Uloga digitalnog poslovanja u ekonomiji

Živković, Luka

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:114579

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

LUKA ŽIVKOVIĆ

ULOGA DIGITALNOG POSLOVANJA U EKONOMIJI

Završni rad

Pula, 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

LUKA ŽIVKOVIĆ

ULOGA DIGITALNOG POSLOVANJA U EKONOMIJI

Završni rad

JMBAG:0303015115, redovni student
Studijski smjer: Poslovna informatika
Kolegij: Uvod u ekonomiju
Mentor: doc. dr. sc. Dean Sinković

Pula, rujan 2019.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____, kandidat za prvostupnika ekonomije/poslovne ekonomije, smjera _____ ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

_____

U Puli, _____, _____ godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom

_____

koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

_____

SADRŽAJ

1. UVOD 1
2. TEHNOLOGIJA U SUVREMENOM POSLOVANJU 3
2.1. POIMANJE I EVOLUCIJA TEHNOLOGIJE 3
2.2. SUVREMENI TRENDOVI U POSLOVANJU 5
2.3. ZNAČAJ DIGITALNE TEHNOLOGIJE SUVREMENOM POSLOVANJU 7
3. DIGITALNO POSLOVANJE 10
3.1. DEFINICIJA DIGITALNOG POSLOVANJA 10
3.2. PREDNOSTI I NEDOSTATCI DIGITALNOG POSLOVANJA 13
3.3. OBLICI DIGITALNOG POSLOVANJA 14
3.4. MODELI ELEKTRONIČKOG POSLOVANJA 16
3.4.1. POSLOVANJE U POKRETU 17
3.4.2. POSLOVANJE U OBLAKU 18
3.4.3. POSLOVANJE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA 19
4. PRIMJERI DIGITALNOG POSLOVANJA 20
4.1. FACEBOOK 20
4.2. AMAZON 22
4.3. BOOKING.COM 25
4.4. PRIMJERI DIGITALNIH PODUZEĆA U HRVATSKOJ 27
5. ZAKLJUČAK 30
LITERATURA 32
POPIS SLIKA 35
SAŽETAK 36
SUMMARY 37

1. UVOD

Ovaj rad istražuje ulogu digitalnog poslovanja u ekonomiji. Proteklih nekoliko dekada obilježeno je intenzivnim razvojem tehnologije. Rezultat takvog razvoja jesu dinamične inovacije i promjene, koje obilježavaju suvremeno doba, odnosno međunarodnu ekonomiju i globalno društvo.

Značaj digitalnog poslovanja u suvremenoj ekonomiji očituje se u mnogočemu. Ono donosi niz pozitivnih učinaka, a često se generaliziraju kroz ubrzanje poslovnih procesa, reduciranje pogrešaka u poslovanju i maksimiziranje kvalitete poslovanja, kao i zadovoljstva dionika, ponajprije poduzeća i kupaca, potrošača.

Digitalno poslovanje, kao i razvoj digitalnih poduzeća u najvećoj mjeri obilježili su razvijene zemlje svijeta, dok se na primjeru tranzicijskih i slabije razvijenih zemalja još uvijek govori o začetku ili tijeku digitalne transformacije. Ovaj termin ukazuje na dinamičan i razmjerno ubrzan tijek prelaska s tradicionalnih poslovnih modela i oblika poslovanja, na ona suvremena i digitalizirana. Produkt ovoga procesa jest digitalno ili elektroničko poslovanje.

Cilj ovoga rada je istražiti značenje, obilježja, te ulogu i funkcije tehnologije u poslovanju. Pri tome se ističu brojni specifični ciljevi koji se odnose na pojmovno određenje digitalnog poslovanja i ekonomije, oblike ove vrste poslovanja te ostala pitanja. Svrha rada je potvrditi koristi koje digitalno poslovanje donosi u suvremeno doba, kao i argumentirati njegovu presudnu ulogu u današnjici.

Strukturno se rad sastoji od pet poglavlja. Nakon uvoda slijedi poglavlje koje pobliže analizira značenje, tijek razvoja i ulogu tehnologije u poslovanju. Poseban naglasak pri tome je postavljen na njezinu ulogu u suvremenoj ekonomiji. Sljedeće poglavlje posvećeno je analizi oblika ili vrsti digitalnog poslovanja, kao i značenju pojma digitalne transformacije i digitalnih poduzeća. U predzaključnom poglavlju obrađuju se odabrani primjeri digitalnog poslovanja, koji služe argumentiranju koristi i pozitivnih učinaka digitalne transformacije i digitaliziranja suvremene ekonomije.

Za potrebe istraživanja korištene su metoda analize i sinteze, induktivna metoda, metoda komparacije i metoda apstrakcije. Istraživanju problematike poslužile su i metoda dokazivanja te metoda studije slučaja, a konačni rad oblikovan je metodom deskripcije.

2. TEHNOLOGIJA U SUVREMENOM POSLOVANJU

Suvremeno poslovanje termin je koji se s vremenom, a tijekom proteklih tri dekade, započeo koristiti u ekonomskoj misli i struci, kao pojam koji indicira brojne promjene u današnjem poslovanju, u odnosu na ono tradicionalno. Upravo su one najvećim dijelom rezultat dinamičnog tehnološkog razvoja i njegove intenzivne podrške svakodnevnim poslovnim procesima.

2.1. POIMANJE I EVOLUCIJA TEHNOLOGIJE

Tehnologija je opće poznat i često korišten pojam, kako u znanosti, tako i u praksi. Dok je nekada predstavljao inovaciju i iznimku, danas je sve više riječ o esencijalnom resursu u međunarodnoj ekonomiji i globalnom društvu.

Načelno se tehnologija definira na niz načina i s diferenciranih aspekata. Moguće je istaknuti kako je riječ o vrlo kompleksnom pojmu, koji zahtijeva interdisciplinarno istraživanje s obzirom da zadire u razna područja i znanosti.

Tehnologija se inicijalno poimala kao razvoj i primjena alata, strojeva, materijala i postupaka za izradbu nekoga proizvoda ili obavljanje neke aktivnosti. Jednako tako, ona se odnosi na materijalne objekte, kao što su strojevi, hardver ili alati, ali se može odnositi i na šire teme, kao što su sustavi, metode organiziranja i tehnike. (Enciklopedija, 2019). S njezinim napretkom pristupa se njezinu poimanju kao zasebne znanosti koja se bavi proučavanjem i izučavanjem primjene znanja, vještina i organizacije u provedbi nekoga procesa.

