end“, taj termin označava neuredni početak. Kada se poduzeće nalazi na početku razvoja novog proizvoda razvija se koncept proizvoda uz pomoć kojeg se odlučuje hoće li se nastaviti sa razvijanjem zamišljene ideje i hoće li koncept dobiti zeleno svjetlo za nastavak financiranja proizvoda. Jedna vrlo bitna stvar je da se u početku, dok još nije odobreno razvijanje novog proizvoda, ne troše velika materijalna sredstva, ali se troši vrijeme i upravo zbog toga treba ozbiljno pristupiti analizi tržišta i uvidjeti koji su najbolji koraci za poduzimanje.

Mnogim istraživanjima identificirano je pet faktora koji djeluju na stvaranje najuspješnijih proizvoda:

- Predanost starijeg menadžmenta
- Jasna i stabilna vizija
- Improvizacija
- Razmjena informacija
- Suradnja pod pritiskom¹¹

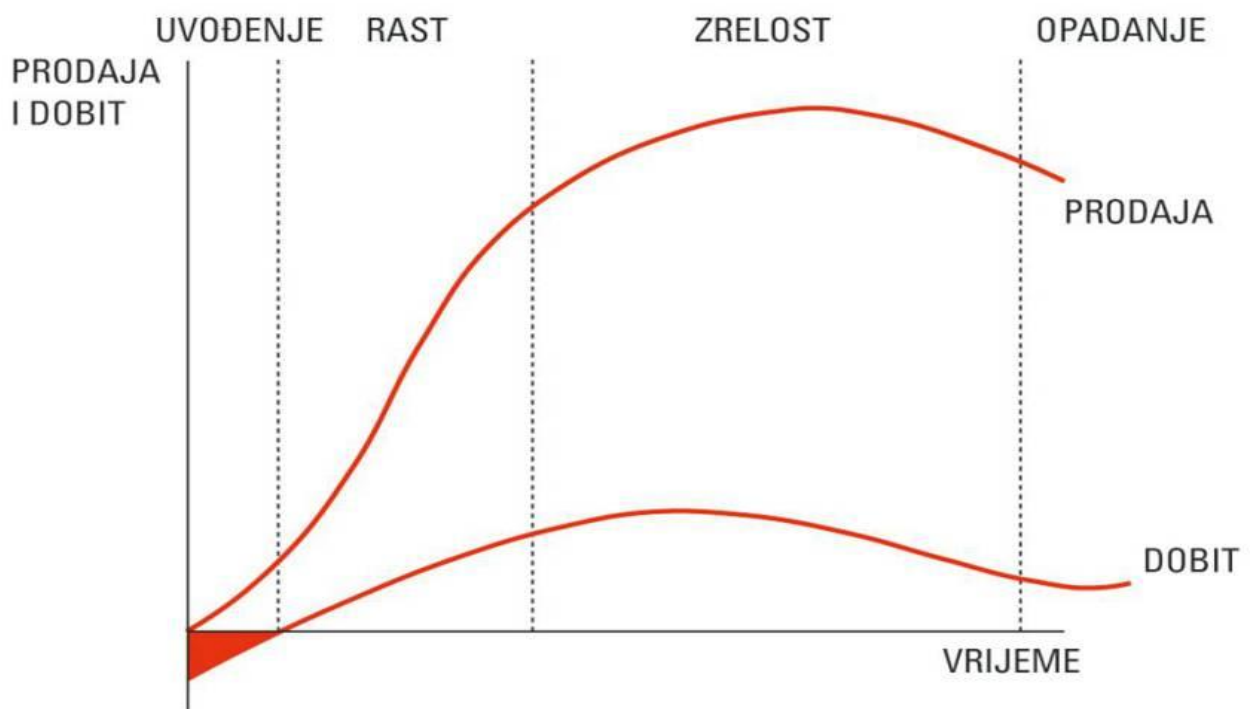
2.2. Životni ciklus proizvoda

Od trenutka kada je uveden na tržište pa sve do njegova eventualnog gašenja, proizvod prolazi kroz različite faze u kojima variraju razina prodaje, troškovi te prihodi koje ostvaruje. Faze kroz koje prolazi proizvod nazivaju se životni ciklus proizvoda. Svaki proizvod na tržištu prolazi kroz četiri faze: uvođenje, rast, zrelost i opadanje.

¹⁰ Prester J. (2010) Menadžment inovacija, Sinergija, Zagreb str. 42

¹¹ Prester J. (2010) Menadžment inovacija, Sinergija, Zagreb str. 47

U nastavku slijedi Slika I. koja prikazuje ŽCP



Slika 1: Životni ciklus proizvoda

Izvor: Plavi ured, <https://plaviured.hr/89-start-up-akademija-od-cega-se-sastoji-zivotni-ciklus-proizvoda/zivotni-ciklus-proizvoda-plavi-ured/>, preuzeto (22.12.2020.)

Na slici je vidljivo kroz koje faze proizvod prolazi ulaskom na tržište, kako se s vremenom mijenjaju faze, a s time i prodaja i dobit koju proizvod donosi poduzeću.

Faza uvođenja je prva faza u ŽCP. U ovoj fazi proizvod se prvi puta pojavljuje na tržištu, proizvoda do sada nije bilo pa se sukladno tome potrošači sada prvi puta upoznaju sa proizvodom. Potrebno je primijeniti intenzivnu komunikaciju sa potrošačima, potrebno je potrošače upoznati sa proizvodom, kako funkcionira i koje su njegove prednosti. U ovoj fazi troškovi mogu premašiti prihode od prodaje zato što se mora dodatno ulagati kako bi se proizvod što bolje reklamirao. No u ovoj fazi postoji mogućnost postavljanja malo više cijene proizvoda zato što takvoga trenutno nema na tržištu, a čak se i otvara mogućnost stvaranja monopola. Mnoga poduzeća, ako nemaju dovoljno kapitala, ne uspijevaju svoj proizvod dovesti do druge faze zbog velikih gubitaka oko ulaganja u dodatno oglašavanje i marketinško istraživanje.

Druga faza je faza rasta, ako je proizvod dospio u drugu fazu znači da je preživio uvođenje na tržište i sada proizvod raste, a zajedno s time rastu i prihodi od prodaje proizvoda. Mnogi proizvodi u ovoj fazi dožive svoj vrhunac. U fazi rasta javljaju se problemi konkurencije koje izbacuju proizvode koji su slični i koji su okrenuti istim potrošačima. U većini slučajeva se primjenjuje strategija cijena, odnosno snižavanje cijena, ali postoji mogućnost da konkurencija odgovori na isti način pa je iz tog razloga bolje na konkurenciju odgovoriti proširivanjem postojećeg proizvoda.

Proizvod u trećoj fazi polako stagnira i to obilježava fazu zrelosti. U fazi zrelosti pojavljuje se veliki broj konkurenata, konstantno se radi na prilagođavanju cijena kupcima, a od marketinških aktivnosti je prisutno samo povremeno podsjećanje kupaca da je proizvod još uvijek prisutan na tržištu. Kao posljedica svega toga dobit od prodaje proizvoda počinje se smanjivati. Za razliku od prve dvije faze, ova faza traje dosta duže i u fazi zrelosti stvaraju se četiri općenita cilja:

- Stvaranje toka
- Zadržavanje tržišnog udjela
- Otimanje tržišnog udjela konkurenciji
- Proširenje ponude kojom se kupci koriste¹²

Stvaranjem toka se ostvaruje povrat investicija u razvoj novog proizvoda te se stvaraju sredstva koja će koristiti za razvoj novih proizvoda. Da bi se osiguralo stvaranje toka potrebno je zadržati tržišni udio. Kao što je već rečeno, ovu fazu obilježava pad prihoda pa se taj pad nastoji kompenzirati sa otimanjem tržišnog djela konkurentima. Da bi se proširio tržišni udio potrebno je proširiti ponudu, sa osnovne ponude koju su kupci koristili u trenutku uvođenja proizvoda na tržište na dodatnu ponudu koja će zadovoljiti potrebe kupaca.¹³

Posljednja faza u koju proizvod ulazi je faza opadanja. U toj fazi je već previše konkurenata pa tržište, a i potrošači postaju zasićeni proizvodom. Istovremeno se pojavljuju novi proizvodi, unaprijeđeni sa novom tehnologijom. Ovu fazu obilježava smanjenje prihoda od prodaje što kao posljedicu povlači manje ulaganje u marketing što znači manju prodaju. U ovoj fazi proizvod potpuno bude ugašen, odnosno maknut sa tržišta ili se ponovno ulaže u

¹² Pavičić J.,Gnjidić V.,Drašković N.(2014) Osnove strateškog marketinga, Školska knjiga, Zagreb, str. 73

¹³ Pavičić J.,Gnjidić V.,Drašković N.(2014) Osnove strateškog marketinga, Školska knjiga, Zagreb, str. 92

proizvod te mu se produljuje životni ciklus. Uspješan proces razvoja novog proizvoda završava sa komercijalizacijom.¹⁴

Tada započinje prava proizvodnja i postavljanje proizvoda na tržište. Za uspješnu provedbu komercijalizacije potrebna je analiza tržišta kako bi se uvidjela potreba na tržištu za novim proizvodom. Također je potrebno definirati i razraditi elemente marketing miksa.

U nastavku slijedi Slika 2 sa prikazom elemenata marketing miksa.



Slika 2: Marketing miks

Izvor: Slide share, <https://www.slideshare.net/ekoprodukt/marketing-plan-eko-proizvoda>
preuzeto (27.12.2020.)

Kao što je vidljivo na slici, osnovne elemente marketing miksa čine proizvod, cijena, prodaja i promocija. Od velike je važnosti kako će se formirati elementi marketing miksa da bi proizvod bio uspješno pozicioniran na tržište. Najprije je potrebno razviti proizvod za kojim postoji potražnja na tržištu, zatim je potrebno formirati cijenu koja će prikazivati vrijednost proizvoda, ali istovremeno koja neće biti previsoka za kupce, zatim je potrebno definirati na koje načine će se proizvod prodavati u kojim prodajnim jedinicama te na koji način oglašavati proizvod i kako ga približiti kupcima.

¹⁴ Pavičić J.,Gnjidić V.,Drašković N.(2014) Osnove strateškog marketinga, Školska knjiga, Zagreb, str. 83

Nakon što su definirani elementi marketing miksa i isti ti prilagođeni tržištu, odnosno potrošačima, isti ti potrošači ne reaguju jednako na novi proizvod. Potrošači mogu biti podijeljeni u pet skupina, ovisno o vremenskom stupnju prihvaćanja inovacija, a to su: inovatori, rani usvajači, rana većina, kasna većina te tradicionalisti.¹⁵

Inovatori su ona skupina potrošača koja prva prihvaća novi proizvod na tržištu. Oni najranije prihvaćaju proizvod zato što i sami pripadaju skupini ljudi koja razvija nove proizvode. Oni su zainteresirani za proizvod dok još nema puno informacija o njemu i sa svojim kolegama dijele informacije putem foruma, blogova i sličnih komunikacijskih kanala.

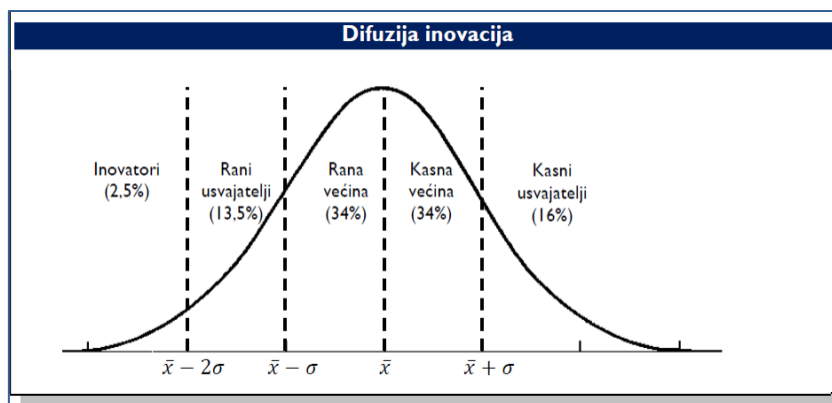
Rani usvajači imaju sličnosti sa inovatorima, no oni su oprezniji i treba im više vremena da bi prihvatili inovaciju. Njih će novi proizvod zainteresirati ako on nudi neka nova inovativna rješenja ili pomaže u poslovanju. Rani usvajači su više nego inovatori uključeni u društvo i njihov pozitivan stav oko novog proizvoda potaknut će i ostale na kupovinu istoga. Ranoj većini pripadaju oni koji novi proizvod prihvaćaju ako on poboljšava dosadašnje stanje, nisu skloni prihvaćanju proizvoda koji je potpuno novi za njih.

Kasna većina je ona skupina potrošača koji novi proizvod prihvaća među posljednjima. To ih ne svrstava među one koji ne žele neke konkretne promjene, već su pripadnici kasne većine svjesni u kojoj razini zaostaju za drugima, a ponekada je to zaostajanje uvjetovano i ekonomskom situacijom.

