

PRAVNI VIDIKI

VZPOSTAVITVE PODPORNEGA

E-OKOLJA DELEŽNIKOV

PIKA PRINČIČ,¹ NENAD MRDAKOVIĆ²

¹ Univerza v Ljubljani, Pravna fakulteta, Ljubljana, Slovenija
pika.princic@gmail.com

² Coface, podružnica v Sloveniji, Ljubljana, Slovenija
nenad.mrdakovic@coface.com

Vsebina poglavja se osredotoča predvsem na pravni vidik sodelovanja podjetja z različnimi akterji v celotnem procesu prodaje in faz, ki pridejo za tem. Namen dela je preučitev posameznih pogodbenih razmerij in kaj bi bilo treba vkomponirati v vsako, da bi lahko delovalo še naprej po vseh pravilih v e-okolju. V nadaljevanju se delo osredotoči na slovensko pravno ureditev razmerij med podjetjem, kupcem in podizvajalcem in kaj so posamezne pravice in dolžnosti vsakega izmed njih. V nadaljevanju je opisana Uredba o varstvu osebnih podatkov, ki je najpomembnejši pravni akt na tem področju. Pri vzpostavitvi e-okolja je predvsem pomembno, da je podjetje pazljivo z uporabo osebnih podatkov kupcev in da to natančno uredi vnaprej. Na koncu je tudi primer pogodb, ki jih podjetje uporablja za poslovanje z dobavitelji in podizvajalci ter sedanja ureditev varstva osebnih podatkov kupca. Pomembno je, da podjetje natančno uredi način posredovanja podatkov kupca podizvajalcu in način, kako bodo ti podatki nato uporabljeni.

DOI
[https://doi.org/
10.18690/um.fov.5.2023.5](https://doi.org/10.18690/um.fov.5.2023.5)

ISBN
978-961-286-767-6

Ključne besede:
e-okolje,
digitalna transformacija,
podizvajalec,
naročnik,
pogodbena razmerja



Univerzitetna založba
Univerze v Mariboru

DOI
[https://doi.org/
10.18690/um.fov.5.2023.5](https://doi.org/10.18690/um.fov.5.2023.5)

ISBN
978-961-286-767-6

Keywords:
e-environment,
digital transformation,
subcontractor,
the subscriber,
contractual relations

LEGAL ASPECTS OF SETTING UP A SUPPORTIVE E-ENVIRONMENT OF STAKEHOLDERS

PIKA PRINČIČ,¹ NENAD MRDAKOVIĆ²

¹ University of Ljubljana, Law Faculty, Ljubljana, Slovenia
pika.princic@gmail.com

² Coface, subsidiary in Slovenia, Ljubljana, Slovenia
nenad.mrdakovic@coface.com

The content of the chapter focuses mainly on the legal aspects of the company's cooperation with the various actors throughout the sales process and the stages that follow. The purpose of the work is to examine the individual contractual relationships and what would need to be incorporated into each in order to continue to operate under all the rules in the e-environment. The work then focuses on the Slovenian legal regulation of the relationship between the company, the buyer and the subcontractor and what are the rights and obligations of each of them. The following is a description of the Regulation on the protection of personal data, which is the most important piece of legislation in this area. When setting up an e-environment, it is particularly important that the company is careful with the use of customers' personal data and that this is carefully regulated in advance. Finally, there is an example of the contracts used by a company to deal with suppliers and subcontractors and the current regime for the protection of the buyer's personal data. It is important that the company ...



1 Uvod

V današnjem času je pomembno, da podjetja sledijo razvoju, ki ga prinaša tehnologija. Zato smo se v tem delu osredotočili na to, kaj vse taka tehnologija lahko prinese podjetju in na kakšen način je treba pristopiti k celotnemu projektu digitalne transformacije. Obstaja veliko literature na temo, kaj vse digitalizacija podjetja lahko prinese in kaj so njene prednosti, vendar pa se zdi, da je primanjkuje na področju, ki bi govorilo, kako se takega projekta lotiti.

Zelo pomemben vidik celotnega projekta je skladnost inovacij s pravnim redom, tako nacionalnim kot pravnim redom Evropske unije (EU). Slednje je še posebej pomembno v dobi hiperregulacije, zaradi katere naslovniki predpisov pravni red vse bolj dojemajo kot vir tveganj. Temu pritrjujejo nekatere mednarodne ankete, iz katerih izhaja, da so spremembe v zakonodaji po mnenju gospodarskih subjektov med najbolj pomembnimi tveganji (Allianz, 2023). Zato smo se v nadaljevanju osredotočili tudi na to in na kakšen način bi bilo določene spremembe treba urediti.

2 Pregled literature

Čeprav tehnologija povzroča degradacijo okolja, je pomembno, da jo uporabimo za doseg trajnostnega razvoja, kot so uporaba tehnologije za vključevanje zainteresiranih strani v inovacijski proces, uvajanje trajnostnih izdelkov in storitev, vključevanje uporabnikov v inovacije za trajnost in prevzemanje novih trajnostnih dejavnosti, ki so posledica sprejetja novih alternativnih tehnologij, razvitih zaradi odprtja inovacijskega procesa za zunanje udeležence. To dosežemo z vzpostavitvijo e-okolja, ki se osredotoča na vključevanje akterjev organizacij v procese delovanja podjetja (Onwuka 2020).

2.1 Manjšanje medsebojnih stikov s pomočjo tehnologije

Pandemija covid-19 nam je razkrila nujno potrebo po prilagodljivih konceptih delovanja podjetij in odpornih življenjskih skupnostih, ki so zmožne spremeniti svoj način vsakdanjega življenja. Za večino od nas se je vzpostavil hibridno delujoč model tako delovnega kot domačega življenja s pomočjo dela na daljavo. Delo na daljavo nam je razkrilo mnoge pozitivne vidike tega koncepta. Lahko služi kot dopolnilni blažilni in prilagoditveni ukrep proti onesnaževanju okolja, še posebej, če ga

spremljajo izboljšave in širitve urbanih zelenih površin v mestnem okolju (Maipas et al., 2021).

Pandemija covid-19 je delo na daljavo uveljavila kot protistrup za upadajočo gospodarsko dejavnost. Poleg tega je bila v mnogih gospodinjstvih uvedena nekakšna tehnološka izboljšava, kar je pripomoglo k dvigu standarda življenja (Maipas et al., 2021). Pomemben vidik dela na daljavo je zmanjšanje stikov med ljudmi in s tem preprečevanje širjenja virusa. Da se lahko stiki zmanjšajo, delo pa poteka neprekinjeno naprej, je treba uvesti določene informacijske tehnologije, ki omogočajo virtualne stike med zaposlenimi ter med zaposlenimi in njihovimi delodajalci.

Veliko podjetij je bilo postavljenih pred problem vzpostavitve podpornega e-okolja, ki bi omogočalo vse te funkcije za normalno delovanje podjetja še naprej. V tem času smo lahko opazovali razmah digitalnih platform, ki so povečevale mobilnost in prožnost poslovanja, kot so Microsoft Teams, Zoom, Goole Meet, Webex in Moodle (Battisti et al., 2022). Predvidevamo lahko, da bo eden od prihodnjih izzivov za večje družbe ravno učinkovito upravljanje z različnimi digitalnimi platformami in aplikacijami. Delo na daljavo se prav tako povezuje s trajnostjo, odpornostjo in družbenimi koristmi, vključno z zagotavljanjem delovnih priložnosti za tiste, ki zaradi oddaljenosti, dostopa do prevoza, invalidnosti, družinskih obveznosti ali drugih razlogov ne morejo delati na centralizirani lokaciji (Mayer et al., 2021).

2.2 Manjšanje ogljičnega odtisa

Zmanjšala se je potreba po cestnem in javnem prevozu, s tem pa tudi ogljični odtis posameznikov. V večjih mestih smo spremljali eksponentno izboljšanje kakovosti zraka kot posledico dela od doma. Boljša kot je digitalna transformacija podjetja, več možnosti imajo delavci, da učinkovito delajo na daljavo. Zato je ključnega pomena pri trajnostnem razvoju podjetja, da ima velik poudarek na vzpostavitvi e-okolja za vse vključene v podjetju.

Treba je pomisliti na privarčevane stroške in energijo, ki nastopijo pri delu od doma, vendar pa lahko za posameznike nastanejo tudi dodatni stroški, kot so na primer stroški za nakup ustrezne opreme in prehrano, zato je treba vzpostaviti sistem pravične finančne podpore za kritje ali subvencioniranje teh stroškov (Mayer et al.,

2021). Če želimo vzpostaviti resnično podporno okolje, moramo misliti tudi na vzpostavitev takega e-okolja, ki bo vključevalo skrb za mentalno zdravje in dobro počutje zaposlenih.

2.3 Proces digitalne preobrazbe

Digitalna preobrazba se povezuje s trajnostjo in skupaj predstavljata vodilna trenda v današnji družbi. K digitalni preobrazbi je treba pristopiti celostno, saj zahteva spremembe v organizacijski in družbeni strukturi. Proces digitalne preobrazbe še vedno ni dovolj dobro razumljen, zlasti nastane problem pri koordinaciji različnih ciljev deležnikov, ki želijo digitalno preobrazbo uporabiti za različne namene in lahko pride do nesporazumov pri preobrazbi, ki poteka v smeri trajnostnega razvoja (Zada et al., 2022).

2.3.1 Implementacija e-okolja

Z napačno implementacijo različnih e-okolij deležniki ne dosežejo svojega cilja in tako ne pridejo do pričakovanih koristi. Pomembno je, da e-okolje različne akterje, ki delujejo v okviru organizacij, med seboj povezuje, saj se njihovi interesi ne ujemajo vedno, zato je treba vzpostaviti sistem, ki omogoča sodelovanje in komunikacijo med deležniki. To je še bolj pomembno v izrednih situacijah, ko je komunikacija mogoča zgolj virtualno. Nov vzpostavljeni sistem pa mora vsebovati tudi mehanizme za raziskovanje interesov in ciljev deležnikov, da lahko dosežemo učinkovito digitalno transformacijo.

To poudarja, da organizacije, ki že veljajo za kompleksne sisteme zaradi številnih skupin v njih, postanejo še bolj kompleksne z dodajanjem zunanjih skupin (Zada et al., 2022). Te skupine se nanašajo na deležnike v organizaciji in zunaj nje. Vzpostavitev uspešnega sistema, ki bo vseboval vse posamezne skupine, ki med seboj niso nujno povezane, je lahko zelo kompleksna, zato se je takega problema treba lotiti premišljeno, celostno in z dobrim načrtom.