Tijekom povijesti, usporedno s potrebama ekonomije, znanosti i društva, razvija se nekoliko samostalnih područja ili znanstvenih grana tehnologije, koje dodatno svjedoče o njezinoj kompleksnosti, ali i multidimenzionalnosti. Neki od primjera su medicinska tehnologija, kemijska tehnologija, mehanička, tekstilna, prehrambena i ostale vrste tehnologija.

Začeci razvoja tehnologije vežu se još uz oblikovanje kamena u kamenom dobu i uz kasniju obradu te oblikovanje metala, koje je nastupilo tijekom brončanog i željeznog

doba. Iako u to vrijeme nije moguće govoriti o konkretnim primjerima i oblicima tehnologije, ipak je moguće govoriti o pretečama one mehaničke. Razvoj tehnologije bio je vrlo dinamičan, a smatra se kako konkretniji zamah dobiva s pojavom prve industrijske revolucije. Revolucije koje su uslijedile bile su usko uvjetovane i uvelike određene tehnološkim dostignućima i inovacijama.

Druga polovica 20. stoljeća obilježena je revolucijom zdravstva, elektrotehnike i ostalih djelatnosti, što potvrđuje intenzitet primjene i inoviranja u tehnologiji (Kunac, 2012). U to vrijeme posebice se naglašava značaj elektronike, koja je obilježila bankarstvo, trgovinu, turizam i ostale djelatnosti, a danas biva jednim od temelja digitalnog ili elektroničkog poslovanja općenito.

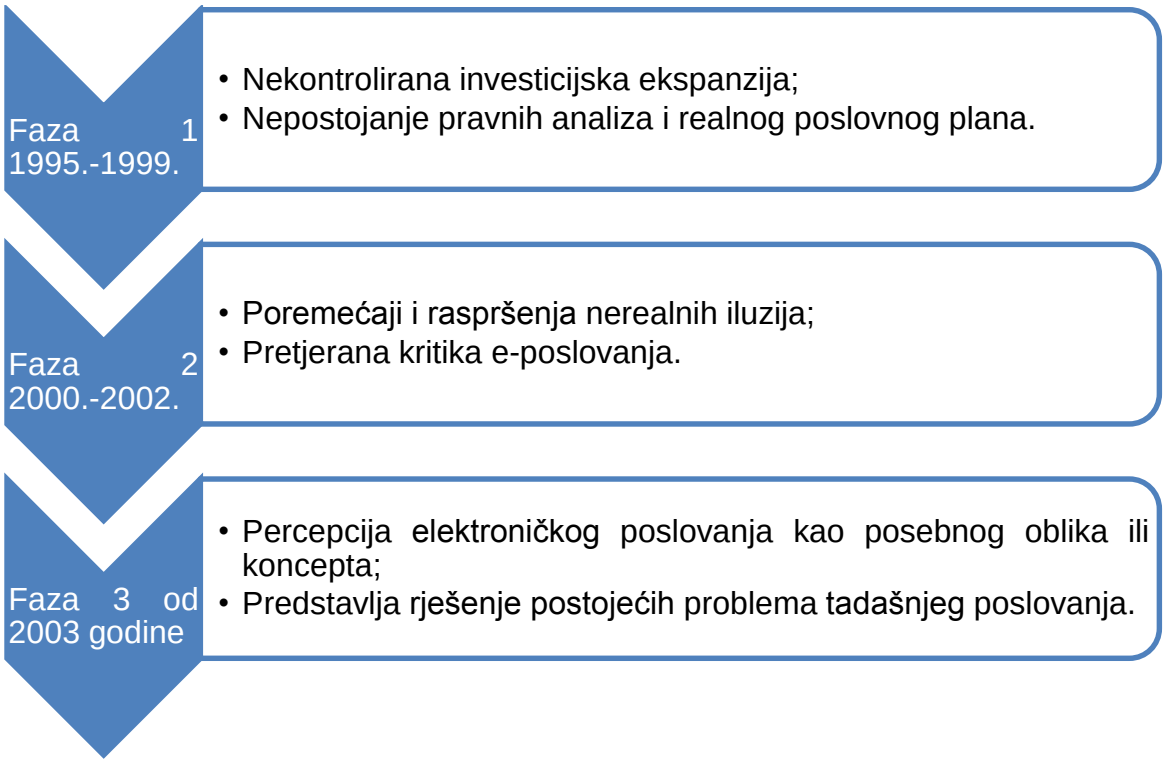
Elektronika je tijekom proteklih dekada omogućila međunarodno poslovanje i interaktivno povezivanje milijuna dionika, kao i obavljanje milijunskih poslova, istovremeno odvijanje nekoliocine istih te slično. Uz podršku računarstva i infomatičkih dostignuća, ona je stvorila pogodne uvjete za dinamičan napredak digitalnog poslovanja, koje uslijed svoje uloge sve više predstavlja digitalnu međunarodnu ekonomiju (Kunac, 2012).

Vrlo je važno istaknuti kako je razvoj tehnologije često predstavljen kao istovjetan razvoju računala i računarstva. Razvoj prvih računala povezan je s razvojem društva i modernizacijom, a osobit zamah u njihovoj implementaciji evidentan je od pojave suvremenog kanala komunikacije, Interneta. Ovo sredstvo označilo je početak razvoja digitalnog poslovanja, koje je danas sve razvijenije i naprednije.

Internet je međunarodno poznat pod nazivom World Wide Web (www), a njegov intenzivni značaj u kontekstu digitalnog poslovanja nastupa nakon stvaranja preduvijeta njegove komercijalne upotrebe 1995. godine. Začetnik njegova razvoja je američki knjižar i antikvar, Jeff Bezos, koji je u vrijeme otkrivanja Interneta bio zaposlenik jedne tvrtke na Wall Streetu. Sklonost riziku i inovativnosti bila je zaslužna za ovo otkriće, a isto se zasnivalo na ideji pokretanja elektroničke ili e-trgovine, odnosno virtualne prodaje pod nazivom Amazon.com, koja se odnosila uglavnom na knjige, a kasnije proširuje portfolio (Biography, 2019).

Razvoj elektroničkog poslovanja, koje se zapravo naziva digitalnim ili digitaliziranim, informatiziranim poslovanje može se predočiti na sljedeći način (Slika 1.).

Slika 1. Faze razvoja digitalnog (elektroničkog) poslovanja



Izvor: Biography (2016.) Jeff Bezos. Dostupno na: http://www.biography.com/people/jeff-bezos-9542209#recent-projects (01.08.2019.)

Danim se podacima argumentirano zaključuje da se konkretniji razvoj digitalnog poslovanja inicira s početkom 21. stoljeća, točnije od 2003. godine. Sve prethodne aktivnosti predstavljale su tek osnovne preduvjete inicijacije istoga. U to vrijeme nastupa i sve učetalija primjerna Interneta, koji umjesto nekadašnjeg općeg dobra, sve više predstavlja međunarodni socijalni medij (Panian, 2013).

