

**SEMINARSKI RAD**  
**IZ PREDMETA**  
**INFORMATIČKA EKONOMIJA**

**TRENDOVI U DIGITALNOJ EKONOMIJI**

**Student: Marija Dragaš**

**Broj indeksa: 2/15**

**Podgorica, 11.05.2016.**

# Trendovi u digitalnoj ekonomiji

Digitalna ekonomija je pojam koji iz korijena mijenja obrasce ponašanja pojedinaca i kompanija, kao i sistem u cjelini. Utiče na sve aspekte ekonomije, razvijajući nove načine poslovanja zasnovane na konstantnom inoviranju i kreativnosti. Savremeni način poslovanja u kome se naročito koriste informaciono-komunikacione tehnologije (ICT), a posebno internet kao svjetska (globalna) računarska mreža. Jedna od važnih karakteristika je da ovakvo poslovanje doprinosi tome da poslovanje bude efektivan i efikasan način organizacije poslovanja u mrežnom okruženju, zasnovanom na primjeni ICT. Informatička ekonomija je izazov i mogućnost za sve. Kako bi ispoštovala trendove informatičke ekonomije potrebno je da kompanija velikim zalaganjima savlada izazove u vidu smanjenja troškova, sve veće konkurencije dođe do inovacija i novih poslovnih aktivnosti koje omogućavaju prilike za napredovanje.

Osam trendova digitalne ekonomije koji daju smjernice poslovanju, stvaraju nova bogatstva i određuju budućnost<sup>1</sup> :

1. Digitalna ekonomija postaje centralno zanimanje
2. Umrežena radna snaga preuzima posao
3. Pojava otvorene korporacijske knjige
4. Proizvodi postaju potrošačka roba
5. Kupac postaje podatak
6. Nastanak iskustvenih zajednica/društvene mreže mijenjaju svijet
7. Učenje u stvarnom vremenu, cijelo vrijeme
8. Dominacija smart uređaja i wireless tehnologije

## 1. Digitalna ekonomija postaje centralno zanimanje

Novi način prodaje i kupovine stvara novu vrstu online potrošača koji zahtijevaju brzu isporuku, jednostavniju transakciju i precizne informacije. Internet raste brže od bilo kojeg medija u istoriju. Činjenice o stepenu rasta ostalih medija u odnosu na internet pokazuju superiornost interneta nad ostalim izvorima informacija. Stekao je 50 miliona korisnika za samo 4 godine. Postoje 4 elementa koja forsiraju cyberekonomiju:

1. Tržište – korisnici weba su muškarci ispod 30 godina, tinejdžerke i žene starije od 50 godina
2. Pravovremenost – doveo je do promjene tehnologije i prelazak na internet tehnologiju
3. Ponašanje – uvođenje interneta i e – poslovanja u preduzeću drastično je promijenilo potrošnju firme. Radnici su obučeni da sami za svoje potrebe online kupuju robu
4. Vrijednost - smanjuju se troškovi skladištenja i distribucije robe

---

<sup>1</sup> Vujica Lazović – Informatička ekonomija, Izazovi i šanse (materijal sa predavanja)

## **2. Umrežena radna snaga preuzima posao**

Kompanije koje kontinuirano prate nove trendove i ulažu u sopstveni razvoj intelektualnog kapitala ostvaruju konkurentsku prednost u odnosu na one kompanije koje se drže tradicionalnih metoda poslovanja. Pokretači i motor digitalnog društva su upravo novi lideri. Oni koji misle, rade, komuniciraju i uče na sasvim drugačiji način od svojih prethodnika. Oni su sposobni da prihvate nove načine učenja putem umrežavanja i nove načine motivisanja ljudi.

## **3. Pojava otvorene korporacijske knjige**

U mreži kupci usmjeravaju poslovanje i ponašanje preduzeća. Što više preduzeća razumije vaš posao, imate veću mogućnost da upravljate tržištem. Tako se podstiču sva druga preduzeća da razviju svoje proizvode na vašim standardima. Moć je u širenju znanja, a ne u sakupljanju znanja.

## **4. Proizvodi postaju potrošna roba**

Koristeći online prodaju, omogućavate svojim korisnicima da kupuju od vas kad god žele, čak i van radnog vremena vaših tradicionalnih prodajnih objekata. Kupcima je omogućeno, recimo, da prate lager i proveravaju da li imate ono što je njima potrebno, to podiže osjećaj zadovoljstva i oni postaju lojalni kupci, što svakako pozitivno utiče na vaše poslovanje i tržišno učešće. Online prodaja direktno utiče na smanjenje vremena obrade zahtjeva i usluživanja korisnika, što dalje omogućava zaposlenima da se fokusiraju na razvoj poslovanja i povećanje sopstvene produktivnosti.

