

Marketinški informacijski sustavi za prijavu i provedbu EU projekata iz područja komunalnih djelatnosti

Andrić, Berislav

Source / Izvornik: **Zbornik sa III. znanstveno-stručne konferencije SLAVONSKI MODEL ZBRINJAVANJA KOMUNALNOG OTPADA SLAMKO 2022., 2023, 23 - 30**

Conference paper / Rad u zborniku

Publication status / Verzija rada: **Published version / Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:277:504416>

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

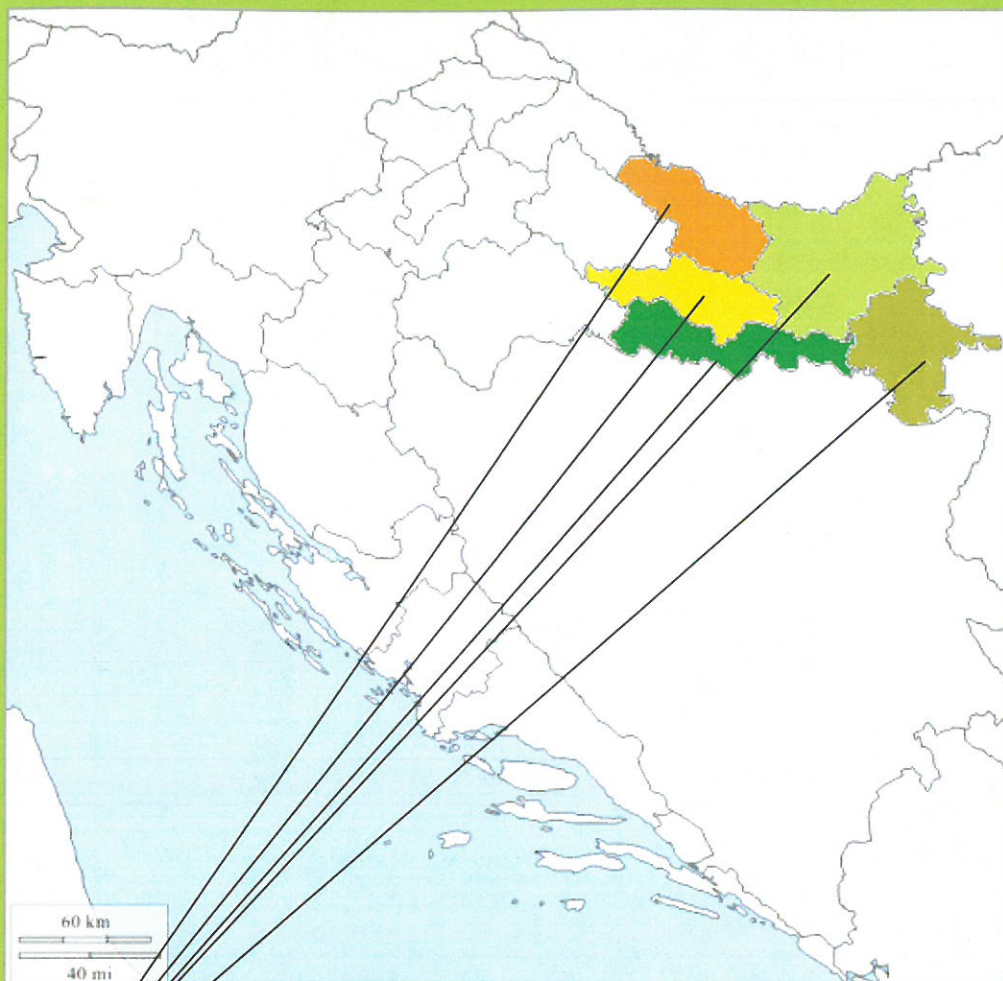
Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-13**



Repository / Repozitorij:

[FTRR Repository - Repository of Faculty Tourism and Rural Development Požega](#)





III. znanstveno-stručna konferencija

SLAVONSKI MODEL ZBRINJAVANJA KOMUNALNOG OTPADA

Stari Jankovci, 20. 12. 2022.

Panon – Institut za strateške studije - Osijek
Fakultet elektrotehnike, računarstva i informacijskih tehnologija - Osijek
Građevinski i arhitektonski fakultet - Osijek

Panon – Think tank for strategic studies - Osijek
Faculty of Electrical Engineering, Computer Science and Information Technology - Osijek
Faculty of Civil Engineering and Architecture - Osijek

TREĆA KONFERENCIJA O SLAVONSKOM MODELU ZBRINJAVANJA KOMUNALNOG OTPADA - SLAMKO 2022.