Posljednja skupina su tradicionalisti, oni zadnji prihvaćaju inovaciju, ne preferiraju ništa što im nije poznato i potrebno im je najduže vremena da bi prihvatili inovaciju.

U nastavku slijedi slika 3. koja prikazuje razinu prihvaćanja inovacija.

¹⁵ Pavičić J., Gnjidić V., Drašković N. (2014) Osnove strateškog marketinga, Školska knjiga, Zagreb, str. 101



Slika 3: Prikaz difuzije inovacija

Izvor: <http://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/MAR/gvlasic/Predavanje%2012.pdf>

preuzeto (27.12.2020.)

Na slici je vidljivo kojom brzinom se usvaja novi proizvod. Krivulju možemo povezati sa životnim ciklusom proizvoda. Vidljivo je da inovatori usvajaju proizvod kada je tek uveden na tržište, inovatore čine 2,5 % potrošača. Najveća većina potrošača usvaja proizvod kada je on u fazi rasta i zrelosti i čak je postotak usvajanja jednak, i čini 34% od ukupnih potrošača, a 16% potrošača, odnosno kasnih usvajatelja, usvaja proizvod kada je u fazi opadanja, odnosno u trenutku kada taj proizvod na tržištu gubi status novog proizvoda. Zanimljivo je da više potrošača usvaja proizvod kada je on u fazi opadanja nego kada je u fazi rasta. To se odnosi na rane usvajatelje koji čine 13,5% potrošača.

2.3. Proces razvoja novog proizvoda

Jedni od najčešćih razloga zašto poduzeće uvodi novi proizvod je želja za postizanjem reputacije poduzeća kao inovatora u industriji ili jednostavno želja za postizanjem konkurentske prednosti koju će novi proizvod pružiti. Do konačnog razvoja novog proizvoda prethodi mnogo koraka koji iziskuju mnogo financijskih resursa i vremena.

Mnoga su istraživanja pokušala dati odgovor koji je način najbolji za pristup inovacijama. Ne postoji najbolji način zato što se svako poduzeće razlikuje po svim svojim karakteristikama, od ljudi koje ima kao zaposlene, od tehnologija koje posjeduje do tržišta na kojem se nalazi. Inovacijama se može upravljati putem sljedećih faza

- skeniranje i pretraživanje okoline u svrhu prikupljanja informacija o potencijalnim inovacijama
- strateški odabir inovacije koja će u najvećoj mjeri vratiti uložena sredstva

- osiguranje resursa potrebnih za razvoj novog proizvoda
- lansiranje proizvoda na tržište
- peta preporučena faza je razmatranje svih prethodnih faza i revidiranje uspjeha i neuspjeha da bi se iz toga naučilo kako bolje upravljati procesom i stjecanjem znanja.¹⁶

Razvoju novog proizvoda svako poduzeće treba prići samo, ali postoji nekoliko osnovnih koraka koje bi se trebali pridržavati:

1. Generiranje ideje
2. Razmatranje i selekcija ideja
3. Razvoj i testiranje koncepta
4. Razvijanje marketinške strategije
5. Poslovne analize
6. Razvoj proizvoda
7. Pokusni marketing
8. Komercijalizacija¹⁷

U prvoj fazi potrebno je prikupiti veliki broj ideja. Ideje se mogu prikupljati iz dva izvora: vanjskih i unutarnjih. Vrlo je popularna metoda podvrgavanja zaposlenika tehnici kreativnog razmišljanja, a one mogu biti:

- Brainstorming
- Navođenje atributa
- Navođenje riječi po abecedi
- Lista s kontrolnim pitanjima¹⁸

Brainstorming je metoda koja uključuje skupinu ljudi koja u vrlo kratkom vremenskom periodu treba navesti što više ideja. Ideje je potrebno navoditi spontano, a cijeli pokušaj brainstorminga je potrebno snimati i zatim analizirati, a ideje koje se usvoje potrebno dalje selektirati.¹⁹ Navođenje atributa je metoda kojom se napravi lista karakteristika određenog proizvoda po kojima bi htjeli da se taj proizvod razlikuje od ostalih proizvoda na tržištu.

¹⁶ Buntak K., Droždek I., Čovran L.(2015.): Upravljanje razvojem proizvoda, Tehnički glasnik, Varaždin, Vol. 9, No. 1, pp. 104 – 111

¹⁷ Buntak K., Droždek I., Čovran L.(2015.): Upravljanje razvojem proizvoda, Tehnički glasnik, Varaždin, Vol. 9, No. 1, pp. 55

¹⁸ Renko N. (2010) Marketing malih i srednjih poduzeća, Naknada Ljevak, Zagreb, str. 82

¹⁹ Mindtools <https://www.mindtools.com/brainstm.html>, preuzeto (27.12.2020.)

Navođenje riječi po abecedi je metoda kojom se pripreme liste riječi prema abecedi dok se ne navede četrdeset ili pedeset riječi. Metoda navođenja liste pitanja gotovo se koristi svaki dan prilikom mjerenja ili zbog kontrole aktivnosti marketinga. Osnovna pitanja kojim se ova metoda služi su: tko, što, gdje, kada i zašto.

Druga faza u razvoju novog proizvoda je razmatranje i selekcija ideja. U sklopu druge faze potrebno je odabrati najbolje ideje, odnosno one ideje koje zadovoljavaju više kriterija poput: financijskih resursa, vremena sa kojim se raspolaže, intelektualne mogućnosti zaposlenika, tehnološke mogućnosti proizvodnje i potrebe tržišta.

Razvoj i testiranje koncepta je treća faza u razvoju novog proizvoda. U sklopu treće faze ideja se pretvara u koncept. Nakon što je koncept stvoren potrebno je testirati ga na tržištu kako bi se uvidjelo imali li zainteresiranosti za novi proizvod te vrijedi li i dalje resurse ulagati u razvoj proizvoda. Nakon što je tržište pozitivno odgovorilo na koncept kreće se sa razvojem marketinške strategije. U sklopu marketinške strategije razvija se strateški marketinški plan unutar kojeg je definiran dio tržišta na koji se želi izaći, kojim potrošačima se želi pristupiti. Zatim se pozicionira proizvod te se određuju ciljevi za nekoliko idućih godina, kao što je koliko tržište će proizvod zauzeti, koliki profit se očekuje. Nakon toga postavlja se marketinška strategija i marketinška taktika u vidu politike cijene, politike prodaje i distribucije i politike promocije.

Poslovna analiza je peta faza u procesu razvoja novog proizvoda. Ona se temelji na financijskim analizama, odnosno na izvješćima o prihodima i rashodima kako bi se utvrdilo hoće li novi proizvod donijeti više sredstava nego što se uložilo u razvijanje toga istog proizvoda.²⁰ Ova faza je vrlo komplicirana iz razloga što svi podaci nisu dostupni, uvijek postoje neki skriveni i dodatni troškovi te je potrebno simulirati aktivnosti ili iskoristiti neke dostupne analize.

Faza razvoja proizvoda pretvara koncept u stvarni proizvod. Novi proizvod je oblikovan i može se u potpunosti testirati na tržištu, kupci ga mogu vidjeti, opipati, koristiti, uvidjeti koje su karakteristike i izraziti svoje mišljenje o proizvodu te jesu li njime zadovoljni i hoće li ga kupovati. Faza pokusnog marketinga se provodi nakon što je proizvod razvijen do kraja i provode ga samo ona poduzeća koja imaju dovoljno financijskih resursa. Ovom fazom se ne testira samo proizvod nego i ukupan marketinški miks vezan za proizvod. Ova faza ima svoje nedostatke, a to su novi troškovi te mogućnost da se proizvod imitira, no unatoč tome, ona

²⁰ Renko N. (2010) Marketing malih i srednjih poduzeća, Naknada Ljevak, Zagreb, str. 61

poduzeća koja provode fazu probnog marketinga bilježe veću uspješnost kod lansiranja novog proizvoda.

Komercijalizacija je posljednja faza u razvoju novog proizvoda. U toj fazi proizvod se postavlja i uvodi na tržište. Komercijalizacija je obilježena pitanjima: kada, gdje, komu i kako.²¹ Vrlo bitno je znati u kojem trenutku plasirati proizvod na koji dio tržišta se pozicionirati, kojim potrošačima se okrenuti i na koji način se predstaviti potrošačima. Lansiranje novog proizvoda ovisi o prodaji postojećih proizvoda i veličini zaliha. Mjesto uvođenja novog proizvoda ovisi o kapacitetima za proizvodnju, o financijskim sredstvima te odluci koje je to ciljno tržište koje poduzeće želi osvojiti.

Nakon lansiranja proizvoda na tržište proizvod ostvaruje svoj životni vijek koji ovisi o potražnji za proizvodom.

Potrebno je istaknuti da prije samoga razvoja proizvoda, potrebno je učiniti swot analizu. Swot analiza prisutna je u svakoj tvrtci, a analizom se razmatraju sadašnje i buduće snage (strengths), slabosti (weakness), prilike (opportunities) i prijetnje (threats).²² Swot analizom također razmatramo utjecaj vanjske i unutarnje okoline na tvrtku i njihovu međuovisnost.

Snage su stvari koje organizacija radi posebno dobro ili na način koji vas razlikuje od konkurencije. Potrebno je razmisliti o snagama koje organizacija ima u odnosu na druge organizacije. To mogu biti motivacija osoblja, pristup određenim materijalima ili snažan skup proizvodnih procesa.

SWOT analiza će biti vrijedna samo ako se prikupe svi potrebni podaci. Dakle, najbolje je biti realan i suočiti se s neugodnim istinama što je prije moguće. Slabosti, poput snaga, svojstvene su značajke svake organizacije, zato je potrebno usredotočiti se na ljude u organizaciji, resurse, sustave i postupke. Potrebno je razmisliti o tome što bi bilo potrebno poboljšati kao i o vrstama praksi koje je potrebno izbjeći.

Prilike su otvaranje ili šansa da se dogodi nešto pozitivno. Obično nastaju u situacijama izvan organizacije i zahtijevaju brigu oko onoga što bi se moglo dogoditi u budućnosti. Mogu nastati kao razvoj tržišta na kojem se posluje ili tehnologija koja se koristi. Mogućnost

²¹ Buntak K., Droždek I., Čovran L.(2015.): Upravljanje razvojem proizvoda, Tehnički glasnik, Varaždin, Vol. 9, No. 1, pp. 55

²² SWOT analiza <https://www.markething.hr/sto-je-swot-analiza-i-koje-su-smjernice-potrebne-za-izradu/> , preuzeto (28.12.2020.)

uočavanja i iskorištavanja prilika može uvelike utjecati na sposobnost organizacije da se natječe i preuzme vodeću ulogu na vašem tržištu.

Prijetnje uključuju sve što izvana može negativno utjecati na poslovanje, poput problema s opskrbnim lancem, promjena tržišnih zahtjeva ili nedostatka novaca. Vitalno je predvidjeti prijetnje i poduzeti mjere protiv njih prije nego što prijetnje ostave utjecaj na poslovanje. Potrebno je razmisliti o preprekama s kojima se poduzeće susreće pri izlasku proizvoda na tržište i prodaju. Razvijanje tehnologije je uvijek prisutna prijetnja, kao i prilika.

3. ARHIV

Arhiv je općenito, privatna ili javna zbirka dokumenata koje treba čuvati; ustanova koja se bavi prikupljanjem, čuvanjem i pripremanjem za uporabu arhivskoga gradiva (arhivalija), radi znanstvenog istraživanja.²³ Pod arhivskim gradivom treba smatrati različite dokumente, isprave, spise, uredske knjige i dr. nastale djelovanjem pravnih i fizičkih osoba, javnih ili privatnih ustanova, bez obzira na način na koji je gradivo reproducirano, tako da to obuhvaća pisane, tiskane, crtane ili na koji drugi način umnožene dokumente (npr. mikrofilm, fotografija).

3.1. Arhivska služba

Arhiviranje je postupak kojim se neaktivne informacije u bilo kojem formatu sigurno pohranjuju dulje vrijeme. Takve se informacije mogu - ili ne moraju - ponovno upotrijebiti u budućnosti, ali bez obzira na to treba ih čuvati do kraja svog rasporeda zadržavanja. Treba naglasiti da se arhivirani, neaktivni podaci mogu ponovno aktivirati, jer implikacija nemogućnosti ponovnog pristupa informacijama ponekad odvraća tvrtke od arhiviranja svojih zapisa. Informacije bi i dalje trebale biti lako dostupne ako su potrebne u kratkom roku. Arhivirani podaci mogu se pohraniti u više različitih formata, na raznim uređajima. Kada tvrtke arhiviraju podatke, teže arhivirati cijele zbirke datoteka. Riječ arhiva sama po sebi sugerira zadržavanje više zapisa. Podaci koji se arhiviraju možda bi trebali biti zbog zakonskih presuda ili zato što su to vitalne informacije koje će se vjerojatno ponovno koristiti u budućnosti. Arhivska služba dio je javne uprave u svim europskim zemljama i pridonosi upravljanju dokumentacijom unutar administracije arhivske mreže, ali i cijeloga informacijskog društva.²⁴ Arhiviranje je vitalno važno za upravljanje informacijama i tvrtki može dati veću kontrolu nad njihovim informacijskim procesima.