2.3.2 Cilji trajnostnega razvoja

Leta 2015 so bili oblikovani cilji trajnostnega razvoja (SDG), to je sklop univerzalnih ciljev za trajnost, ki pomenijo paradigmatški premik v načinu obravnave razvoja v vseh vidikih družbe (Zada et al., 2022). Vsako e-okolje mora te cilje upoštevati in jim

poskusiti slediti za doseg najboljših rezultatov. Zelo pomembno je vprašanje, kako strateško vključiti trajnost med digitalno preobrazbo. V času pandemije smo resnično šele začeli odkrivati, kakšen trajnostni razvoj nam omogoča informacijska tehnologija in kako jo moramo vkomponirati v naše vsakdanje življenje za doseg zelenega cilja.

Tehnološka preobrazba podjetja je bila v tistem času nuja za obvladovanje potreb in delovanja podjetja, s tem pa nam je bil omogočen vpogled v razsežnost možnosti, ki nam jih omogoča digitalno poslovanje. V obstoječi literaturi je poudarjeno, da morajo imeti deležniki skupno razumevanje ciljev, vendar je zelo malo raziskav o doseganju skupnega določanja ciljev pri digitalnih preobrazbah. Predlagamo, da cilje digitalizacije upravljamo tako, da upoštevamo, komu so namenjeni, na kakšnih izkušnjah temeljijo in za katere ključne dejavnosti (Zada et al., 2022).

Pri vzpostavljanju različnih e-okolij se moramo predvsem osredotočiti na medsebojni vpliv digitalizacije podjetja in njegovih ciljev trajnostnega razvoja, ki morajo vključevati tudi cilje deležnikov. Vendar pa je odnos med pametnimi tehnologijami in trajnostjo podjetja na področju okoljske in družbene trajnosti delno odvisen od strategije trajnosti podjetja (Bai et al., 2021).

Digitalizacija podjetja v času, kakršen je bil zaradi pandemije, je predvsem pomembna, saj omogoča malim in srednjim podjetjem, da pridobijo konkurenčne prednosti ali pa se vsaj izenačijo z ostalimi. Pri vzpostavljanju e-okolja je pomembno sodelovanje z vlado oziroma državo, ki mora podjetjem omogočati, da pridobijo najučinkovitejše digitalne tehnologije. Pri digitalizaciji malih in srednjih podjetij je pomembno, da nastopi za vse organizacije v določeni dobavni verigi, saj lahko le tako omogočimo krepitev trajnostnega razvoja tako proizvodnje kot potrošnje. Ob vzpostavitvi e-okolja je tako treba misliti tudi na različno usposabljanje za njegovo učinkovito uporabo, prav tako pa je treba omogočiti podporo, ki je uporabnikom na voljo.

2.4 Spremenjeni načini dela

Digitalna preobrazba podjetij lahko pomaga ljudem in organizacijam, da ostanejo povezani, olajša pametne delovne razmere in povezuje morebitne kršitve zasebnosti zainteresiranih strani. Vendar pa morajo strokovnjaki skrbno preučiti, kako

digitalizacija spreminja načine dela podjetja in vseh vključenih v njem (Bai et al., 2021).

2.4.1 Pravica delavcev do soodločanja

Pravica delavcev do soodločanja je ustavno zagotovljena pravica. Učinkuje tako v javnem kot v zasebnem sektorju, poznamo pa tudi pravico delavcev do sodelovanja pri upravljanju, ki pa predstavlja pravico z malo manjšo intenziteto, kakor jo ima prva. Zato je še toliko bolj pomembno, da na ta vprašanja mislimo tudi pri vzpostavljanju e-okolja za podjetja. Treba je omogočiti mehanizme, s katerimi bo zaposlenim omogočeno sodelovanje in prispevanje k sistemu upravljanja znanja v organizaciji.

Verjetno nam je znana t. i. »škatla s predlogi« v fizični obliki – ta koncept lahko nadomestimo z digitalnimi sistemi za predloge, ki so lahko na voljo v okviru intraneta določenega podjetja. Intranetni sistem predlogov je v resnici zaposlenim bolj dostopen, saj je integriran v e-okolje podjetja in je tako dostopen vsem, in ne samo tistim, ki so v določeni pisarni, če imamo sistem predlogov v fizični obliki. V ta sistem je treba vključiti tudi deležnike, ki lahko skozi tak sistem predstavijo svoje želje in cilje za nadaljnje poslovanje. Če se v tak sistem vključijo vsi akterji določene organizacije, lahko pridemo do zelo dobrih rezultatov, saj omogoča medsebojno povezovanje in nadgrajevanje znanja. Digitalni sistemi za predloge se lahko povezujejo tudi z merjenjem klime v gospodarskih družbah, ki prek spletnih vprašalnikov merijo zadovoljstvo zaposlenih na izbranih področjih.

2.4.2 Korporativno socialno omrežje

V vzpostavljeno e-okolje je prav tako treba integrirati korporativno socialno omrežje, ki združuje veliko ciljev in funkcij. Omogoča prej omenjeno medsebojno sodelovanje in komunikacijo posameznikov iz različnih področij ter podaja vpogled v družbeno delovanje podjetja. Implementacija korporativnega socialnega omrežja v informacijski sistem podjetja omogoča deležnikom sodelovanje in povezovanje s posamezniki v podjetju, prav tako pa vpogled v notranjo koherenco podjetja. Teoretični okvir e-okolja nam omogoča tudi digitalne inovacije, ki jih poganjajo zaposleni. Ta okvir vključuje razvoj in uporabo digitalnih orodij, ki so vključena v

informatijski sistem, za spodbujanje, podpiranje, razlago in vpogled v rezultate teh razliĉnih inovacij (Opland et al., 2022).

Lahko ustvarimo razliĉne modele, ki omogoĉajo digitalne inovacije ali njihovo spodbujanje, digitalna orodja so lahko takemu procesu v podporo. Velikokrat organizacijam predstavlja teŹavo prav zbiranje in prepoznavanje dobrih inovativnih idej, zato je vkljuĉitev sistema, ki bi to omogoĉal na ravni celotnega podjetja, toliko bolj pomembna. Prav v ĉasu pandemije je to predstavljalo problem, saj so bili zaposleni razdrobljeni na mnoŹico loĉenih geografskih enot in je bil potreben tak sistem. S pomoĉjo ustrezne digitalne transformacije lahko ustvarimo sistem, ki organizacijam omogoĉa usklajevanje novih idej s cilji in strategijami organizacije (Opland et al., 2022). Glede na nabor moŹnih tehnoloŹkih reŹitev je zlasti pomembno, da veĉje gospodarske druŹbe izberejo orodja za komuniciranje in doloĉijo sploŹne usmeritve glede vrste poslovne komunikacije kot tudi naslovnike, za katere je doloĉeno orodje namenjeno (npr. MS Teams za projektno delo, Yammer za obveŹanje ŹirŹega kroga zaposlenih o sploŹnih temah).

2.4.3 Nadzor delavcev

V tem ĉasu so se prviĉ zaĉeli pojavljati problemi glede zaupanja zaradi virtualnega poslovanja in digitalnega nadzora delavcev, ki mora ostati v zakonskih okvirih s podroĉja delovnih razmerij in varstva osebnih podatkov. Moramo se osredotoĉiti na vpraŹanja, ki se postavljajo pri notranji organizacijski strukturi podjetij ob vzpostavljanju e-okolja, in na to, kako lahko digitalizacija podjetja izpostavi novim oblikam poslovnega tveganja. Zato ob implementaciji takega okolja ne smemo pozabiti na varnost, predvsem pa na kibernetŹsko varnost, ki v danaŹnjem ĉasu Źe sama po sebi predstavlja velik problem.

2.5 Cilji digitalizacije

Digitalizacija vkljuĉuje veĉjo uporabo digitalne tehnologije pri naĉinih, s katerimi podjetja izvajajo dejavnosti ustvarjanja dodane vrednosti, in lahko tudi olajŹa poslovanje pri zunanjih dejavnostih podjetij ter omogoĉi organizacijam, da izboljšajo in poveĉajo sploŹno konkurenĉnost (Amankwah-Amoah et al., 2021). Cilj veĉine podjetij pri digitalni transformaciji je poveĉanje optimizacije procesov ter s tem

povezane učinkovitosti in uspešnosti poslovanja, predvsem pa zmanjšanje gospodarskih učinkov pandemije.

2.5.1 Prednosti digitalizacije

Digitalno poslovanje ne omogoča le boljšega dostopa do informacij tako vsem zaposlenim kot deležnikom določenega podjetja, ampak omogoča tudi zmanjšanje stroškov in pospešuje trajnostni razvoj podjetja, saj se dostopa do informacij brez tiskanja ali upravljanja fizičnih papirnih tokov, s tem pa odpadejo tudi stroški vzdrževanja in popravil pisarniške opreme, kot so kopirni stroji in tiskalniki, nabava papirja in drugih potrebščin, ki spadajo zraven.

Papirno poslovanje večina povezuje s tradicionalnimi pisarnami, vendar pa smo bili v času pandemije primorani povečati svojo odvisnost od digitalnih metod poslovanja. Digitalizacija je izboljšala procese, zmanjšala stroške, povezane z upravljanjem in obdelavo, ter odpravila ozka grla v rutini in procesih, ki pogosto omejujejo inovacije (Amankwah-Amoah et al., 2021).

2.5.2 Koristi za deležnike

Digitalizacija prinaša dodatne koristi za deležnike, saj s pomočjo digitalnih tehnologij zmanjšamo stroške, ki nastanejo na podlagi človeških napak. Deležnikom se s tem olajšata poslovanje in upravljanje, saj se do vseh potrebnih informacij dostopa veliko hitreje. Treba je ustvariti načrt, kako se bomo spopadli s težavami, ki nastopijo ob uvedbi digitalne transformacije podjetja v različnih oblikah (npr. omejeni viri, birokratske težave ali pa omejenost višjega vodstva pri sprejemanju novih tehnoloških rešitev).

Zaradi opustitve fizičnih dokumentov pri digitalizaciji podjetja je zato pomembno, da novo e-okolje vsebuje tudi oblak, kamor se bo vsa dokumentacija shranjevala in do katere bodo zaposleni lahko dostopali nemoteno. Z vzpostavitvijo oblaka se optimizira delovanje podjetja, saj tako zaposlenim kot vodstvu prihrani čas pri iskanju dokumentov. S pospešenim uveljavljanjem oblačnih rešitev se je pričelo krepiti tudi zavedanje različnih regulatorjev, da nove tehnološke rešitve terjajo močnejši nadzor in usmeritve, saj so bile v določenih sektorjih, kot je finančni,

zaznana skupna tveganja. Slednja so povezana zlasti s povečano kontrolo, ki jo ima ponudnik oblačne storitve oz. platforme nad informacijami v oblaku.