2.2. SUVREMENI TRENDOVI U POSLOVANJU

Suvremeno doba nastupa 80-ih godina prošloga stoljeća, a traje i danas. Promjene koje s njim nastupaju utjecale su na pojavu suvremenoga poslovanja, koje označava popularni termin u ekonomskoj misli i praksi, a naglašava postojanje i odvijanje

sasvim novog koncepta poslovanja, koji se po mnogočemu razlikuje od onog nekadašnjeg, tradicionalnog.

Suvremeneni trendovi, o kojima se raspravlja u ovome poglavlju, nastaju uglavnom kao rezultat znanstvenih i tehnoloških dostignuća proteklih industrijskih revolucija. Kako bi se isto u teoriji pojasnilo, često se koriste pojmovi modernizma i postmodernizma.

Nastavno navedenome, modernizam predstavlja rezultat industrijalizacije, znanstveno-tehnološke revolucije i općeg gospodarskog i socijalnog napretka koji se odvija krajem 20. stoljeća. Postmodernizam je razdoblje koje je uslijedilo nakon toga, a traje i danas (Bedeković, Golub, 2011).

U svrhu pojašnjenja suvremenih trendova u međunarodnoj ekonomiji i filozofiji poslovanja imperativ se postavlja na razdoblje postmoderne. Isto biva u najvećoj mjeri obilježeno procesom globalizacije. Riječ je o paradigmi koja se temelji na individualnosti, otvorenosti, kritičnosti i bijegu od rigidnih teorija. Upravo je ona tijekom 21. stoljeća utjecala na odvijanje kompleksnih ekonomskih i socijalnih preokreta pa se smatra argumentiranim govoriti o suvremenim ekonomskim i socijalnim trendovima.

Današnje suvremeno poslovanje, a time i međunarodna ekonomija, posebice ona koja se odvija među razvijenijim i naprednijim gospodarstvima svijeta obilježena je intenzivnim protokom informacija, koje čine strateški resurs, kao i slobodnim kretanjem kapitala, usluga, proizvoda i ljudi, ali i tendencijom otklanjanja međudržavnih granica i svih oblika restrikcija. U tom kontekstu države svijeta i pripadajuća društva sve intenzivnije su obilježena novim društvenim, političkim, ekonomskim i kulturnim odnosima (Bedeković, Golub, 2011).

Nastavno predmetnoj problematici rada, treba istaknuti kako suvremena ekonomija i globalno društvo današnjice bivaju uvelike ovisni o digitalnoj informacijskoj tehnologiji i planetarnoj komunikaciji. Do sada neviđen i ubrzan razvoj tehnologije utjecao je na uspostavu i jačanje virtualne komunikacije, kao i na digitaliziranje poslovanja, ali i svakodnevnog života ljudi.

Neki od temeljih suvremenih trendova u poslovanju mogu se generalizirati kroz (Bedeković, Golub, 2011):

- Integracije na međunarodnoj razini;
- Korištenje vizualnih, zvučnih i tekstualnih komunikacija koje osiguravaju slobodan i brži protok informacija;
- Visoku ovisnost o narednim komunikacijama i Internetu;
- Samostalnost i sofisticiranost potražnje, kao i sve veće zahtjeve;
- Intenziviranje konkurentskih pritisaka i sve neizvjesnije poslovanje;
- Značaj informacija u poslovanju, kao i uštede vremena te slično.

Suvremeno poslovanje određeno je brzim i neočekivanim promjenama, visokom razinom neizvjesnosti, dinamikom poslovanja, potrebom za kontinuiranim investicijama, nepredvidivom okolinom te sličnim izazovima. S jednostavnošću se zaključuje kako je opstanak na takvom tržištu i u opisanoj okolini vrlo neizvjestan, što uvelike otežava današnje poslovanje. Moguće je istaknuti kako je ono razvijenije i naprednije nego ikada, no s druge strane i daleko zahtijevnije od prethodnih oblika poslovanja (Kupres Đorđević, 2016):

2.3. ZNAČAJ DIGITALNE TEHNOLOGIJE SUVREMENOM POSLOVANJU

Informacijsko komunikacijska tehnologija (ICT) i digitalna tehnologija predstavljaju temelj suvremenog poslovanja, kao i jedan od ključnih resursa u današnjici. Bez njihove podrške bilo bi nerealno uopće raspravljati o suvremenom poslovnom konceptu i sličnim pitanjima. U praksi se ovi pojmovi gotovo uvijek integrirano razmatraju pa se takva praksa primijenjuje i u okviru predmetne problematike rada.

Digitalna i informacijsko komunikacijska tehnologija predstavljaju produkt znanstveno-tehnološkog napretka, kao i općeg razvoja tijekom druge polovice 20. stoljeća. S obzirom na njihov značaj u suvremenom poslovanju ističe se kako one sve više prerastaju razinu revolucije, a održavaju se kroz ekonomske, sociološke i kulturološke učinke te implikacije.

Tehnologija uopće, a inicijalno se misli na digitalnu tehnologiju, doprinosi suvremenom poslovanju na diferencirane načine. Ona je utemeljena na podacima i informacijama, naprednom znanju, razumijevanju i kritičnom promišljanju.

Značaj digitalne tehnologije u suvremenom poslovanju očituje se kroz (Svete, 2006):

- Unapređenje kvalitete poslovanja;
- Ubrzanje poslovnih procesa;
- Reduciranje pogrešaka i uštedu financijskih sredstava;
- Maksimiziranje efikasnosti i učinkovitosti rada te konačnih rezultata;
- Optimizaciju poslovanja;
- Bliže povezivanje dionika;
- Jačanje poslovne suradnje;
- Prepoznavanje i adekvatno iskorištavanje prilika u okruženju;
- Unapređenje i ubrzanje komunikacije uz bolji protok informacija;
- Razvoj ljudskih potencijala i unapređenje radnih sposobnosti te njihova angažmana;
- Kontrolu poslovanja te slično.

Kao što je i evidentno, upotreba digitalne i informacijske tehnologije u suvremenom poslovanju utječe na niz pozitivnih strateških učinaka, no u praksi se često raspravlja i o potencijalnim nedostatcima. U tom smislu uglavnom je riječ o troškovima, potrebi za kontinuiranim ulaganjima, što donosi financijsko opterećenje, kao i riziku u kontekstu sigurnosti i zaštite podataka.

