

E-nabava

Locaj, Dino

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:682798>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-17**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





Sveučilište Sjever

Završni rad broj: 19/LIMKC/2022

E-nabava

Dino Locaj, 3420/336

Koprivnica, 2022. godina



Sveučilište Sjever

Odjel za logistiku i mobilnost

Završni rad broj: 19/LIMKC/2022

E-nabava

Student:

Dino Locaj, 3420/336

Mentor:

dr.sc. Davor Gregurević

Koprivnica, 2022. godina

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

| | | | |
|-----------------------------|---|--------------|--|
| ODJEL | Odjel za logistiku i održivu mobilnost | | |
| STUDIJ | preddiplomski stručni studij Logistika i mobilnost - Koprivnica | | |
| PRISTUPNIK | Dino Locaj | MATIČNI BROJ | |
| DATUM | 14.09.2022 | KOLEGIJ | Organizacija nabave s poznavanjem robe |
| NASLOV RADA | E - nabava | | |
| NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU | E-procurement | | |
| MENTOR | dr.sc. Davor Grgurević | ZVANJE | predavač |
| ČLANOVI POVJERENSTVA | 1. prof.dr.sc. Krešimir Buntak, predsjednik | | |
| | 2. doc.dr.sc. Ivana Martinčević, članica | | |
| | 3. dr.sc. Davor Grgurević, mentor, član | | |
| | 4. dr.sc. Vesna Sesar, zamjenska članica | | |
| | 5. _____ | | |

Zadatak završnog rada

| | |
|------|---------------|
| BROJ | 19/LIMKC/2022 |
| OPIS | |

U ovom završnom radu potrebno je:
- opisati pojam i karakteristike e-nabave
- opisati e-nabavu u odnosu na nabavu u fizičkoj trgovini
- provesti istraživanje o e-nabavi u Republici Hrvatskoj

ZADATAK URUČEN 14.09.2022

POTPIS MENTORA

SVEUČILIŠTE
SIEVER



SAŽETAK

E-nabava se smatra najprofitabilnijim oblikom trgovine u današnje vrijeme. Svojem rastom i napretkom zauzima značajnu poziciju u sveukupnom trgovinskom poslovanju poslovnih subjekata. Struktura rada temeljena je isključivo na detaljnijem prikazu karakteristika, poslova, prednosti i nedostataka ovog oblika trgovanja. Osim što je za razumijevanje teme bitno istaknuti zakonodavne odrednice, također je bitno spomenuti i razliku u procesima e-nabave i nabave u fizičkom obliku. Kao i svaki proces, tako i proces uvođenja ali i korištenja e-nabave ima neke svoje troškove, troškove koji su u početku implementacije izrazito visoki. Kada je riječ o primjeni e-nabave, ovim radom uzeti su primjeri četiri poslovna subjekta koji uspješno koriste e-poslovanje. Zbog svojih nagrada za uspješno poslovanje i inovativnih u radu su istaknuti Konzum, Pevex, eKupi i Crno Jaje, te također i EJON (Elektronički oglasnik javne nabave u RH) koji je smjestio Hrvatsku u sam europski vrh po pitanju unapređenja e-nabave. Neizostavnu ulogu u cijelom procesu ima HAKOM (Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti) koji ima za cilj održati transparentno i fer odvijanje trgovanja putem online platformi.

Ključne riječi: e-nabava, fizička nabava, EJON, HAKOM

ABSTRACT

E-procurement is considered the most profitable form of commerce today. With its growth and progress, it occupies a significant position in the overall trade operations of business entities. The structure of the work is based exclusively on a more detailed presentation of the characteristics, jobs, advantages and disadvantages of this form of trading. In addition to the fact that it is important to highlight the legislative provisions for understanding the topic, it is also important to mention the difference in the processes of e-procurement and procurement in physical form. Like any process, the process of introducing and using e-procurement has its own costs, costs that are extremely high at the beginning of implementation. When it comes to the application of e-procurement, this paper takes the examples of four business entities that successfully use e-business. Konzum, Pevex, eKupi and Crno Jaje, were highlighted for their awards for successful business and innovative work, as well as EJON (Electronic advertisement of public procurement in the Republic of Croatia) which placed Croatia at the very top of Europe in terms of improving public e-procurement. HAKOM (Croatian Regulatory Agency for Network Activities) plays an indispensable role in the entire process, which aims to maintain transparent and fair trading through online platforms.

Keywords: e-procurement, physical procurement, EJON, HAKOM

Sadržaj

| | |
|--|----|
| 1. Uvod | 1 |
| 1.1. Predmet i cilj | 2 |
| 1.2. Metodologija | 2 |
| 1.3. Struktura rada | 3 |
| 2. Teorijska podloga i prethodna istraživanja | 4 |
| 2.1. Pojam i karakteristike e-nabave | 4 |
| 2.1.1. Temeljne funkcije e-nabave | 5 |
| 2.1.2. Poslovi e-nabave | 6 |
| 2.1.3. Troškovi e-nabave | 8 |
| 2.1.4. Prednosti i nedostaci e-nabave | 9 |
| 2.2. E-nabava u odnosu na nabavu u fizičkoj trgovini | 12 |
| 2.2.1. Proces korištenja e-nabave u online trgovini | 13 |
| 2.2.2. Proces nabave u fizičkoj trgovini | 14 |
| 3. Opis istraživanja i rezultati istraživanja | 16 |
| 3.1. Stanje e-nabave u Republici Hrvatskoj | 16 |
| 3.1.1. Javna e-nabava u Republici Hrvatskoj | 17 |
| 3.1.2. E-nabava poduzeća u Republici Hrvatskoj | 20 |
| 3.1.3. Regulator e-nabave u Republici Hrvatskoj | 24 |
| 4. Zaključak | 26 |
| 5. Literatura | 29 |
| Popis tablica | 31 |
| Popis slika | 31 |

1. Uvod

Zbog današnjeg načina života e-nabava je nešto što je uvelike potrebno ljudima i što u sve većoj mjeri zauzima prostor u ukupnom poslovanju. Upravo zbog toga svrha ovog rada je prikazati teorijsku podlogu i već istražena područja vezana uz područje nabave i e-nabave. E-nabava je sustav nabave koji koristi digitalna sredstva komunikacije prilikom sklapanja nabavnih poslova.

S obzirom na navedeno, rad je podijeljen na četiri glavne cjeline. Prva se cjelina odnosi na uvod u samu temu rada gdje je prikazana svrha istraživanja, predmet i cilj. Druga cjelina prikazuje teorijsku podlogu i prethodna istraživanja gdje je na samom početku objašnjen pojam e-nabave, te su tabelarno prikazani moduli e-nabave. Prednosti i nedostaci e-nabave prikazani su grafičkim oblicima. Zatim se definiraju poslovi e-nabave, te troškovi koje nosi uvođenje e-nabave. Poslovi e-nabave prikazani su shematskim prikazom radi lakšeg razumijevanja pojedine faze procesa. Važnu ulogu također ima i zakonodavni i regulatorni okvir koji prikazuju zakone i pravila vezane uz provedbu e-nabave. Ovdje je zapravo riječ o pravilima koja donosi Zakon o javnoj nabavi i Odluka o donošenju Strategije elektroničke javne nabave u RH.

Treće poglavlje odnosi se na istraživački dio rada te prikazuje Elektronički oglasnik javne nabave u RH (EOJN), zbog kojeg je Hrvatska u samom vrhu prema sustavu korištenja e-nabave, također prikazuje odabrane poslovne subjekte koji su u svoje poslovanje odlučiti uvrstili e-nabavu ali i one kojima je e-nabava i e-poslovanje zapravo jedina djelatnost. Prvi primjer odnosi se sustav javne e-nabave u Republici Hrvatskoj, putem EOJN-a. Nadalje je spomenut primjer e-nabave poduzeća Konzum plus, nakon kojeg slijedi primjer Peveca kao dva trgovačka lanca koji su svoje poslovanje iz fizičkih poslovnica proširili i na e-poslovanje. Kao pravi primjer isključivo internet trgovine sa značajnim uspjesima u svom radu istaknuta je internet trgovina eKupi, i na samom kraju pozornost se pridaje turističkoj agenciji Crno Jaje koje isto tako ima svojih specifičnosti zbog kojih je istaknuta kao jedan dobar primjer implementacije sustava e-nabave u svoje poslovanje. Za sam kraj istraživačkog dijela rada spomenuta je i Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti (HAKOM) koja je glavni regulator poslova e-nabave, ona osigurava transparentnost i sigurnost na online poslovanju. HAKOM preko svoje eAgencije nudi svojim korisnicima brojne dodatne usluge kojima im nastoji olakšati poslovanje u svijetu e-nabave.

Posljednje poglavlje ovog završnog rada odnosi se na zaključak gdje je zapravo iznijeta zaključna misao o cjelokupnom radu i istraživanoj tematici.

1.1. Predmet i cilj

U radu se opisuje što je e-nabava, koji su procesi e-nabave, također se daje usporedba procesa korištenja e-nabave i nabave u fizičkoj poslovnicu. Također se kroz istraživački dio rada opisuje kakvo je stanje u Republici Hrvatskoj po pitanju korištenja e-nabave, te kakvi su potencijali za napredak ovakvog oblika poslovanja. Elektronička nabava, odnosno skraćeno e-nabava kako joj samo ime govori odnosi se na nabavu proizvoda, robe i usluge putem interneta.

Cilj ovog rada je pobliže objasniti procese i karakteristike koji utječu na odvijanje e-nabave. Kroz ovaj rad će se:

- Objasniti što je e-nabava i koji su njezini procesi,
- Objasniti poslovi e-nabave,
- Istaknuti troškovi e-nabave,
- Objasniti prednosti i nedostatke e-nabave,
- Usporediti e-nabava i nabava u fizičkim trgovinama,
- Prikazati stanje e-nabave u Hrvatskoj.