Zbornik radova

THIRD CONFERENCE ON THE SLAVONIAN MODEL OF MUNICIPAL WASTE DISPOSAL - SLAMKO 2022

Conference Proceedings

Stari Jankovci, 2022.

Izdavači / *Publishers*

Panon – Institut za strateške studije, Osijek / *Panon Think tank for strategic studies, Osijek*

<https://www.panon.eu>

Alberta naklada Osijek/ *Alberta publishing Osijek*

<http://www.alberta-naklada.com/>

Partneri konferencije / *Conference partners*

Općina Stari Jankovci

<https://www.o-jankovci.hr/>

Eko Jankovci d.o.o. Stari Jankovci

<https://eko.o-jankovci.hr/>

Datum i mjesto održavanja konferencije / *Venue and date of the conference*

20.12. 2022. - Novi Jankovci, Dom kulture

Organizacijski odbor / *Organizing Board*

(Prema abecednom redu prezimena / *List in alphabetical order*)

Dragan Sudarević, ing. el. - predsjednik

mr. sc. Franjo Ambroš – Panon Osijek

Ivan Belaj, mag. iur. - Veleučilište Vukovar

prof. dr. sc. Zlatko Lacković – Panon Osijek

mr. sc. Tatjana Mijušković - GRAFOS

Nada Šaravanja - EKO JANKOVCI d.o.o.

Uredništvo Zbornika / *Editorial Board*

(Prema abecednom redu prezimena / *List in alphabetical order*)

izv. prof. dr .sc. Drago Bešlo - FAZOS

doc. dr .sc. Olivera Galović - glavna urednica

izv. prof. dr .sc. Josip Cumin – SF SSB

doc. dr .sc. Goran Rozing – FERIT Osijek

IT podrška

Ružica Kljajić, mag. ing. el

Službeni jezici konferencije su hrvatski i engleski.

The official languages of the conference are Croatian and English

Grafička oprema / *Design and layout*

Alberta naklada - Osijek

Tisak / *Printed by*

Infos_promotion d.o.o. Osijek

ISSN 2706 - 4131

Kontakt / *Contact e-mail:*

panon.institut@gmail.com

Zbornik radova sadrži radove koji su prošli dvije neovisne recenzije. Organizator konferencije nije ulazio u načine izražavanja te oni predstavljaju stavove i stil autora.

Each paper in the conference proceedings was reviewed by independent reviewers. The content of the conference proceedings does not reflect the official opinion of the conference organizers. Res-ponsibility for the information and views expressed in the papers lies entirely with the respective author(s).

Programski odbor / Programme Committee

(Prema abecednom redu prezimena / List in alphabetical order)

- doc. dr. sc. **Krešimir Lacković** – Sveučilište Sjever, Koprivnica - predsjednik
- dr. sc. **Ivan Ambroš** – Centar kompetencija d.o.o. - Vinkovci
- doc. dr. sc. **Sanja Gongeta** – Veleučilište Vukovar
- izv. prof. dr. sc. **Hrvoje Glavaš** – FERIT Osijek
- izv. prof. dr. sc. **Mirko Karakašić** – SF SSB
- izv. prof. dr. sc. **Hrvoje Krstić** - GRAFOS, Osijek
- prof. dr. sc. **Tomislav Matić** - FERIT, Osijek
- doc. dr. sc. **Katarina Štavlić** – FTRR Požega

Znanstveni odbor / Scientific Committee

(Prema abecednom redu prezimena / List in alphabetical order)

- dr. sc. **Milan Ivanović** - Panon Osijek - predsjednik
- izv. prof. dr. sc. **Tina Bobić** - FAZOS Osijek
- izv. prof. dr. sc. **Hrvoje Glavaš** - FERIT, Osijek
- izv. prof. dr. sc. **Tomislav Keser** – FERIT Osijek
- doc. dr. sc. **Željko Sudarić** - Veleučilište Vukovar
- doc. dr. sc. **Mirjana Radman** – Funarić, FTRR Požega