Unatoč navedenome, smatra se kako troškovi koji nastaju uslijed uvođenja digitalne i informacijsko komunikacijske podrške u poslovanju predstavljaju kratkoročne troškove, koji su u dugoročno opravdani uslijed koristi koje donose. Jednako je i po pitanju održavanja tehnologije, kao i inovativnosti u ovome segmentu. Konačno, sigurnost i zaštita podataka bivaju učestala tema na razini vodećih dionika u svijetu, a s ciljem reduciranja ovoga problema uvode se brojni zakoni, odredbe i sigurnosni sustavi.

Nastavno navedenome, uloga digitalne tehnologije u suvremenom poslovanju generalno se može razmatrati kroz operativnu efikasnost poslovanja, kao i pokretanje inovativnosti te pozitivnih promjena (Spremić, 2017). Kada se tehnologija u suvremenom poslovanju koristi s ciljem automatizacije, ubrzanja i unapređenja kvalitete poslovanja, riječ je o implementaciji svojevrsne poslovne strategije minimiziranju troškova i maksimiziranju kvalitete.

Digitalna tehnologija je jedan od temeljnih pokretača inovativnosti i pozitivnih promjena. O tome najbolje svjedoče neki od međunarodno poznatih poslovnih modela, kao što su Uber, Google, You Tube, House trip, Air BnB, Atraveo i slični. Neki od njih detaljnije se analiziraju u posljednjem poglavlju rada.

3. DIGITALNO POSLOVANJE

Digitalno poslovanje najjednostavnije rečeno predstavlja jedan od dominantih modela suvremenog poslovnog koncepta ili oblika poslovanja. Osnovna značajka očituje se u čvrstoj podršci digitalne tehnologije, odnosno digitalizaciji poslovnih procesa na svim razinama. U svrhu pojašnjenja navedenoga, u ovome poglavlju pristupa se definiranju središnjeg pojma, specificiranju njegovih prednosti i eventualnih nedostataka, kao i analizi značenja digitalne transformacije te digitalnih poduzeća.

3.1. DEFINICIJA DIGITALNOG POSLOVANJA

Kako bi se najjednostavnije, a istovremeno i cjelovito, pojasnilo značenje pojma digitalnog poslovanja, važno je pristupiti definiranju ishodišnog pojma, digitalizacije. Riječ je o kompleksnom pojmu koji se veže uz omogućavanje, unapređenje i transformaciju poslovnih operacija, funkcija, modela, procesa i aktvinosti ili, jednom rječju, poslovanja putem korištenja digitalnih tehnologije i upotrebe digitaliziranih podataka (Igrec, 2018).

Ono što je presudno u kontekstu digitalnog poslovanja, a koje se zasniva na opisanoj digitalizaciji, jest zasnivanje na podacima i informacijama. U tom kontekstu, digitalizacija označava preusmjeravanje interakcija, komunikacija, poslovnih funkcija i poslovnih modela u digitalne modele koji se često svode na mješavinu digitalnih i fizičkih sadržaja, integriranog marketinga ili pametne proizvodnje s mješavinom autonomnih, poluautonomnih i ručnih operacija (Igrec, 2018).

Povezanost digitalizacije i digitalnog poslovanja očituje se u činjenici da digitalizacija zapravo predstavlja smjer ili kretanje prema digitalnom poslovanju. Taj se proces često opisuje kao digitalna transformacija. Ona predstavlja sustavni proces intenzivne primjene digitalne tehnologije i resursa s ciljem njihove pretvorbe u nove prihode, poslovne modele i načine ili oblike poslovanja.

Prema jednoj od brojnih definicija, digitalna transformacija je integracija digitalne tehnologije u sva područja poslovanja, što rezultira temeljnim promjenama u načinu

poslovanja i načinu na koji daju vrijednost kupcima. Povrh toga, to je kulturološka promjena koja zahtijeva od organizacija da neprestano izazivaju status quo, često eksperimentiraju i nose se s neuspjehom. To ponekad znači odstupanje od dugogodišnjih poslovnih procesa koje su tvrtke izgradile u korist relativno novih praksi koje se još definiraju (The Enterprises Project, 2019).

U međunarodnoj ekonomiji ili suvremenoj praksi, ova transformacija nastaje u trenutku kada poduzeće odluči u relativno kratkom vremenskom razoblju iz temelja mijenjati poslovne procese, strategije, aktivnosti, hijerarhijsku i organizacijsku strukturu, a sve s ciljem optimalnog povezivanja ovih elemenata i ostvarenja boljih poslovnih rezultata. Na osnovu navedenoga, moguće je istaknuti kako digitalna transformacija predstavlja jednu od suvremenih strategija poslovanja i razvoja, koja može biti osnovna ili prateća na razini nekog poduzeća.

Poduzeća mogu poduzeti digitalnu transformaciju iz više razloga. Među vodećima treba istaknuti upravo to što u suvremeno doba digitalna transformacija postaje sve urgentnija potreba svim poduzećima. Ipak, riječ je o slobodnom izboru poduzeća s obzirom da je proces sam po sebi financijski iscrpan i relativno rizičan. Digitalna transformacija pri tome predstavlja integriranje tehnologije u strategiju poslovanja i razvoja.

Treba istaknuti kako digitalna transformacija vodi prema stvaranju digitalnih poduzeća. Pri tome, ona obuhvaća sve aspekte poslovanja. Često se ističe kako digitalizacija dovodi do digitalnog poslovanja, a digitalna transformacija zahtijeva digitalni posao i digitalizaciju (The Enterprises Project, 2019).

Pojava digitalne transformacije zahtijeva novi poslovni pristup, takozvani „digitalnu nit“. Pri tome ona bilježi sve parametre vezane uz životni ciklus proizvoda, ali i poduzeća. Za njezino uspješno upravljanje osnovne su sljedeće aktivnosti (The Enterprise Project, 2019):

- Skupljanje i snimanje informacija;
- Prijenos informacija;
- Analiza informacija;
- Pretvaranje informacija u rezultate.

Digitalizacija se u današnjici sve više širi, ubrzava i unaprijeđuje. To dovodi do stvaranja novih digitalnih trendova koji transformiraju tradicionalno poslovanje u ono digitalno. S obzirom na brzinu i dinamiku tih trendova, u današnjici svako poduzeće treba pronaći optimalni način kako se suočiti sa odlukama promjene strategija, aktivnosti i proces, a s ciljem pokretanja digitalne transformacije. Sukladno tome, poduzeće treba znati kako odrediti prioritete, ali i donijeti odluku o tome kako izvršiti digitalnu transfomaciju na što uspješniji način.