1.2. Metodologija

Osnovni metodološki pristup rada odnosi se na metode deskripcije, kvantitativne metode i komparativna metoda. Metoda deskripcije korištena je prilikom definiranja osnovnih pojmova koji su nužni za početak pisanja završnog rada te samim time i za lakše razumijevanje ostatka teksta rada. U istraživačkom dijelu rada korištena je i metoda konkretizacije, koja se u radu može uočiti kroz prikazivanje primjera izgleda *webshopa* odabranih poslovnih subjekata.

Kako bi se definirao zakonodavni okvir i usklađenost s Odlukom o donošenju Strategije elektroničke javne nabave u RH također je korištena metoda deskripcije. Prilikom korištenja komparativne metode uzeta su u obzir četiri poslovna subjekta i njihovo pružanje usluge e-nabave. Ovom su metodom prikazane sličnosti i razlike između promatranih subjekata.

1.3. Struktura rada

Prvo poglavlje rada je uvodno poglavlje. Drugo poglavlje odnosi se na teorijsko definiranje e-nabave, njezinih karakteristika i funkcija, spomenuti su poslovi i troškovi e-nabave te se također ističu prednosti i nedostaci. Treće poglavlje odnosi se na istraživački dio, koji skreće pažnju na stanje e-nabave u Republici Hrvatskoj, te se prikazuje nekoliko subjekata koji nude mogućnost e-nabave. Zaključno poglavlje je zadnje poglavlje ovog rada.

2. Teorijska podloga i prethodna istraživanja

Navedeno poglavlje temelji se na teorijskoj analizi i prethodnim istraživanjima. Vezano uz to govori se o osnovnom pojmu i karakteristikama e-nabave, njezinim temeljnim funkcijama. Zatim se ističu poslovi vezani uz e-nabavu te njezini troškovi. Kao i kod svakog procesa tako i kod e-nabave valja spomenuti njezine mnogobrojne prednosti ali i nekoliko nedostataka kod kojih ima mjesta za napredak. Nadalje kako bi se što bolje razumjela razlika između e-nabave i nabave u fizičkim poslovnicaма objašnjen je tijek pojedine nabave, potrebno vrijeme i ostali potrebni resursi.

2.1. Pojam i karakteristike e-nabave

E-nabava je u današnje vrijeme sve više prisutna i sve se više koristi u raznim granama djelatnosti. E-nabava pruža poduzećima mogućnosti da povećaju svoj profit i da kupoprodajom na internetu prošire već postojeće tržište. (Knežević, 2012) definira e-nabavu kao sustav nabave koji koristi digitalna/internetska sredstva komunikacije prilikom sklapanja nabavnih poslova.

Kao i u fizičkim poslovnicaма, tako i prilikom sklapanja poslova putem e-trgovina predmeti kupoprodaje mogu biti proizvodi, usluge ili bilo koje druge stvari koje netko prodaje a druga strana ima želju kupiti. E-nabava pruža i mogućnost uštede zbog nižih troškova i manje potrebnog vremena da se narudžba realizira.

Europska komisija u svojoj strategiji e -nabave 2012, navodi kako e-nabava može znatno pojednostaviti način na koji se nabava provodi, smanjiti rizike i isporučiti bolje nabavne rezultate (nižu cijenu, bolju kvalitetu) poticanjem veće konkurencije na cijelom jedinstvenom tržištu. Nadalje, govori kako ona može doprinijeti rješavanju dvaju glavnih izazova s kojima se danas suočava europsko gospodarstvo, a to su potreba za povećanjem učinkovitosti javne potrošnje u kontekstu fiskalnih ograničenja i potreba za pronalaženjem novih izvora ekonomskog rasta. (Europska Komisija, 2012)

Nadalje je potrebno definirati elektroničku javnu nabavu u Republici Hrvatskoj, prema podacima (Odluka o donošenju Strategije razvoja elektroničke javne nabave u Republici Hrvatskoj 2013. - 2016. godine (NN 54/13), 2016) e-nabava predstavlja sveobuhvatni naziv za sustav javne nabave koji je utemeljen na primjeni elektroničkih sredstava komunikacije u postupcima javne nabave te

uključuje implementaciju elektroničkih alata kao potpore različitim fazama procesa javne nabave. odluka je u potpunosti usklađena sa Zakonom o javnoj nabavi i Uredbom o načinu izrade i postupanju s dokumentacijom za nadmetanje i ponudama.

2.1.1. Temeljne funkcije e-nabave

Prema (Odluka o donošenju Strategije razvoja elektroničke javne nabave u Republici Hrvatskoj 2013. - 2016. godine (NN 54/13), 2016) potrebno je spomenuti i potrebu za elektroničkim certifikatima i potvrdama, odnosno dokazu da su ispunjeni određeni zahtjevi za korištenje sustava e-nabave, a poduzeća ih podnose zajedno sa svojom ponudom. Ali isto tako treba spomenuti nepostojanje velikog broja potvrda i certifikata u elektroničkoj formi pa je daljnji razvoj nabave ovisan o fleksibilnosti sustava dostave dokumenata.

Kako se proces e-nabave odvija online, od velike je važnosti pružiti korisnicima zaštitu identiteta i sigurnost prilikom korištenja sustava e-nabave. Kako nalaže (Zakon o javnoj nabavi, 2016) potrebno je osigurati primjerenu razinu autentikacije, a to se odnosi na primjenu elektroničkog potpisa, odnosno e-potpisa koji se sastoji od elektroničkih podataka priloženih dokumentima. Sve je to s ciljem da se osigura vjerodostojnost, sudionici procesa e-nabave prema ovom Zakonu i njegovim prilogima moraju koristiti napredan elektronički potpis koji je u skladu sa svim odrednicama Zakona.

Tablica 1 Moduli e-nabave

| | |
|------------------------|--|
| E-objava | Sastavljanje, slanje i objavljivanje objava javne nabave na standardnim obrascima u elektroničkom obliku. |
| E-dokumentacija | Elektronički pristup dokumentaciji za nadmetanje. |
| E-dostava | Elektronička dostava ponuda, zahtjeva za sudjelovanje, zahtjeva za kvalifikaciju te planova i projekata. |
| E-dražba | Proces koji se ponavlja i koji uključuje elektronički sustav za predstavljanje novih cijena, izmijenjenih naniže i/ili novih vrijednosti koje se odnose na određene elemente ponude. |
| E-katalog | Elektronički dokument kojeg gospodarski subjekti sastavljaju sukladno smjernicama ili rasporedu koje propisuje naručitelj u određenom postupku |

| | |
|-----------------------------|--|
| E-ocjena | Pregled i ocjena ponuda, zahtjev za sudjelovanje, zahtjeva za kvalifikaciju te planova i projekata. |
| E-narudžba | Elektronički sustav naručivanja/dostave temeljem sklopljenih ugovora o javnoj nabavi ili okvirnih sporazuma. |
| E-račun i e-plaćanje | Izdavanje elektroničkih računa i elektroničko plaćanje za ugovore o javnoj nabavi. |

Izvor: izrada autora prema podacima (Odluka o donošenju Strategije razvoja elektroničke javne nabave u Republici Hrvatskoj 2013. - 2016. godine (NN 54/13), 2016)

2.1.2. Poslovi e-nabave

Pojavom e-nabave došlo je do mnogih promjena unutar tvrtki koje su ju uvrstile u svoje usluge, jedna od mnogih promjena je jednostavnost naručivanja proizvoda, roba i usluga, u svega nekoliko klikova. Kako se naručivanje ubrzalo i olakšalo tako su se povrat robe i reklamacije također ubrzale i pojednostavile. Tvrtke imaju za cilj što više unaprijediti mogućnosti e-nabave kako bi bile što konkurentnije na tržištu.

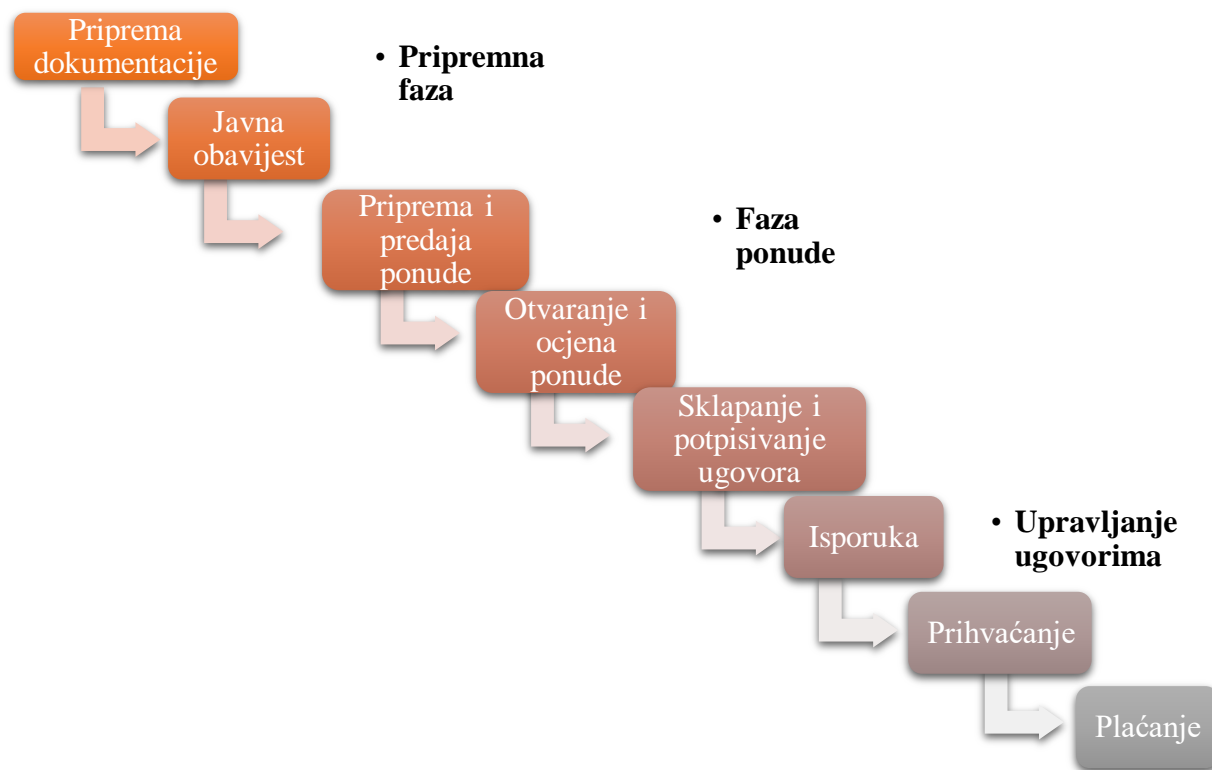
E-nabava je proces koji uključuje nekoliko aktivnosti, (Meier & Teran, n.d.) je istaknuo da su u procesu nabave ključni:

- Traženje dobavljača,
- Formuliranje ugovora,
- Održavanje veza s dobavljačima,
- Zadaci vezani uz nabavu,
- Poslijeprodajne aktivnosti i usluge.