Kako posao raste, stvarat će više podataka koje treba pažljivo upravljati i nadzirati ih kako bi se pravilno koristilo. Praćenje ovih podataka može se pokazati problematičnim za tvrtke koje nikada ne uspostave sustav arhiviranja.

Podatke koji se ne arhiviraju teže je locirati, osigurati i primjereno distribuirati ako su pohranjeni u lokalnom okruženju - poput prijenosnog računala zaposlenika - i time će biti nedostupni drugim korisnicima. To će na kraju imati negativan učinak na poslovne funkcije i produktivnost zaposlenika.

²³ Enciklopedija <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=3764>, preuzeto (29.12.2020.)

²⁴ Arhivska služba <http://www.arhiv.hr/arhivska-sluzba>, preuzeto (29.12.2020.)

Hrvatski državni arhiv, kao središnji državni arhiv u Hrvatskoj, nadležan je za arhivsko i registraturno gradivo državnih tijela, državnih i javnih ustanova i poduzeća te pravnih osoba, obitelji i pojedinaca čija se djelatnost prostirala ili se prostire na čitavom ili većem dijelu Republike Hrvatske, odnosno ima značenje za Republiku Hrvatsku.²⁵

Kada je riječ o arhivskoj službi tada nailazimo na javnu arhivsku službu i na privatne, odnosno specijalizirane arhive. Javnu arhivsku službu obavlja državni arhivi i svi arhivi koji se nalaze pod nadležnosti jedinica lokalne i područne samouprave.

Kada je riječ o privatnim i specijaliziranim arhivima tada je riječ o onim arhivima koji imaju pravo prikupljati i čuvati dokumentirano i arhivsko gradivo nastalo radom svojih osnivača i drugih domaćih pravnih i fizičkih osoba. Kada je riječ o specijaliziranim arhivima, oni se mogu osnovati uz suglasnost ministarstva kulture.²⁶

Arhivi vode nekoliko poslova, oni su:

- Knjiga primljenog gradiva
- Knjiga pohranjenog gradiva
- Popis arhivskih fondova i zbirki u arhivu
- Popise gradiva za pojedine fondove i zbirke u arhivu
- Evidenciju o korištenju gradiva u arhivu²⁷

Hrvatski državni arhiv te područni državni arhivi nadgledaju rad javne arhivske službe.

Nadgledanje rada odnosi se na:

- osiguravanje mjera zaštite
- provođenje mjera zaštite
- dugoročnog očuvanja
- dostupnost arhivskoga gradiva u arhivima.

U odnosu na arhivsko gradivo izvan arhiva, funkcije javnih arhiva odnose se na:

- stručni nadzor nad čuvanjem
- određivanje mjera zaštite

²⁵ Arhivska služba <http://www.arhiv.hr/arhivska-sluzba> , preuzeto (29.12.2020.)

²⁶ Narodne novine <https://www.zakon.hr/z/373/Zakon-o-arhivskom-gradivu-i-arhivima>, preuzeto (29.12.2020.) (29.12.2020.)

²⁷ Narodne novine <https://www.zakon.hr/z/373/Zakon-o-arhivskom-gradivu-i-arhivima>, preuzeto (29.12.2020.)

- preuzimanje javnoga arhivskoga gradiva
- prikupljanje privatnoga arhivskoga gradiva.

U srpnju 2018. na snagu je stupio novi Zakon o arhivskom gradivu i arhivima (NN 61/18),. Stupanjem na snagu navedenog zakona prestao je vrijediti istoimeni zakon (NN 105/97, 64/00, 65/09, 125/11 i 46/17). Od stupanja na snagu navedenog Zakona doneseni su sljedeći, uz Zakon povezani, provedbeni propisi:

- Pravilnik o korištenju javnog arhivskog gradiva (NN 121/19)
- Pravilnik o uvjetima smještaja, opreme, zaštite i obrade arhivskog gradiva te broju i strukturi stručnog osoblja arhiva (NN 121/19)
- Pravilnik o stručnim arhivskim zvanjima i drugim zvanjima u arhivskoj struci te uvjetima i načinu njihova stjecanja (NN 104/19)
- Pravilnik o upravljanju dokumentarnim gradivom izvan arhiva (NN 105/2020)

U donošenju su provedbeni propisi iz članka 36. stavka 4. novog Zakona. Do tada se primjenjuju postojeći provedbeni propisi ukoliko nisu u suprotnosti s njegovim odredbama: Pravilnik o evidencijama u arhivima (NN 96/2002, 106/2007)

Tijekom svoje povijesti arhivi su prolazili kroz značajne promjene, suočavajući se brojnim promjenama na tom putu. Te su promjene utjecale na arhivistiku i praksu slično. Čak se i u nedavnoj prošlosti pojavilo mnoštvo novih arhivskih koncepata. Te se promjene i novi izazovi mogu iskusiti i danas, a njihovi se učinci sada čine još jačim nego ikad prije. Među uzrocima je najistaknutiji razvoj i širenje novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija, ili, preciznije, promjene u komunikacijskoj praksi pojedinaca, grupa i institucija, koje su naknadno usmjereni natrag kako bi pojačale njihov razvoj. Korisnici se čine sve sklonijima načinu da su podaci i dokumenti arhiva dostupni na mreži.

Svo poslovanje koje obavljaju arhivske ustanove uglavnom se temelji na zaštiti, obradi te korištenju gradiva. Kako bi se sa arhivskim gradivom rukovalo na što pouzdaniji način doneseni su pravilnici i norme. Popis standarda, uputa i smjernica potrebnih u upravljanju arhivskim gradivom su:.

- ISAD(G) : Opća međunarodna norma za opis arhivskog gradiva. Zagreb, 1997.
- ISAD(G) : Opća međunarodna norma za opis arhivskoga gradiva. 2. izd. Zagreb, 2001.

- ISAAR(CPF) : Međunarodna norma arhivističkoga normiranoga zapisa za pravne i fizičke osobe i obitelji. Zagreb, 1999.
- ISAAR (CPF) : Međunarodna norma arhivističkog normiranog zapisa za pravne i fizičke osobe te obitelji. 2. izd. Zagreb, 2006
- ISDIAH : Međunarodna norma za opis ustanova s arhivskim gradivom. Zagreb, 2009.
- ISDF : Međunarodna norma za opis funkcija. I. izd. Zagreb, 2009.²⁸

Upute za zaštitu mikrooblika:

- Vodič za upravljanje elektroničkim gradivom s arhivskog stajališta. Zagreb, 1999.
- Smjernice za korištenje elektroničkih informacija : Kako postupati sa strojno čitljivim podacima i elektroničkim dokumentima. Zagreb, 1999.
- Zaštita osobnih podataka i dostupnost informacija : Preporuke Vijeća Europe. Zagreb, 2002.
- Model zahtjeva za upravljanje elektroničkim zapisima – MoReq. Zagreb, 2003.
- Elektronički zapisi : Priručnik. Zagreb, 2003.
- Elektronički dokumenti : Priručnik za arhiviste. Zagreb, 2011.
- Smjernice za izlaganje arhivskoga gradiva. Zagreb, 2013.
- Načela dostupnosti arhivskoga gradiva. Zagreb, 2015.
- Tehničke smjernice za upravljanje gradivom ograničene dostupnosti. Zagreb, 2016.
- FIAF - priručnik za katalogizaciju pokretnih slika. Zagreb, 2017.
- ICA Study 11: Guidelines on Disaster Prevention and Control in Archives, 1997.
- ICA Study 14: General Guidelines for Regulations on Parliamentary Archives, 1. izdanje, 2004.
- ICA Study 16: Electronic Records: A Workbook for Archivists, 1. izdanje, 2005.
- ICA –Req, 1. izdanje, 2011.
- Guidelines on appraisal and disposition of student records, 2013.
- ICA Basic Principles on the role of Archivists and Records Managers in support of Human Rights, 1. izdanje, 2016.²⁹

Arhivsko gradivo je vrlo osjetljivo te je stoga formiran Pravilnik kojim se uređuju minimalni uvjeti smještaja i opreme, zaštite i obrade arhivskog gradiva te broj i struktura stručnog osoblja za obavljanje arhivske djelatnosti sukladno odredbama Zakona o arhivskom gradivu i

²⁸ Hrvatski državni arhiv <http://www.arhiv.hr/arhivska-slu%C5%BEba/arhivske-norme>, preuzeto (29.12.2020.)

²⁹ Hrvatski državni arhiv <http://www.arhiv.hr/arhivska-slu%C5%BEba/arhivske-norme>, preuzeto (29.12.2020.)

arhivima. Arhivi trebaju imati primjeren prostor za smještaj gradiva, radni prostor i prostor za korištenje gradiva te trajan izvor sredstava za održavanje tih prostora i opreme u njima. Primjerenim prostorom za smještaj gradiva smatraju se objekti koji su:

- čvrste konstrukcije, građeni od nezapaljivih ili teško zapaljivih materijala
- udaljeni od proizvodnih i energetske postrojenja, opreme i vodova, skladišta i objekata kod kojih postoji povećana opasnost od požara, urušavanja, eksplozija, ispuštanja povećanih koncentracija štetnih tvari ili koji mogu biti cilj djelovanja u ratu
- smješteni unutar izgrađenog stambenog ili poslovnog područja, prometno povezani i lako dostupni vatrogasnim vozilima
- zaštićeni od prodora podzemnih i nadzemnih voda
- opremljeni vatrodojavnim, protupožarnim i protuprovalnim sustavom i opremom i
- zaštićeni od pristupa neovlaštenih osoba.³⁰

Prostori u kojima je smješteno gradivo trebaju biti:

- odvojeni od ostalih prostora u objektu i zaštićeni od pristupa neovlaštenih osoba
- osigurani protuprovalnim i protupožarnim vratima, opremljeni vatrodojavnim sustavom i opremom za gašenje požara
- suhi, zračni i zaštićeni od izravnog prodiranja sunčeve svjetlosti
- zaštićeni od prodora podzemnih i nadzemnih voda i
- udaljeni od mjesta otvorenog plamena, od prostora u kojima se čuvaju lako zapaljive tvari, od izvora prašenja i onečišćenja zraka.

Kada je riječ o spremištima i njihovoj opremljenosti tada postoje točni propisi koje je potrebno poštivati. Arhivsko gradivo odlaže se na police ili u ormare, te police i ormare koji bi morali biti metalni. Također je potrebno da budu odmaknuti od zida u svrhu cirkulacije zraka. Ono o čemu je potrebno voditi brigu je razmak između polica. Trebao bi biti najmanje 100 cm kako bi se moglo nesmetano prolaziti i rukovati sa arhivskim gradivom. Također je poželjno da posljednja polica bude 15 cm od poda.

U spremištu se ne smiju nalaziti instalacije, oprema ili druge stvari, osim opreme koja je namijenjena za smještaj i zaštitu gradiva i pripadajućih instalacija.

³⁰ Pravilnik o uvjetima smještaja, opreme, zaštite i obrade arhivskog gradiva te broju i strukturi stručnog osoblja arhiva NN 121/2019 https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2019_12_121_2402.html preuzeto (29.12.2020.)

Poseban dio propisa se odnosi na arhivsko gradivo koje je na papiru. Arhivsko gradivo na papiru čuva se u spremištima u kojima relativna vlažnost zraka ne odstupa bitno od 45 – 55 % pri temperaturi od 16 – 20 °C.

Arhivsko gradivo na drugim medijima čuva se u spremištima u kojima relativna vlažnost i temperatura ne prelaze vrijednosti koje preporučuje proizvođač medija ili Hrvatski državni arhiv. Arhiv treba raspolagati barem sljedećim radnim prostorima:

- prostorom za preuzimanje gradiva i tehničku obradu prilikom preuzimanja, dovoljnog kapaciteta za prijam i obradu gradiva koje arhiv preuzima
- prostorom za čišćenje i isprašivanje gradiva
- prostorom odgovarajuće veličine za fizičko sređivanje gradiva
- prostorom za zaštitno i sigurnosno snimanje gradiva, primjereno uređenim i opremljenim ovisno o tehnici snimanja
- uredskim prostorom, dovoljnog kapaciteta za smještaj i neometan rad svih stručnih djelatnik
- prostorom za upravu i administrativno osoblje
- pisarnicom, odnosno prostorom za prijam stranaka
- Pismohranom
- sanitarnim čvorom i
- spremištem potrošnog materijala.³¹

Poslove na vrednovanju, preuzimanju, zaštiti, obradi i korištenju arhivskog gradiva, kao i druge stručne poslove u arhivima obavljaju osobe koje su stručno osposobljene za te poslove. Određene jednostavnije poslove mogu iznimno na određeno vrijeme obavljati i osobe koje nisu stručno osposobljene, ako ih obavljaju pod neposrednim nadzorom i po uputama stručno osposobljene osobe i ako je prethodno u pisanom obliku utvrđeno koje će poslove određena osoba obavljati, u kojem razdoblju i koja će stručno osposobljena osoba obavljati nadzor.