Za potrebe navedenoga, poduzeća najčešće investiraju u nove tehnologije i pokreću investicijske projekte ove prirode. Međutim, kada je riječ o transformaciji poslovanja u digitalni oblik, treba istaknuti kako je za navedeno potrebno inovirati u sve segmente poslovanja, odnosno u sustav vrijednosti, ljude, procese, ali i tehnologiju. U tom procesu, digitaliziraju se informacije, procesi i uloge u poduzeću.

Prema istraživanju Forbesa, definirano je sljedećih nekoliko trendova za digitalnu transformaciju u 2020. godini (Newman, 2019):

- 5G mreža;
- Brži WIFI za brže poslovanje;
- Analitička istraživanja kao konkurentska prednost;
- Strojno učenje kao poticaj za bolju analizu podataka;
- Utjecaj međunarodnih leadera kao što su Samsung, Microsoft, IBM i ostali;
- Proces robotizacije;
- Automatizacija;
- Računarstvo i informatika kao osnova poslovanja;
- Nova stvarnost postaju povezana vozila, dronovi i slične inovacije;
- Zadovoljstvo korisnika kao središnji cilj.

Smatra se kako su tek neki od osnovnih trendova koji će obilježiti digitalni razvoj međunarodne ekonomije, kao i suvremeno društvo. Praćenjem istih, ali i pravovremenim predviđanjem moguće je optimizirati sami proces.

3.2. PREDNOSTI I NEDOSTATCI DIGITALNOG POSLOVANJA

Usvajanje i prilagođavanje digitalnom poslovanju danas je više od samog razmišljanja. Da bi poduzeća ostala konkurentna i relevantna, ključno je da započnu i prijelaz na digitalnu transformaciju te pokrenu digitalno poslovanje.

Danas postoji već određena razina zabrinutosti mnogih poduzeća da su već zaostala u ovome kontekstu. Neki misle da je prekasno za početak, no to je sasvim neopravdano i pogrešno promišljanje. Ističe se kako za pokretanje digitalnog poslovanja u praksi nikada nije kasno, te kako ono uvijek biva usmjereno jednakim ciljevima i učincima.

Neke od ključnih prednosti ovoga poslovanja već su dijelom obrađene. Pri tome se ističe kako poduzeća koja predvode digitalnom poslovanju u praksi imaju veći autoritet, lokalnost kupaca i povjerenje ostalih dionika.

Jedna od najvećih prednosti digitalne tehnologije je mogućnost praćenja metričkih podataka i analiza podataka prikupljenih tijekom digitalnih marketinških napora. Točnije, korištenje ovih spoznaja omogućava tvrtkama da optimiziraju svoje strategije i procese za još bolje rezultate (O'Brien, 2019).

Digitalno poslovanje doprinosi boljem razumijevanju potražnje i trendova, omogućuje visoku personalizaciju, relevantnost, povratne informacije u realnom vremenu i okretnost. To potiče poduzeća da koriste strukturirane i nestrukturirane podatke, koji objedinjuju podatke s mnogih strana poslovanja kako bi se pomoglo u putu preobrazbe. Važnost podataka u odlučivanju ne treba podcjenjivati.

Pored navedenoga, digitalizacija poslovanja potiče suradnju među odjelima, među poduzećima i ostalim dionicima. Temelj za digitalnu transformaciju izgrađen je na digitalnoj kongruenciji. Kad se svi odjeli usklade, formira se snažna kultura tvrtke, koja omogućava uspješan i pouzdan prijelaz (O'Brien, 2019).

Digitalno poslovanje također povećava agilnost i inovativnost. Naime, agilnost je

sposobnost neprekidnog poboljšanja i brzog razvoja, posebno u pogledu digitalnih procesa. Osim toga, ovaj oblik poslovanja ažurira i razvija setove vještina i znanje.

Kako nova tehnologija i dalje doživljava intenzivan razvoj, potražnja za specijaliziranim vještinama raste. Neke od njih su (O'Brien, 2019):

- Umjetna inteligencija;
- Proširena stvarnost;
- Računalni oblak;
- Strojno učenje;
- Istraživanje podataka ili analitika.

Izlažući se izazovima za promjene, tvrtke omogućavaju svojim zaposlenicima da razviju vještine za budućnost, kao i da opreme svoje poslovanje vlastitim znanjem za održavanje rasta i konkurentnosti u digitalnom dobu. U tom kontekstu oni njeguju digitalnu kulturu koja uvelike utječe na uspjeh poslovanja u suvremeno doba.

Središnje mjesto ove fleksibilne i prilagodljive prirode je snažno digitalno radno mjesto. Ovo će omogućiti radnoj snazi da postane produktivna i uključena u transformaciju, a da se pritom ne osjeća prenapučeno ili isključeno iz procesa.

Samo korištenje tehnologije na mjestu nije dovoljno. Ako će posao uspjeti u budućnosti, organizacija mora usvojiti i primijeniti kulturu tvrtke koja prihvaća promjene. Jednako tako, digitalnim poslovanjem tvrtke mogu okupiti više od svoje radne snage, ali i cijelu arhitekturu. To uključuje sučelja za društvene medije, analitiku i upravljanje projektima (O'Brien, 2019)..

3.3. OBLICI DIGITALNOG POSLOVANJA

Prema izvještaju Deloittea, koje se temelji na istraživanju provedenom u Sjedinjenim Američkim Državama tijekom 2018. godine, a koje je obuhvatilo mala poduzeća, istaknute su četiri osnovne digitalne razine angažmana. Misli se na (Lesonsky, 2019):

- Osnovna razina poduzeća (20%) – misli se na mala poduzeća koja imaju nerazvijenu digitalnu podršku. Ona se oslanjaju na tradicionalne marketinške metode, poput izravne pošte i tiskanog oglašavanja. Nemaju web stranicu i ne koriste društvene medije. Jedini digitalni alat koji primijenjuju je elektronička pošta;
- Srednja razina poduzeća (30%) – mala oduzeća koriste digitalne alate poput jednostavne web stranice (bez e-trgovine ili mobilnih mogućnosti). Koriste neke osnovne alate za mrežni marketing, poput nabrajanja u mrežnim direktorima ili na tržištima trećih strana;
- Visoka razina poduzeća (30%) – poduzeća na visokoj razini, koja imaju napredniju web lokaciju, poput one s mobilnim mogućnostima, mrežnim rezervacijama ili mogućnostima e-trgovine. Sudjeluju s više društvenih medija i mrežnih marketinških kanala. Također koristi interne digitalne alate, poput video konferencija ili softvera u oblaku, kako bi se povećala produktivnost i učinkovitost poduzeća;
- Napredna razina poduzeća (20%) – ova poduzeća koriste navedene digitalne alate, ali na višoj razini. Osim toga, ona se koriste sofisticiranim digitalnim alatima, kao što su razvijene mobilne aplikacije, analitika podataka koja se koristi u svrhu istraživanja preferencija kupaca i trendova poslovanja, ali i konkurencije te slično.