2.6 Družbena odgovornost podjetij

Družbena odgovornost podjetij je koncept upravljanja, ki ga organizacije trenutno vse bolj cenijo. Za vzpostavitev trajnih odnosov z deležniki morajo organizacije ustrezno komunicirati o družbeni odgovornosti podjetij, pri čemer morajo zagotoviti izbiro primerne oblike, vsebine in pogostosti zagotavljanja informacij ter ustreznih orodij in kanalov za vsakega deležnika (Wierzbicka 2021).

2.6.1 Vplivi na razvoj družbene odgovornosti

Na družbeno odgovornost močno vplivajo informacijske in komunikacijske tehnologije, ki so z razvojem informacijskih tehnologij spremenile profil deležnika v podjetju. Poudarek pri današnjem razvoju digitalnih transformacij je predvsem na trajnostnem in odgovornem poslovanju. Vzpostavitev e-okolja, ki omogoča odgovorno poslovanje, je predvsem pomembno, saj zagotavlja deležnikom vpogled v resnične in pregledne informacije o delovanju podjetja.

Pomembno je, da omenjeno okolje omogoča dvosmerno komunikacijo med deležniki in delovanjem podjetja in njihovim upravljanjem s tem. Ta strategija poudarja vlogo deležnikov in jim omogoča, da določena ravnanja organizacije in nove informacijske tehnologije omogočajo hiter, enakopraven in enostaven dostop do informacij o delovanju podjetij. Zainteresiranim stranem omogočajo, da izstopijo iz vloge pasivnih naslovnikov, ter omogočajo večjo učinkovitost poslovnih in transakcijskih procesov (Wierzbicka 2021).

2.7 Dejavniki na strani prejemnika e-okolja

Moramo se zavedati, da sta vzpostavljanje e-okolja in digitalna transformacija podjetja zapletena, dolgotrajna in predstavljata velike investicijske stroške. Zato moramo vzpostaviti standarde, ki jih mora izpolnjevati pridobitelj informacijskega sistema, kot sta na primer organizacija in upravljanje s podatki. Ob implementaciji e-okolja moramo misliti tudi na različne dejavnike, kot so število uporabnikov ali

posebnosti podjetja upravičenca, na primer področje delovanja, uporabljeni operacijski sistemi, programska podpora itd.

Podjetja se morajo osredotočiti tudi na trajnostne ukrepe, ki delujejo na dolgi rok, saj si s tem omogočajo nenehno izboljševanje poslovanja, inovacije in konkuriranje na današnjem zelo konkurenčnem trgu (Shouraki 2022). Organizacije pa lahko v tem času preživijo in dolgoročno delujejo zgolj, če izpolnjujejo svoje družbene in okoljske odgovornosti.

Razvoj kadrov je eden od najpomembnejših elementov za povečanje produktivnosti dela in doseganje učinkovitih rezultatov dejavnosti podjetja. V sodobnih zapletenih družbenoekonomskih razmerah je potrebno stalno usposabljanje osebja (Varis et al., 2022). Predvsem v času, kakršen je bil med pandemijo, ne smemo pozabiti na ustrezen razvoj znanja zaposlenih, saj so se srečevali z novimi tehnologijami in novimi oblikami poslovanja. Uporaba spletnega učenja v podjetjih je nujen element e-okolja, v katerem bo podjetje delovalo, saj omogoča nešteto možnosti, ki jih drugače nimamo.

Korporativno usposabljanje osebja na daljavo zagotavlja prožnost in priročnost pri organizaciji procesa usposabljanja ter delodajalcem omogoča, da podpirajo razvoj zaposlenih v nepredvidljivih razmerah (Varis et al., 2022). Omogoča pa tudi, da se vključeni v to e-okolje medsebojno dopolnjujejo in izpopolnjujejo s pomočjo delitve znanja in izkušenj, ki so jim lahko zelo preprosto dostopni v skupnem informacijskem sistemu.

2.8 Teorija interesnih skupin

Če želimo resnično doseči trajnostni razvoj, je ključnega pomena zagotoviti široko udeležbo zainteresiranih strani iz industrije in regulativnih organov, ki imajo potrebno znanje in izkušnje za konstruktivno sodelovanje pri oblikovanju politike, ki temelji na trajnostnih inovacijah (Onwuka 2020).

To pomeni, da je treba v proces delovanja podjetja nujno vključevati tudi deležnike poleg ostalih akterjev. Teorija interesnih skupin trdi, da bodo podjetja dolgoročno uspešnejša, če bodo upoštevala pomisleke vseh interesnih skupin, in da je sodelovanje interesnih skupin ključnega pomena pri določanju strateških poti k

trajnostni inovacijski politiki (Onwuka 2020). Da lahko tako vključevanje in sodelovanje dosežemo, je v času omejenih fizičnih stikov ključnega pomena, da se sistem za vključevanje integrira v e-okolje organizacije.

Podjetje moramo razumeti kot mrežo odnosov, v katero so vključeni vsi, ki sodelujejo pri poslovanju (zaposleni, stranke, dobavitelji, deležniki itd.). Tega se moramo zavedati pri implementaciji e-okolja – če želimo, da bo čim bolj učinkovito, je treba vanj vključiti čim več interesnih skupin. Vključevanje deležnikov v prilagajanje organizacijske strukture in strateške usmeritve ustvarja skupno vrednost za podjetje in družbo (Onwuka 2020).

Z vključevanjem deležnikov v delovanje lahko v istem e-okolju skupaj s tem dosežemo, da z vključevanjem deležniki pridobijo tudi vpogled v delovanje družbe in lahko sodelujejo pri preoblikovanju notranje in zunanje strukture organizacije predvsem v zdajšnjih hitro spreminjajočih se okoljih poslovanja.

2.9 Pogodbena razmerja

Ko se podjetje odloči za zunanje izvajanje (angl. »outsourcing«) oziroma za izvajanje svojih storitev za stranke preko zunanjih izvajalcev, kar pomeni tudi prenos nekaterih poslovnih funkcij ali procesov na zunanje podjetje ali posameznega izvajalca, morajo biti pogodbena razmerja ustrezno urejena. Pri reguliranih subjektih, tj. družbah, katerih dejavnosti so podrobneje urejene s področno zakonodajo, slednja posega tudi v (bodoča) pogodbena razmerja, in sicer z določanjem minimalnega nabora pogodbenih vsebin (npr. pri zavarovalnicah). Na splošno velja, da so storitve v oblaku kombinacija poslovnega in modela zagotavljanja storitev, ki omogoča dostop na zahtevo do skupnih virov, kot so aplikacije in strežniki. Storitve se običajno zagotavljajo v obliki programske opreme kot storitve (SaaS), platforme kot storitve (PaaS) in infrastrukture kot storitve (IaaS), odvisno od obsega storitev, ki jih ponudnik zagotavlja (EIOPA, 2023).

V obravnavanem primeru se urejajo pogodbena razmerja med tremi pogodbenimi partnerji – kupcem, prodajalcem in podizvajalcem. Vendar pa med temi subjekti nastaneta le dve obligacijski razmerji, prvo je med kupcem, ki določeno stvar kupi, in prodajalcem, ki se obveže to stvar kupcu prepustiti.

Njuno razmerje se v našem primeru ureja s prodajno pogodbo, ki jo določa v primeru prodaje fizične stvari prvi odstavek 435. člena Obligacijskega zakonika: »S prodajno pogodbo se prodajalec zavezuje, da bo stvar, ki jo prodaja, izročil kupcu tako, da bo ta pridobil lastninsko pravico, kupec pa se zavezuje, da bo prodajalcu plačal kupnino.« (Obligacijski zakonik, 2001). Med kupcem in podizvajalcem načeloma obligacijsko razmerje ne nastane, saj ne skleneta pogodbe. Podizvajalec sklene pogodbo s prodajalcem – lahko govorimo o podizvajalski pogodbi, ki ureja njuno medsebojno razmerje in obveznosti vsakega subjekta pogodbe.

Specifika razmerja v tem primeru je, da nastopa kupec hkrati kot naročnik, prodajalec pa kot izvajalec, saj ne gre zgolj za klasično prodajo stvari, vendar ta vključuje tudi montažo oziroma neko vrsto zaključnih gradbenih del, ki se jih prodajalec obveže izvesti. Zaradi dispozitivne narave obligacijskih razmerij in določb o prodajni pogodbi je lahko sestavina prodajne pogodbe tudi obligacija prodajalca prodan produkt namestiti pri kupcu doma.

Taka pogodbeno razmerja v Sloveniji ureja predvsem Obligacijski zakonik, za del izvajanja gradbenih del so pomembne tudi Posebne gradbene uzance. Izraz uzance označuje trgovinske ali poslovne običaje, ki jih pristojna organizacija zbere, napiše in objavi, posebnost je, da jih ne sprejme zakonodajalec, kljub temu pa predstavljajo pravila obnašanja in po volji strank dopolnitve zakona, ki ureja to določeno področje.

Posebne gradbene uzance so uzakonjeni poslovni običaji in so večji pomen dobili z uveljavitvijo Obligacijskega zakonika. V našem Obligacijskem zakoniku je to urejeno z generalno klavzulo v 12. členu, Poslovni običaji, uzance, praksa, ki pravi: »V obligacijskih razmerjih gospodarskih subjektov se za presojo potrebnih ravnanj in njihovih učinkov upoštevajo poslovni običaji, uzance in praksa, vzpostavljena med strankama.« (Plavšak in Juhart, 2004). Uporaba uzanc pride v poštev v primeru, ko je treba razjasniti vprašanja, ki v Obligacijskem zakoniku niso urejena, in stranki tega vprašanja nista uredili v medsebojni pogodbi, stranki se pa vseeno lahko izrecno dogovorita in izključita uporabo uzanc (Posebne gradbene uzance, 2020). Načeloma je prednost le-teh, da bolj konkretno urejajo posamezne obveznosti pogodbenih strank kot Obligacijski zakonik in hkrati natančno določajo sestavine gradbene pogodbe.