E-nabava obuhvaća niz aktivnosti zbog kojih se ona može nazivati i projektom. Međusobna isprepletenost slanja upita, traženja dobavljača, sastavljanja ugovora, praćenja drugih ponuda, održavanja pozitivne veze s dobavljačima zahtjevni su dijelovi projekta e-nabave koji moraju biti vješto koordinirani i usklađeni. Posebno su važne aktivnosti vezane uz samu nabavu, poštivanje rokova, otprema ugovorene robe i dostava. Naručitelji žele da im se dostavi sve ono dogovoreno i da se ispoštuje narudžba, svaka pozitivna povratna informacija u ovom procesu znači potencijalno širenje mreže poslovnih partnera. Mogućnost zamjene robe, servisiranja, slanje reklamnih paketa

ili testera također doprinosi kvaliteti pružanja poslijeprodajnih usluga, te pomaže u zadržavanju postojećih partnera i privlačenju novih.

Nešto širi prikaz procesa poslova koje uključuje e-nabava prikazan je u slici 1. u nastavku. Slika 1 je shematski prikaz poslova e-nabave po fazama.



Slika 1 Proces e-nabave
Izvor: izrada autora prema (Watuleke, 2017)

Kao što slika 1. prikazuje proces e-nabave se sastoji od 3 faze, od koje se na svaku odnosi nekoliko poslova. Prva faza je pripremna faza, prilikom provođenja ove faze potrebno je pripremiti svu potrebnu dokumentaciju, izdati javnu obavijest i na kraju se priprema finalna ponuda te se ona predaje. Zatim slijedi druga faza, faza ponude, nakon što je ponuda predana slijedi otvaranje i ocjena ponude, ako je ponuda prihvatljiva nastupa sklapanje i potpisivanje ugovora. Za sam kraj je faza upravljanja ugovorima, prilikom koje se nakon isporuke odvija prihvaćanje i plaćanje robe.

Nakon zaključene poslovne suradnje, ako postoji mogućnost daljnju suradnju slijede poslijeprodajne aktivnosti.

2.1.3. Troškovi e-nabave

Troškovi su jedna od stavaka koje su itekako bitne za tvrtke koje razmišljaju o uvođenju e-nabave u svoje dodatne usluge. Troškovi su jedan od elemenata koji se mogu definirati na različite načine s obzirom na potrebe korisnika prilikom provedbe nekog projekta (kao što je u ovom slučaju uvođenje e-nabave u poslovanje), svaki pojedini projekt ima svoje specifične troškove uz one standardne troškove energije, vodne i komunalne usluge i dr.

Kako su naveli (Dvorski, Ruža, & Kovšca, 2007) troškovi su izraz utroška svih elemenata u poslovnom procesu, kao i ostalih terećenja (usluge i doprinosi) koja u zbiru s troškovima čine strukturu cijene koštanja. Troškovi su drugim riječima novčani izraz utroška svih inputa.

Uzimajući u obzir da su troškovi nabave i gomilanja robe veliki i ograničavajući, uporaba e-nabave omogućuje kvalitetniju kontrolu skladištenja robe, nema gomilanja robe koja se ne prodaje već se stvaraju zalihe robe koja se naručuje online. U svojem članku (Knego, 2005) je istaknuo nekoliko „izvjesnih aktivnosti za smanjenje troškova nabave kroz postupke:

- Značajnijeg reduciranja upotrebe skladišnih kapaciteta nabavom robe za poznate kupce,
- Nabave trgovačke robe po metodi „just in time“, čime se smanjuju troškovi skladištenja,
- Eliminiranja suvišnih posrednika u kanalima distribucije čime se izbjegavaju suvišni troškovi posredovanja
- Okrupnjavanja trgovinskih poduzeća čime se stvaraju pretpostavke za korištenje prednosti ekonomija obujma u njihovu poslovanju.“

Najizraženiji troškovi e-nabave odnose se na instaliranje sustava e-narudžbi, potrebnu elektroničku infrastrukturu i obuku zaposlenih za rad na poslovima vezanih uz online nabavu. Početni troškovi koji se odnose na navedeno mogu biti vrlo visoki, jer je potrebno neko vrijeme da se uspostavi sustav e-nabave, te da zaposlenici prođu kvalitetnu obuku kako bi svi poslovi koji slijede mogli proteći nesmetano i bez poteškoća i zastoja.

Uvođenje e-nabave zapravo nema efekt rasta već smanjenja troškova. E-nabava smanjuje vrijeme potrebno za narudžbu, smanjuje troškove administracije, povećava transparentnost i dostupnost robe, proizvoda i usluga.

2.1.4. Prednosti i nedostaci e-nabave

Svi procesi pa tako i e-nabava imaju svoje prednosti i potencijalne nedostatke. Prednosti su mnogobrojne za sve, bilo za kupce ili dobavljače, od uštede vremena, smanjenja troškova pa do rasta efektivnosti sustava. S druge strane kako bi potencijalni nedostaci prerasli u koristi za tvrtku važno je njihovo kvalitetno upravljanje, traženje najboljih rješenja za rješavanje problema te najvažnije učenje na greškama kako se one ne bi ponavljale.

Kako navodi Ministarstvo financija Republike Hrvatske prednosti e-nabave se dijele u tri područja, a to su direktne koristi za korisnike, indirektna korist (socijalna vrijednost) i buduće vrijednosti (platforma za daljnji razvoj). Prema podacima Ministarstva financija (Ministarstvo, 2015) prednosti e-nabave su:

1. Direktna korist za korisnike

- Vremenska ušteda/skraćivanje pojedinih nabavnih procesa/broja dana u proceduri
- Administrativna ušteda
- Financijska ušteda/smanjeni troškovi
- Zadovoljstvo korisnika

2. Indirektna korist

- Rast povjerenja u državu
- Povećana razina transparentnosti kroz pružanje informacija o postupcima
- Veće mogućnosti prijave na nadmetanja
- Bolji monitoring nabave
- Povećana učinkovitost
- Uravnotežene nabavne procedure
- Brže prilagođavanje promjenama
- Veće mogućnosti za malo i srednje poduzetništvo
- Ohrabrivanje međugraničnog natjecanja putem smanjivanja barijera.

3. Buduće vrijednosti

- Rast efikasnosti sustava – učinkovitost, praktičnost i dostupnost
- Povećana pouzdanost sustava
- Brža i točnija analiza podataka
- Osiguranje integriteta podataka
- Povećanje razine komunikacije i informiranja korisnika i javnosti.

Iako su navedene mnoge prednosti e-nabave, važno je za istaknuti i njih još nekoliko prikazanih u slici. Ministarstvo financija Republike Hrvatske se pozvalo na njih kao na jedne od bitnijih prednosti.



Slika 2 Prednosti e-nabave

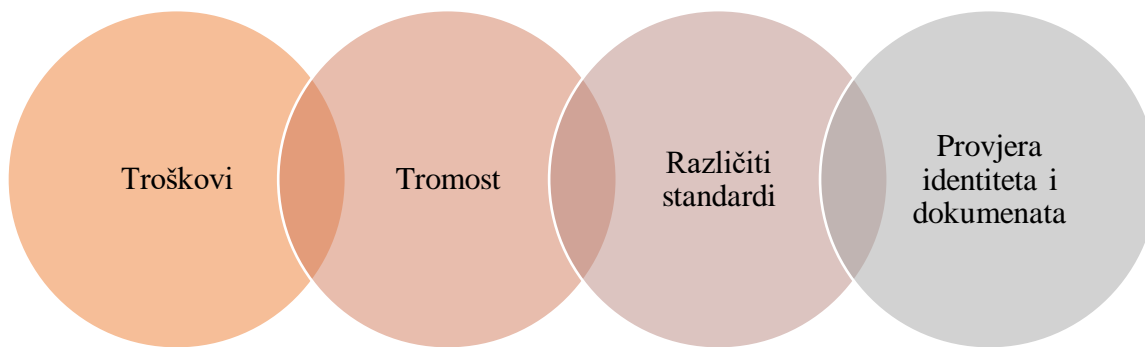
Izvor: izrada autora prema podacima (Odluka o donošenju Strategije razvoja elektroničke javne nabave u Republici Hrvatskoj 2013. - 2016. godine (NN 54/13), 2016)

Ministarstvo financija izdvaja i nekoliko nedostataka odnosno izazova e-nabave. A to su prema podacima (Ministarstvo, 2015) sljedeći izazovi:

- Upitne koristi za malo i srednje poduzetništvo
- Nedovoljno informatičkog znanja i iskustva dionika

- Odupiranje promjenama, strah od pogrešaka
- Ovisnost o internetskoj vezi
- Ranjivost ili neraspoloživost sustava
- Nedostatak standardiziranih procesa i dokumenata (izdavanje elektroničkih dokumenata od državnih i ostalih institucija/jamstvo)
- Naknade
- Tehnički zahtjevi za digitalnim potpisom
- Duže razdoblje prilagođavanja novim obrascima i sustavu
- Nužna dodatna edukacija naručitelja i ponuditelja.