S a d r Ź a j

Predgovor	7
1. Zbrinjavanje komunalnog otpada u Slavoniji 2021. godini <i>Milan Ivanović</i>	11
2. Marketinški informacijski sustavi za prijavu i provedbu EU projekata iz područja komunalnih djelatnosti <i>Berislav Andrić</i>	23
3. Pravni aspekti zaštite okoliša i zbrinjavanja komunalnog otpada <i>Sanja Gongeta</i>	31
4. Općinska legislativa i mobilizacija građana za zbrinjavanje komunalnog otpada na području općine Stari Jankovci <i>Dragan Sudarević</i>	37
5. Organizacija zbrinjavanja komunalnog otpada na području općine Stari Jankovci <i>Nada Šaravanja</i>	49
6. Upravljanje otpadom na području općine Kaptol <i>Antun Marinac, Marko Dumančić, Ivan Kolesarić</i>	57
7. Rezultati primjene principa „onečišćivač plaća“ korištenjem standardiziranih vrećica u gradu Zagrebu <i>Bojan Ribić, Alen Hadžić, Davor Vič</i>	67
8. Analiza broja kućanstava i rasprostranjenosti poduzeća u skupini djelatnosti gospodarenja otpadom u regiji Slavonija i Baranja <i>Katarina Štavlić, Patricija Velečki, Katarina Potnik-Galić</i>	73
9. Napredni informacijski sustav za mjerenje količine komunalnog otpada i optimizaciju procesa prikupljanja <i>Kristijan Đokić, Krešimir Lacković, Mirjana Radman-Funarić</i>	79
10. Rana detekcija požarne opasnosti u prostorima za odlaganje otpada <i>Josip Balen, Krešimir Vdovjak, Hrvoje Glavaš</i>	91
11. Postupanje s otpadom u Europskoj Uniji <i>Mirjana Radman-Funarić, Katarina Potnik Galić, Katarina Štavlić</i>	93
12. Web upravljanje reciklažnim dvorištima <i>Jakov Sudar, Ivica Lukić, Miljenko Švarcmajer</i>	95
13. Analiza broja kućanstava i rasprostranjenosti poduzeća u skupini djelatnosti gospodarenja otpadom u regiji Slavonija i Baranja <i>Katarina Štavlić, Patricija Velečki, Mirjana Radman-Funarić</i>	97
14. Alternativni modeli zbrinjavanja otpada u ruralnim domaćinstvima <i>Darko Mrkonjić</i>	103

15. Mogućnosti izgradnje malih bioplinskih postrojenja za OPG (5 - 100 KV) na području Slavonsko-baranjske regije Danijel Zolić	113
16. Biotpad se može razgraditi i ponovno uporabiti Siniša Franjić	121
17. Zbrinjavanje i recikliranje infrastrukture Franjo Ambroš, Paulina Božičković, Vedran Stojnović, Perica Mihaljević, Ivan Sambunjak, Romana Virgej-Đurašević	129
18. Slama - otpadni materijal u proizvodnji žitarica – kvalitetan materijal za pokrivanje, termoizoliranje i gradnju objekata Đorđe Balić	137
19. Zaključna riječ Milan Ivanović	143
PRILOZI	
Ranije objavljeni radovi u drugim zbornicima	145
20. Politika i regulativa Europske Unije u zaštiti okoliša – obnovljivi izvori energije Hrvoje Glavaš, Milan Ivanović	147
21. Prednosti bioplinskih elektrana u energetskej tranziciji panonskih zemalja (2) - Koristi za nacionalno gospodarstvo Milan Ivanović, Hrvoje Glavaš	159

MARKETINŠKI INFORMACIJSKI SUSTAVI ZA PRIJAVU I PROVEDBU EU PROJEKATA IZ PODRUČJA KOMUNALNIH DJELATNOSTI

Pregledni rad

Berislav Andrić

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, *Fakultet turizma i ruralnog razvoja u Požegi*,

Sažetak

U prikupljanju valjanih i pouzdanih informacija obavlja se niz aktivnosti koje se zajednički nazivaju procesom istraživanja tržišta. Taj proces se sastoji od logičnog redoslijeda postupaka što ih treba provesti da bi se u konačnici došlo do pouzdanih i valjanih informacija koje pomažu prilikom odlučivanja, te prijave i provedbe EU projekata. Marketinški informacijski sustav treba projektirati na način da on bude jedinstven, barem sa stajališta ciljeva, sadržaja i komuniciranja između njih unutar sustava i sustava s okolinom, te precizno odrediti koje aktivnosti se obavljaju u okviru kojeg podsustava, kako bi se projekti uspješno realizirali. Primjena navedenih sustava našla je primjenu u području komunalnih djelatnosti, što je temeljeni predmet ovog rada koji opisuje predmete financiranja putem EU fondova na osobnom iskustvu autora.