Za obavljanje pojedinih stručnih poslova državni arhivi trebaju osigurati rad najmanje:

³¹ Pravilnik o uvjetima smještaja, opreme, zaštite i obrade arhivskog gradiva te broju i strukturi stručnog osoblja arhiva NN 121/2019 https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2019_12_121_2402.html preuzeto (29.12.2020.)

- dvaju stručnih djelatnika, od kojih je jedan arhivist, a drugi arhivski tehničar za obavljanje poslova evidentiranja i zaštite gradiva izvan arhiva i nadzor nad stvarateljima, vlasnicima i posjednicima u nadležnosti arhiva
- jednog stručnog djelatnika arhivista za obavljanje poslova sređivanja i obrade gradiva u arhivu, na svakih tisuću dužnih metara gradiva u arhivu, odnosno odgovarajuću količinu nekonvencionalnog gradiva
- jednog stručnog djelatnika za obavljanje poslova na zaštiti gradiva u arhivu, na svakih dvije tisuće dužnih metara gradiva u arhivu, te jednog stručnog djelatnika za zaštitu nekonvencionalnog gradiva
- jednog stručnog djelatnika arhivista za rad s korisnicima te jednog stručnog djelatnika za dežurstvo u čitaonici i
- jednog stručnog djelatnika ili djelatnika informatičke struke za obavljanje poslova vezanih uz upravljanje informatičkom infrastrukturom i informatičku podršku radnom procesu.

Arhivi jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave trebaju osigurati rad najmanje:

- jednog stručnog djelatnika arhivista, za obavljanje poslova evidentiranja i zaštite gradiva u njihovoj nadležnosti
- jednog stručnog djelatnika arhivista za obavljanje poslova sređivanja i obrade gradiva u arhivu, na svakih tisuću dužnih metara gradiva u arhivu, odnosno odgovarajuću količinu nekonvencionalnog gradiva
- jednog stručnog djelatnika za obavljanje poslova na zaštiti gradiva u arhivu, na svakih dvije tisuće dužnih metara gradiva u arhivu, jednog stručnog djelatnika za zaštitu nekonvencionalnog gradiva
- jednog stručnog djelatnika za rad s korisnicima i dežurstvo u čitaonici i
- jednog stručnog djelatnika ili djelatnika informatičke struke za obavljanje poslova vezanih uz upravljanje informatičkom infrastrukturom i informatičku podršku radnom procesu.³²

Specijalizirani i privatni arhivi trebaju osigurati rad najmanje:

³² Pravilnik o uvjetima smještaja, opreme, zaštite i obrade arhivskog gradiva te broju i strukturi stručnog osoblja arhiva NN 121/2019 https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2019_12_121_2402.html preuzeto (29.12.2020.)

- jednog stručnog djelatnika arhivista, za obavljanje poslova na preuzimanju gradiva i vođenje akvizicijske politike arhiva
- jednog stručnog djelatnika arhivista za obavljanje poslova sređivanja i obrade gradiva u arhivu, na svakih tisuću dužnih metara gradiva u arhivu, odnosno odgovarajuću količinu nekonvencionalnog gradiva
- jednog stručnog djelatnika za obavljanje poslova na zaštiti gradiva u arhivu, na svakih dvije tisuće dužnih metara gradiva u arhivu, te jednog stručnog djelatnika za zaštitu nekonvencionalnog gradiva
- jednog stručnog djelatnika za rad s korisnicima i dežurstvo u čitaonici.³³

Postoje arhivi koji sami obavljaju zaštitno snimanje gradiva. Takvi arhivi bi trebali imati minimalno dva stručna djelatnika. Također, postoje arhivi koji angažiraju vanjske suradnike za zaštitno snimanje gradiva, u tom slučaju potreban je jedan djelatnik koji ima odgovarajuća znanja i struku.

Slična su pravila i za arhive koji samostalno obavljaju konzerviranje i restauriranje. Takvi arhivi bi trebali imati dva stručna djelatnika, dok oni arhivi koji koriste usluge vanjskih suradnika trebaju osigurati jednog stručnog djelatnika. Arhivi koji imaju knjigovežnicu ili radionicu za izradu zaštitne ambalaže trebaju osigurati jednog djelatnika osposobljenog za ove poslove.

Ono što je posebno važno istaknuti kada je riječ o djelatnicima u arhivu je da su arhivi dužni djelatnicima koji obavljaju stručne poslove omogućiti stjecanje potrebnih stručnih kvalifikacija i polaganje stručnog ispita te skrbiti za njihovo stručno usavršavanje. Kada je riječ o polaganju stručnog ispita Pravilnikom o stručnim arhivskim zvanjima i drugim zvanjima u arhivskoj struci te uvjetima i načinu njihova stjecanja („Narodne novine“, broj 104/19) utvrđuje se pravo na polaganje stručnog ispita te način i uvjeti stjecanja temeljnih stručnih arhivskih zvanja. Temeljna stručna arhivska zvanja su arhivski tehničar, arhivski tehničar specijalist i arhivist.

Pravo na polaganje ispita imaju osobe sa završenim obrazovanjem za odgovarajuće stručno arhivsko zvanje, odnosno stručne poslove čuvanja, obrade i korištenja dokumentarnog i

³³ Pravilnik o uvjetima smještaja, opreme, zaštite i obrade arhivskog gradiva te broju i strukturi stručnog osoblja arhiva NN 121/2019 https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2019_12_121_2402.html preuzeto (29.12.2020.)

arhivskog gradiva i s najmanje godinu dana radnoga, odnosno pripravničkoga staža s punim radnim vremenom.

3.2. Povijest arhiva

Arhivi i arhivska uprava, kako se danas shvaćaju, potječu iz Francuske revolucije. Osnivanjem Archives Nationales 1789. i Archives Départementales 1796., prvi put je postojala jedinstvena uprava arhiva koja je obuhvaćala sva postojeća spremišta i javne agencije za proizvodnju zapisa.³⁴ Drugi rezultat bilo je implicitno priznanje da je država odgovorna za brigu o svojoj dokumentarnoj baštini. Treći rezultat bilo je načelo dostupnosti arhiva javnosti.

Praksa i načela ponešto su se razlikovali od zemlje do zemlje. Francuska je u odjelnim arhivima zadržala ne samo moderne arhive koji se odnose na to područje, već i one iz predrevolucionarnog razdoblja. Nizozemska ima središnji državni arhiv i provincijski arhiv. Raskol nakon Drugog svjetskog rata dao je Saveznoj Republici Njemačkoj Bundesarchiv u Koblenzu, a Njemačkoj Demokratskoj Republici središnji arhivi u Potsdamu, ali postoje i spremišta u nekoliko država ili država.

Italija nema jedinstvenu središnju instituciju za državne arhive, ali ima niz važnih spremišta, objedinjenih pod ministarstvom unutarnjih poslova, koja odražavaju ranije podjele zemlje. U Sjedinjenim Državama Nacionalni arhiv osnovan je 1934. godine za pohranu umirovljenih evidencija nacionalne vlade; Savezni zakon o evidencijama iz 1950. godine odobrio je uspostavljanje i "srednjih" spremišta evidencija u nekoliko regija u koje je država podijeljena od strane Uprave općih službi.³⁵ Prema federalnom sustavu vlasti svaka od država Sjedinjenih Država samostalno ima svoju arhivsku agenciju. Australijski arhiv ima sjedište u Canberri i podružnice u svim glavnim gradovima država te u Darwinu i Townsvilleu; države imaju vlastite arhive, obično pod upravljanjem državnih knjižnica.

Engleski zakon o javnim evidencijama iz 1838. okupio je sve zasebne zbirke i smjestio ih pod Ured za javne evidencije (kasnije dio Nacionalnog arhiva).³⁶ Engleska je stoga izvanredan primjer centralizacije, dok je uobičajenija praksa, kao što je već sugerirano, decentralizacija arhiva na domaćim područjima u kojima su nastale.

³⁴ Britannica <https://www.britannica.com/topic/archives>, preuzeto (25.02.2020.)

³⁵ Britannica <https://www.britannica.com/topic/archives>, preuzeto (25.02.2020.)

³⁶ Britannica <https://www.britannica.com/topic/archives>, preuzeto (25.02.2020.)

U 20. stoljeću arhivisti su bili suočeni s rukovanjem novim vrstama zapisa, poput fotografskih zapisa, filmova, zvučnih zapisa i računarskih zapisa. Mikrokopija ili mikrofilm, čiji je pravni status kao kopija zapisa morao biti utvrđen posebnim zakonodavstvom, praktični je medij za izradu dodatnih kopija zapisa kao sigurnost od rizika ratnim djelima; kao zaštita od normalnog propadanja ili oštećenja; za upotrebu u međunarodnoj razmjeni; umjesto zajma ili kao prikladnost znanstvenicima; za smanjenje troškova popravka, uvezivanja i skladištenja; kao sredstvo dopunjavanja kolateralnim materijalima glavnih tijela evidencije; i kao oblik objavljivanja.³⁷

Praksa, kao i uvjerenja, razlikuju se od zemlje do zemlje. Kako su se razvijali koncepti društvene, ekonomske i kulturne povijesti, kako je industrijalizacija igrala sve značajniju ulogu u nacionalnim i međunarodnim poslovima, kako se demokratizacija širila površinom svijeta, tako je postojala sve veća svijest o značaju poslovnih arhiva, institucionalnih arhiva i radova osoba koje se ne moraju nužno razlikovati. Njemačka je prva prepoznala vrijednost poslovnih arhiva, uskoro su ju slijedile i Belgija, Švicarska i Nizozemska; a Francuska, Engleska, Danska i Sjedinjene Države primjeri su, u različitom stupnju i prirodi, kasnijeg priznanja.

³⁷ Britannica <https://www.britannica.com/topic/archives>, preuzeto (25.02.2020.)

4. PRIKAZ UVOĐENJA NOVE USLUGE NA PRIMJERU ROBNI TERMINALI ZAGREB

4.1. Robni terminali Zagreb

Robni terminali Zagreb su jedna od 14 podružnica Zagrebačkog holdinga, trgovačkog društva u 100 % vlasništvu Grada Zagreba. Poduzeće Robni terminali Zagreb iznajmljuje te pruža usluge skladištenja robe u različitim vrstama vlastitih skladišta (zatvorena i otvorena - u carinskom, necarinskom te statusu slobodne zone). Tradicija, geostrateški položaj i poslovne mogućnosti pozicioniraju Robne terminale Zagreb kao nezaobilaznu točku zagrebačke poduzetničke infrastrukture. Poduzeće RTZ trenutno zapošljava 235 djelatnika. Jedne od vodećih kompetencija radnika su stručnost i organizacija. Uz pomoć navedenih kompetencija Robni terminali Zagreb spremno odgovaraju na sve zahtjeve tržišta.

U nastavku slijedi slika koja prikazuje logo Robnih terminala Zagreb



Slika 4: Logo Robni terminali Zagreb

Izvor:Robni terminali Zagreb <https://www.rtz.hr/hr>, preuzeto (28.12.2020.)

Stručnost, kvaliteta i odgovornost predstavljaju jedan od svakodnevnih zadataka koje obavljaju prema svojim poslovnim partnerima, no ti svakodnevni zadaci također predstavljaju i obavezu. Robne terminale Zagreb sačinjavaju tri različite poslovne jedinice:

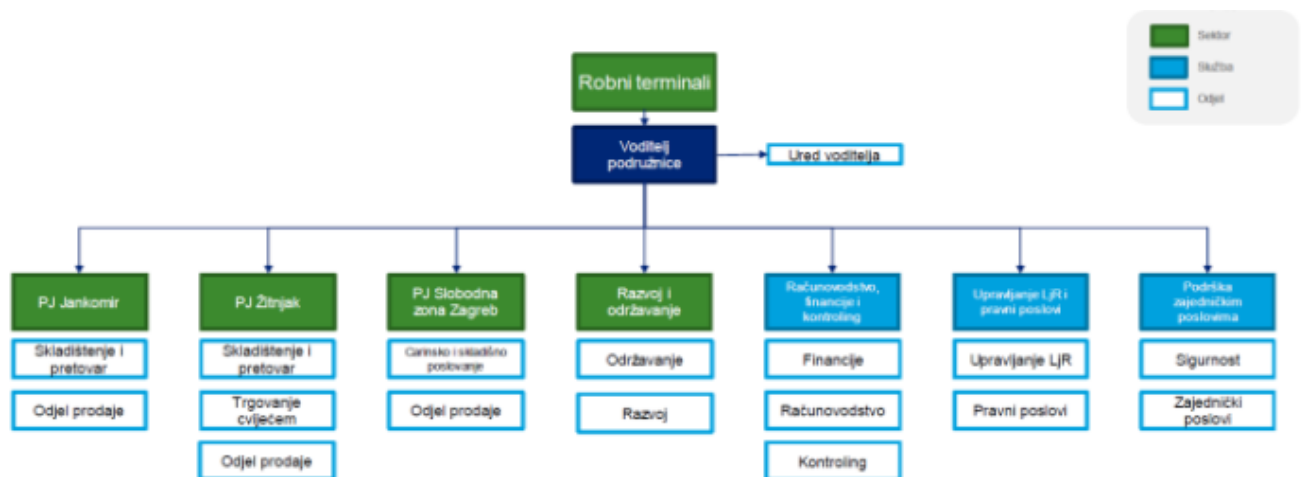
- PJ Jankomir
- PJ Žitnjak
- PJ Slobodna zona Zagreb .³⁸

³⁸ Robni terminali Zagreb <https://www.rtz.hr/hr>, preuzeto (28.12.2020.)