Ministarstvo financija je također istaknulo još nekoliko prepreka. Prepreke prikazane u slici 1 prikazuju međusobnu povezanost, kako bi se uspješno savladale potrebno ih je rješavati sve zajedno.



Slika 3 Nedostaci e-nabave

Izvor: izrada autora prema podacima (Odluka o donošenju Strategije razvoja elektroničke javne nabave u Republici Hrvatskoj 2013. - 2016. godine (NN 54/13), 2016)

Prvi od istaknutih prepreka su troškovi. Implementacija e-nabave u poslovanje nije jeftina, potrebno je osigurati adekvatnu elektroničku infrastrukturu, provesti obuku zaposlenih koji će raditi na poslovima e-nabave. „Troškovi se u pravilu kreću od 0,5 do 5 milijuna eura, dok se troškovi održavanja kreću od nekoliko tisuća pa sve do nekoliko milijuna eura. Međutim, praksa je pokazala da takve investicije mogu vratiti kroz uštede u poslovanju naručitelja i poduzeća unutar određenog razdoblja.“ (Odluka o donošenju Strategije razvoja elektroničke javne nabave u Republici Hrvatskoj 2013. - 2016. godine (NN 54/13), 2016)

Zatim slijedi tromost. Iako bi željeli da e-nabava krene odmah u početku ostvarivati veliki profit i vraćati uloženo, to nažalost ne ide tako brzo. Sam proces prilagodbe na nov način pružanja usluge nabave traje, dok se potencijalni kupci ne odluče na korištenje mogućnosti e-nabave, dok se ne ohrabre na taj korak e-nabava ne donosi prihode već je trošak.

Nadalje, u Odluci o donošenju strategije razvoja elektroničke javne nabave u RH navedeni su različiti standardi kao jedna od prepreka. Različiti standardi mogu prouzročiti poteškoće prilikom sudjelovanja poduzeća u postupcima javne nabave koji se organiziraju na različitim platformama. Točnije rečeno, postojanje različitih platformi i rješenja može uzrokovati nepostojanje zajedničkih standarda i funkcija, a to bi značajno otežalo pristup poduzećima koja su onda prisiljena koristiti više različitih platforma.

Posljednji navedeni od četiri prepreke su provjera identiteta i dokumenata. Problem nastaje u trenutku kada je potrebno upisati osobne podatke, i priložiti potrebnu dokumentaciju kako bi se autorizacija na poslužitelj uspješno provela. Opasnosti krađe identiteta prilikom korištenja e-nabave su također moguće i poduzeća moraju utrošiti dodatne napore kako bi e-poslovanje učinili što sigurnijim svojim korisnicima.

2.2. E-nabava u odnosu na nabavu u fizičkoj trgovini

Prva i osnovna razlika u procesu e-nabave i nabave u fizičkoj trgovini je u tome što se e-nabava odvija na internetu, u bilo koje vrijeme, s bilo kojeg mjesta koje u tom trenu odgovara naručitelju. Kroz iduća poglavlja ukratko su prikazani procesi nabave u e-obliku i fizičkom obliku, kako bi se jasnije vidjele razlike između ova dva oblika naručivanja i odabira poslovnih partnera.

2.2.1. Proces korištenja e-nabave u online trgovini

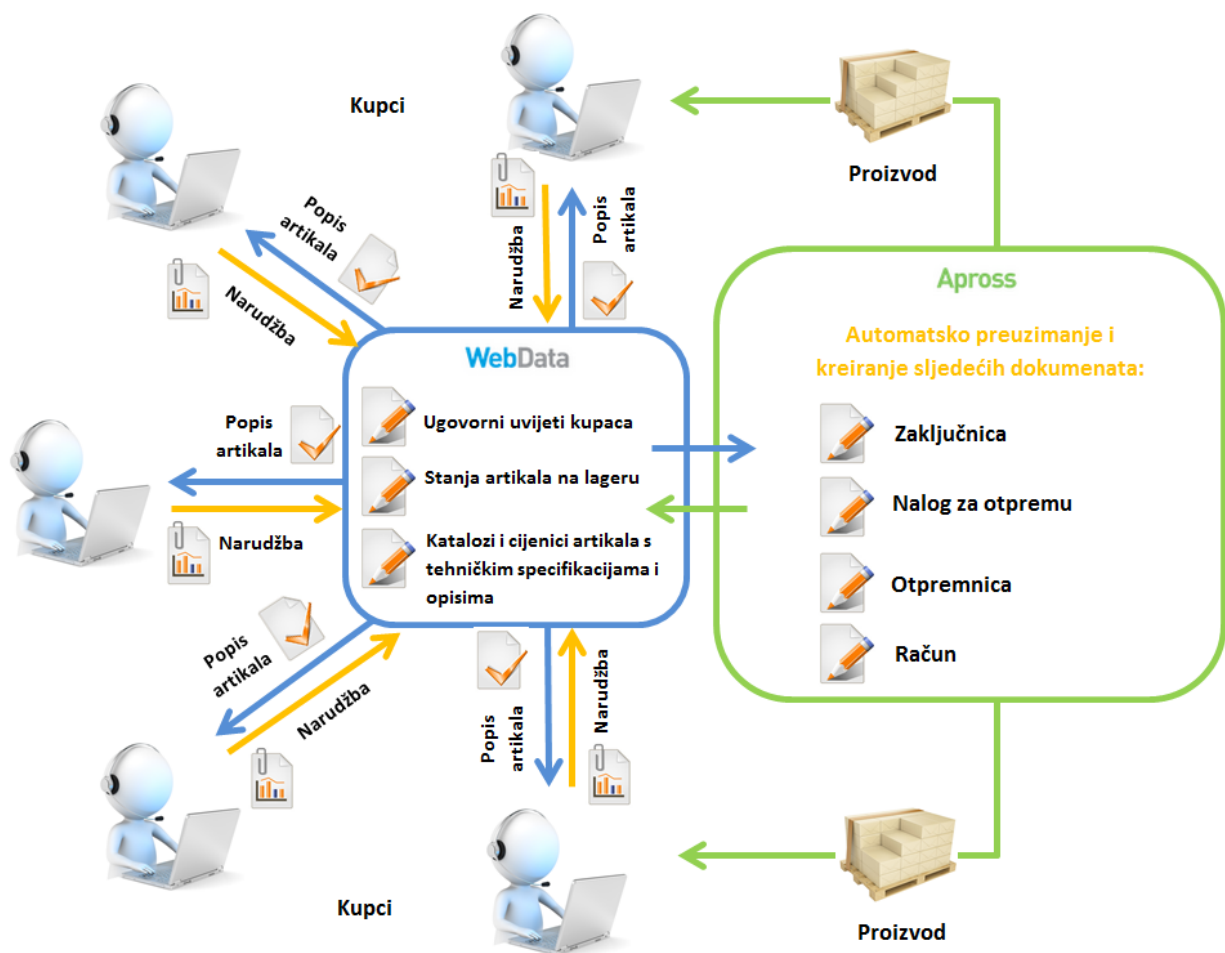
Proces korištenja e-nabave se odvija po principu „odaberi, stavi u košaricu i kupi“ na internet stranicama. Korisnik sam bira vrijeme koje mu najbolje odgovara i mjesta s kojeg želi izvršiti svoju narudžbu. Online trgovine su za svoje korisnike dostupne od 0 do 24 sata dnevno, sedam dana u tjednu, što je s obzirom na užurbani način života mnogih velika prednost i ušteda vremena. Korištenjem pretraživača korisnici se vrlo brzo i lako snalaze i pronadu željene proizvode, pojedini katalogi imaju i mogućnost 3D pregleda proizvoda, pregleda video klipova s uputama za korištenje i još mnogo toga. Preko video klipova potencijalni kupci mogu odlučiti da li je proizvod za njih, koliko je jednostavna ili komplicirana njegova uporaba i tako mogu lakše donijeti odluku o kupnji, što je vrlo praktično.

Jedna od mnogih praktičnih stvari e-nabave je ta što u isto vrijeme može više ljudi proučavati isti proizvod, te ako se i odluče svi ga mogu kupiti u tom trenu i jedino što preostaje je čekanje da proizvod bude dostavljen na adresu. Ako proizvoda nema trenutno, kupac može u bilo kojem trenu provjeriti da li je slučajno dostupan ponovo za kupnju. Mnogo se poduzeća okrenulo pružanju usluge e-nabave, sve kako bi bili što konkurentniji, dostupniji svojim korisnicima i u krajnjem slučaju kako bi ostvarili što veći profit jer se trgovina putem interneta u današnje vrijeme smatra najprofitabilnijim oblikom trgovine.

Potrebno je spomenuti i WebData sustav, „WebData je B2B rješenje namijenjeno poslovnim subjektima koje omogućuje brži i napredniji način naručivanja proizvoda i usluga. Radi se o samostalnom sustavu koji automatizira proces nabave za partnere te proces prodaje poduzeća.“ (ZagrebData, 2022)

Prema podacima (ZagrebData, 2022) WebData sustav pruža brži pristup informacijama, manje su mogućnosti pogreške, operativni troškovi su smanjeni, koristi standardizirani software za pristup i svojim korisnicima olakšava veleprodajno poslovanje.

WebData sustav ima razvijenu shemu kako sam proces e-nabave zapravo funkcionira, shema je pobliže prikazana i objašnjena u slici 4.