Ključne riječi: *EU fondovi, marketinški informacijski sustav, menadžment projekata*

Marketing Information Systems for Application and Implementation of EU Projects in the Field of Communal Activities

Abstract

In the collection of valid and reliable information, a series of activities are performed, which are collectively called the market research process. This process consists of a logical sequence of procedures that should be carried out in order to ultimately obtain reliable and valid information that helps in decision-making, as well as the application and implementation of EU projects. The marketing information system should be designed in such a way that it is unique, at least from the point of view of goals, content and communication between them within the system and the system with the environment, and precisely determine which activities are performed within which sub-system, in order to successfully realize the projects. The application of the mentioned systems has found application in the field of communal activities, which is the subject of this work, which describes the subjects of financing through EU funds based on the author's personal experience.

Keywords: *EU funds, marketing information system, project management*

Epošta: bandrlic@ftrr.hr

1. Uvod

Marketinška informacija je presudni element djelotvornog marketinga i projektnog menadžmenta, a javlja se kao rezultat određenog trenda nacionalne i međunarodne ekonomije, prijelaza od potreba kupaca na njihove želje i prijelaza od konkurencije cijene na konkurenciju druge prirode, te potreba ostalih dionika na tržištu. U upravljanju marketingom i u projektnom menadžmentu uvijek je postojala potreba za stalnim priljevom informacija. Na području razmjenskih odnosa u marketingu i prijave i provedbe EU projekata, ta je potreba posebno snažno izražena jer menadžeri koji donose odluke svakodnevno iskazuju potrebu za informacijama. Razvoj suvremene telekomunikacijske i digitalne tehnologije, pruža marketingu, pa tako i istraživanju tržišta kao njegovom sastavnom dijelu, brojne nove mogućnosti. Tehnologija je posljednjih godina otvorila neslućene mogućnosti brzoga prikupljanja točnih i pouzdanih informacija, što je svoju aplikaciju pro našlo u sustavu pripreme i provedbe projekata financiranih iz EU sredstava, što će biti fokus rada uz istraživačke primjere iz prakse autora rada.

2. POJMOVNO ODREĐENJE MARKETINŠKOG INFORMACIJSKOG SUSTAVA

Razvoj suvremene telekomunikacijske i digitalne tehnologije, pruža marketingu, pa tako i istraživanju tržišta kao njegovom sastavnom dijelu, brojne nove mogućnosti. Tehnologija je posljednjih godina otvorila neslućene mogućnosti brzoga prikupljanja točnih i pouzdanih informacija, u svim sektorima, pa tako i u području EU fondova.

Noviji organizacijski oblik za prikupljanje podataka, nazvan je marketinški informacijski sustav (*Marketing Information System* ili MIS). On predstavlja organizirani niz postupaka i metoda kojima se kontinuirano i planirano prikupljaju, analiziraju i interpretiraju podaci, ocjenjuju, čuvaju i distribuiraju informacije koje služe poslovnome odlučivanju [1] Definicija upućuje na tri skupine bitnih komponenti MIS-a:

- ljudi i oprema za prikupljanje podataka
- postupci prikupljanja, analize, procjene i distribucije prikupljenih podataka
- količina i vrijednost informacija.

U prikupljanju valjanih i pouzdanih informacija obavlja se niz aktivnosti koje se zajednički nazivaju procesom istraživanja tržišta. Taj proces se sastoji od logičnog redoslijeda postupaka što ih treba provesti da bi se u konačnici došlo do pouzdanih i valjanih informacija koje pomažu prilikom odlučivanja u tržišnom poslovanju. U osnovi se proces istraživanja zasniva na sličnomu redoslijedu kakav je u obavljanju bilo koje druge zadaće, a polazi se od pitanja što treba učiniti, zašto, na koji način, kada, gdje i tko. Zbog lakšeg uočavanja i jednostavnijeg planiranja aktivnosti, poslovi su razvrstani u određene skupine po principu sličnosti. U nastavku bit će opisan sadržaj svake od faza istraživačkog procesa. Etape procesa istraživanja tržišta u svim subjektima su: [2]

- definiranje problema i ciljeva istraživanja,
- određivanje izvora podataka i vrste istraživanja,
- određivanje metoda i formulara za prikupljanje podataka,
- određivanje vrste uzorka i prikupljanje primarnih podataka,
- analiza podataka i interpretacija rezultata,
- sastavljanje izvještaja.