Ono što je zajedničko navedenim poslovnim jedinicama je utjecaj na cestovni i željeznički promet, unutar poslovnih jedinica moguće je pronaći industrijski kolosijek.

Na poslovnim jedinicama Jankomir i Žitnjak moguće je pronaći kamionske kolodvore koji kao svoj glavni cilj imaju odvijanje domaćeg i međunarodnog cestovnog prometa. Također se poslovnoj jedinici nalazi i Carinarnica Zagreb koja omogućuje obavljanje svih poslova vezanih uz carinu. Uglavnom se u ovom segmentu odvijaju poslovi carinjena, pretovara, pakiranja.

Na lokacijama podružnica se nalaze Carinski ured Zagreb 1 (Jankomir i Slobodna zona) te Carinski ured Zagreb 2 (Žitnjak), restorani kao i predstavnici mnogobrojnih otpremničkih i prijevoznčkih poduzeća. Kako bi Robni terminali Zagreb mogli svoje poslovanje obavljati na što bolji način potrebna je adekvatna organizacija. Način organizacije poslovanja vidljiv je u organizacijskoj strukturi. U nastavku slijedi slika koja prikazuje organizacijsku strukturu.



Slika 5: Organizacijska struktura

Izvor: Robni terminali Zagreb: <https://www.rtz.hr/hr/o-nama/o-Robnim-terminalima-zagreb/organizacijska-shema-i-unutarnje-ustrojstvo> ,preuzeto (28.12.2020.)

Prema slici 5 vidljiv je način na koji su ustrojeni Robni terminali Zagreb. Na vrhu organizacijske strukture nalaze se Robni terminali i voditelj podružnice te zatim slijede poslovne jedinice koje imaju jednaku važnost sukladno organizacijskoj shemi.

4.1.1. Poslovne jedinice

Kao što je već prije spomenuto, Robni terminali Zagreb obuhvaćaju tri poslovne jedinice.

Poslovna jedinica Jankomir smještena je na površini od 25 hektara u industrijskoj zoni zapadnog dijela grada na cestovnom i željezničkom križanju smjerova zapad - istok, sjever - jug, koji povezuju područje Mediterana i južne Europe.³⁹

Poslovna jedinica Jankomir pruža usluge prijema i skladištenja robe. U tu svrhu raspolaže s 43.700m² zatvorenog i 25.000m² otvorenog skladišnog prostora. Tehnologija rada prilagođena je prema osobinama, karakteristikama, vrstama i namjeni roba kroz odgovarajuće tipove skladišta.⁴⁰

Kada je riječ o iznajmljivanju skladišta tada su na raspolaganju dvije varijante, jedna je sistem ključ u ruke, a druga varijanta se odnosi na iznajmljivanje skladišnog prostora sa dodatnom uslugom, dodatna usluga se odnosi na:

- Istovar
- Utovar
- Vaganje
- Zaprimanje
- Prepakiranje
- carinjenje⁴¹

Sa skladišnim prostorima, putem industrijskog kolosijeka povezana je poslovna jedinica Jankomir, u sklopu skladišnih prostora postoji i carinsko skladište. Na taj način je svim korisnicima usluga Robnih terminala Zagreb omogućeno da roba stoji uskladištena sve do onoga trenutka kada roba bude prodana i isporučena. U nastavku slijedi slika koja prikazuje poslovnu jedinicu Jankomir.

³⁹ Robni terminali Zagreb <https://www.rtz.hr/hr>, preuzeto (28.12.2020.)

⁴⁰ Robni terminali Zagreb <https://www.rtz.hr/hr>, preuzeto (28.12.2020.)

⁴¹ Robni terminali Zagreb <https://www.rtz.hr/hr/poslovne-jedinice/pj-jankomir/skladiste>, preuzeto (28.12.2020.)



Slika 6: Poslovna jedinica Jankomir

Izvor: <https://www.rtz.hr/hr/poslovne-jedinice/pj-jankomir/skladiste> (28.12.2020.)

Poslovanje poslovne jedinice Slobodna zona Zagreb odvija se na lokaciji Jankomir te je dio robno-transportnog centra. Navedena poslovna jedinica ima strateški položaj, nalazi se na čvorištu kojim se povezuje istok i jugoistok Europe.

PJ Slobodna zona Zagreb prostire se na ukupnoj površini od 79.860 m², od čega je 56.226,63 m² koncesionirano područje gdje se kroz institut slobodne zone primjenjuju određene porezne povlastice i jednostavnije operativne procedure u provođenju mjera carinskog nadzora nad korisnicima slobodne zone. Temeljem Ugovora o koncesiji i Zakona o slobodnim zonama, Slobodna zona Zagreb je posredstvom svog osnivača (društvo Zagrebački holding d.o.o. - Podružnica Robni terminali Zagreb) opunomoćena u ime Vlade republike Hrvatske, a od strane ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta, sklapati ugovore s korisnicima za obavljanje djelatnosti na području slobodne zone, te u statusu koncesionara i sama pružati usluge unutar zone.⁴²

Svi korisnici poslovne jedinice Slobodna zona imaju na raspolaganju cjelovitu uslugu, tijekom korištenja usluga, korisnici mogu obavljati sljedeće djelatnosti:

⁴² Robni terminali Zagreb <https://www.rtz.hr/hr/poslovne-jedinice/pj-jankomir/skladiste>, preuzeto (28.12.2020.)

- proizvodnja robe
- oplemenjivanje robe
- skladištenje robe
- trgovina na veliko (svi oblici trgovine s inozemstvom i tuzemstvom i posredovanja u trgovini)
- strateške aktivnosti poslovne podrške
- aktivnosti
- osnivanja tehnoloških razvojno-inovacijskih centara te pružanje usluga, osim bankarskih i drugih novčarskih poslova te usluga osiguranja i reosiguranja imovine i osoba.⁴³

Ono što je važno napomenuti je da unutar slobodne zone nesmetano može boraviti kako domaća, tako i strana roba. Kada je riječ o stranoj robi, tada se misli na robu sa tržišta Europske Unije. Također, period za držanje robe nije ograničen, osim u izuzetnim slučajevima kao što je roba na koju se odnose propisi Zajedničke poljoprivredne politike. Roba koja je unesena u zonu trebala bi udovoljavati uvjetima ispravnosti koje je propisala Republika Hrvatska, a ti uvjeti ispravnosti odnose se na:

- Zdravstvene uvjete
- Veterinarske uvjete
- Fitopatološke uvjete⁴⁴

Jedna od karakteristika Slobodne zone Zagreb je visoki stupanj sigurnosti. On se temelji na fizičkom i video nadzoru kao i na carinskom nadzoru. Slobodna zona Zagreb ima nekoliko prednosti, koje su razlozi iz kojih ima sve veći broj korisnika. Prednosti su:

- Racionalizacija
- Ubrzanje prometa robom
- Trgovina i tranzit
- Povećana efikasnost

⁴³Robni terminali Zagreb <https://www.rtz.hr/hr/poslovne-jedinice/PJ-Slobodna-zona-zagreb/skladiste-50>,preuzeto (28.12.2020.)

⁴⁴ Robni terminali Zagreb <https://www.rtz.hr/hr/poslovne-jedinice/PJ-Slobodna-zona-zagreb/skladiste-50>,preuzeto (28.12.2020)

Poslovna jedinica Žitnjak smještena je u industrijskoj zoni Žitnjak na istočnom ulazu u Zagreb. Spomenuta poslovna jedinica također ima povoljnu lokaciju, nalazi se na križanju nekoliko smjerova, Zagreb, Budimpešta, Lipovac.

Poslovna jedinica Žitnjak pruža mogućnost skladištenja roba na raspoloživih 94.000 m² zatvorenog i 3.000 m² otvorenog skladišnog prostora. Skladišni prostor iznajmljuje se od sistema "ključ u ruke" do sistema iznajmljivanja prostora s kompletnom uslugom koja uključuje:

- istovar
- utovar
- vaganje
- zaprimanje
- prepakiranje
- carinjenje⁴⁵

Jedna od prednosti poslovne jedinice Žitnjak je postojanje industrijskog kolosijeka. Poslovna jedinica raspolaže sa kolosijekom od 80 vagona te je kolosijek povezan sa skladišnim halama, što uvelike olakšava transport ili pretovar robe. U sastavu skladišnih prostora postoji carinsko skladište tipa "A". Na ovaj način, omogućeno je uvoznicima skladištenje robe u carinskom skladištu, sve do momenta prodaje i isporuke iste.⁴⁶

4.1.2. Usluge Robnih terminala Zagreb

Robni terminali Zagreb imaju mogućnost pružanja nekoliko različitih usluga, a one su:

- Skladištenje i čuvanje robe
- Špedicija, uvoz – izvoz
- Carina
- Pretovar i prijevoz robe
- Kamionski kolodvor
- Parkiranje teretnih vozila na Vanjskom teretnom parkiralištu

⁴⁵ Robni terminali Zagreb <https://www.rtz.hr/hr/poslovne-jedinice/PJ-Slobodna-zona-zagreb/skladiste-50>, preuzeto (29.12.2020)

⁴⁶ Robni terminali Zagreb <https://www.rtz.hr/hr/poslovne-jedinice/PJ-Slobodna-zona-zagreb/skladiste-50>, preuzeto (29.12.2020)

- Vaganje robe⁴⁷

Osnovna djelatnost poduzeća je prihvata i skladištenje roba u unutarnjem i međunarodnom prometu. Robni terminali Zagreb raspolažu sa 160.000 m² zatvorenog i više od 35.000 m² otvorenog skladišnog prostora, koji se namjenski koristi za javna, carinska, konsignacijska i distribucijska skladišta.

Način iznajmljivanja skladišnih prostora je različit, od iznajmljivanja tipa "ključ u ruke" po veličini različitih prostora, pa do iznajmljivanja prostora s kompletnom uslugom koju može činiti: istovar, zaprimanje, čuvanje, prepakiranje, vaganje, carinjenje, cestovni i željeznički prijevoz i druge radnje s robama. Za navedene usluge raspolažu s mnogobrojnom i raznovrsnom mehanizacijom u rasponu od ručnih viličara do 40-t dizalica.

Osnovna djelatnost službe za međunarodno otpremništvo i prijevoz je u organizaciji zbirnog, međunarodnog i domaćeg prijevoza roba, te usluga carinskog posredovanja u izradi ukupne dokumentacije za carinjenje roba pri uvozu i izvozu. Djelatnici službe međunarodnog otpremništva Robnih terminala Zagreb imaju veliko iskustvo u posredničkim poslovima uvoza i izvoza za velike domaće i strane tvrtke. Povijest poslovanja duga je više od šest desetljeća te je garancija uspješno obavljenog posla.

U krugu svake poslovne jedinice Robnih terminala Zagreb nalazi se Carinski ured što svim korisnicima omogućava lako i brzo rješavanje uvoza i izvoza robe kao i tranzit roba kroz Republiku Hrvatsku. Na Carinarnici se obavljaju pregledi robe koja pristiže svim vrstama prijevoza (teretni kamioni, kontejneri, vlakovi) te usklađivanje svih dokumenata koji prate robu.

Poduzeće Robni terminali Zagreb također se bavi pretovarom i prijevozom robe. Poduzeće raspolaže sa više vrsta viličara i dizalica te stručnim i obučanim djelatnicima, odnosno raspolaže svom potrebnom infrastrukturom i mehanizacijom koja je nužna da bi se kvalitetno i uspješno obavile sve potrebne radnje sa teretom kao što su istovar, pretovar, zaprimanje, vaganje, prepakiranje, skladištenje te prijevoz robe do odredišta kako bi ispunili sve zahtjeve naših klijenata.

Na lokacijama poslovnih jedinica podružnice Robni terminali Zagreb na Jankomiru i Žitnjaku smješteni su i već više desetljeća posluju kamionski kolodvori sa ciljem prihvata domaćeg i

⁴⁷ Robni terminali Zagreb <https://www.rtz.hr/hr/poslovne-jedinice/PJ-Slobodna-zona-zagreb/skladiste-50>, preuzeto (29.12.2020)

međunarodnog cestovnog teretnog prometa na glavnim ulazima u grad, te u funkciji potreba Carinarnice Zagreb (prihvat, parkiranje, carinski nadzor, pretovar/istovar i carinjenja vozila/tereta).

Sukladno Zakonu o prijevozu u cestovnom prometu (NN 178/04, 48/05, 151/05, 111/06, 63/08, 124/09, 91/10 i 112/10) podružnica Robni terminali Zagreb je ishodila, kao prva u Republici Hrvatskoj, licenciju za obavljanje kolodvorskih usluga u teretnom prometu, i ispunjava propisane uvjete za prihvat, otpremu i carinjenje svih vrsta tereta.