Slika 4 Shema WebData sustava
Izvor: (ZagrebData, 2022)

Shema sustava prikazuje kako je on u potpunosti standardiziran i samostalan. Sustav sam automatski generira preuzimanje narudžbi i ostale potrebne dokumentacije, pruža automatsko ažuriranja stanja artikala na skladištu, kataloga i uvjeta za kupce. Sustav je moguće i doraditi prema potrebama i željama poduzeća. Nakon što je sustav zabilježio narudžbu on automatski kreira zaključnicu, nalog za otpremu, otpremnicu i račun za proizvode. Automatska izrada sve potrebne dokumentacije je nešto što uvelike olakšava sam proces nabave i omogućuje isporuku naručenih proizvoda u najkraćem roku.

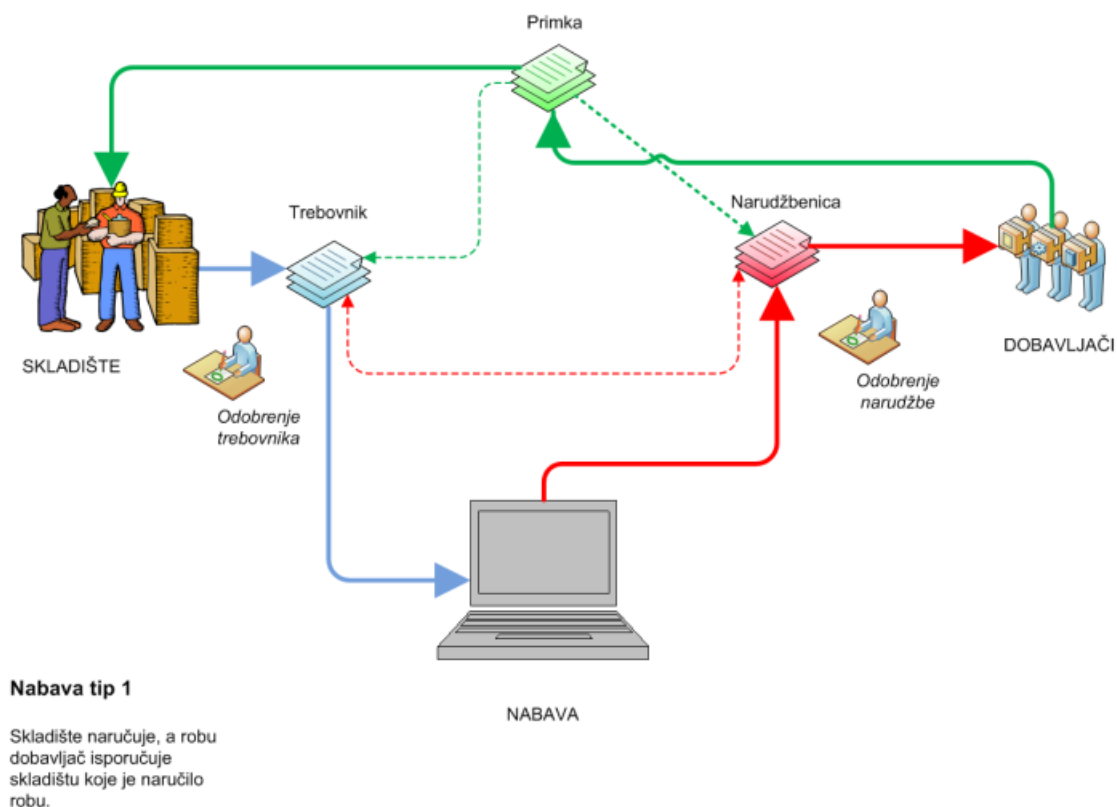
2.2.2. Proces nabave u fizičkoj trgovini

Fizičke poslovnice za razliku od online pružatelja usluga imaju svoje radno vrijeme, što je ograničavajuća okolnost za potencijalne kupce. Kupac se mora prilagoditi danima i radnom vremenu poslovnica ako želi obaviti svoju kupnju. Prilikom ugovaranja nabave u fizičkoj trgovini

potrebne su dvije strane, te puno više vremena za odabir proizvoda i dogovor oko kupnje. Prednost je ta što kupac može željeni proizvod vidjeti uživo i proučiti ga iz svakog kuta.

Prilikom nabave u poslovnici vrlo se rijetko može desiti da prodavatelj ima vremena posvetiti se dvjema strankama u isto vrijeme, moguće je da i nema dovoljno proizvoda za sve koji bi ga u tom trenutku htjeli kupiti, tu dolazi do potencijalnog gubitka zainteresiranih kupaca zbog nemogućnosti kupnje. Ponovni dolazak u trgovinu, oduzima mnogo vremena ali i ne garantira da će taj proizvod biti dostupan.

Sama nabava u fizičkim poslovnicama iziskuje napore i suradnju mnogo ljudi i komponentata. Detaljniji prikaz fizičke nabave, proces koji se odvija u skladištu prikazan je slikom 5. u nastavku.



Slika 5 Shema nabave u skladištu
Izvor: (Rathman, 2022)

Slika 5. prikazuje shemu nabave u skladištu i korake koji se moraju izvršiti prije samog slanja proizvoda naručitelju. Skladište je naručilo robu od dobavljača, te su dobavljači dužni izvršiti dostavu naručene robe. No, prije nego se desi dostava potrebno je dobiti određena odobrenja za izvršenje. Svako traženje odobrenja, u ovom slučaju je potrebno odobrenje narudžbe i odobrenje

trebovnika, iziskuje određeno vrijeme koje je potrebno da bi se ishodila odobrenja. Administrativni poslovi nabave su za zaposlene rutinski, ali su svejedno moguće pogreške i operativni troškovi su viši u odnosu na internet trgovinu.

„U tradicionalnoj, odnosno uobičajenoj nabavi, zaposleni puno vremena provode radeći rutinske poslove što oduzima dosta vremena. Primjerice, zahtjev za katalog dobavljača oduzima mnogo vremena, a može se obaviti uz pomoć e-nabave u mnogo kraćem vremenskom roku. Uz pomoć e-nabave također se štedi na radnom vremenu zaposlenika te općenito procesa nabave. Troškovi tradicionalne nabave su skupi, a također je i izgradnja sustava e-nabave izuzetno skupa, ali ako se uzme u obzir da je sustav potreban na duže vrijeme onda se takva investicija isplati više nego tradicionalna nabava.“ (Digital Guide IONOS, 2018)

3. Opis istraživanja i rezultati istraživanja

Navedeno poglavlje temelji se na analizi stanja e-nabave Republici Hrvatskoj. Kao primjer korištenja e-nabave uzeti su u obzir Elektronički oglasnik javne nabave Republike Hrvatske, Konzum, Pevex, E.kupi i CrnoJaje. Konzum i Pevex posluju i kao fizičke trgovine i imaju sustav nabave i narudžbe u poslovnica i online, nude razne mogućnosti preuzimanja robe. Također prilikom analize valja i spomenuti Hrvatsku regulatornu agenciju za mrežne djelatnosti koja je zadužena za praćenje tijeka e-nabave i rješavanje eventualnih nastalih problema.

3.1. Stanje e-nabave u Republici Hrvatskoj

E-nabava je u Republici Hrvatskoj u svojoj uzlaznoj putanji i njezin razvoj i daljnji napredak nisu upitni. Tijekom pandemije Covid-19 e-nabava je bila za veliku većinu jedini mogući način održavanja poslovnih odnosa i tvrtke su se morale prilagoditi novim uvjetima poslovanja. Oni koji su bili skloni samo fizičkom ugovaranju poslovanja, ipak su se okrenuli online varijanti i mogućnostima koje su se nudile i pokazale kao vrlo uspješne.

Pravni okvir e-nabave se u Republici Hrvatskoj razvijao kroz nekoliko državnih akata. Prema podacima Ministarstva financija (Ministarstvo, 2015) razvoj e-nabave određen je kroz :

- Zakon o javnoj nabavi (2002., 2008., 2012., izmjene/dopune 2013., 2014)
- Uredba o načinu izrade i postupanja s dokumentacijom za nadmetanje i ponudama (2012)
- Strategija razvoja javne nabave u RH (2008) i Akcijski plan provedbe strategije (2008)

- Strategija razvoja elektroničke javne nabave u RH 2013-2016. godine (2013)

3.1.1. Javna e-nabava u Republici Hrvatskoj

„Javna nabava u smislu Zakona je nabava putem ugovora o javnoj nabavi robe, radova ili usluga koje nabavlja jedan ili više naručitelja od gospodarskih subjekata koje su ti naručitelji odabrali, bez obzira na to jesu li roba, radovi ili usluge namijenjeni javnoj svrsi.“ (Zakon o javnoj nabavi, 2016)



Slika 6 Naslovna strana Elektroničkog oglasnika javne nabave RH

Izvor: <https://eojn.nn.hr/Oglasnik/> (2022)

„Elektronički oglasnik javne nabave Republike Hrvatske javna je usluga koja (EOJN.hr, 2013):

- naručiteljima i davateljima koncesija omogućava elektroničko sastavljanje i slanje na objavljivanje objava javne nabave i objava koncesija na standardnim obrascima te stavljanje na raspolaganje dokumentacije za nadmetanje i moguće dodatne dokumentacije,
- objavljuje objave javne nabave i objave koncesije na standardnim obrascima i stavlja na raspolaganje pripadajuću dokumentaciju,
- omogućava besplatan pregled i preuzimanje objavljenih objava javne nabave i/ili koncesija te pripadajuće dokumentacije,
- ponuditeljima u javnoj nabavi omogućava sudjelovanje u postupku elektroničke dražbe pomoću modula eDražba,

- ponuditeljima u javnoj nabavi i omogućava elektroničku dostavu ponuda pomoću modula eNabava,
- sadrži bazu svih podataka iz objava javne nabave i koncesija te omogućava njihovu statističku obradu.“

The screenshot shows the website 'Elektrončki oglasnik javne nabave RH' (Electronic Public Procurement Portal of the Republic of Croatia). The main header includes the logo 'Oglasnik' and the text 'Elektrončki oglasnik javne nabave RH' and 'NARODNE NOVINE'. Below the header is a navigation bar with categories: NASLOVNICA, OBJAVE JN, OBJAVE KONCESIJA, ZAKONSKE KLAS., REGISTRACIJA, JEDNOSTAVNE OBJAVE, and PRIJAVA/LOGIN. A search bar contains 'NALAZITE SE: Naslovnica'.