2.10 Subjekti pogodbenih razmerij

2.6.1 Kupec

Če se osredotočimo na posamezne subjekte pogodbenih razmerij, je najprej treba omeniti kupca. Kot kupec ima tako pravice kot obveznosti, ki nastanejo s sklenitvijo prodajne pogodbe. Njegova pravica je zahtevati od prodajalca prepustitev stvari, obveznost pa je za stvar plačati ustrezno kupnino.

2.10.1 Prodajalec

Osrednji subjekt medsebojnih razmerij med vsemi tremi je prodajalec, saj se zaveže z obema, tako kupcem kot podizvajalcem. Do obeh ima tudi on pravice in obveznosti, do kupca ga zavezuje obligacija rezultata, to pomeni, da bo moral izvesti neko izpolnitveno dejanje za razliko od klasične prodajne pogodbe, kjer bi ga zavezovala zgolj prepustitev stvari. Posebnost obligacije rezultata je, da s tem tveganje, da bo rezultat izpolnjen, pade na prodajalca. Do podizvajalca je v podobnem razmerju kakor kupec do prodajalca, saj je zavezan podizvajalcu za določeno delo ustrezno plačati. Do vsakega ima tudi pravice – od kupca zahtevati plačilo in od podizvajalca zahtevati določeno delo oziroma izpolnitev.

2.10.2 Podizvajalec

Podizvajalec je oseba, ki z naročnikom (prodajalcem) sklene podjemno pogodbo, katere predmet je posel, ki se ga je podjemnik zavezal opraviti v razmerju do naročnika (kupca) (Plavšak in Juhart, 2004). 11. poglavje Obligacijskega zakonika ureja podjemno pogodbo ali pogodbo o delu. Zakonik izraza podizvajalec ne pozna. Govorimo lahko o »sodelavcu«, zakonik pa omenja tudi v 629. členu »zaupanje izvršitve posla tretjemu« (Obligacijski zakonik, 2001), podoben izraz se uporablja prav tako v Posebnih gradbenih uzancih. Za sodelavca je tako označena oseba, ki dela pri prevzetem poslu po izvajalčevih (v našem primeru prodajalčevih) naročilih.

Sodelavca oziroma podizvajalca tako ponovno zavezujejo pravice in obveznosti do drugih dveh subjektov. Kljub temu da imamo tri subjekte, pa nastaneta le dve obligacijski razmerji, ki imata enako izpolnitveno dejanje, torej dostavo oziroma

montiranje stvari pri kupcu doma. Prodajalca pa zavezuje še dodatna obligacija do kupca, ki je podizvajalec nima – prepustitev stvari.

Glede na to, kako pride do izbire posameznega podizvajalca in njegovega razmerja, pravic in obveznosti do kupca, lahko razlikujemo med dvema vrstama le-teh. V naši pravni ureditvi sta se vzpostavila klasični in normirani podizvajalec. Klasični podizvajalec je bolj standarden pri razmerjih, kakršni so značilni tudi za naš primer. Zanj je značilno to, da ga izbere izključno prodajalec sam, njegov status pa ureja Obligacijski zakonik, prav tako pa Posebne gradbene uzance izrecno v 8. poglavju »Odstop del drugemu«, ki je sestavljeno iz treh členov (Posebne gradbene uzance, 2020):

- 47. člen: »Izvajalec lahko izvajanje posameznih pogodbenih del odstopi drugemu izvajalcu.«;
- 48. člen: »Izvajalec izbere tistega, ki mu odstopi izvajanje del.«;
- 49. člen: »Odstop del drugemu ne vpliva na pravna razmerja med naročnikom in izvajalcem in njune medsebojne pravice in obveznosti.«

Tukaj prideta v poštev predvsem 48. in 49. člen, ki opredelujeta individualnost razmerja med izvajalcem (prodajalcem) in podizvajalcem, ki ne vpliva neposredno na naročnika. Ker naročnik ali kupec in podizvajalec nista v poslovnem (pogodbenem) obligacijskem razmerju, kupec od podizvajalca nima pravice zahtevati, da opravi posel, ki se ga je zavezal opraviti s pogodbo, sklenjeno s prodajalcem. Prav tako kupec v razmerju do podizvajalca ne more uveljavljati zahtevkov (civilnopravnih sankcij) za kršitev podizvajalčeve obveznosti (pravilno) opraviti posel (Plavšak in Juhart, 2004).

Vendarle pa podizvajalca varuje 631. člen Obligacijskega zakonika: »Sodelavci se za svoje terjatve do podjemnika lahko obrnejo neposredno na naročnika in zahtevajo od njega, da jim te terjatve izplača iz vsote, ki jo v tistem trenutku dolguje podjemniku, če so pripoznane.« (Obligacijski zakonik, 2001). Ta člen uveljavlja subsidiarno obveznost kupca plačati podizvajalcu za opravljeno delo pod določenimi pogoji, čeprav ju ne zavezuje pogodbeno razmerje. To pomeni, da v primeru klasičnega podizvajalca ostajamo pri zgolj dveh obligacijskih razmerjih.

Poznamo pa tudi normiranega podizvajalca. Ta se od klasičnega razlikuje predvsem v tem, da ga izbere neposredno kupec, še vedno pa z njim sklene pogodbo prodajalec. Pri pogajanjih pa je aktiven tudi kupec, ki lahko sam postavi pogoje izvedbe gradbenih del, ki so nato vključeni v podizvajalsko pogodbo med prodajalcem in podizvajalcem.

2.11 Posamezna razmerja med subjekti

Kupec in prodajalec torej skleneta prodajno pogodbo, njeni bistveni sestavini sta predmet in kupnina, zato tudi velja, da je ta pogodba sklenjena, ko se kupec in prodajalec dogovorita o predmetu in višini kupnine. Prodajalec mora kupcu izročiti stvar na način, da slednji na njej pridobi lastninsko pravico, to je osnovna obveznost prodajalca, lahko pa se dogovorita, na kakšen način bo ta prepustitev potekala in kaj bo vključevala.

Če se osredotočimo na razmerje med podizvajalcem in prodajalcem oziroma izvajalcem, ga lahko opredelimo s pomočjo podizvajalske pogodbe, kjer izvajalec prepusti izvedbo nekega dela podizvajalcu, če se izvajalec ni izrecno zavezal naročniku sam opraviti posla. V podizvajalski pogodbi se določijo pravice in obveznosti vsake od strank, pogodba pa ni izrecno urejena v Obligacijskem zakoniku, zato se smiselno uporabljajo pravila za podjemno in gradbeno pogodbo.

Bistvo podizvajalske pogodbe je opredelitev razmerja in obveznosti. Podizvajalec se torej zaveže izvajalcu opraviti določen posel ali morda določen del posla, ki pa se ga je izvajalec zavezal izpolniti naročniku (v našem primeru kupcu). Tukaj nastane tudi obveznost izvajalca zagotoviti ustrezno plačilo za določeno delo.

Podizvajalska pogodba se lahko uresničuje skozi podjemno ali gradbeno pogodbo. Da vemo, katera pride v poštev v določenem primeru, se orientiramo po določenih kriterijih. Podjemno pogodbo opredeljuje 619. člen Obligacijskega zakonika: »S podjemno pogodbo se podjemnik zavezuje opraviti določen posel, kot je izdelava ali popravilo kakšne stvari, kakšno telesno ali umsko delo ipd., naročnik pa se zavezuje, da mu bo za to plačal.« (Obligacijski zakonik, 2001).

Opis gradbene pogodbe je opredeljen v prvem odstavku 649. člena: »Gradbena pogodba je podjemna pogodba, s katero se izvajalec zavezuje, da bo po določenem načrtu v dogovorjenem roku zgradil določeno gradbo na določenem zemljišču ali da bo na takem zemljišču oziroma na že obstoječem objektu izvedel kakšna druga gradbena dela, naročnik pa se zavezuje, da mu bo za to plačal določeno ceno.« (Obligacijski zakonik, 2001). Gradbena pogodba torej pride v poštev pri delih, ki so po svoji naravi zahtevnejša in pomenijo bistven ali večji prispevek k dokončanju oziroma k obnovi objekta (Kranjc 2006).

2.12 Odgovornost prodajalca/izvajalca

Pogodbene obveznosti prodajalca do kupca vključujejo tudi odgovornost prodajalca za delo oziroma napake podizvajalca. Zaradi narave obligacijskih razmerij pravice in dolžnosti učinkujejo le inter partes oziroma med pogodbenima strankama. Posledično lahko zahtevke, ki nastanejo v podjemni pogodbi, uveljavlja le izvajalec (prodajalec) do podizvajalca in ne kupec do podizvajalca neposredno. Izvajalčeva odgovornost je utemeljena v drugem odstavku 629. člena: »Tudi če posla ne opravi osebno, je podjemnik zanj še naprej odgovoren naročniku.« (Obligacijski zakonik, 2001).

Poleg odgovornosti za ustrezno opravljen posel izvajalec odgovarja tudi za osebe, ki so na tem poslu delale, se pravi za podizvajalca. To je opredeljeno izrecno v 630. členu Obligacijskega zakonika: »Podjemnik odgovarja za osebe, ki so po njegovem naročilu delale pri prevzetem poslu, kot da bi ga bil sam opravil.« (Obligacijski zakonik, 2001). V 49. uzanci Posebnih gradbenih uzanc pa je še izrecno določeno: »Odstop del drugemu ne vpliva na pravna razmerja med naročnikom in izvajalcem in njune medsebojne pravice in obveznosti.« (Posebne gradbene uzance, 2020).

Ko izvajalec sklene podizvajalsko pogodbo, se zaveže, da je prenesel izvedbo posla na tretjo osebo na svoj lastni riziko. Za vse možne kršitve podizvajalca odgovarja objektivno, to pomeni, da na koncu še vedno odgovarja izvajalec, četudi mu uspe dokazati, da je storil vse, kar je v njegovi moči, da prepreči napako podizvajalca. Predvsem to pomeni, da odgovarja v primerih, ko je podizvajalca skrbno izbral, mu dal ustrezna navodila in ga nadzoroval pri izvajanju del (Reflak, Kerin, Pšunder, Pavčič, 2008).

Vseeno se lahko odgovornost izvajalca zaradi napak podizvajalca v nekaterih primerih omeji, v podjemni pogodbi se je podizvajalec zavezal določen posel na določen naēin v doloēnem času izpolniti. Znaēilnost obligacijskih razmerij na splošno je, da so naēeloma stvar dogovora med strankami in je veēina pravil zato dispozitivne narave, torej veljajo, ēe se stranki ne dogovorita drugaēe. To ureja 2. ēlen Obligacijskega zakonika o dispozitivni naravi zakonskih doloēb: »Udeleēenci oziroma udeleēenke (v nadaljnjem besedilu: udeleēenci) lahko uredijo svoje obligacijsko razmerje drugaēe, kot je doloēeno v tem zakoniku, ēe iz posamezne doloēbe tega zakonika ali iz njenega smisla ne izhaja kaj drugega.« (Obligacijski zakonik, 2001).