## **5. Kupac postaje podatak**

Samo kompanije koje mogu da čuju svoje kupce, njihove potrebe i sve eventualne zamjerke, mogu da napreduju i rastu. Interakcija sa kupcima podrazumjeva da im omogućite pristup vašem poslovanju onim putem za koji procijenite da oni najviše i najradije koriste (mobilni uređaji, desktop računari, tradicionalni telefoni, društvene mreže). Svaka posjeta web stranice ostavlja trag – sijenka kupcu, uzimaju se podaci na osnovu kojih se kasnije mogu predvidjeti ponašanja kupaca. Kreirani su sistemi koji čuvaju sve informacije o postojećim i potencijalnim korisnicima, da bi se lako pratila kompletna interakcija sa njima, kreiraju i prate sve marketinške i prodajne aktivnosti, kreiraju izveštaje i sve ostalo što će im pomoći da ostvare što bolji odnos sa korisnicima.

## **6. Nastanak iskustvenih zajednica/društvene mreže mijenjaju svijet**

Činjenica je da su društvene mreže promijenile način na koji živimo i komuniciramo. Svjedoci smo snage društvenih medija i njihovog uticaja na društvo. S aspekta pozitivnih strana omogućava lakšu komunikaciju i pristup svjetskim dešavanjima, ali u isto vrijeme ga pretvara u neku vrstu roba na taj način što postaje zavistan od prisustva na istim.

## **7. Učenje u stvarnom vremenu, cijelo vrijeme**

Da digitalna ekonomija i digitalni način života uzima sve više maha najviše potvrđuje činjenica da se i sam proces obrazovanja, kao jedan od najvažnijih procesa u životu svakog pojedinca i nešto čemu teži savremeno društvo, prebacuje u kompjutere, tablete, telefone i sl. Poslovanje bez mobilnih uređaja danas je nezamislivo. Čak i djeca koriste pametne telefone i tablet-uređaje, a svakodnevna komunikacija postala je nezamisliva bez njih. Omogućiti korisnicima da posluju putem mobilnih telefona ili tablet-uređaja svakako dodatno utiče na jačanje konkurentnosti na tržištu. Da bi ovo bilo moguće, neophodno je sajt kompanije prilagoditi mobilnim uređajima.

## **8. Dominacija smart uređaja i wireless tehnologije**

Glavni i odgovorni urednik BBC Online Newsa Stiv Herman je istakao da se fokus korisnika pomjera sa desktop na mobilne uređaje koje koriste za pristup internetu i da je to izazov na koji se mora odgovoriti. Kao glavni razlog može se navesti mogućnost brze podjele informacija korišćenjem wireless tehnologije i društvenih mreža.

## **Zaključak**

Nevjerovatno brz tempo inovacija u domenu informaciono–komunikacionih tehnologija doveo je do nastanka novih trendova digitalne ekonomije, u kojoj informacija postaje ključni resurs savremenog društva.<sup>2</sup> Najvažnija strukturna posledica uticaja informaciono–komunikacionih tehnologija jeste mreža, odnosno umreženo društvo. Tehnologija umrežavanja informacija doživjela je skok razvojem međunarodne infrastrukture javnih računarskih mreža. Pomenuta infrastruktura, koja predstavlja tehnološki skelet umrežene digitalne ekonomije, omogućila je proširenje efektivnog dometa tržišta i pristup novim tržištima i potrošačima. Digitalna umrežena ekonomija ima za posledicu i novu organizacijsku logiku. Promjene u organizaciji imale su za cilj smanjenje nesigurnosti koju je nametnuo brzi tempo promena. Ipak, izvjesno je da će prognozirani razvoj tehnologije dovesti do još jedne istorijske transformacije strukturnih temelja društva i da isključivo oslanjanje na organizacione promjene neće biti dovoljno, što pred menadžment budućnosti postavlja nove izazove. Informaciono-komunikacione tehnologije (ICT) smatraju se jednim od ključnih faktora, ili glavnih pokretačkih snaga promjena u savremenom globalnom svijetu. Omogućavajući nesmetani informacioni tok na svim nivoima, veliku transparentnost podataka, informacija, znanja i značajnu dostupnost svih djelova tržišta, kako velikim tako i onim srednjim i malim učesnicima.

---

<sup>2</sup> V. Milićević, 2002. "Internet ekonomija" Fakultet organizacionih nauka, Beograd, (110 str) -knjiga

## **Literatura:**

1. Informatička ekonomija, Izazovi i šanse (materijal sa predavanja)
2. Radovanović, P. (2007). Informaciono-komunikacione tehnologije i globalizacija. Savremene tehnologije i privredni razvoj. Leskovac: Tehnološki fakultet.
3. V. Milićević, 2002. "Internet ekonomija" Fakultet organizacionih nauka, Beograd
4. Krstić I. - „Standardizacija komunikacije između poslovnih sistema u uslovima elektronskog poslovanja” , 2012.
5. Manuel Castells, 2000. "Uspon umreženog društva", Zagreb (Knjiga)