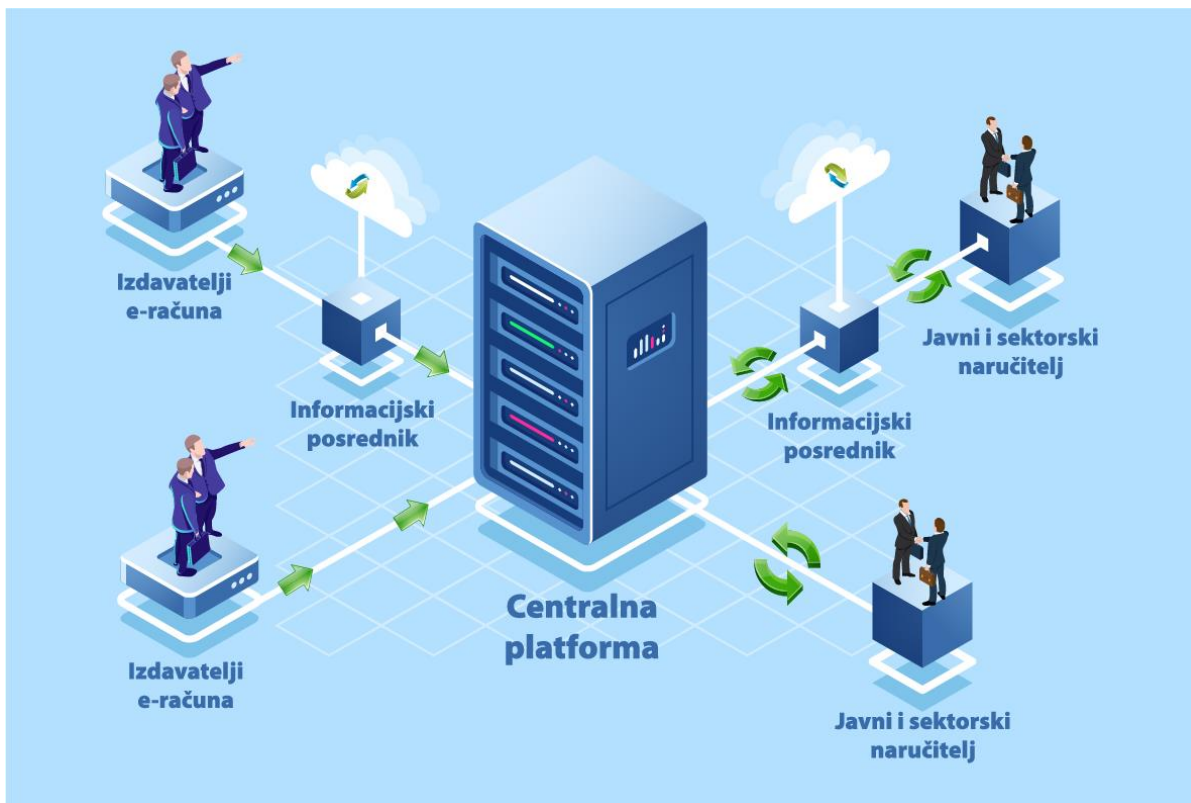
The main content area is titled 'Objava - Obavijest o jednostavnoj nabavi' (Notice - Notice of simple procurement). It features a 'Preuzimanje objave' (Download notice) button with a download icon. Below this is a table of details:

| | |
|---|--|
| Naručitelj | Fond za obnovu Grada Zagreba, Krapinsko-zagorske županije i Zagrebačke županije |
| Oznaka/broj | 2022/ 0BP-02809 |
| Naziv | Nabava usluge izrade projektne dokumentacije za izgradnju zanjenskih obiteljskih kuća na području Grada Zagreba - Markuševac |
| Vrsta dokumenta* | Obavijest o jednostavnoj nabavi |
| Vrsta ugovora | Pružanje usluga |
| CPV | 71000000-8 Arhitektonske, građevne, tehničke i inspekcije usluge |
| Vrsta postupka | Postupak jednostavne nabave |
| Rok za dostavu ponuda/zahjeva za sudjelovanje | 23.9.2022. 11:00 |
| Datum objave | 12.9.2022. |
| Datum slanja | 9.9.2022. |
| Zakon | Zakon o obnovi zgrada oštećenih potresom NN 117/21 |
| Elektronička dostava ponuda | Da |

At the bottom of the details section, there is a button for 'Preuzmi cjelokupnu dokumentaciju (zip)' (Download full documentation (zip)).

Slika 7 Primjer Obavijesti o jednostavnoj nabavi
Izvor: (EOJN.hr, 2013)

Prema slici 5. prikazana je obavijest o jednostavnoj nabavi. Obavijest se sastoji od osnovnih podataka o naručitelju, što je u ovom slučaju Fond za obnovu grada Zagreba, Krapinsko-zagorske županije i Zagrebačke županije. Nadalje slijedi oznaka i naziv nabave, definirana je vrsta dokumenta i vrsta ugovora koji se sklapa i vrsta postupka. Potrebno je definirati rok za dostavu ponuda, a sve se to definira u odnosu na datum objave obavijesti. Kako bi obavijest bila pravilna potrebno je i navesti zakon na temelju kojeg se moraju odvijati poslovi na koje se ona odnosi.



Slika 8 Prikaz razmjene računa u postupcima javne nabave
Izvor: (Fina.hr, 2022)

Kako prikazuje shema na slici 6. prema podacima (Fina.hr, 2022) „svi računi koji se razmjenjuju prilikom provedbe postupaka javne nabave moraju proći kroz centralnu platformu servisa e-Račun za državu i to:

- direktno,
- posredovanjem informacijskih posrednika.“

(Fina.hr, 2022) navodi kako svi obveznici javne nabave (javni i sektorski naručitelji) moraju slati i zaprimati e-račune, dok izdavatelji putem servisa e-Račun za državu mogu samo slati e-račune.

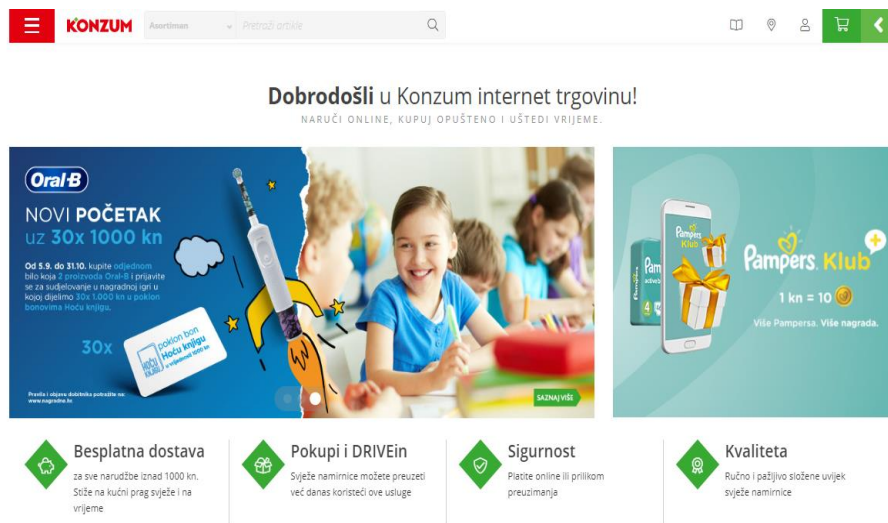
Ovakav sustav u kojem su uvedeni e-računi u javnoj nabavi donosi nekoliko prednosti. „Prednosti uvođenja e-računa:

- automatizirani unos računa,
- brža obrada ulaznih računa,
- smanjeni troškovi isporuke i obrade računa,

- automatska obavijest o potvrdi zaprimanja e-računa,
- brz i jednostavan pristup zaprimljenim i arhiviranim računima,
- sigurna pohrana e-računa s prilogama u sustav FINA e-Arhiv.“ (Fina.hr, 2022)

3.1.2. E-nabava poduzeća u Republici Hrvatskoj

Mnoga su se poduzeća u Republici Hrvatskoj okrenula pružanju usluge e-nabave proizvoda, robe i usluga. Iako ih ima vrlo mnogo, kao primjer u ovom radu istaknuti su Konzum plus d.o.o., eKupi d.o.o., PeveX d.d. i CrnoJaje d.o.o. Istaknuta četiri poslovna subjekta su iz različitih grana djelatnosti, od maloprodaje neprehrambene robe, maloprodajnog lanca trgovina pa do najveće hrvatske internet trgovine i na kraju turistička agencija.