V primeru podjemne pogodbe to pomeni, da se uporabljajo pravila za odgovornost, kakor so urejena v poglavju o podjemni pogodbi, ēe ni drugaēe dogovorjeno. V Obligacijskem zakoniku imamo prav tako splošno doloēbo, ki ureja stvarne in pravne napake izpolnitve pri dvostranskih pogodbah, najdemo jo v 100. ēlenu. To predstavlja splošno doloēbo za vse dvostranske pogodbe, torej je to splošnejša doloēba, ki v tretjem odstavku doloēa, da se uporablja, ēe ni za doloēeno pogodbo urejeno drugaēe. Peti oddelek poglavja o podjemni pogodbi ureja odgovornost za napake, zato bi bila bolj smiselna uporaba teh, še vedno pa lahko uporabimo doloēbe za prodajno pogodbo, ēe toēno doloēeno vprašanje ni urejeno.

Po drugem odstavku 466. ēlena Obligacijskega zakonika, ki pravi: »Pogodbeno doloēilo o omejitvi ali izkljuēitvi odgovornosti za napake stvari je niēno, ēe je bila napaka prodajalcu znana, pa o njej ni obvestil kupca, kot tudi tedaj, ko mu je prodajalec to doloēilo vsilil, ker je izkoristil svoj prevladujoē poloēaj.« (Obligacijski zakonik, 2001), je doloēilo o izkljuēitvi oziroma omejitvi prodajalēeve odgovornosti za stvarne napake niēno v dveh primerih (Plavšak in Juhart, 2004):

1. Prodajalec je za napako vedel in o njej ni obvestil kupca.
2. Prodajalec je doloēilo vsilil, ker je izkoristil svoj prevladujoēi poloēaj.

Podobno je urejena prodajalēeva odgovornost do kupca za stvarne napake v 493. ēlenu. Odgovornost za napake je pomembna predvsem zaradi moēnosti oškodovane stranke uveljavljati jamēevalne zahteve oziroma zahtevati povraēilo škode. Omejitev in izkljuēitev odgovornosti je na splošno urejena v 242. ēlenu Obligacijskega zakonika, kjer je pomembno doloēilo, da se odgovornost za naklep

ali hudo malomarnost ne more izključiti. V primeru, da gre za razmerje B2C, tj. da je kupec fizična oseba (potrošnik), je pogodbeno razmerje podvrženo dodatnih zahtevam zakona, ki ureja varstvo potrošnikov. Slednji med drugim natančneje ureja odgovornosti prodajalca za skladnost blaga (jamčevalne zahtevke), med katere se uvršča tudi nepravilna namestitvev (montaža) blaga.

2.13 GDPR (General Data Protection Regulation) in varovanje osebnih podatkov

Splošna uredba Evropske unije 2016/679 o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov in o prostem pretoku takih podatkov varuje interese posameznika napram podjetjem v javnem in zasebnem sektorju (Uredba (EU) 2016/679, 2016). Ključni namen te uredbe je prispevati k dokončnemu oblikovanju območja svobode, varnosti in pravice ter ekonomske unije, gospodarskemu in socialnemu napredku, krepitvi in uskladitvi gospodarstev na notranjem trgu EU ter blaginji posameznikov z zagotavljanjem enotnih pravil glede varstva osebnih podatkov.

Posamezniku daje prav tako pravico do izbrisa oziroma pozabe, ko posameznik ne želi več, da bi bili njegovi podatki obdelani in ni upravičenega razloga za ohranitev podatkov. Ta uredba je zasnovana na način, da zavezuje vsa podjetja in zanje ustvarja enake pogoje, ki delujejo na notranjem trgu EU. Uredba uvaja tudi evropskega nadzornika za varstvo podatkov, ki nastopa kot neodvisni organ EU in spremlja uporabo pravil o varstvu podatkov v evropskih institucijah.

Na tej točki je treba definirati, kaj osebni podatek sploh je. Osebni podatek pomeni katerikoli informacijo v zvezi z določenim ali določljivim posameznikom, na katerega se nanašajo osebni podatki, ki so praktično vsi podatki, ki jih pridobimo, hranimo in obdelujemo od posameznika. Treba je vedeti tudi, katere podatke zbiramo, tukaj nam lahko pomaga predvsem to, da jih razdelimo v določene evidence, kot sta evidenca kupcev, evidenca e-pošte itd.

Pri vsakem od teh podatkov je treba utemeljiti namen, s katerim ga hranimo in posledično obdelujemo, saj podatkov ne smemo hraniti brez razloga, ampak moramo imeti ustrezno pravno podlago. Na voljo imamo več podlag za obdelavo podatkov, nekatere izmed njih so:

- če smo od posameznika pridobili privolitev (soglasje);
- če je obdelava potrebna za izvajanje pogodbe, katere pogodbená stranka je posameznik, ali za izvajanje ukrepov na zahtevo takega posameznika pred sklenitvijo pogodbe;
- če nas k temu obvezuje zakon;
- če se s tem zaščitijo življenjski interesi posameznika;
- če gre za opravljanje naloge v javnem interesu ali pri izvajanju javne oblasti;
- če gre za zakonite interese, razen kadar nad takimi interesi prevladajo interesi ali temeljne pravice in svoboščine posameznika, zlasti kadar je posameznik otrok.

Predvsem je treba definirati tudi, kje se taki podatki hranijo, ali je to v fizični obliki, na lokalnih računalnikih, »v oblaku« ipd. Treba je določiti tudi kriterij, na podlagi katerega se bo določil čas hranjenja osebnih podatkov. Moramo vedeti, da hranjenje osebnih podatkov zadeva vse v podjetju. Predvsem je pomembno, da so s pravili seznanjeni kadrovski, marketing in IT-oddelek.

V večini primerov bomo podatke spremljali na podlagi privolitve in tudi način pridobitve mora biti skladen s pravili GDPR. Bistveno je, da je privolitev dana z jasnim pritrdilnim dejanjem. Soglasje stranke mora biti izraženo prostovoljno, specifično, informirano in nedvoumno. Tukaj ne pridejo v poštev molk ali vnaprej označena okenca na formularjih. Za različna dejanja obdelave se prav tako zahteva ločena privolitev.

Pomembno je, da v obrazcu navedemo vse pravice, ki posamezniku v skladu z uredbo pripadajo. Takšne privolitve se morajo hraniti in beležiti v primeru, da bo potrebno kasnejše dokazovanje. Pomembno je torej, da posamezniku zagotovimo seznanitev, pisno ali v e-obliki, in informacije o vseh njegovih pravicah. Seznanitev mora biti posamezniku obvezno podana na preprost in razumljiv način v pregledni obliki, v ta namen se lahko uporabijo tudi določeni grafični elementi.

Treba je preveriti tudi, ali določeno podjetje potrebuje pooblaščno osebo za varstvo osebnih podatkov. Njena naloga je predvsem zagotavljanje skladnosti na področju obdelave podatkov z zakonodajo. Po svoji funkciji gre torej za podvrsto

pooblaščenca za skladnost poslovanja (angl. Compliance Officer). Po izpolnitvi zgoraj opisanih osnovnih pogojev morajo gospodarski subjekti pri različnih poslovnih odnosih paziti na morebitne prenose osebnih podatkov in ustrezno urediti pogodbeno odnose. Npr. če drugo podjetje (obdelovalec) obdeluje osebne podatke v imenu in za račun drugega podjetja (upravljavca), morata skleniti pogodbo o obdelavi, ki bo natančneje urejala pogloblitve vidike varstva osebnih podatkov.

3 Pregled stanja v podjetju Aparati, d. o. o./Raziskava

3.1 Pogodba o poslovnem sodelovanju med podjetjem in dobaviteljem

PREDMET POGODBE

1. člen

Predmet te pogodbe je nakup oz. prodaja izdelkov in storitev iz prodajnega programa **prodajalca**.

2. člen

Sestavna dela te pogodbe sta:

- Priloga I, ki vsebuje način dela podjetja Aparati d.o.o.
- Priloga II, ki vsebuje ovrednotene specifične pogoje nabave
- Priloga III, ki opredeljuje listo izdelkov, ki so predmet poslovanja na dan sklenitve te pogodbe (veljavni cenik)

Pogoji te pogodbe so veljavni za čas trajanja pogodbe in se lahko spremenijo samo s pisnimi aneksi k tej pogodbi.

3. člen

Vsa naročila so pisna, preko telefaksa ali po e-pošti in vsebujejo ime in opis izdelka, mersko enoto, količino, veljavno ceno in zahtevani datum dobave. Pisno naročilo sestavi **kupec** oz. od njega pooblaščenca oseba.

4. člen

Prodajalec potrdi prejem povpraševanja in naročila in podatke na povpraševanju / naročilu: količine in cene naročenih izdelkov ter zahtevani datum in uro dobave pisno, preko telefaksa ali po e-pošti. **Prodajalec** opremi blago z dokumenti, ki jih pred odpremo po elektronski pošti pošlje **kupec**. Prodajalec odpremi blago iz skladišča. Navodila za delo so v Prilogi I, ki je sestavni del pogodbe.

Če določenega blaga iz **kupčevega** naročila **prodajalec** nima na zalogi ali ga ni v stanju pravočasno priskrbeti in dobaviti **kupcu** oziroma **kupčevemu** odjemalcu, mora o tem nemudoma obvestiti **kupca** ter mu hkrati ponuditi enak ali boljši produkt po enaki ceni.

V primeru, da **prodajalec** nima na zalogi blaga, ki se oglašuje v GA katalogu (t.i. rezervirano blago) in je prodajalec potrdil rezervacijo, mu **kupec** za vsak dan zamude, ko blaga ni na zalogi, lahko zaračuna 100,00 € na kos kot pogodbeno kazen.

Prevoz do končnih strank organizira **kupec**, razen če je dogovor pri posameznem poslu drugačen. **Prodajalec** brezplačno organizira prevoz za razstavne eksponate in naročila na prodajna mesta, najkasneje v roku 3 dni od naročila, na zeleno prodajno lokacijo GA trgovine.