U procesu istraživanja tržišta, istraživači u području EU fondova imaju na raspolaganju dva osnovna izvora podataka: primarne i sekundarne izvore. Odabrani izvori podataka moraju biti u skladu s definiranim istraživačkim problemom te moraju sadržavati potrebne podatke koji će pomoći u rješavanju problema. Sekundarni podaci su podaci koji

su prikupljeni prije, u nekom drugom istraživačkom projektu, za različite potrebe- uz pretpostavku da su iskoristivi za istraživački projekt koji se provodi. [3] Kada sekundarni podaci nisu dostupni ili dostatni za donošenje marketinških odluka moguće je pristupiti marketinškim istraživanjima i prikupiti primarne podatke. [4] Istraživanje i prikupljanje ove vrste podataka provodi se na terenu tzv. *field research*, i to uz pomoć dvije metode: ispitivanje i promatranje. Internet postaje sve značajniji izvor sekundarnih podataka, jer predstavlja troškovno najefikasniji medij za istraživački proces. Najbolji način za pronalaženje informacija na Internetu je poznavanje točne web adrese URL (Uniform Resource Locator), na kojoj se nalaze željene informacije o dostupnim projektima i EU natječajima

(www.strukturnifondovi.hr)

3. UTJECAJ INTERNETA NA ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA EU FONDOVA - STANJE I TRENDOVI

Osim gore navedenih tehnika postoje i tradicionalne tehnike istraživanja tržišta koje u većoj ili manjoj mjeri koriste suvremene tehnologije. Primjena odgovarajuće metode istraživanja ovisi ponajprije o problemu koji se istražuje na tržištu EU fondova. Ispitivanje se može obaviti četirima osnovnim načinima komuniciranja s ispitanicima: osobno ispitivanje, poštanska anketa, ispitivanje telefonom i ispitivanje putem računala. Računalna tehnika i razna programska rješenja se koriste u intervjuiranju ispitanika i prikupljanju podataka. Ovaj način ispitivanja odnosi se na davanje odgovora izravno pomoću računala. Kada se računala pri ispitivanju primjenjuju kao pomoć i/ ili sredstvo, tada se može govoriti o: [5]

- CATI (*Computer Assisted Telefon Interveiwing*) ili WATS (*Wide Area Telecommunications Service*); telefonskom ispitivanju uz primjenu računala, u kojem se računalom programski odabire i naziva telefonski broj ispitanika, a po uspostavljenom kontaktu anketar obavlja ispitivanja telefonom i unosi ispitanikove odgovore izravno u računalo za vrijeme ispitivanja.
- CAPI (*Computer Assisted Personal Interveiwing*); osobno ispitivanje uz primjenu računala, gdje se ispitanika ispituje u osobnom kontaktu, a odgovori se unose u prijenosno računalo za vrijeme ispitivanja.
- CSAQ (*Computerized Self- Administered Questionnaires*), ili CII (*Computer Interactive Interveiwing*); ispitivanje primjenom računala pri čemu nema anketara kao poveznice između računala i ispitanika, već računalo samo postavlja pitanja, a ispitanik daje odgovore.
- CAWI (*Computer Assisted Web Interveiwing*) pristup pri kojem se ispitanicima šalju e-mail poruke kojima se ih zamoli da sudjeluju u istraživanju te da *klikom* na priloženi *hyperlink* odu na posebno kreirane web stranice na kojemu su subjekti postavili svoje upitnike te da ih ispune.

Osim toga, osnovne informacije koje subjekt treba prikupljati o ispitanicima, ovisno o karakteristikama informacije, moguće je podijeliti na: [6]

- klasifikacijske informacije (ime, adresa, telefon,)
- demografske podatke
- psihografske podatke
- prethodne kupovine
- povijest kontakta i komunikacije s ispitanikom.

Da bi se adekvatno upravljalo informacijama potrebno je primjenjivati CRM sustav u području EU fondova kroz slijedeće faze: [7]

- pronalaženja informacija
- razmjene informacija
- filtriranja informacija
- prikazivanja i korištenja informacija
- upravljanja informacijama
- personalizacije.