Pri tome, viša razina digitalnog angažmana uvjetuje veće koristi za poslovanje. Neovisno o tome koja je životna faza poduzeća, ona koja su čvrsto podržana digitalnim resursima uspješnije prate trendove poslovanja, lakše konkuriraju na tržištu i raliziraju kvalitetnije poslovne rezultate.

Osnovne koristi visoko digitaliziranih malih poduzeća odnose se na (Lesonsky, 2019):

- Stvaranje novog posla – gotovo je tri puta vjerojatnije da su osnovne tvrtke otvorile radna mjesta tijekom prethodne godine. Pored toga, njihovi zaposlenici su produktivniji zahvaljujući internim digitalnim alatima koje poduzeće koristi;

- Izlazak na nova tržišta – uz širi spektar marketinških mjesta, poduzeća mogu dostići raznovrsniju bazu kupaca;
- Inoviranje – ova poduzeća imaju pet puta veću vjerojatnost plasmana novih proizvoda i inovativnih poslovnih rješenja;
- Privlačenje više kupaca – digitalna mala poduzeća privlače sve više kupaca i maksimiziraju poslovanje.

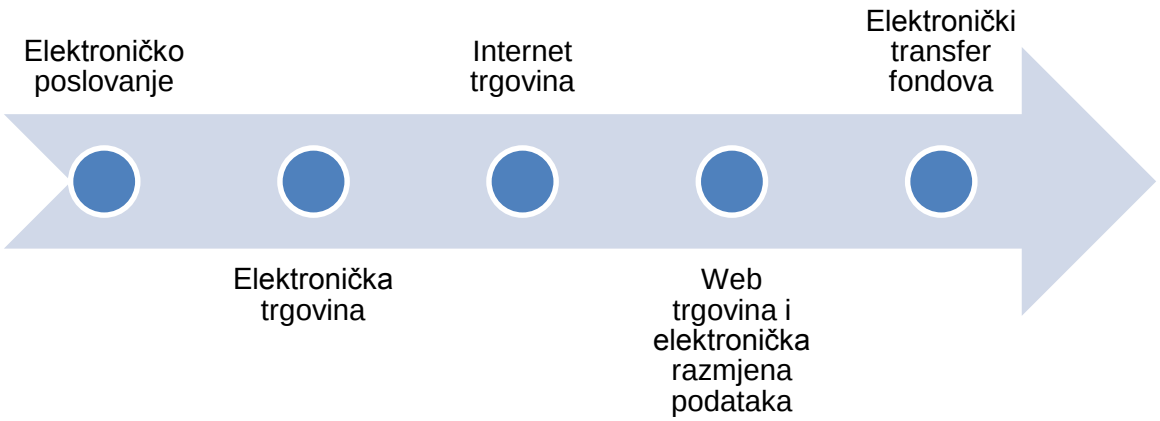
S obzirom da se u praksi digitalno poslovanje često poistovjećuje s elektroničkim poslovanje, što načelno i predstavlja, moguće je, pored navedenog, identificirati neke osnovne oblike poslovanja. Važno je istaknuti kako oni intenzivno obilježavaju suvremenu međunarodnu ekonomiju i unapređuju proces stvaranja digitalnog poslovanja na međunarodnoj razini.

3.4. MODELI ELEKTRONIČKOG POSLOVANJA

Modeli elektroničkog poslovanja u suvremeno doba sve više obilježavaju međunarodnu ekonomiju. S obzirom da se svi temelje na intenzivnoj podršci digitalne tehnologije, koja u tom kontekstu čini i njihov temelj, uzimaju se kao primjeri ove vrste poslovanja.

Pregled modela elektroničkog, odnosno digitalnog poslovanja mogu se predočiti kroz elektroničko poslovanje, elektroničku i Internet trgovinu, web trgovinu i elektroničku razmjenu podataka te elektronički transfer fondova (Slika 2.).

Slika 2. Modeli elektroničkog (digitalnog) poslovanja



Izvor: E-learning (2019.) Modeli elektroničkog poslovanja. Dostupno na: https://www.link-elearning.com/site/kursevi/lekcija/6946 (04.08.2019.).

Vidljivo je kako je načelno riječ o nekolicini generalnih skupina ovog oblika poslovanja. Svako od njih može se razlučiti na nekoliko podvrsti, što potvrđuje kompleksnost pojma i suvremenih koncepata poslovanja.

Broj ovih modela ili vrsta poslovanja u suvremeno doba ima tendenciju rasta, a nastavak trenda očekuje se i u budućnosti. Osnovni modeli, koji ujedno imaju i najširi raspon primjene su poslovanje u pokretu ili mobilno poslovanje, poslovanje u oblaku, poslovanje na društvenim mrežama i slično.

3.4.1. POSLOVANJE U POKRETU

Poslovanje u pokretu ili mobilno poslovanje (engl. *M-Business*) je oblik poslovanja koji se temelji na primjeni pametnih uređaja (tableta, računala i mobilnih telefona), koji koriste operativne sustave kao što su Android ili iOs te sadrže internetske mreže i tehnologiju (Bosilj Vukšić, V. 2004). Začetak mobilnog poslovanja veže se uz 1982. godinu, kada je osnovana udruga GSM (engl. *Groupe Speciale Mobile*) pod okriljem Europske komisije za pošte i telekomunikacije (Brumec, 2008). Pet godina kasnije

potpisan je sporazum od strane 13 europskih telekomunikacijskih kompanija o korištenju zajedničkog standarda, a 1992. godine s radom je započela prva komercijalna GSM mreža (Brumec, 2008).

Osnova ovog poslovanja je postojanje mobilne mreže. Bežični Internet (engl. *Wireless*) i GPRS temelj su istoga, a opća infrastruktura može se predočiti kroz (Nadrljanski, 2010):

- Informacijske prometnice (modem);
- Davatelje usluga (Iskon);
- Uređaje i alate za stvaranje, publiciranje i distribuciju multimedijskih sadržaja (mail, JAVA itd.);
- Poslovnu infrastrukturu;
- Pribor za enkripciju (zaštita dokumenata);
- Standardizaciju aspekata rada mreže.

Danas postoje brojni primjeri poslovanja u pokretu, kao i niz svakodnevnih usluga koje se nude korisnicima u okviru istoga. Primjerice, moguće je govoriti o m-bankingu, m-parkingu i sličnim uslugama.