4.2. Razlozi pokretanja projekta

Robni terminali Zagreb, kao jedna od podružnica u sastavu Zagrebačkog holdinga d.o.o., vodeća je regionalna tvrtka u uslugama skladištenja i pretovara roba, koja osigurava zadovoljstvo i povjerenje poslovnih partnera primjenjujući visoke standarde poslovne prakse uz primjenu i poštivanje svih načela održivog razvoja.

Ciljevi poslovne politike podružnice Robni terminali Zagreb su pružati što kvalitetniju uslugu iz područja svoje djelatnosti, povećati interes i zadovoljstvo korisnika usluga, te osigurati dugoročnu stabilnost poslovanja.

Zbog zahtjevnih uvjeta za smještaj arhivskog i registraturnog gradiva u Gradu Zagrebu kao i ostatku države postoji konstantan nedostatak smještajnih kapaciteta. U prilog tome govori i činjenica da Državni arhiv u Zagrebu kao privremeno rješenje koristi podrumski prostor i dio prizemlja u zgradi I. gimnazije u Utrinama površine 3400 m², od toga 3000 m² spremišnog i 400 m² radnog prostora u koja se može pohraniti ca. 19 000 d/m arhivskog gradiva. Zatečene instalacije zgrade na stropu podrumskog dijela, koje nije bilo moguće izmjestiti, unatoč postavljenoj maksimalnoj zaštiti, stalna su potencijalna prijetnja arhivskom gradivu.⁴⁸

Obzirom na takvo stanje na tržištu logičan je slijed u razvoju podružnice donijeti poslovnu odluku o rekonstrukciji i prenamjeni postojećeg skladišnog prostora i osigurati konkurentnost i dugoročnu profitabilnost uvođenjem nove djelatnosti.

Lokacija hale 7 je na Slavonskoj aveniji 52, Žitnjak, u sklopu podružnice Robni terminali Zagreb, uz vrlo frekventnu prometnicu. Lokacija ima svu potrebnu infrastrukturu za optimalno odvijanje poslovnih procesa uključujući i 24-satnu tjelesno-tehničku zaštitu.⁴⁹

⁴⁸ Podaci dobiveni intervjuom

⁴⁹ Podaci dobiveni intervjuom

Hala 7 je bila namjenski izgrađena za skladište u sklopu Robnih terminala, Poslovne jedinice Žitnjak:

- Vanjske dimenzije hale su 13.718 x 2.448 cm.
- Hala je po dužini smještena u smjeru sjeverozapad – jugoistok.
- Zgrada će biti adaptirana prema pravilima i standardima energetske učinkovitosti što će zadovoljiti potrebe kvalitetne pohrane registraturne građe.

Rekonstrukcija i adaptacija navedene hale izvodi se za potrebe Pismohrane Zagrebačkog holdinga. Tijekom 2018. godine započela je I. faza rekonstrukcije 1. kata, koja se nastavila rekonstrukcijom nužnih dijelove prizemlja hale 7 u 2019. godini. Investicija, osim rekonstrukcije krova, uključuje:

- rekonstrukciju dizala,
- uređenje prostora,
- nabavu regala te
- nabavu opreme neophodne za početak rada (računala, odgovarajuće programsko rješenje, skeneri...)

Planirani početak komercijalizacije dijela Pismohrane ZGH planiran je za kraj 2019. godine, dok je puni obim poslovanja planiran po završetku svih radova, krajem 2022. godine. Napominjemo da će se komercijalizirati dijelovi objekta odmah po njihovom završetku, te će podružnica početi ostvarivati prihode od istih.

Podružnica je Planom poslovanja za 2019. planirala investiciju nabave opreme i digitalnog sustava za arhiv hale 7 PJ Žitnjak koji je obuhvaćao nabavu opreme za 1. kat i digitalni sustav za cijelu buduću investiciju obzirom da smo analizom tržišta zaključili da bi naknadna nadogradnja sustava iziskivala veća financijska sredstva u odnosu na objedinjenu nabavu.

4.3. Radnje prije pokretanja usluge arhiva

Naime, Zakonom o arhivskom gradivu i arhivima određeno je da svaki imaoc dokumentacije (tijelo javne vlasti) mora skrbiti o kvaliteti smještaja i čuvanju dokumentacije te su definirane i obveze stvaratelja dokumentacije. Također svrha predmetnog Zakona jest:

- osigurati očuvanje javnog dokumentarnog i arhivskoga gradiva
- podržati tijela javne vlasti u stvaranju i očuvanju javnog dokumentarnoga gradiva o svojoj djelatnosti te pridonijeti povjerenju javnosti u njihov rad

- povećati dostupnost i iskoristivost informacija sadržanih u javnom dokumentarnom i arhivskom gradivu
- pružiti potporu u zaštiti i osiguranju dostupnosti privatnog arhivskoga gradiva
- osigurati stvaranje, čuvanje i pretvorbu dokumentarnog i arhivskog gradiva u digitalni oblik

S tim u svezi Zagrebački holding d.o.o. tako bi osim pohranjivanja interne dokumentacije vršio uslugu djelatnosti arhiviranja za druge zainteresirane poslovne subjekte za određeni iznos. Sukladno izvršenim konzultacijama sa Trgovačkim sudom u Zagrebu, a sve kako bi Zagrebački holding d.o.o. mogao vršiti djelatnost arhiviranja, istu je potrebno registrirati odnosno prema Zakonu o arhivskom gradivu i arhivima za upis takve djelatnosti u sudski registar potrebno je ishoditi prethodnu suglasnost Državnog arhiva.

Robni terminali najprije su morali zatražiti kod Trgovačkog sad doregistraciju ove djelatnosti kako bi uopće mogli obavljat usluge Arhive prema pravnim osobama.

Doregistraciju je potrebno učiniti za:

- iznajmljivanje prostora za čuvanje poslovne dokumentacije
- obradu podataka, usluge poslužitelja i djelatnosti povezane s njima
- internetski portal
- uredske i administrativne djelatnosti - prijepisi, skeniranje, preslikavanje
- kurirske usluge
- fotografske djelatnosti
- umnožavanje računalnih zapisa
- djelatnost pakiranja
- umnožavanje snimljenih zapisa.⁵⁰

Prije nego li arhiv krene sa radom Ministarstvo kulture treba izdati suglasnost za poslove obavljanja Arhive prije početka obavljanja djelatnosti (osim fizičkog čuvanja dokumenata). Da bi to napravilo Podružnica mora napraviti predradnje koje je potrebno napraviti, a sve kako bi se izdala suglasnost za obavljanje djelatnosti arhiviranja. Između ostalog potrebno je sljedeće:

⁵⁰ I Podaci dobiveni intervjuom

- pripremiti Odluku Skupštine društva o nadopuni registracije djelatnosti i namjeri osnivanja arhiva
- postupiti po članku 37.st.6 i 38. Zakona o arhivskom gradivu i arhivima
- pripremiti Zamolbu za utvrđenje djelatnosti.

Zakonom o arhivskom gradivu i arhivima, člancima 7. do 10. određeno je da svaki stvaratelj i imalac dokumentacije mora skrbiti o kvaliteti smještaja i čuvanju iste.

Vrlo mali broj tvrtki ima sve zakonom navedene uvjete, tako da pružanje tih usluga nailazi na pozitivan odaziv. Člankom 7. i 8. rečenog Zakona definirane su obveze stvaratelja dokumentacije. Stvaratelji i imatelji javnoga arhivskog i registraturnoga gradiva dužni su ga između ostalog:

- savjesno čuvati u sređenom stanju i osiguravati od oštećenja do predaje nadležnom arhivu,
- pridržavati se uputa nadležnoga državnog arhiva glede zaštite gradiva.

Za smještaj arhivskih kutija potrebno je u prostor smjestiti metalne stalaže sa metalnim policama dimenzija prilagođenim dimenzijama kutije. Kutija mora punom površinom ležati na polici, kako ne bi došlo do oštećivanja kutije na bridu police.

Za opremanje prostora preporučuju se stalaže i police širine (dubine) 90 cm, što znači da se na policu okomito slažu dvije kutije po dužoj strani kutije koja iznosi 45 cm. Raspon nosive konstrukcije stalaža (stupova) potrebno je predvidjeti sa 200 cm tako da su u ovaj raster može složiti šest (6) kutija koje su složene tako da uža strana kutije (širina) od 33 cm bude u pogledu. Također je za postupak manipulacije kutijama potrebno na policama osigurati još dodatnih 2 cm manipulativne širine, te raspon konstrukcije stalaže iznosi $6 \times 33 + 2 = 200$ cm.

Visinu stalaža također je potrebno prilagoditi visini prostorija. Razmak između polica u visinu računa se prema visini kutije od 30 cm, a na police se slažu tri kutije jedna na drugu što iznosi 90 cm, međutim za manipulaciju kutijama razmak između polica potrebno je povećati za još minimalno 5 cm, što znači da ukupni razmak između polica iznosi ukupno minimalno 95 cm. Maksimalna visina stalaža može iznositi 210 cm s time da se, ukoliko je prostorija viša, može na vrh dodati još koji red kutija. Obzirom na visinu prostorija i smještaj stropnih greda može se računati da će maksimalna visina stalaže biti 320 cm.

Stalaža koja se postavlja uz zid prostorije mora biti odmaknuta od istoga desetak cm, kako kutije ne bi dodirivale zid i skupljale kondenziranu vlagu, gljivice i sl.

Na visinu prostorija od 420 cm i više, treba računati sa fiksnim stalažama i to u više etaža s time da svaka etaža mora biti maksimalno visoka 210 cm. Na prvom katu bile bi smještene dvije etaže stalaža s time što bi donja etaža bila dugačka 20 metara dok bi gornja etaža bila uvučena i bila bi dugačka 16 metara. Manipuliranje kutijama treba se odvijati isključivo pomoću kolica, kako se kutije ne bi oštetile prilikom nošenja kroz spremišta. Temeljnom analizom budućih kapaciteta adaptacijom hale 7 u Robnim terminalima Zagreb, Žitnjak bit će moguće uskladištiti i pohraniti :

- Kapacitet pohrane - podrum : 60.720 kutija
- Kapacitet pohrane – prizemlje: 91.080 kutija
- Kapacitet pohrane - prvi kat: 89.424 kutija

4.4. Edukacija djelatnika

Kao što je već prije spomenuto, svaki arhiv mora imati djelatnike koji su obučeni za rad sa arhivskim gradivom. Robni terminali Zagreb prije nego li uslugu arhiva učine javno dostupnu ostalim pravnim osobama moraju određeni dio djelatnika poslati na školovanje. Tijekom edukacije djelatnici se upoznaju sa adekvatnim načinom rada te postupanjem sa arhivskim gradivom. Tijekom edukacije, naglasak je na nekoliko segmenata, oni su:

- Upravljanje dokumentacijom
- Propisi na području upravljanja dokumentima
- Organizacijska uredskog poslovanja
- Klasifikacija i organizacija dokumentacije
- Sređivanje dokumentacije
- Organizacija rada pismohrane
- Dostupnost i korištenje dokumentacije u javnim službama
- Upravljanje elektroničkim dokumentima
- Vrednovanje gradiva
- Utvrđivanje rokova čuvanja
- Popis dokumentacije
- Zaštita dokumentacije

- Restauracija arhivskog gradiva⁵¹

Tijekom edukacije djelatnici se upoznaju sa načinima kako se postupa sa dokumentacijom, točnije upoznaju se sa načinima klasifikacije dokumentacije, te praćenje iste, također dobivaju saznanja o normi HRN ISO15489 koja definira točne načine na koje je potrebno upravljati sa spisima. Tijekom rada u arhivi djelatnici će se susresti sa arhivskim gradivom koje se koristi u javnim službama, te je prilikom rukovanja sa istoimenim gradivom potrebno poznavati osnovna načela dostupnosti informacija i dokumenata na razini RH, ali i na razini EU.

Također je važno napomenuti da djelatnike nije dovoljno samo jednom poslati na edukaciju. Informacijska tehnologija napreduje te ostavlja utjecaj i na arhivsko gradivo, sve je više arhiva koje koriste dokumentaciju u električnom zapisu te je sukladno tomu potrebno obrazovati djelatnike na koji način se postupa sa elektroničkim dokumentima, na kakvim medijima se pohranjuju te na sa samim postupkom digitalizacije.

Robni terminali Zagreb donijeli su odluku da tri osobe odlaze na školovanje. Uvođenje usluge arhiva Robnim terminalima Zagreb osigurat će povećanje prihoda, ali u samome početku uvođenje usluge će zahtijevati i dodatne troškove kao što su edukacija djelatnika. Da bi osoba pristupila školovanju potrebno je minimalno posjedovanje srednje stručne spreme. Dodatno školovanje obuhvaća odlazak na seminare i polaganje ispita. Ukupna cijena odlaska na ispit i odlaska na seminare iznosi 4 500,00 kn.