Većinom se u menadžmentskoj praksi uvela podjela načina prikupljanja podataka na „opt-in“ i „opt-out“ pristup. Kod „opt-out“ pristupa podaci o potrošačima se prikupljaju bez njihovog znanja, ali im se omogućava zabrana korištenja tih informacija za potrebe subjekta. Iako ovaj pristup daje potrošačima pravo izbora nad načinom korištenja njihovih informacija, veliki problem predstavlja činjenica da subjekti te podatke već imaju te da ispitanici ovise isključivo o njihovoj dobroj volji da poštuju želje za ne korištenjem njihovih informacija. Zbog toga, kako bi osigurala povjerenje potrošača, subjekti sve češće koriste „opt-in“ pristup, koji funkcionira na pristanku i dobroj volji potrošača koji ustupa informacije subjektu na korištenje, koji se kasnije koriste u procesu donošenja marketinških odluka u provedbi EU projekata.

4. ISTRAŽIVANJE MARKETINŠKIH INFORMACIJSKIH SUSTAVA ZA PRIJAVU I PROVEDBU EU PROJEKATA IZ PODRUČJA KOMUNALNIH DJELATNOSTI

4.1. Case study - Reciklažno dvorište Općina Jakšić

Projekt je bio prijavljen na Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014.-2020., Prioritetna os 6 – Zaštita okoliša i održivost resursa, Investicijski prioritet 6i – Ulaganje u sektor otpada kako bi se ispunili zahtjevi pravne stečevine Unije u području okoliša i zadovoljile potrebe koje su utvrdile države članice za ulaganjem koje nadilazi te zahtjeve, Specifični cilj 6i1 – Smanjena količina otpada koji se odlaže na odlagališta. Prilikom provedbe projekta korišten je sustav Efondovi. To je informacijski sustav namijenjen za zabilježbu, pohranu i obradu podataka nužnih za financijsko praćenje i praćenje provedbe projekata, koji se pokazao vrlo praktičnim za realizaciju i komunikaciju sa ugovornim tijelom.

- projektnu prijavu može podnijeti samo **ovlaštena osoba**
- podnošenje je moguće samo nakon početka podnošenja prijava kako je određeno samim pozivom te ukoliko je poziv otvoren
- prijava se podnosi odabirom opcije **Podnesi**, na ekranu popisa projektnih prijava
- detaljne upute za izradu i podnošenje projektne prijave nalaze se u poglavlju 5. Korisničkih uputa

Slika 1. Primjer sučelja sustava efondovi [8]



Kartica Proračun

Nova stavka troška za odabranu aktivnost dodaje se akcijom **+Dodaj stavku troška**. Nakon akcije **+Dodaj stavku troška** prikazuje se prazna tablica stavke troška spremna za uređivanje kao na slici **Unos stavke troška**.



Unos stavke troška

Klikom na akcijski gumb **Spremi** izmjene se pohranjuju u podsekciji odabrane aktivnosti.

Slika 2. Primjer provedbenog dijela sustava efondovi [8]

Korisničkim uputama sustava opisano je korištenje sustava eFondovi – informacijskog sustava namijenjenog za zabilježbu, pohranu i obradu podataka nužnih za financijsko praćenje i praćenje provedbe projekata financiranih iz Europskih strukturalnih i investicijskih fondova, konkretno Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014. - 2020.

Svaki građanin Republike Hrvatske, kojem je izdana prihvatljiva vjerodajnica za elektroničku identifikaciju, imat će u okviru Nacionalnog identifikacijskog i autentifikacijskog sustava (NIAS) jedinstveni elektronički identitet kojim će se koristiti u pristupu elektroničkim javnim uslugama, odnosno u elektroničkoj komunikaciji s javnim sektorom. Sustav eFondovi jedna je od javnih usluga (e-usluga) Republike Hrvatske. eFondovi - Inicijalna prijava korisnika u sustav sastoji se od autentifikacije i autorizacije putem Nacionalnog identifikacijskog i autentifikacijskog sustava – NIAS (razina zaštite 3 ili više). Odabirom akcije Prijava putem NIAS-a (eGrađani) sustav preusmjerava korisnika na stranice sustava NIAS. Sustav eFondovi povezan je sa Sudskim registrom, OIB registrom i Obrtnim registrom. Svim fizičkim osobama nakon autentifikacije kroz NIAS ponudit će se dodavanje ili odabir prijavitelja u čije ime žele raditi na portalu. Odabir ranije dodanih prijavitelja je moguć kroz padajući izbornik (slika Odabir i dodavanje prijavitelja). Dodavanje nove pravne osobe moguće je klikom na Nova pravna osoba, dodavanje novog Obrta, OPG-a ili slobodnog zanimanja klikom na Nova fizička osoba – djelatnosti, a dodavanje fizičke osobe (građana), klikom na Nova fizička osoba – građani2 . Ovisno o odabranoj akciji sustav otvara različite forme za unos podataka – za pravne osobe formu vidljivu na slici Dohvat podataka o pravnoj osobi, a za Obrte, OPG-ove ili slobodna zanimanja formu vidljivu na slici Unos novog Obrta, OPG-a ili slobodnog zanimanja. [9]

Korisničke upute namijenjene su korištenju sustava od strane prijavitelja na pozive na dostavu projektnih prijedloga financiranih iz navedenog Operativnog programa. U provedbi projekta potrebno je poštivati upute za prijavitelje te pohađati radionice kako bi provedba projekta tekla nesmetano i bez financijskih korekcija.