3.4.2. POSLOVANJE U OBLAKU

Poslovanje u oblaku (engl. *Cloud Computing*) definira se kao koncept elektroničnog ili digitalnog poslovanja koje „koristi internet kao platformu za pohranjivanje aplikacija, dokumenata i informacija poslanih iz bilo kojeg dijela svijeta (Zelembrz, 2017: 3).“ Podaci se pohranjuju na serverima.

Podatkovni ili data centar su zapravo posebno izgrađeni objekti koji se koriste za postavljanje računalnih sustava i komponenti (telekomunikacije i sustavi pohrane podataka). Osnovni elementi su infrastruktura, platforma i softver (Datalab, 2019).

Ovo se poslovanje u praksi zasniva na korištenju IT infrastrukture i sistema. Osnovne prednosti su dostupnost podatcima u svako vrijeme i na svakom mjestu, mogućnost korištenja većeg broja servisa, ušteda vremena i slično. Potencijalni nedostatak je rizik zaštite i sigurnosti podataka.

3.4.3. POSLOVANJE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

Društvene mreže danas sve intenzivnije obilježavaju globalno društvo i međunarodnu ekonomiju. Neke od poznatijih su Facebook, Twitter LinkedIn, Instagram i slične. Osim što predstavljaju suvremeni kanal komunikacije, često se koriste u marketinške svrhe, ali i kao sredstvo unapređenja suradnje, prikupljanja informacija te ostalo.

One se sve više koriste u poslovne svrhe, a obzirom na koristi koje donose. Poslovanje na društvenim mrežama iznimno je korisno na primjeru malog i srednjeg poduzetništva, a u tim slučajevima one predstavljaju široko dostupan, dinamičan instrument marketinške namjene. Osnovni značaj očituje se u njihovu širokom obuhvatu, ali i nepostojanju troškova (Softwise, 2019).

Društvene mreže se sve više koriste i kao kanal distribucije. Osnovni primjeri koji potvrđuju navedeno su trgovine putem društvenih mreža.

4. PRIMJERI DIGITALNOG POSLOVANJA

Ovim se poglavljem predmetna problematika obrađuje na konkretnim primjerima iz prakse. Pri tome su odabrani primjeri kojima se nastoje potvrditi prethodne konstatacije u svezi koristi i poztivnih učinaka digitalnog poslovanja.

4.1. FACEBOOK

Facebook je jedna od dominantnih društvenih mreža u današnjici. Iako je inicijalno vezana uz sociološke učinke, s njezinim razvojem sve više biva u službi i ekonomije. Kako bi se detaljnije pojasnio značaj Facebooka u okviru digitalne međunarodne ekonomije, prvenstveno se pristupa razradi njegova povijesnog razvoja.

Tvorac Facebooka je Mark Zuckerberg, programer, koji je u vrijeme nastanka Facebooka studirao psihologiju na Harvardu. Za tadašnju grupu prijatelja, također studenata, razvio je nekolicinu društvenih web sajtova, poput Coursematcha, koji je spajao studente s istih kolegija, te Facemash, gdje su korisnici jedni drugima ocjenjivali privlačnost, onu fizičku naravno (Japundžić, 2008).

U veljači 2004. godine on je pokrenuo The Facebook, projekt koji je zamišljen i pokrenut kao društvena mreža za studente njegova sveučilišta, Harvarda. U pokretanju financijski mu je pomogao kolega Eduardo Saverin. Nova društvena mreža odmah je ostvarila uspjeh i popularnost među kolegama na sveučilištu, a proširila se i na Stanford i Yale sveučilišta (Japundžić, 2008). U prvim godinama postojanja pristup mreži imali su samo studenti ovih sveučilišta, no ubrzo nakon ona postaje globalna društvena mreža (Slika 3.).

Slika 3. Facebook logo



Izvor: Japundžić, A. (2008.) Sve o Facebooku. Dostupno na: http://idesh.net/tech-i-web/facebook/ (05.08.2019.).

Prema procjenama, Facebook je danas druga po značaju međunarodna društvena mreža, nakon MySpace-a, a broji oko 70 milijuna korisnika. Prijava je sasvim besplatna i vrlo jednostavna, a Facebook nudi mnoge mogućnosti (Japundžić, 2008).

Može se istaknuti kako je Facebook prvenstveno namijenjen sljedećim aktivnostima:

- Komuniciranje ljudi dljem svijeta;
- Objavljivanje fotografija, informacija i ostalih sadržaja na profilu korisnika;
- Druženje i zabava;
- Ispunjenje slobodnog vremena;
- Informiranje, pregledavanje aktualnih vijesti i novosti;
- Upoznavanje ljudi i slično.

Evidentno je kako je uglavnom riječ o sociološkim funkcijama Facebooka. Međutim, treba istaknuti da on sve više poprima značaj i u međunarodnoj ekonomiji. Putem ove društvene mreže mnoga poduzeća otvaraju poslovne profile, a na taj način promoviraju poduzeće, proizvode i aktualnosti, privlače kupce, istražuju tržište kupaca, ali i konkurente te slično. Riječ je prvenstveno o vrlo korisnom marketinškom instrumentu, ali i alatu koji podupire svakodnevno poslovanje, kao i odlučivanje.

Na Facebook-u danas također postoje i brojne web trgovine, što olakšava kupovinu kupaca, štedi vrijeme i napore. Najčešće je putem Facebook profila neke trgovine moguće pretraživati cjelokupnu ponudu, potraživati informacije i naručivati. Plaćanja se vrše na razne načine, transakcijski ili pouzećem, što također koristi kupcima jer ima se roba dostavlja na kućnu adresu. Neki od primjera ovih trgovina su Super Goldy, Manzara i slične.

Ono na što je važno upozoriti jest činjenica da putem Facebooka fizičke osobe provode radnje sive ekonomije. U tom kontekstu uglavnom je riječ o preprodaji robe od strane fizičkih osoba, koje nemaju registriranu djelatnost, ne izdaju račune i ne plaćanju obveze državi. Sukladno tome, smatra se kako ova društvena mreža donosi i određene nedostatke te potencijalne prijetnje i rizike u poslovanju.

4.2. AMAZON

O Amazonu, kao online trgovini, već je dijelom bilo riječi u prethodnom tekstu. Može se s jednostvnošću tvrditi kako je riječ o jednom od najdominantnijih primjera digitalnog poslovanja na međunarodnoj razini, koje se određuje na temelju razvijenosti ponude, broja korisnika i obujma poslovanja, odnosno ostvarenih transakcija.