4.5. Analiza ulaganja

Robni terminali Zagreb u sklopu nove usluge arhiva imat će slijedeće usluge:

- Pohrana arhivske i registraturne građe
- Dostava dokumenata
- Preuzimanje arhivskog i registraturnog gradiva
- Arhivističko sređivanje i obrada gradiva
- Izrada preslika, skeniranje, ispis, kopiranje digitalnog zapisa
- Uništavanje dokumentacije

U nastavku slijedi tablica koja prikazuje cjenik navedenih usluga

⁵¹ Hrvatski državni arhiv <http://www.arhiv.hr/Informacije-za-stvaratelje/Tecajevi-i-radionice-za-stvaratelje>, preuzeto (26.02.2020.)

Tablica 1: Cjenik usluge arhiva

1. POHRANA ARHIVSKE I REGISTRATURNE GRAĐE	KN
1.1.Mjesečni najam dužnog metra za pohranu konvencionalnog gradiva	20,00
1.2. Mjesečni najam za pohranu konvencionalnog gradiva (po kutiji)	3,00
1.3. Mjesečni najam mjesta za pohranu nekonvencionalnog gradiva	360,00
2. DOSTAVA DOKUMENATA	
2.1.Dostava dokumenata (original/ kopija, po kutiji unutar 24 sata)	50,00
2.2.Doplata po kutiji unutar jedne dostave	5,00
2.3.Dostava dokumenata elektronskim putem	100,00
3. PREUZIMANJE ARHIVSKOG I REGISTRATURNOG GRADIVA	
3.1.Preuzimanje arhivske kutije	75,00
3.2.Preuzimanje elektronskog zapisa (po komadu)	30,00
3.3.Prijevoz dokumentacije u arhivu (po kutiji)	50,00
4. ARHIVISTIČKO SREĐIVANJE I OBRADA GRADIVA	
4.1.Arhivističko sređivanje dokumentacije	280,00
4.2.Izlučivanje dokumentacije	140,00
4.3.Tehničko opremanje i uređivanje dokumentacije	100,00
4.4.Vakumiranje (po kutiji)	150,00
5. IZRADA PRESLIKA, SKENIRANJE, ISPIS, KOPIRANJE DIGITALNOG ZAPISA	
5.1.Skeniranje izrada preslika, formata a4	3,00
5.2. Skeniranje izrada preslika, formata a3	6,00
5.3.Skeniranje izrada preslika, formata a0	20,00
5.4.Kopiranje digitalnog zapisa na dtd	80,00
5.5.Skeniranje knjiga (po stranici)	40,00
6. UNIŠTAVANJE DOKUMENTACIJE	
6.1.Tehnička priprema, potpisivanje i uništavanje (po kutiji)	50,00

Izvor: Vlastita obrada autora temeljem prikupljenih podataka

Prema priloženoj tablici vidljivo je koliko bi Robni zagrebački terminali naplaćivati za pojedinu uslugu. Prije nego li budu u mogućnosti obavljati navedene usluge potrebno je prenamijeniti hale poštujući Zakone i Propise koji se odnose na postupanje sa arhivskom

građom. Da bi se projekt mogao provesti potrebno je osigurati odgovarajuća financijska sredstva. U nastavku slijedi grafikon koji prikazuje način na koji se planira financirati navedeni projekt.

Grafikon 1: Izvor financiranja



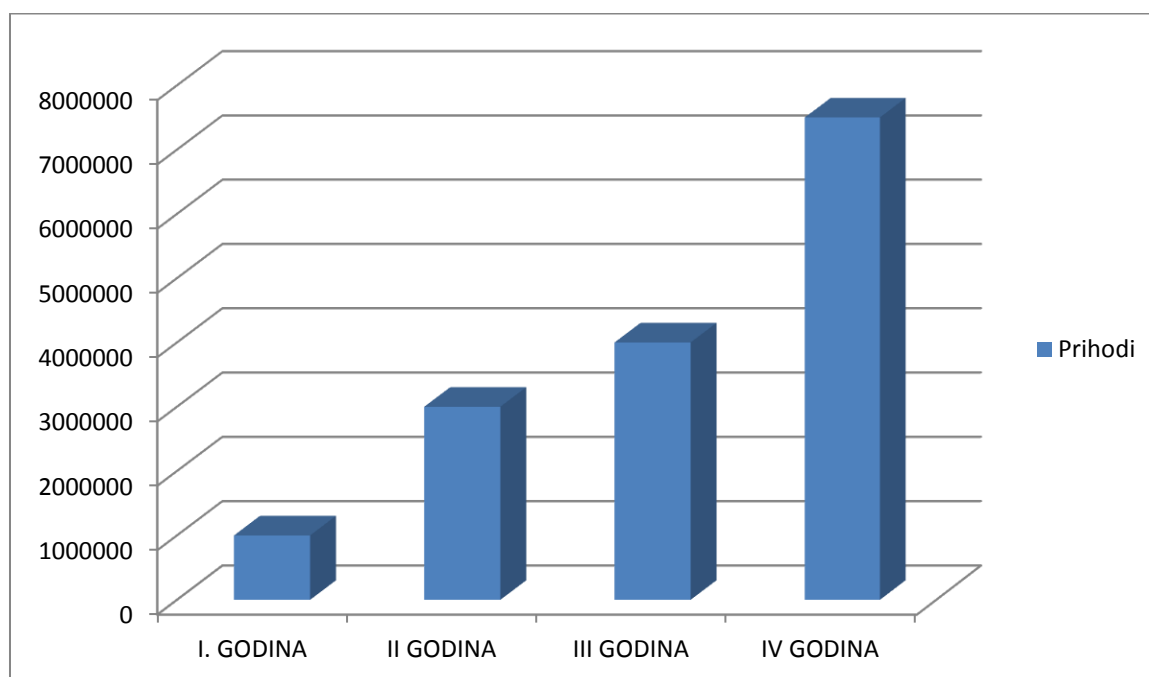
Izvor: Vlastita obrada autora temeljem prikupljenih podataka

Prema priloženom grafikonu, vidljivo je da se do financijskih sredstava planira doći putem kreditiranja. Kreditna sredstva se, sukladno uvjetima Direkcije, planiraju ugovoriti pod slijedećim uvjetima:

- iznos kreditnih sredstava: 26.200.000 kn
- kamatna stopa: 3,9 % godišnje
- rok otplate kredita: 10 godina
- otplata: jednaki mjesečni anuiteti

Kada je riječ o prihodima Robnih terminala Zagreb, planira se povećanje prihoda uvođenjem nove usluge. U nastavku slijedi grafikon koji prikazuje planirani rast prihoda.

Grafikon 2: Kretanje prihoda



Izvor: Izvor: Vlastita obrada autora temeljem prikupljenih podataka

Kao što je vidljivo iz grafikona, planira se povećanje prihoda iz godine u godinu. Prihodi u prvoj godini bi iznosili 1 000 000,00 kn. Kalkulacija izrađena prema prosječnoj cijeni od 3,00 kn/kutija i količini od cca 27.800 kutija za prvu godinu rada.

Za drugu godinu planira se rast prihoda na 3 000 000,00 kn, kalkulacija je izrađena na temelju 100 % popunjenosti 1. kata te iznos prihoda od dodatnih usluga vezanih za pohranjenu dokumentaciju.

Za treću godinu iznos prihoda je povećan na 4 000 000,00 kn, kalkulacija je izrađena na temelju 100% popunjenosti 1.kata i 50% popunjenosti prizemlja, a za svaku sljedeću godinu kalkulacija je izrađena s istom prosječnom cijenom od 3,00 kn/kutija, a temelji se na količini od cca 200.000 pohranjenih kutija te prihodu od dodatnih usluga.

U nastavku slijedi tablica koja prikazuje financijski tijek.

Tablica 2: Financijski tijek projekta

Stavke	I.	II.	III.	IV.
PRIMICI	1000,000,00	3 000 000,00	4 000 000,00	7 500 000,00
UKUPAN PRIHOD	1 000 000,00	3 000 000,00	4 000 000,00	7 500 000,00
Prihod od prodaje	1 000 000,00	3 000 000,00	4 000 000,00	7 500 000 ,00
Izdaci				
Neto primici	1 000 000,00	3 000 000,00	4 000 000,00	7 500 000 ,00
Akumulirani neto primici	1 000 000,00	3 000 000,00	4 000 000,00	7 500 000 ,00

Izvor: Izvor: Vlastita obrada autora temeljem prikupljenih podataka

Prema tablici 2 vidljivo je da bi se iz razdoblja u razdoblje povećavali akumulirani neto primici.

Tablica 3: Dinamička ocjena projekta

Godina	Investicija		Akumulacija – neto primici		Ne pokriveni dio
	Godišnja	Kumulativno	Godišnje	Kumulativno	
0	26 200 000	26 200 000	1 000 000	1 000 000	-26 200 000
II		26 200 000	3 000 000	4 000 000	-25 200 000
III		26 200 000	4 000 000	8 000 000	-22 200 000
IV		26 200 000	7 500 000	15 500 000	-18 200 000
V		26 200 000	7 500 000	22 999 999	-10 700 000
VI		26 200 000	7 500 000	30 499 999	-3 200 001
VII		26 200 000	7 500 000	37 999 999	4 299 999
VIII		26 200 000	7 500 000	45 499 999	11 799 999
IX		26 200 000	7 500 000	52 999 999	19 299 999
X		26 200 000	22 650 000	75 649 998	26 799 999

Izvor: Izvor: Vlastita obrada autora temeljem prikupljenih podataka

Razdoblje povrata investicijskih ulaganja može se interpretirati kao razdoblje tijekom kojeg je potrebno pribaviti pozitivne neto primitke u razdoblju poslovanja da bi se zbroj negativnih neto primitaka iz razdoblja izvedbe sveo na nulu, odnosno nadoknadila privremena žrtva proizvodnih činitelja u obliku investicija tijekom izvedbe projekta.

Razdoblje povrata investicijskih ulaganja obuhvaća period šeste godine. Navedeno razdoblje povrata investicijskih ulaganja procjenjuje se prije planiranog roka otplate kredita, čime je po ovom kriteriju investicija prihvatljiva za izvedbu.

4.5.1. Društveni aspekt projekta

Količina dokumentacije neprestano raste dok je istovremeno njezina zaštita sve kompleksnija. Najveći problem uz nedostatak osoblja i vremena potrebnog za obavljanje arhivskih poslova predstavlja upravno neadekvatan i nedostatan prostor za pohranu gradiva. Jedan od primjera je i Državni arhiv u Zagrebu koji kao privremeno rješenje koristi podrumski prostor i dio prizemlja u zgradi I. gimnazije u Utrinama površine 3400 m², od toga 3000 m² spremišnog i 400 m² radnog prostora u koja se može pohraniti cca 19 000 d/m arhivskog gradiva. Prostor je izrazito neprikladan za pohranu arhivskog i registraturnog gradiva jer zatečene instalacije zgrade na stropu podrumskog dijela, koje nije bilo moguće izmjestiti, unatoč postavljenoj maksimalnoj zaštiti, predstavljaju stalnu potencijalnu prijetnju arhivskom gradivu. Na području Republike Hrvatske trenutačno postoji, 13 državnih područnih arhiva sa 9 sabirnih centara. Svi arhivi ukupno koriste 46 zgrada.⁵²

Glavni problem arhivske službe je manjak arhiva, odnosno manjak prostora. Također, jedan od problema su i arhivi koji ne udovoljavaju prostornim uvjetima koji su propisani za čuvanje arhivskog gradiva. Problemi arhivske službe nisu novi i ne rješavaju se godinama, što rezultira time da arhivska služba ne izvršava u potpunosti svoje zadatke i obveze.

Realizacijom ove investicije podružnica Robni terminali Zagreb će Zagrebačkom holdingu d.o.o. osigurati potpuno ispunjavanje zahtjevnih zakonskih obveza stvaratelja i imatelja javnoga arhivskog i registraturnog gradiva i postati ozbiljan potencijalni partner javnom sektoru u rješavanju navedenih problema u prihvatu i smještaju gradiva.

U prilog tome ide i činjenica da realizacija prve faze rekonstrukcije hale predstavlja rješenje problema Gradskog ureda za opću upravu Grada Zagreba koji nam je pismom namjere

⁵² Arhiv <http://www.arhiv.hr/Arhivska-slu%C5%BEba/Arhivi-u-Hrvatskoj>, preuzeto (30.12.2020.)

iskazao potrebu za iznajmljivanjem adekvatnog prostora za smještaj 7200 dužnih metara arhivske građe.

4.5.2. Ekološki aspekt projekta

Podružnica Robni terminali Zagreb kroz proces ocjene utjecaja na okoliš nastoji osigurati da rekonstrukcija hale bude ekološki prihvatljiva i izvedena u skladu s odgovarajućim zakonskim propisima te da tijekom izvođenja prati utjecaj na okoliš. Posebna se pozornost posvećuje postavljanju zahtjeva za odgovarajućim i učinkovitim mjerama ublažavanja štetnih utjecaja na okoliš te zahtjevima za upravljanjem pitanjima zaštite okoliša koja mogu imati zakonske ili financijske posljedice ili mogu utjecati na ugled ili rezultirati negativnim utjecajem na okoliš. Tijekom realizacije investicije poseban će se značaj pridodati promicanju učinkovitog korištenja energetske i prirodnih resursa i smanjenju nastajanja otpada.