Delež oziroma vrednost nedobavljenih izdelkov pri posameznem naročilu ne sme presežati 10% nabavne vrednosti posameznega naročila in posameznega izdelka. V primeru, da delež nedobavljenih dobav presega to vrednost, se prodajalcu zaračuna kazen v višini 30% vrednosti nedobavljenega blaga.

Prodajalec mora obvestiti kupca o ustavitvi dobav pred uveljavitvijo le teh ne glede na razlog vsaj 5 delovnih dni prej.

5. člen

Cene blaga so določene s prodajnim cenikom prodajalca. Cenik mora biti opremljen z datumom in rokom veljavnosti in je sestavni del te pogodbe. Morebitne spremembe cen je prodajalec dolžan sporočiti kupcu vsaj 30 dni pred uveljavitvijo spremembe v obliki novega cenika.

Prodajalec se obvezuje, da bo do vseh kupcev nastopal z enotnim režimom cen ter zagotovil enakopraven položaj vseh kupcev pri prodaji njegovih izdelkov.

6. člen

Kupec plača prodajalcu znesek računa za dobavljeno blago. Znesek računa je prodajna vrednost blaga, zmanjšana za dogovorjeni znesek deleža kupca v prodajni vrednosti blaga in/ali morebitne druge popuste in prištet davek na dodano vrednost. (DDV).

V kolikor se ugotovi, da znesek na računu odstopa od dogovorjenih pogojev, ima kupec pravico za vsako napako prodajalca zaračunati strošek reševanja nastale situacije v znesku 50,00€ na račun z napako.

Valuta ali neto plačilni rok začne veljati z datumom odpreme blaga s pripadajočo ustrezno dokumentacijo. Rok i so določeni v Prilogi II te pogodbe.

7. člen

Prodajalec se obvezuje, da bo kupcu brezplačno dostavljal prospekte in ostali strokovni ali propagandni material na sedež družbe, sodeloval pri tržnih akcijah ter v dogovoru s kupcem skrbel za strokovno izpopolnjevanje prodajnega in nabavnega osebja kupca.

Predstavniki prodajalcev brez vednosti in soglasja kupca ne morejo v maloprodajnih enotah kupca samovoljno nameščati kakršnekoli opreme, obešank, letakov, opozorilnih listkov itd. V primeru kršitve ima kupec pravico zaračunati prodajalcu kazen v višini 500,00 € po maloprodajni enoti, oziroma vsakič skupaj najmanj 5.000,00 €.

8. člen

Prodajalec jamči za kakovost prodanega blaga. Kakovost blaga, ki je predmet te pogodbe je določena z :

- originalno ovojnino,
- standardi,
- specifikacijami, za katere jamči proizvajalec oziroma prodajalec.

Izdelki morajo biti opremljeni v skladu z veljavno zakonodajo (navodila za uporabo, ovojnina, deklaracije, analizni izvidi, certifikati, garancijski listi, atesti).

9. člen

Kupec opravi količinski pregled blaga ob prevzemu pri prodajalcu (če je blago namenjeno, dostavljeno kupčevemu odjemalcu) oziroma ob dostavi (če je blago dostavljeno kupcu v njegovo skladišče, trgovino, prodajno mesto). V primeru, da **kupec** ugotovi odstopanja glede količin, ima pravico reklamirati količino blaga ob prevzemu na običajen način, oziroma takoj ko je to mogoče in o očitnih napakah obvestiti **prodajalca** nemudoma, oz. najkasneje v 8. dneh. Napake, ki jih pri prevzemu ni mogoče opaziti (skrite napake), mora **kupec** javiti **prodajalcu** takoj, ko jih odkrije.

Prodajalcu je znano, da praviloma vse blago, ki ga **kupec** pri njem kupi, odpremi naprej svojim odjemalcem. Zaradi nadaljnje odprave blaga se kvalitativni pregled blaga odložiti, dokler blago, posamezna stvar ne prispe v novi namembni kraj. **Kupec** mora **prodajalca** obvestiti o napakah, brž ko je po normalnem teku stvari lahko zvedel zanje od svojih odjemalcev.

Vse reklamacije, tudi iz naslova garancije, sporoči **kupec prodajalcu** v obliki reklamacijskega zapisnika. **Prodajalec** se zaveže, da bo rešil reklamacije iz medsebojnega poslovanja najkasneje v roku 7 dni od prejema reklamacijskega zapisnika. V primeru, da se **prodajalec** ne odzove v 7 dneh, se smatra, da je reklamacija priznana in potrjena s strani **prodajalca**. V tem primeru nosi **prodajalec** vse odškodninske in druge obveznosti po Obligacijskem zakoniku.

10. člen

Glede medsebojnih razmerij, ki jih ta pogodba ne določa, veljajo določila obligacijskega zakonika (OZ, Uradni list RS, št.83/01), Zakon o trgovini in drugi veljavni predpisi s tem, da pogodbeni stranki upoštevata tudi Incoterms klavzule 2000. Za vprašanja, ki niso urejena s to pogodbo ali veljavnimi aneksi k tej pogodbi se **prodajalec** in **kupec** dogovorita, da bosta morebitne spore iz te pogodbe reševali sporazumno. Če sporazumna rešitev nastalega spora ni mogoča, je za reševanje spora pristojno Okrožno sodišče v Ljubljani

11. člen

Ta pogodba stopi v veljavo z dnem podpisa pooblaščenice osebe kupca in prodajalca in velja dokler je ena od pogodbenih strank pisno ne odpove. V primeru spremembe pogojev se podpisne aneks k pogodbi. Odpovedni rok po tej pogodbi znaša 3 mesece.

Vse v tej pogodbi navedene pogodbenne kazni zapadejo v plačilo tretji dan, šteto od dneva, ko je **kupec** obvestil **prodajalca** o ugotovljeni kršitvi in ga pozval k plačilu pogodbene kazni. V primeru zamude pri plačilu pogodbene kazni je **prodajalec** dolžan plačati tudi zakonite zamudne obresti.

12. člen

Pogodbeni stranki sta se dolžni vzajemno nemudoma pisno obveščati o vseh okoliščinah in dejstvih, ki vplivajo oziroma, ki bi lahko kakorkoli vplivale na obstoj in izvajanje tega razmerja.

Obveščanje poteka pisno in sicer po elektronski pošti ali faksu, pri čemer mora prejemnik prejema takega elektronskega sporočila ali faksa potrditi. Če prejemnik tega ne stori, mora pošiljatelj isto pisanje poslati s priporočeno pošiljko s povratnico. Pošiljatelj pisanja, mora pisanje podpisati ter navesti datum.

Vsaka stranka je dolžna spremembe v zvezi z imenom in naslovom sporočiti drugi stranki. V nasprotnem primeru stranka trpi škodljive posledice opustitve te dolžnosti. Spremembe imena in naslova učinkujejo z dnem, ki je določen v sporočilu. Če datum ni določen, začne sprememba učinkovati peti delovni dan, potem ko je stranka takšno sporočilo prejela.

Ta pogodba je sestavljena v 2 (dveh) izvodih, od katerih prejme vsaka pogodbeni stran po 1 (en) izvod.

Slika 1: Pogodba o poslovnem sodelovanje

Vir: Aparati d.o.o.

Na primeru te pogodbe lahko vidimo, kako so urejena pogodbeni razmerja med podjetjem in dobaviteljem. V tem primeru podjetje oziroma kupec nastopi kot prej omenjeni podizvajalec na nek način. S tem nastane veriga posameznih subjektov, ki jih povezuje skupen predmet ali obligacija rezultata, med seboj pa niso vsi v pogodbenem razmerju. Tukaj imamo prvi člen verige, naslednji bo razmerje med podjetjem, ki bo nastopilo v obliki prodajalca, in fizičnim kupcem kot posameznikom.

3.2 Urejenost varovanja podatkov med kupcem in podjetjem

Splošni pogoji poslovanja Aparati d.o.o. (GA+kuhinje) 01-2023

1. člen

Veljavnost splošnih pogojev

Splošni pogoji poslovanja določajo pogoje nakupa in prodaje izdelkov, ki jo izvaja družba Aparati d.o.o., Grška ulica 13, 1000 Ljubljana ali njeni pooblašteni prodajalci in posredniki (v nadaljevanju tudi: »GA+kuhinje« ali »prodajalec«).

Ti splošni pogoji poslovanja se nanašajo na vse kupce GA+kuhinje, pri čemer se deli splošnih pogojev, ki določajo posebne ugodnosti za kupce potrošnike, uporabljajo zgolj za potrošnike - fizične osebe, kot jim daje status Zakon o varstvu potrošnikov (Uradni list RS, št. 130/22) in se jih v nadaljnjem tekstu poimenuje: kupci-potrošniki (kupec-potrošnik).

Zakon o varstvu potrošnikov kot kupca-potrošnika določa: fizično osebo, ki pridobiva ali uporablja blago, storitve in digitalno vsebino za namene zunaj njegove poklicne ali pridobitne dejavnosti.

Za ostale kupce, ki nimajo lastnosti potrošnikov po Zakonu o varstvu potrošnikov (primeroma: pravne osebe, osebe, ki se ukvarjajo z gospodarsko dejavnostjo, itd.) in pri katerih torej ne gre za kupce-potrošnike, se deli teh splošnih pogojev, ki določajo posebne ugodnosti za kupce-potrošnike, ne uporabljajo in se za urejanje medsebojnih razmerij uporabljajo določbe Obligacijskega zakonika, razen v kolikor bolj specifični zakon ali ti splošni pogoji ne določajo izrecno drugače.

Slika 2: Osebna veljavnost splošnih pogojev poslovanja

Vir: Aparati d.o.o.

14. člen

Varovanje osebnih podatkov

Aparati d.o.o. bo kot upravljavec vse pridobljene osebne podatke obdeloval in varoval v skladu z vsakokrat veljavno evropsko in nacionalno zakonodajo ter v skladu z morebitnimi notranjimi akti, sprejetimi na podlagi relevantne zakonodaje.

Vse podrobne informacije o obdelavi osebnih podatkov si lahko preberete v Politiki varovanja osebnih podatkov www.ga.si/politika-varovanja-os-podatkov

Slika 3: Člen o varovanju osebnih podatkov

Vir: Aparati d.o.o.