4.2. Case study - Ulaganje u izgradnju šumske ceste *

Predmet ovog projekta je bio rekonstrukcija Kolodvorske ulice u Čaglinu u dužini od 330.00 m. Projektom se predviđa rekonstrukcija kolnika, te izgradnja nogostupa za pješake i zatvorene oborinske odvodnje. Cesta Kolodvorske ulice je nerazvrstana ulica, te se sukladno prostorno-planskoj dokumentaciji rekonstruirala u širini od 6.00m (dvije prometne trake od 3.00m). Pješačka staza se predviđa s desne strane kolnika (gledano u smjeru rastuće stacionaže kolnika) u širini od 1.60m. Ukupna duljina rekonstrukcije ceste je 330.00m, te se na kraju izvodi uklop od drobljenog kamenog materijala u dužini do 20.00m. Projektna i računska brzina je 30 km/h. Os ceste sastoji se od kružnih krivina radijusa od 17.50 do 500.00 m. Poprečni nagib je jednostrešni u najmanjem iznosu od 2.50%. Cilj projekta je bio dovesti do poboljšanja kvalitete života, bolje prometne povezanosti kolodvora, ambulante i škole, te povećanja sigurnosti građana i djece.

Tijekom prijave i realizacije korišten je informacijski sustav Agronet. AGRONET je elektronička aplikacija namijenjena za pomoć poljoprivrednim gospodarstvima i ostalim korisnicima u ostvarivanju prava na potpore u poljoprivredi. Provedbom mjera iz Programa ruralnog razvoja RH Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju otvorila je mogućnost podnošenja elektroničke prijave na natječaje preko mrežne aplikacije AGRONET (modul Ruralni razvoj). Ista aplikacija već se 6 godina uspješno koristi za popunjavanje zahtjeva poljoprivrednika za izravnu potporu i EU projekte općina, ali i za realizaciju projekata iz komunalnih djelatnosti. Agencija je tako prije 6 godina za oko 100.000 poljoprivrednih gospodarstava izdala korisničko ime i zaporku pomoću koje pristupaju AGRONET-u i u modulu Poljoprivredno gospodarstvo popunjavaju svoj godišnji zahtjev. [10]

Slika 6.5 Unos novog Zahtjeva za potporu

Slijedeći korak je odabir fonda i mjere tj. operacije za koju se podnosi Zahtjev za potporu (odabir iz padajuće liste). Navedeni odabir koji je prikazan na Slici 6.6 potvrđuje se klikom na opciju "POTVRDI" ili se odbacuje odabirom opcije "ODUSTANI".

Slika 6.6 Odabir fonda i podmjere/ operacije

Slika 3. Primjer sučelja sustava Agronet [10]

Onog trenutka kada završe s popunjavanjem zahtjeva, odnosno kada učitaju i provjere sve dokumente koje su učitali (kroz opciju Detalji ili Pregled sadržaja) tada podnose svoj zahtjev, ispisuju potvrdu o predanom zahtjevu koju potpisuju i šalju poštom

* Radi se o: Ulaganju u izgradnju šumske ceste, Ulaganju u rekonstrukciju šumske ceste, Ulaganju u rekonstrukciju nerazvrstane ceste i Ulaganju u rekonstrukciju traktorskog puta (šumsku cestu) Jezero - Dobra voda.