Slika 9 Naslovna strana Konzum plus internet trgovine
Izvor: (konzum.hr, 2022)

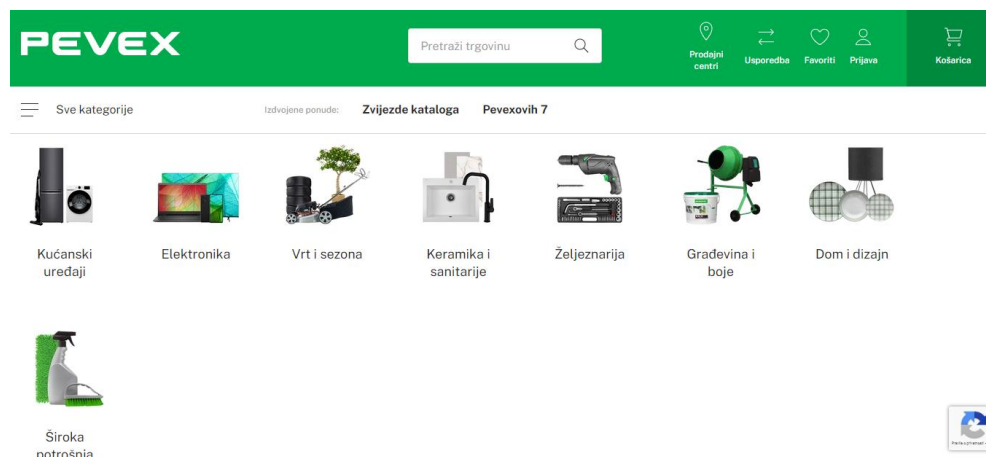
Iako je trgovački lanac koji posluje u fizičkim poslovnica, konzum je uveo i opciju online kupnje iz udobnosti fotelje, uz mogućnost odabira brojnih opcija dostave proizvoda. Konzum plus je prema podacima s (konzum.hr, 2022) vodeći trgovački lanac već 65 godina u Hrvatskoj, ima više od 600 fizičkih poslovnica diljem Hrvatske i više od 10 000 zaposlenih. Prvi je trgovački lanac s internetskom prodavaonicom u Hrvatskoj te omogućavaju kupnju preko 12 000 artikala, od namirnica do kućanskih potrepština. Također je prvi trgovački lanac u Hrvatskoj koji je omogućio plaćanje kriptovalutama, čime je dokazao da prati najnovije trendove u korištenju novih trendova plaćanja.

Nekoliko je glavnih karakteristika e-nabave u Konzumu. Kako je istaknuto na (konzum.hr, 2022):

- besplatna dostava – za sve narudžbe iznad 1000 kn, naručeno stiže na kućni prag svježe i na vrijeme,
- pokupi i DriveIN – naručene namirnice mogu se osobno preuzeti u poslovnici,
- sigurnost – mogućnost plaćanja online ili prilikom preuzimanja,
- kvaliteta – ručno i pažljivo složene uvijek svježe namirnice.

Kao nagradu za ulaganje u svoje zaposlenike, (konzum.hr, 2022) na svojim stranicama ističe kako je dobitnik Certifikata Poslodavac Partner, kojim potvrđuje predanost neprestanom povećanju zadovoljstva zaposlenika i postaje primjer izvrsnosti u ljudskim potencijalima.

Konzum plus je sa svojim uslugama koje nudi uz e-nabavu pokazao da brine o svojim kupcima, nudi im mogućnost svakodnevne kupovine iz udobnosti doma i kvalitetne namirnice i uslugu. Uz brigu o kupcima bitna je i briga o zaposlenicima koju Konzum dokazuje primljenim nagradama.



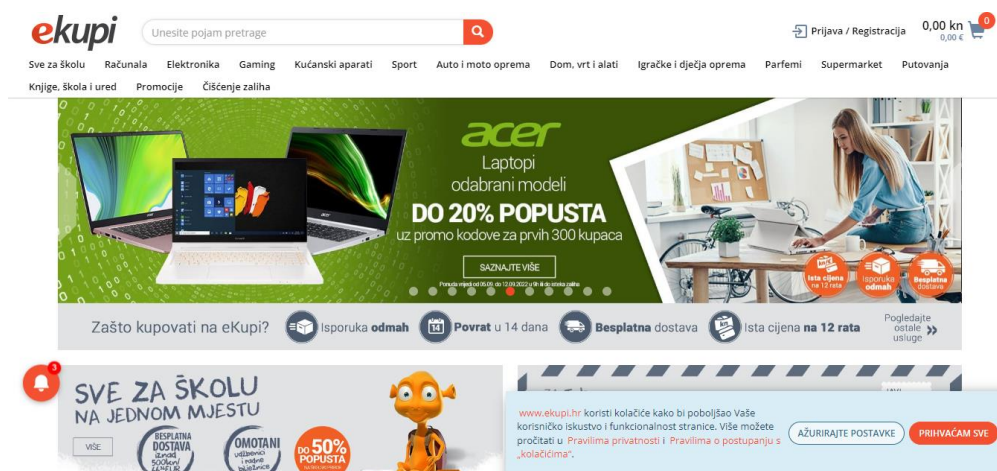
*Slika 10 Naslovna strana PeveX internet trgovine
Izvor: (peveX.hr, 2022)*

PeveX je također hrvatski lanac prodavaonica s dugom tradicijom poslovanja. Uvođenjem mogućnosti e-nabave olakšao je svojim kupcima mogućnost kupnje. Potencijalnim kupcima su vidljive najbliže poslovnice u kojima je željeni artikl dostupan, mogućnosti dostave, mogućnost korištenja kupona za ostvarivanje popusta.

PeveX ističe nekoliko bitnih elemenata koje nudi korištenje njihovog *webshopa*, a to su (pevex.hr, 2022):

- click&Collect – preuzimanje narudžbe besplatno u jednom od 27 prodajnih centara,
- plaćanje do 36 rata bez kamata i naknada,
- brza dostava – mogućnost dostave na kućnu adresu,
- 100% sigurno – više od 30 godina iskustva i povjerenja.

Iako PeveX nema istaknutih nagrada i priznanja za njihov *webshop* se može reći kako je praktičan i jednostavan za korištenje, te je svakako nešto što uvelike olakšava kupcima pronalazak željenih proizvoda koji se nude i u poslovnica.



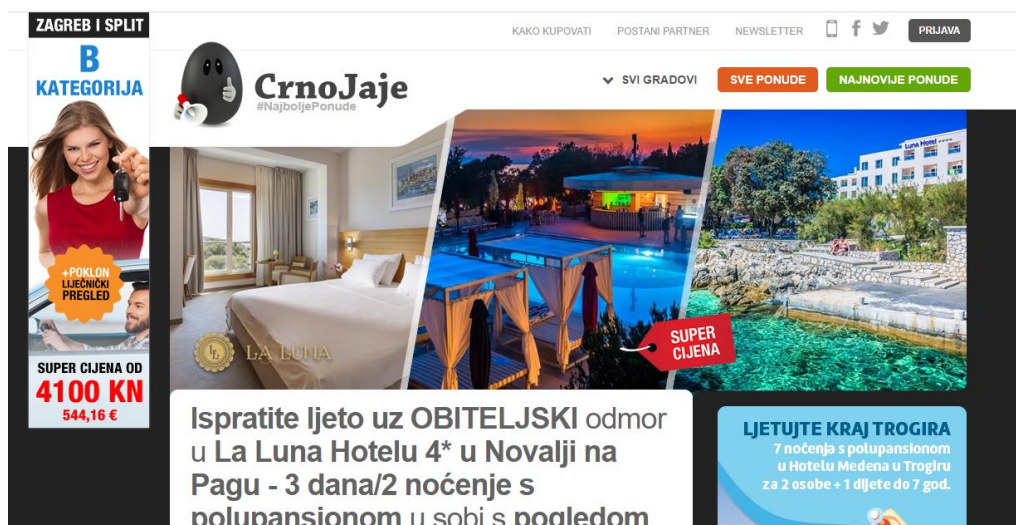
Slika 11 Naslovna strana eKupi internet trgovine
Izvor: (eKupi.hr, 2022)

eKupi je specijalizirana internet trgovina koja nudi široki spektar proizvoda. U katalogu proizvoda nalazi se asortiman opreme za školu, računala, kućanski aparati, oprema za sport, auto i moto oprema, alati za dom i vrt, a za najmlađe tu se nalaze igračke i dječja oprema. Bogata je ponuda koju nudi ova internet trgovina i to sve online, uz Kupka. Prema podacima s (eKupi.hr, 2022) Kupko je njihov partner u internet trgovini. On se ističe upečatljivim kreštavim glasom i narančastim stasom, živi u virtualnom svijetu i stoji na raspolaganju za sva pitanja i nedoumice u svega nekoliko klikova.

Za svoj rad i trud (eKupi.hr, 2022) trgovina je u 2022. godini osvojila prestižnu nagradu Best Buy Award. eKupi je za nekoliko kategorija osvojio ovu nagradu u proteklih nekoliko godina, kojom

se označavaju proizvodi, usluge i drugi subjekti na tržištu koji nude najbolji omjer cijene i kvalitete prema glasovima publike.

S obzirom na spomenute nagrade, bogati asortiman proizvoda i zadovoljstvo kupaca čiji broj iz dana u dan raste, eKupi internet trgovina je izrazito dobar primjer korištenja e-nabave i pružanja usluga prodaje isključivo putem interneta.



Slika 12 Naslovna strana CrnoJaje internet trgovine
Izvor: (CrnoJaje.hr, 2022)

Crno Jaje posluje u Hrvatskoj 7 godina. Kako i sami navode prema podacima (CrnoJaje.hr, 2022) njihova trgovina je specifična po nekoliko stvari, osim što je internet trgovina, oni imaju i fizičku poslovnicu u Zagrebu, no to nije sve. Crno Jaje je vrlo aktivno i na televiziji, putem tv reklama prikazuje svoje najnovije ponude i privlači kupce na svoju internet stranicu.

Ističe se po tome što je No. 1 portal u Hrvatskoj za grupnu kupnju, koji omogućava velike popuste i još dodatne popuste za svoje pretplatnike. Kao turistička agencija pronalaze vrlo primamljive i moglo bi se reći najbolje ponude za svoje korisnike.

Uzimajući u obzir promatrana poduzeća vidljive su razlike u pružanju usluge e-nabave, svako poduzeće je specifično na svoji način i pokušava se na tržištu izboriti da zauzme što višu poziciju i da bude što konkurentnije. Moglo bi se reći da su Konzum, Pevex, eKupi i Crno Jaje na neki način jedni od lideri po pitanju pružanja usluge e-nabave svojim kupcima. Nastavkom ulaganja u ovaj oblik poslovanja zasigurno imaju potencijala za ostvarivanje još većeg rasta prihoda.

3.1.3. Regulator e-nabave u Republici Hrvatskoj

Kako bi mrežne djelatnosti bile u skladu s propisima i zakonima o tome vodi brigu Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti (HAKOM).