Kako zbiramo osebne podatke

Osebne podatke zbiramo na naslednje načine:

1. Prijava na e-novice - s prijavo na e-novice uporabnik prejema novosti in trende informativne narave, aktualno ponudbo, reklamna in promocijska gradiva in vse ostale novice, ki jih Aparati, d.o.o. kot upravljavec želi deliti z vami;
2. Naročilo (preko spleta ali telefona) – osebni podatki, ki so nujni za obdelavo in zaključevanje naročila;
3. Nakup v salonu – osebni podatki, ki so nujni za obdelavo in zaključevanje prodajne pogodbe;
4. Nagradna igra – osebne podatke lahko zbiramo tudi preko nagradnih iger, ki lahko vsebujejo dodatne pogoje, zato vas prosimo, da skrbno preverite le te.
5. Soglasje za neposredno, osebno komunikacijo – fizično v trgovini ob pogovori prejmete soglasje, s podpisom katerega lahko podatke izrecno privolitev za prejemanje informacij o naši ponudbi in reklamne vsebine preko različnih trženskih kanalov.
6. Soglasje za neposredno, osebno komunikacijo – v digitalni obliki ob spletnem naročilu lahko odključate soglasje, s katerim podatke izrecno privolitev za prejemanje informacij o naši ponudbi in reklamnih vsebin preko različnih trženskih kanalov.

Uporaba osebnih podatkov (namen obdelave)*Pogodbena obdelava - Procesiranje vašega naročila*

Če ste naročili blago ali storitve podjetja Aparati, d.o.o., bodo vaše osebne podatki uporabljeni za namenom izpolnitve pogodbe o prodaji. Vaše osebne podatke bomo namreč uporabili za namenom pošiljanja in dostave naročenih izdelkov in za namenom vzpostavitve kontakta z vami preko elektronske pošte, telefona in drugih komunikacijskih sredstev v zvezi z statusom naročila. Vaši osebni podatki bodo posredovani tudi dostavni službi in skladišču, kar je nujno za nemoteno dostavo na vaš dom. V tem primeru obdelujemo osebne podatke, ki so navedeni v pogodbi o nakupu, ki ste jo sklenili z nami.

Zagotavljanje kakovostne storitve

V primeru, da imate kakršnokoli težavo ali dodatna vprašanja v zvezi z naročilom, prodajno pogodbo, dodatnimi storitvami, zahtevkom za reklamacijo ali čemerkoli kar se navezuje na izvedbo pogodbe ali naročila, nas lahko kontaktirate preko elektronske pošte, telefona, spletnega klepeta (družbena omrežja ali naša spletna stran) ali kateregakoli drugega komunikacijskega orodja. V tem primeru bomo vaše osebne podatke v zvezi z zadnjim naročilom ali na podlagi vaše zgodovine naročil obdelali za namenom učinkovitega reševanja vaše zahteve in za namenom zagotovitve ustrezne obravnave. Podatki bodo obdelani za namenom in na način, ki je potreben za realizacijo pogodbe s podjetjem Aparati, d.o.o., ali pa je obdelava nujno potrebna glede na zakonsko obveznost.

Neposredna, osebna komunikacija z vami

Če ste se preko naših spletnih strani prijavili na e-novice, ste s tem jasno izrazili željo po prejemanju informacij o aktualni ponudbi, promocijskem gradivu, aktualnih trendov, akcijah in vseh drugih vsebin, za katere podjetje Aparati, d.o.o. menijo, da bi lahko bili aktualni za neposredno trženje njihovih izdelkov. S tem ste se strinjali z našo politiko varnosti in zasebnosti, zato vam bomo na podlagi vaše privolitve oziroma soglasja, pošiljali neposredno, osebno komunikacijo preko elektronske pošte.

- Podjetje Aparati d.o.o. upošteva načela 226. člena ZEKom-2 in po 21. členu Splošne uredbe zagotavlja, da ima posameznik, kadar se osebni podatki obdelujejo za namene neposrednega trženja in na podlagi zakonitih interesov upravljalca pravico, da kadarkoli ugovarja obdelavi osebnih podatkov v zvezi z njim za namene trženja.

- Če ste na spletu ali v naših salonih (maloprodajne enote) podali privolitve oziroma soglasje za neposredno osebno komunikacijo, vas lahko kontaktiramo preko naslednjih komunikacijskih kanalov: mobilni telefon, stacionarni telefon, SMS/MMS sporočila, elektronska pošta, navadna pošta, druge tiskovine.

- Pri nakupu izdelkov ali storitev na spletu ali v fizičnih maloprodajnih enotah nam lahko posredujete vaš elektronski naslov, ki ga lahko uporabimo za neposredno trženje svojih podobnih izdelkov ali storitev. Kupcu je seveda že ob prvi elektronski pošti ponujena jasna in izrecna možnost, da se od tovrstnega prejemanja odjavi.

- Na temeljih zakonitega interesa vam lahko pošiljamo tiskovine in tiskane kataloge ter kontaktiramo osebe na podlagi podatkov iz splošnega imenika.

- Da bi vam omogočili čim boljše nakupovalno izkušnjo, vam lahko na podlagi zakonitega interesa posredujemo tudi ponudbe blaga in storitev, ki so personalizirane in prilagojene vašim potrebam in željam. Ta način personaliziranja ponudbe se oblikuje na temeljih vaših dejanj na spletni strani in preteklih nakupov.

- Osebni podatki so lahko uporabljeni tudi za ciljno, neposredno trženje in prikaz oglasov.

- Ciljno trženjsko komuniciranje in personalizirano ciljanje, ki jih omogočajo tehnologije, kot so recimo piškotki, ki omogočajo oblikovanje vsebine in oglasov, prilagojene uporabniku, omogočajo funkcije socialnih omrežij, ki omogočajo sledenje in analiziranje prometa iz socialnih omrežij na spletno stran, pošiljanju podatkov o uporabi spletne strani zaupanja vrednim socialnim omrežjem in analitičnim ter oglaševalskim partnerjem.

Analitika v zvezi z uporabniki

Vse raziskave in analitika se nanaša na obdelovanje anonimiziranih podatkov, kjer je ta opcija možna. Aparati, d.o.o. bodo te podatke uporabljali za raziskave, analize in statistične namene po 72. členu ZVDP-2, ki so nujne potrebne za naš zakoniti interes, razumevanje potreb, želj in preferenc kupcev oziroma uporabnikov, izboljšanje uporabniške izkušnje, zagotavljanje personaliziranih informacij, statistične in raziskovalne namene, analizo uspešnosti prodaje ter posameznega blaga ali storitev, izboljšanju storitev in tehnoloških procesov, za neposredno, osebno komunikacijo uporabniku prilagojenih vsebin in prikazovanje oglasov na spletu. Utm link oz. povezavo si stran zaporni do 90dni.

SOCIALNA IN DRUGA SPLETNA OMREŽJA

Aparati d.o.o. na svojih spletnih straneh ponujajo možnost uporabe vtičnikov različnih socialnih omrežij. V kolikor uporabljate določena socialna omrežja, lahko na podlagi pravilnikov zasebnosti teh socialnih omrežij, le ta pridobijo informacije o uporabi spletnih mest Aparati d.o.o.. Če ne želite deliti teh informacij, se prosimo odjavite iz teh družbenih medijev.

Slika 4: Način zbiranja in uporabe osebnih podatkov

Vir: Aparati d.o.o.

Posredovanje osebnih podatkov*Pogodbeni obdelovalci*

Varovanje in nadzor nad osebnimi podatki je urejeno z najvišjimi standardi varovanja osebnih podatkov. Cenimo in spoštujemo vašo zasebnost in posredno zaupanje, ki ste ga izkazali s posredovanjem vaših osebnih podatkov. Osebni podatki se lahko posredujejo le tretjim osebam, ki so naši pogodbeni obdelovalci za logistične potrebe oziroma dostavo vaših izdelkov (lastni logistični center, dostavna služba), za plačilo (banke), za neposredno trženje (izdelovalci katalogov, logistična služba), za izvajanje trženjskih storitev (SMS/MMS, elektronska sporočila, digitalno oglaševanje),idr. Z vsemi pogodbenimi obdelovalci imamo sklenjeno pisno pogodbo ali drugi ustrezen akt o ustreznem varovanju, hranjenju ter uporabi omenjenih osebnih podatkov.

Slika 5: Posredovanje osebnih podatkov

Vir: Aparati d.o.o.

Predvsem pomemben za vzpostavitev e-okolja, ki vključuje vse deležnike, je zadnji odstavek »Posredovanje osebnih podatkov«, ki ureja, komu vse in čemu se posredujejo osebni podatki kupca. V tem delu bi bilo treba ob vzpostavitvi e-okolja dodati del, ki pove, kako in kateri podatki kupca se bodo uporabljali v tem sistemu. Pomembno je tudi, da se navede razlog uporabe in obdelave posameznih podatkov. V tem primeru bi bilo treba dodati aneks k pisnim pogodbam, ki so sklenjene s pogodbenimi obdelovalci, v katerem bi bila urejena obdelava omenjenih podatkov.

5 Diskusija

Najprej smo preučili dosedanja literaturo na področju digitalne transformacije podjetja. Osredotočili smo se na prednosti, ki jih digitalizacija lahko prinese, in kako je to prišlo do izraza v času pandemije covid-19. V tem času smo bili priča eksponentnemu razvoju in digitalizaciji podjetij po celem svetu, saj so bila podjetja zaradi razmer v to primorana. Posledično je ta potreba po razvoju prinesla mnogo novih tehnologij in načinov za uvajanje le-teh. Šele ko se je pojavila resnična potreba po vseh teh spremembah, so se pokazali pozitivni vidiki transformacij in kaj vse je z njimi mogoče doseči.

Glede na okoljske spremembe, ki smo jim priča, se je pokazala možnost pozitivnega vpliva na naš planet in uničevanje narave, ki se dogaja vsakodnevno. S pomočjo digitalnega poslovanja lahko podjetje doseže brezpapirno poslovanje in tako prispeva zelo veliko za ohranitev gozdov. Prav tako lahko zmanjša ogljični odtis svojih zaposlenih z možnostmi dela od doma. To so le nekateri pozitivni vplivi digitalizacije, na katere smo se osredotočili pri preučevanju literature.

Digitalna transformacija pa ne vpliva zgolj na zunanji svet izven podjetja, ampak lahko pripomore k boljšemu poslovanju in sodelovanju tudi v notranji sferi podjetja. Omogoča različne načine nadgradnje in razširitve možnosti sodelovanja delavcev pri upravljanju ter različne mehanizme za sodelovanje delavcev iz različnih oddelkov med seboj, kar prispeva k boljši povezanosti v podjetju. Ugotovili smo, da se s takimi projekti resnično da narediti pozitivno spremembo v svetu in da jih je treba množično spodbujati in širiti zavest o vseh možnostih, ki jih prinesejo.