Agenciji. Tek po zaprimanju pisane potvrde Agencija zahtjev za potporu tog podnositelja povezuje s barkodom iz AGRONET-a i zahtjev za potporu smatra podnesenim. U trenutku generiranja Potvrde o podnošenju zahtjeva u AGRONET-u, aplikacija zaključava zahtjev i zaključani sadržaj korisnici više ne mogu mijenjati (poput kovertu koju su poslali poštom), ali ga mogu preuzeti i spremiti PDF formatu na svojem računalu. Dakle, kod predaje zahtjeva primjenjuje se ista analogija za elektroničku i papirnatu prijavu. Jednom kad pošalje kovertu, korisnik više nema uvid u njen sadržaj. Zato je vrlo važno, s obzirom da propisi ne dozvoljavaju mogućnost dopune zahtjeva za potporu, da korisnici vode računa o ispravnosti dokumenata koje učitavaju, jer krivo učitani, nečitani ili neovjereni dokumenti u zahtjevu za potporu za posljedicu imaju odbijanje istog već u eliminacijskoj fazi obrade. [11]

Nakon što Agencija završi s obradom zahtjeva pojedinačnog korisnika za upis u Evidenciju (provede zahtjev kroz digitalnu pisarnicu, pregleda i verificira svu dokumentaciju: žiro račune, preslike osobnih iskaznica, izvatke iz pripadajućih registara i sl.) korisniku se odobrava pristup modulu RURALNI RAZVOJ te korisničko ime i lozinka, u slučaju kada korisnik nije upisan u Upisnik poljoprivrednika. Po istom principu i Općina Čaglin prijavljuje i uspješno je završila predmetni projekt koristeći brojne prednosti ovog programa.

Možemo reći da je svaki MIS ustav je raširen širom svijeta te ga upotrebljavaju skoro sva poduzeća i subjekti. Prije lansiranja novih proizvoda na određena tržišta, sustav postoji prije no što je proizvod i proizveden. [12] MIS se brine, putem primanja informacija, o konkurenciji, savršenom plasiranju proizvoda na tržište, potrebama kupaca i potražnjama na tržištu, pa tako i o području EU fondova. [13]

5. Zaključak

Svrha ovog rada je bila prezentirati menadžmentsku dobru praksu koja se rezultirala provedbom uspješnih projekata na području komunalnih djelatnosti na području lokalne uprave i samouprave, sukladno vlastitim provedbenim iskustvima autora rada. Može se zaključiti kako je marketinški informacijski sustav (MIS) zapravo sinergija slijedećih procesa: analitičkog sustava marketinga, istraživanja tržišta te utvrđivanje istraživačkog problema i potreba za informacijama te eksploracijske studije u području EU fondova.

Tijekom provedbe projekata nužno je kontinuirano raditi na edukaciji korisnika, informatičkoj nadogradnji sustava, istraživanju novih EU natječaja te prilagodba prijave projekta bodovanju i uputama za prijavitelja. Udovoljavanjem ovih teza uspostaviti će se i preduvjeti za uspješno funkcioniranje upravljanja projektnim ciklusima Europske Unije.

Literatura

- [1] Marušić M., Vranešević T. (2001) Istraživanje tržišta, Adeco, Zagreb, str. 11.
- [2] Ružić, D., Tomčić, Z., Turkalj, Ž. (2002) Razmjenski odnosi u marketingu, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek, str. 27.
- [3] Previšić, J., Ozretić Došen, Đ.(2004): Marketing, Adverta, Zagreb, str. 89.
- [4] Ružić, D.(2003): e-Marketing, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek, str. 71.
- [5] Vranešević, T., Vignali, C., Vrontis, D.(2004) Upravljanje strateškim marketingom, Accent, Zagreb, str. 130.
- [6] Ryan, C.(2001) High-Performance Interactive Marketing - New Techniques and Technologies for Winning and Keeping Customers, Racom Communications, Evanston, str. 171.
- [7] Forrest, E. (2003):. Internet Marketing Intelligence - Research Tools, Techniques, and Resources, McGraw Hill Irwin, Boston, str. 32.
- [8] <https://efondovi.mrrfeu.hr/MISCMS> , 7.12.2022.
- [9] [file:///C:/Users/BAndrlic_lap/Downloads/Korisni%C4%8Dke%20upute_eFondovi%20-%20korisnici%20-%20PRIJAVA%20-%20204.9%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/BAndrlic_lap/Downloads/Korisni%C4%8Dke%20upute_eFondovi%20-%20korisnici%20-%20PRIJAVA%20-%20204.9%20(2).pdf) , 19.12.2022.

[13] <https://www.aprrr.hr/agronet/>, 20.12.2022.

[13] <https://www.aprrr.hr/wp-content/uploads/2018/02/Kako-funkcionira-AGRONET.pdf> ,
21.12.2022.

[13] Bevanda, V. (2007) Marketing informacijski sustav, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru,
str. 183-209.

[13] Ouyang, Ming, et al. (2023). Party Building Management Information System. Springer, str. 28.