Konkretan pozitivan učinak na zaštitu okoliša u prvoj fazi rekonstrukcije hale imalo je uklanjanje azbestnih salonit ploče pokrova hale i njihovo zbrinjavanje na zakonom propisan način. Do završetka rekonstrukcije hale predviđa se primjena pametnih sustava, energetske učinkovitosti i obnovljivih izvora energije (učinkoviti sustavi grijanja i hlađenja). Nakon završetka rekonstrukcije hale i stavljanja u funkciju Pismohrane ZGH jedna od usluga koju će podružnica nuditi bit će i urbana dostava dokumentacije “door-to-door“ električnim vozilima.

Realizacija ove investicije rezultirati će smanjenjem emisija stakleničkih plinova (posebno CO₂) čime se daje doprinos razvoju niskougljičnog gospodarstva i zaštiti svih sastavnica okoliša.

4.5.3. Rizici prilikom provođenja projekta

Prilikom provođenja projekta postoji mogućnost da će se Robni terminali Zagreb susresti sa:

- Operativnim rizikom
- Kamatnim rizikom
- Tržišnim rizikom
- Višom silom

Operativni rizik predstavlja rizik koji se javlja uslijed grešaka ili nepredviđenih događaja nastalih u tijeku poslovnih aktivnosti. S obzirom da podružnica Robni terminali Zagreb nije samostalna u poslovima javne nabave i donošenju odluka o pokretanju investicija i/ili tijekom odvijanja poslovnih procesa vezanih za sve faze projekta suočena je s rizikom dugotrajnih

postupaka javne nabave i postupaka dobivanja potrebnih odobrenja i pravodobno donesenih odluka.

Tijekom izvođenja investicije također postoji rizik od promjena internih procedura koje zaustavljaju i/ili usporavaju pojedine faze investicije. Nabrojani rizici ne proizvode velike i štetne posljedice za podružnicu jer se s njima dobro upravlja već predstavljaju opasnost od nepoštivanja rokova i planiranog roka završetka radova. Podružnica je izložena promjeni kamatnih stopa na koje ne može utjecati. Investicija je izložena riziku promjene cijene proizvoda, radova i usluga (poskupljenje) u odnosu na prethodno planirane cijene u analizi opravdanosti investicije.

Djela čovjeka i prirode, požar, poplava, potres, udar groma, oštećenja zgrade usred olujnog nevremena, nestanak struje, iznenadna promjena zakonske regulative su posljedice koje se ubrajaju pod višu silu. Na posljedice ove kategorije utječemo korištenjem tehničkih sredstava kao što su vatrodojavni i protupožarni sustav, gromobrani, nenarušavanje statike zgrade, korištenjem stalnog napajanja i agregata, te izradom planova evakuacija i planova postupanja.

Planirani početak pružanja usluga arhiviranja na tržištu ovisi o postupcima nadležnih Ministarstava, dugotrajnim ishodbjima Rješenja za rad te izmjenama i dopunama Zakona i Pravilnika kojima se uređuje postupanje s arhivskim i registraturnim gradivom.

5. ZAKLJUČAK

Arhivi su dokumentarni nusproizvod ljudske djelatnosti zadržani zbog svoje dugoročne vrijednosti. To su suvremeni zapisi koje su stvorili pojedinci i organizacije dok se bave svojim poslom i stoga pružaju izravan prizor o prošlim događajima. Mogu biti u širokom rasponu formata, uključujući pisani, fotografski, pokretnu sliku, zvuk, digitalni i analogni. Arhivu drže javne i privatne institucije i pojedinci širom svijeta.

Da bi arhive bile vrijedne za društvo, moraju im biti izvor od povjerenja. Da bi to postigli moraju imati sljedeće osobine: Autentičnost - zapis je ono za što tvrdi da jest, stvoren u vrijeme dokumentiranja i od strane osobe za koju dokument tvrdi da ga je kreirao. Pouzdanost - oni točno predstavljaju događaj, iako će to biti kroz pogled osobe ili organizacije koja stvara taj dokument. Integritet - sadržaj je dovoljan da pruži koherentnu sliku. Nažalost, nisu sve arhive cjelovite. Korisnost - arhiva mora biti na pristupačnom mjestu i u upotrebljivom stanju. Na primjer, potresi, uragani i ratovi mogu učiniti arhive beskorisnima. Ako će arhiva biti autentična i pouzdana, tada moramo sačuvati njezin kontekst da bismo razumjeli kako, zašto i tko je stvorio njezin sadržaj i format (način na koji je predstavljen kao dokument). Ono što bismo trebali zapamtiti jest da ni u jednom trenutku ne možemo arhivu smatrati 'istinom' (što god podrazumijevamo pod 'istinom'), već samo istodobnim zapisom pojedinca ili organizacije s određenom razinom uključenosti i gledišta. Kao korisnici arhiva moramo biti svjesni ovog konteksta kada tumačimo arhive, kao i kako vlastita iskustva i kultura utječu na čitanje arhivskog izvora. Arhivi se zadržavaju samo ako se smatra da imaju dugoročnu povijesnu vrijednost. To može biti teško procijeniti, ali što znači da arhivske zbirke ne sadrže i ne mogu sadržavati svaki dokument koji je ikad stvoren.

Razvoj novog proizvoda, informacija i istraživanje su tri pojma koja ne idu jedno bez drugoga. Da bi se razvio novi proizvod potrebna nam je prava informacija koja će nam dati odgovor na pitanje kakav proizvod treba ponuditi potrošačima, kojim potrošačima se treba okrenuti, na koji dio tržišta se potrebno fokusirati i u koje vrijeme, a do tih informacija je nemoguće doći bez dobro provedenog istraživanja. Većina poduzeća započinje proces uvođenja novog proizvoda ili usluge u onome trenutku kada je životni ciklus proizvoda u opadanju. Na taj način omogućuju podizanje prodaje što rezultira povećanjem prihoda. Da bi bilo koje poduzeće moglo uvesti novi proizvod ili uslugu u segmentu novog proizvoda ili u segmentu poboljšanja potreban je rad različitih poslovnih jedinica koje imaju zajednički cilj.

Samim započinjanjem ulaganja resursa u proces uvođenja novog proizvoda, poduzeće analizira svoju okolinu kako bi uočilo koje su potrebe klijenata, ali isto tako analizira i svoj način poslovanja kako bi uočili što je potrebno mijenjati ili unaprijediti.

Prema Zakonu o postupanju sa arhivskim gradivom svaki arhiv je dužan imati obučene djelatnike. Ta obuka podrazumijeva pohađanje seminara te polaganje ispita. Karakter arhivskog gradiva diktira koliko djelatnika treba imati položen ispit te koliko djelatnika treba raditi u arhivu. Sukladno navedenom, djelomično je potvrđena hipoteza (H1). Robni terminali Zagreb planiraju poslati tri djelatnika na školovanje što stvara početne troškove u vrijednosti 4 500,00 kn.

Kao što je vidljivo iz prikazanih grafikona Robni terminali Zagreb planiraju povećanje prihoda sa 1 000 000,00 kn na 7 500 000,00 kn. Prihodi u prvoj godini bi iznosili 1 000 000,00 kn, kalkulacija izrađena prema prosječnoj cijeni od 3,00 kn/kutija i količini od cca 27.800 kutija za prvu godinu rada. Za drugu godinu planira se rast prihoda na 3 000 000,00 kn, kalkulacija je izrađena na temelju 100 % popunjenosti 1. kata te iznos prihoda od dodatnih usluga vezanih za pohranjenu dokumentaciju. Za treću godinu iznos prihoda je povećan na 5 000 000,00 kn, kalkulacija je izrađena na temelju 100% popunjenosti 1.kata i 50% popunjenosti prizemlja, a za svaku sljedeću godinu kalkulacija je izrađena s istom prosječnom cijenom od 3,00 kn/kutija, a temelji se na količini od cca 200.000 pohranjenih kutija te prihodu od dodatnih usluga. Sukladno navedenom potvrđena je druga hipoteza (H2)

6. POPIS SLIKA TABLICA I GRAFIKONA

Slika 1: Životni ciklus proizvoda	9
Slika 2: Marketing miks	11
Slika 3: Prihvaćanje inovacija	13
Slika 4: Logo Robni terminali Zagreb.....	28
Slika 5: Organizacijska struktura	29
Tablica 1: Cjenik usluge arhiva.....	41
Tablica 2: Financijski tijek projekta.....	44
Tablica 3: Dinamička ocjena projekta.....	44
Grafikon 1: Izvor financiranja.....	42
Grafikon 2: Kretanje prihoda	43

LITERATURA

1. Bukvić N. Arhivska služba i arhivsko zakonodavstvo u funkciji zaštite gradiva muzejskih ustanova, Arhivski vjesnik, 58/2015
https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=205205
2. Buntak K., Droždek I., Čovran L.(2015.): Upravljanje razvojem proizvoda, Hrčak Portal znanstvenih članaka Republike Hrvatske – Srce, Tehnički glasnik, Varaždin, str. 104 – 111
3. Ćosić S., Lemić V. Rad arhiva u uvjetima suprotstavljenih utjecaja: država – društvo – korisnici, Arhivski vjesnik 49/2006
https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=9330
4. Ćosić S., Lemić V. Problemi arhivske službe u Hrvatskoj, Arhivski vjesnik 51/2008
5. Gonan Božac M. (2008): Swot analiza i tows matrica – sličnosti i razlike, Hrčak – Portal znanstvenih članaka Republike Hrvatske – Srce, Ekonomsko istraživanje, str. 19-34
6. Oršulić A. at all. Arhiva, pohrana i distribucija prostornih podataka, Ekscentar 16/2013 https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=152844
7. Pavičić J.,Gnjidić V.,Drašković N. (2014): Osnove strateškog marketinga, Školska knjiga, Zagreb
8. Prester, J. (2010.): Menadžment inovacija, Sinergija, Zagreb
9. Previšić J., Došen Đ., Krupka Z. (2012.): Osnove međunarodnog marketinga, Školska knjiga, Zagreb
10. Rajh A. Stančić H. Planiranje, izgradnja i uspostava digitalnog arhiva, Arhivski vjesnik. 53/2010. <https://hrcak.srce.hr/62414>
11. Vranešić, T. (2014.): Tržišna istraživanja u poslovnom upravljanju, Accent d.o.o., Zagreb
12. Enciklopedija <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=3764>
13. Robni terminali Zagreb <https://www.rtz.hr/hr>
14. Robni terminali Zagreb <https://www.rtz.hr/hr>
15. Robni terminali Zagreb <https://www.rtz.hr/hr/usluge/skladistenje-i-cuvanje-robe>

16. Robni terminali Zagreb <https://www.rtz.hr/hr/poslovne-jedinice/pj-jankomir/skladiste>
17. Robni terminali Zagreb <https://www.rtz.hr/hr/poslovne-jedinice/PJ-Slobodna-zona-zagreb/skladiste-50>
18. Robni terminali Zagreb <https://www.rtz.hr/hr/poslovne-jedinice/pj-zitnjak/skladiste-53>
19. Hrvatski državni arhiv <http://www.arhiv.hr/arhivska-sluzba>
20. Infotrend <http://www.infotrend.hr/clanak/2014/10/digitalno-arhiviranje,81,1094.html>
21. Zakon o arhivskom gradivu i arhivima NN 61/18, 98/19
<https://www.zakon.hr/z/373/Zakon-o-arhivskom-gradivu-i-arhivima>
22. Pravilnik o uvjetima smještaja, opreme, zaštite i obrade arhivskog gradiva te broju i strukturi stručnog osoblja arhiva NN 121/2019 https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2019_12_121_2402.html

PRILOG

Pitanja iz intervjua

1. Koji su razlozi pokretanja projekta?
2. Koji prostor se planira koristiti za pružanje usluge arhiva?
3. Na koji način se planira hala 7 prenamijeniti?
4. Postoje li radnje i procesi koje RTZ treba proći prije uvođenje usluge arhiva?
5. Koje su to radnje?
6. Koliki je planirani kapacitet pohrane?
7. Postoji li formiran cjenik?
8. Na koji način će se financirati projekt?
9. Koji su uvjeti kredita?
10. Postoje li projekcije financijskih izvještaja?
11. Kojim intenzitetom se planira prihvaćanje usluge, odnosno potražnja za uslugom arhiva?
12. Kakav utjecaj će projekt imati na društvo i okoliš?

ODJEL

STUDIJ

PRISTUPNIK

MATIČNI BROJ

DATUM

KOLEGIJ

NASLOV RADA

NASLOV RADA NA
ENGL. JEZIKU

MENTOR

ZVANJE

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

V Ž K C

M M I

BROJ

OPIS

ZADATAK URUČEN

POTPIS MENTORA

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, SUZANA PRGIN (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom MOGUĆI UTJECAJI UVOĐENJA NOVOG PROIZVODA NA POSLOVANJE PODUZEĆA (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Suzana Prgin
(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, Suzana Prgin (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom MOGUĆI UTJECAJI UVOĐENJA NOVOG PROIZVODA NA POSLOVANJE PODUZEĆA (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Suzana Prgin
(vlastoručni potpis)