Slika 13 Naslovna strana HAKOM-a
Izvor: (HAKOM, 2019)

„Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti (HAKOM) sa sjedištem u Zagrebu je nacionalna regulatorna agencija za obavljanje regulatornih i drugih poslova u okviru djelokruga i mjerodavnosti propisanih Zakonom o elektroničkim komunikacijama, Zakonom o poštanskim uslugama i Zakonom o regulaciji tržišta željezničkih usluga i zaštita prava putnika u željezničkom prijevozu. HAKOM je samostalna, neovisna i neprofitna pravna osoba s javnim ovlastima. Rad HAKOM-a je javan.“ (HAKOM, 2019)

Prema podacima (HAKOM, 2019) osnivač HAKOM-a je Republika Hrvatska, dok osnivačka prava ostvaruju Hrvatski sabor i Vlada Republike Hrvatske, te za svoj rad HAKOM ima obvezu odgovarati Hrvatskom saboru. Zakon propisuje upravljačku strukturu HAKOM-a koju čini pet članova, uključujući predsjednika i zamjenika predsjednika Vijeća HAKOM-a. HAKOM svojim korisnicima preko e-agencije nudi nekoliko raznih mogućnosti kontrole nabave, kontakata, provjeru mreže kontakata, pristup e-dozvolama i predaju žalbi.

„E-agencija nudi sljedeće opcije (HAKOM, 2019):

- e-Žalbe,
- e-Prenosivost,
- e-Registar „NE ZOVl“,
- e-Operator,
- e-Tržište,
- e-nabava,
- e-Dozvole,
- e-Pravo puta,
- e-Uvjeti,
- e-Smjernice,
- e-Rasprava,
- e-Prijava RP.“

4. Zaključak

Nabava je osnovni element poslovanja između poslovnih subjekata, ali i fizičkih osoba i poslovnica. Razvojem tehnologije napredovala je i nabava, uvođenjem sustava e-nabave omogućeno je mnogo lakše sklapanje poslova i provedba poslijeprodajnih aktivnosti.

Kao jedna od glavnih funkcija e-nabave je omogućavanje zaštite identiteta korisnika. Svako poslovanje koje se odvija putem interneta nosi sa sobom potencijalne opasnosti i prijetnje. Kako bi se one svele na minimum generirani u elektronički potpisi koji služe poslovnim subjektima za prijavu u sustav e-nabave i nude sigurnost prilikom sklapanja poslovnih odnosa. Generiranje takvog potpisa, implementacija sustava za e-nabavu ali i potrebna elektronička oprema za održavanje sigurnog i stabilnog rada servera nose sa sobom visoke troškove. Troškovi uvođenja e-nabave u poslovanje u samom početku su jako veliki i gotovo se čini neisplativi, ali dok se sagleda šira slika oni itekako doprinose daljnjem poslovanju. Ulaganje u e-nabavu je dugoročno isplativo ulaganje, ono proširuje ponudu i dostupnost poslovnog subjekta u bilo koje vrijeme koje odgovara kupcima, a samim time se i podiže konkurentnost.

Kada je riječ o poslovima e-nabave, tu se ističe traženje dobavljača, formuliranje ugovora, održavanje veze s dobavljačima, zadaci vezani uz nabavu i na samom kraju slijede poslijeprodajne aktivnosti.

Uz već spomenute nedostatke poput visokih troškova, valja spomenuti i tromost, ovisnost o internetskoj mreži, duže razdoblje prilagodbe, potreba dodatna usavršavanja zaposlenih za rad na poslovima vezanima uz e-nabavu, strah od pogrešaka je također jedan od nedostataka. No, bez obzira na sve nedostatke uvođenje procesa e-nabave ima i svoje mnogobrojne prednosti. Neke od mnogih prednosti su manje potrebnog vremena za nabavu, povećano zadovoljstvo korisnika jer iz svojeg doma mogu obavljati kupnju u bilo koje doba dana ili noći. Sustav e-nabave dostupan je 0-24, 7 dana u tjednu i nema ograničenja poput radnog vremena poslovnice i radnih, odnosno neradnih dana u tjednu. E-nabava također sa sobom nosi i brojne buduće koristi poput jasnije i brže analize poslovanje temeljene na podacima prikupljenim online, zatim bolju komunikaciju i suradnju između poslovnih partnera i mnoge druge.

Iako su promatrana poduzeća predstavnici različitih sektora djelatnosti, jedni od drugih mogu naučiti ponešto. Daleko najbolju ocjenu za implementaciju e-nabave dobiva eKupi, što je i razumljivo s obzirom na to da je internet trgovina njezina osnovna djelatnost, no valja istaknuti i Konzum koji također za svoj rad i trud prima nagrade i nastoji svojim kupcima pružiti što kvalitetniju uslugu kako online, tako i u poslovnici. Pevex i Crno Jaje kao druga dva promatrana poslovna subjekta koji u svojem poslovanju nude e-nabavu također su prepoznati od strane korisnika i bilježe značajne pozitivne rezultate u svojem poslovanju. Prostora za napredak e-nabave i *webshopa* uvijek ima, uvijek se može pružiti neka nova opcija koja će korisnicima biti zanimljiva i praktična, koja će biti drugačija od drugih i tako privlačiti nove korisnike.



Sveučilište
Sjever



SVEUČILIŠTE
SJEVER

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni 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, Dino Locaj pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor završnog rada pod naslovom E-Nabava te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student:

(upisati ime i prezime)

Dino Locaj

(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, Dino Locaj neopozivo izjavljujem da sam suglasan s javnom objavom završnog rada pod naslovom E-nabava čiji sam autor.

Student:

(upisati ime i prezime)

Dino Locaj

(vlastoručni potpis)

5. Literatura

1. *CrnoJaje.hr.* (2022). Dohvaćeno iz <https://www.crnorejaje.hr/>
2. *Digital Guide IONOS.* (2018). Dohvaćeno iz E-procurement - a quick introduction: <https://www.ionos.com/digitalguide/online-marketing/online-sales/e-procurement/>
3. Dvorski, S., Ruža, F., & Kovšca, V. (2007). *Teorija troškova: pojam i podjela troškova.* Varaždin: Fakultet organizacije i informatike: TIVA-Tiskara.
4. *eKupi.hr.* (2022). Dohvaćeno iz <https://www.ekupi.hr/hr/>
5. *EOJN.hr.* (2013). Dohvaćeno iz Elektronički oglasnik javne nabave RH: <https://eojn.nn.hr/Oglasnik/>
6. Europska, K. (2012). *Europska Komisija.* Dohvaćeno iz Strategija e-nabave: https://ec.europa.eu/info/policies/public-procurement/tools-public-buyers/digital-procurement_hr
7. *Fina.hr.* (2022). Dohvaćeno iz Račun u javnoj nabavi: <https://www.fina.hr/e-racun-u-javnoj-nabavi>
8. *HAKOM.* (2019). Dohvaćeno iz Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti: <https://www.hakom.hr/hr/o-nama/22>
9. Knego, N. (2005). Neki elementi poslovnog rezultata trgovinskih poduzeća. *Suvremena*, br. 2/2005.
10. Knežević, B. (2012). *Promjene u trgovini na malo u Hrvatskoj.* Zagreb: Ekonomski fakultet Zagreb.
11. *konzum.hr.* (2022). Dohvaćeno iz <https://www.konzum.hr/kreni-u-kupnju>
12. Meier, A., & Teran, L. (n.d.). Dohvaćeno iz e-Procurement: https://edemegov.org/docs/Chapter_3_eProcurement.pdf
13. Ministarstvo, F. (2015). *Ministarstvo financija Republike Hrvatske.* Dohvaćeno iz Transparentnost javne nabave i financiranja projekata za opće dobro u Republici Hrvatskoj: <https://slidetodoc.com/transparentnost-javne-nabave-i-financiranja-projekata-za-ope/>
14. *Odluka o donošenju Strategije razvoja elektroničke javne nabave u Republici Hrvatskoj 2013. - 2016. godine (NN 54/13).* (2016). Dohvaćeno iz Narodne novine: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_54_1098.html
15. *pevex.hr.* (2022). Dohvaćeno iz <https://pevex.hr/>
16. *Rathman.* (2022). Dohvaćeno iz Frame work for business: <http://www.rathmann.hr/F4BDoc/Content/F4BRjesenja/Nabava/SchemaProcesa.htm>

17. *Republika Hrvatska, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja*. (2022). Dohvaćeno iz Portal javne nabave: <http://www.javnabava.hr/>
18. Watuleke, J. (2017). *E-procurement: Evolution and adoption*.
19. *ZagrebData*. (2022). Dohvaćeno iz zgdata: <https://www.zgdata.hr/proizvodi/webdata/>
20. *Zakon o javnoj nabavi*. (2016). Dohvaćeno iz Zakon o javnoj nabavi: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_12_120_2607.html

Popis tablica

| | |
|--------------------------------|---|
| Tablica 1 Moduli e-nabave..... | 5 |
|--------------------------------|---|

Popis slika

| | |
|--|----|
| Slika 1 Proces e-nabave..... | 7 |
| Slika 2 Prednosti e-nabave | 10 |
| Slika 3 Nedostaci e-nabave | 11 |
| Slika 4 Shema WebData sustava | 14 |
| Slika 5 Shema nabave u skladištu | 15 |
| Slika 6 Naslovna strana Elektroničkog oglasnika javne nabave RH..... | 17 |
| Slika 7 Primjer Obavijesti o jednostavnoj nabavi..... | 18 |
| Slika 8 Prikaz razmjene računa u postupcima javne nabave | 19 |
| Slika 9 Naslovna strana Konzum plus internet trgovine | 20 |
| Slika 10 Naslovna strana Pevex internet trgovine | 21 |
| Slika 11 Naslovna strana eKupi internet trgovine | 22 |
| Slika 12 Naslovna strana CrnoJaje internet trgovine | 23 |
| Slika 13 Naslovna strana HAKOM-a | 24 |