V nadaljevanju smo se osredotočili na predmet celotne transformacije in to so pogodbeni razmerja, ki bodo v prihodnosti urejena digitalno. Če jih želimo spremeniti oziroma digitalizirati, je najprej treba razumeti osnovno obliko razmerij,

ki nastanejo pri poslovanju, in kako so pravno urejena. Spoznali smo, da imamo v našem primeru tri glavne subjekte pri poslovanju in da je za vsakega od njih potrebna pravna podlaga v novem e-okolju, ki bo nastalo. Najpomembnejši vidik za ta projekt so razmerja med podjetjem in njegovimi podizvajalci, ki so urejena najpogosteje z dispozitivnimi pravnimi normami in so predmet dogovora.

Z vzpostavitvijo e-okolja, v katero bodo vključeni podizvajalci, bodo slednji nosilci več pravic in predvsem obveznosti zaradi varstva osebnih podatkov kupca. V sedanjosti, ko je velik poudarek na zasebnosti posameznika in na tem, kako je le-ta pomembna, ne moremo mimo teh področij tudi pri poslovanju posameznega podjetja. Čeprav v odnosu med podjetjem in podizvajalcem kupec ne nastopa, mora podjetje vseeno posredovati njegove osebne podatke, da bo podizvajalec dokončal delo in da bo s tem podjetje izpolnilo svojo oblikacijo, s katero je zavezano do kupca.

Pri taki vzpostavitvi e-okolja bi bilo mogoče urediti vprašanje varstva osebnih podatkov kupca tako, da bi se k pogodbi med podizvajalcem in podjetjem dodal aneks, v katerem bi bilo natančno urejeno, kateri podatki bodo posredovani podizvajalcu skozi ta sistem, kako bo nato podizvajalec poskrbel za njihovo varstvo in na kakšen način se bodo shranjevali.

V razmerju med podjetjem in kupcem je nujno, da podjetje kupca obvesti, da bodo njegovi podatki posredovani skozi e-okolje oziroma sistem, komu bodo posredovani in na kakšen način. Podjetje bo moralo tako v svoje splošne pogoje poslovanja pri poglavju o varstvu osebnih podatkov kupca dodati člen o e-okolju in kupca o tem obvestiti ob nakupu, da bo lahko sam izrazil, ali se s tem strinja ali ne. Pri spletnih nakupih bo to verjetno najlažje, saj se bo lahko na primer dodal zgolj en okvir, ki ga bo kupec odključal in s tem izrazil svoje strinjanje z obdelavo njegovih podatkov na ta način.

6 Zaključek

Nujno je, da čim bolj izkoristimo vso tehnologijo, ki jo imamo danes na voljo. Veliko podjetij, ki poslujejo že mnogo let, se srečuje s problemom digitalne transformacije in modernizacije, saj so vajeni ustaljenih in tradicionalnih načinov dela. Zato se je treba takih projektov lotevati celostno in zaobjeti vse vidike skupaj, drugače lahko hitro pride do problemov in se celoten namen digitalizacije, ki je predvsem

izboljšanje procesa in povečanje produktivnosti dela, izgubi. Najprej je treba raziskati vidike in področja, na katera bo sprememba vplivala, da se lahko pripravimo vnaprej.

Zelo pomemben je poudarek na pravni podlagi, na kateri bo to e-okolje nastalo, saj brez tega celoten projekt izgubi svoj smisel. Tudi če uspe in se vzpostavi celotno e-okolje, brez potrebne predhodne pravne podlage in ureditve ne bo mogel delovati. Pri tipu e-okolja, ki se vzpostavlja za podjetje Aparati, d. o. o., je zelo pomembno, da se ne pozabi na pravice kupca. V zdajšnjem času je pomembno, da je poslovanje podjetja usklajeno z nacionalnim pravnim redom, katerega del predstavlja tudi pravo EU. Varstvo kupca in njegovih pravic je eden izmed najbolj pravno reguliranih področij z direktivami in uredbami EU, zato mora biti podjetje resnično pazljivo pri skladnosti poslovanja s temi pravnimi akti.

Zahvala

Poglavje je nastalo kot del projekta "Vzpostavitev podpornega e-okolja deležnikov za celovito ureditev delovnega in bivalnega okolja v času Covid-19" z nazivom javnega razpisa "Projektno delo za pridobitev praktičnih izkušenj in znanj študentov v delovnem okolju 2022/2023", ki ga financirata Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in inovacije Republike Slovenije in Evropski socialni sklad Evropske unije (naložbo sofinancirata Republika Slovenija in Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada).

Literatura

- Allianz (2023), The Mayor Risks Globally. Pridobljeno 19. 6. 2023 na: <https://www.agcs.allianz.com/news-and-insights/reports/allianz-risk-barometer.html>
- Amankwah-Amoah, J., Khan, Z., Wood, G. in Knight, G. (2021). COVID-19 and digitalization: The great acceleration. *Journal of Business Research*, 136, 602-611. Pridobljeno 21. 2. 2023 na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296321005725>.
- Bai, C., Quayson, M. in Sarkis, J. (2021). COVID-19 pandemic digitization lessons for sustainable development of micro-and small- enterprises. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 1989–2001. Pridobljeno 21. 2. 2023 na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352550921001482>
- Battisti, E., Alfiero, S. in Leonidou, E. (2022). Remote working and digital transformation during the COVID-19 pandemic: Economic–financial impacts and psychological drivers for employees. *Journal of Business Research*, 150, 38-50. Pridobljeno 23. 2. 2023 na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296322005434>
- Dobnik, C. (2009). Pogodbe v gradbeništvu. Ljubljana: Verlag Daschöfer založba
- EIOPA, Smernice o oddajanju v zunanje izvajanje ponudnikom storitev v oblaku (2023), Pridobljeno 19. 6. 2023 na: https://www.eiopa.europa.eu/publications/guidelines-outsourcing-cloud-service-providers_en
- KloECKner, M., Schmidt, G. C., Waner, M. S. in Swink, M. (2023). Firms' responses to the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Research*, 158, 113664. Pridobljeno 22. 2. 2023 na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S014829632300022X>
- Kranjc, V. (2006). Gospodarsko pogodbeno pravo. Maribor: GV založba

- Maipas, S., Panayiotides, G. I. in Kavantzias, N. (2021). Remote-Working Carbon-Saving Footprint: Could COVID-19 Pandemic Establish a New Working Model with Positive Environmental Health Implications? *Environmental Health Insights*, 15, 1–2. Pridobljeno: 22. 2. 2023 na: https://www.researchgate.net/publication/351174492_Remote-Working_Carbon-Saving_Footprint_Could_COVID-19_Pandemic_Establish_a_New_Working_Model_with_Positive_Environmental_Health_Implications
- Mayer, B. in Boston, M. (2022). Residential built environment and working from home: A New Zealand perspective during COVID-19. *Cities*, 129, 103844. Pridobljeno: 21. 2. 2023 na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264275122002839>
- Mazur-Wierzbicka, E. (2021). E-communication and CSR – a new look at organizations' relations with stakeholders in the time of digitalization. *Procedia Computer Science*, 192, 4619–4628. Pridobljeno 21. 2. 2023 na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050921019797>
- Možina, D. (2012). Pravice kupca na podlagi stvarne napake pri prodajni pogodbi. Pridobljeno 11. 4. 2023: <https://www.pf.uni-lj.si/media/pravice.kupca.na.podlagi.stvarne.napake.pri.prodajni.pogodbi.pravni.letopis.2012.pdf>
- Obligacijski zakonik. (2001). Uradni list RS, (97/07)
- Onwuka, E. (2020). Sustainable innovation in For-Profit organizations: the role of stakeholders involvement. Doktorska naloga. Pridobljeno 22. 2. 2023 na: https://www.researchgate.net/publication/355394765_Sustainable_Innovation_in_For-Profit_Organisations_The_Role_of_Stakeholder_Involvement
- Opland, E. L., Pappas, O. I., Engesmo, J. in Jaccheri L. (2022). Employee-driven digital innovation: A systematic review and a research agenda. *Journal of Business Research*, 143, 255-271. Pridobljeno 21. 2. 2023 na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296322000509>
- Plavšak, N. in Juhart, M. (2004). Obligacijski zakonik s komentarjem. Ljubljana: GV založba
- Posebne gradbene uzanice. (1. 12. 2020). Pridobljeno 11. 4. 2023 na: <https://www.ozs.si/sekcija-gradbincev/posebne-gradbene-uzance-2020>
- Posebne gradbene uzanice 2020. (2020). Ljubljana: Zbornica gradbeništva in industrije gradbenega materiala, Gospodarska zbornica Slovenije: Združenje za inženiring, Gospodarska zbornica Slovenije: Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije
- Reflak, J., Kerin, A., Pšunder, I. in Pavčič, M. (2008). Od projekta do objekta: strokovni priročnik za pripravo, vodenje in organizacijo gradnje. Maribor: Verlag Daschöfer založba.
- Shouraki, K. M. (2022). Sustainable business model in the age of digital transformation. The 13th conference of modern tricks of management, accounting, economics, and banking with the approach of business growth. Pridobljeno 21. 2. 2023 na: https://www.researchgate.net/publication/366436437_Sustainable_Business_Model_in_the_age_of_Digital_Transformation
- Splošni pogoji poslovanja Aparati d.o.o. (GA+ kuhinje). (26. 1. 2023.). Pridobljeno 23. 5. 2023 na: <https://ga.si/splosni-pogoji-poslovanja>
- Zada, M. A., Persson, S. J. in Nielsen, A. P. (2022). Setting goals in a digital transformation of environmental assessment: A case study. Pridobljeno 21. 2. 2023 na: https://www.researchgate.net/publication/365732433_Setting_Goals_in_a_Digital_Transformation_of_Environmental_Assessment_A_Case_Study
- Uredba (EU) 2016/679 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 27. aprila 2016 o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov in o prostem pretoku takih podatkov ter o razveljavitvi Direktive 95/46/ES (Splošna uredba o varstvu podatkov). (4. 5. 2016) Uradni list Evropske unije, (L 119/1)
- Varis, I., Kravchuk, O. in Burda, A. (2022). Digital tools for distance learning in the system of corporate training and personnel development. *Social and labour relations: theory and practice*,

12(1), 14–25. Pridobljeno 22. 2. 2023 na:

<https://www.businessperspectives.org/index.php/journals/social-and-labour-relations-theory-and-practice/issue-419/digital-tools-for-distance-learning-in-the-system-of-corporate-training-and-personnel-development>