Amazon.com, Inc. je američka e-komercijalna kompanija sa sjedištem u Seattleu, državi Washington. Jedna je od prvih velikih kompanija koja je prodavala razna dobra putem Interneta. U današnjici je toliko razvijena i međunarodno poznata pa se s opravdanjem govori da nudi za svakoga po nešto (Slika 4.).

Slika 4. Amazon.com



Izvor: Amazon (2019.) About Amazon. Dostupno na: https://www.aboutamazon.com/ (05.08.2019.).

Osnovana je od strane Jeffa Bezosa 1994. godine, a pokrenuta 1995. godine. U začecima razvoja predstvaljala je online knjižaru, no s vremenom nudi i DVD-e te CD-e, softvere, videoigre, odjeću, namještaj, hranu i razna druga dobra (Amazon, 2019).

O razini razvijenosti i međunarodnoj dominaciji ove trgovine svjedoči činjenica kako se ozbiljni napori usmjeravaju prema ostvarenju pozitivnog utjecaja na kupce, mala poduzeća, gospodarstvo i društva u kojima posluju. Kupci su na prvome mjestu te se kontinuirano, putem ponude i usavršavanja usluga te načina interaktivnog poslovanja, nastoji unaprijediti njihovo zadovoljstvo.

U kontekstu podrške malim poduzećima svakako treba naglasiti da je Amazon posvećen pomaganju malim poduzećima i poduzetnicima u smislu povećaja prodaje i dostizanju veće potražnje. Danas više od 1,9 milijuna tvrtki, stvaralaca sadržaja i razvojnih programera u SAD-u koristi proizvode i usluge Amazona, a s ciljem da slijede svoje snove i dođu do kupaca (Amazon, 2019).

Amazon doprinosi ekonomskom rastu izravnim i neizravnim otvaranjem novih radnih mjesta i ulaganjem u zajednice, odnosno globalno društvo. Amazon zapošljava više od 275 000 ljudi u Sjedinjenim Američkim Državama, a ulaganja su dovela do stvaranja više od 680 000 radnih mjesta u ovoj državi, pored direktnih zaposlenika (Amazon, 2019).

U kontekstu suvremenog i digitalnog poslovanja, osobito je značajno naglasiti kako se Amazon uvelike oslanja na koncept održivosti. Povijest inovativnih programa kojima se ispunjava opredijeljenost za održivim poslovanjem odnosi se na sljedeće značajnije dosege: solarne elektrane i vjetroelektrane, inovativna pakiranja u kontejnerima osobnog vlasništva i slično. Održivost je implementirana i u temeljne vrijednosti organizacije. Pri tome je vizija da sve pošiljke Amazon-a budu bez nuklearnog ugljika (Amazon, 2019).

U okviru održivog poslovanja, točnije socijalne dimenzije ovoga koncepta, posebno se brine o lokalnoj zajednici, odnosno globalnom društvu. Amazon je posvećen tome da djeci i mladima osigura sredstva koja su im potrebna za izgradnju njihove najbolje budućnosti. To se provodi putem filantropije, zagovaranja i obrazovnih mogućnosti, s naglaskom na zajednice koje su slabo zastupljene i koje su siromašne. Neki od primjera ovakvog angažmana su socijalni programi Amazon Future Engineer i Disaster Relief by Amazon.

Navedeni programi odnose se na promociju dominantnih znanja i vještina u suvremenom poslovnom svijetu, jačanje kompetencija subjekata globalnog društva, subvencije i stiendiranje te slično. Stipendija Amazona do sada je pomogla brojnim studentima diljem svijeta. Program Amazon Future Engineer studentima iz siromašnih zajednica širom zemlje nudi pristup kampovima i računalnim znanostima, osim stipendija i stažiranja u Amazonu.

U sklopu stipendije Amazon Future Engineer, studenti tijekom četiri godine primaju 10 000 dolara godišnje tijekom školovanja na fakultetu. Zajamčeno im je plaćena ponuda za pripravništvo u sjedištu kompanije Amazon u Seattlu, uključujući stipendiju za smještaj. Amazon Future Engineer je četverodijelni program za dječju karijeru namijenjen osnaživanju, obrazovanju i osposobljavanju 10 milijuna učenika iz zajednica koje su premalo zastupljene i nedovoljno zastupljene za nastavu karijere u računalnim znanostima (Amazon, 2019., b).

U konačnici se ističe da Amazon ulaže u izgradnju mreže svjetske klase isporuke kako bi svojim kupcima osigurao brzu i besplatnu dostavu. Osnažuju se pojedince i mala poduzeća putem programa poput Amazon Flex-a i mreže partnera za dostavu

usluga kako bi se kupcima mogli ponuditi pakete gdje i kada ih žele. Treba istaknuti kako na međunarodnoj razini u današnjici postoje brojni slični primjeri online trgovina. Primjerice, riječ je o E-bayu ili nekim nacionalnim trgovinama kao što su Njuškalo, Index i slične u Hrvatskoj.

4.3. BOOKING.COM

Booking.com javlja se na međunarodnom tržištu krajem 20. stoljeća. Osnovan je 1996. godine u Amsterdamu, a s radom započinje kao mala start-up tvrtka. Tijekom razvoja u narednih nekoliko godina prerasta u jednu od najvećih kompanija za online posredništvo u međunarodnom turizmu. Danas egzistira kao dio grupe Booking Holding Inc., a zapošljava preko 17 000 zaposlenika u 198 ureda diljem 70 zemalja svijeta (Booking.com, 2019).

Booking.com povezuje putnike s velikim brojem iznajmljivača smještaja diljem svijeta. u ponudi su razni smještajni objekti, od apartmana i kuća za odmor, preko luksuznih vila i sve do hotela te tematskih smještajnih objekata. Internetska stranica i mobilna aplikacija Booking.com-a dostupne su na više od 40 jezika. Sama platforma svakog dana izvrši preko 1,5 milijun rezervacija noćenja. Riječ je o usluzi koja je dostupna 24 sata na dan tjekom čitavog tjedna, što daje osobitu podršku međunarodnom turizmu (Booking.com, 2019).

Booking.com se uglavnom veže uz posredovanje u turizmu. Putem njega pružaju se osnovne turističke usluge. Osim pretraživanja heterogene ponude smještaja, osigurana je i mogućnost automatske rezervacije. Daje se konkretizirati kako se putem Booking.com-a ne prodaje smještaj, već usluga rezervacije istoga. Nakon potvrde rezervacije, turist stupa u kontakt s iznajmljivačem. Rezervacije je besplatna, a proviziju za učinjenu rezervaciju snosi davatelj smještaja, na primjer vlasnik apartmana.

Treba istaknuti kako je riječ samo o ovlaštenim pružateljima, koji sklapaju ugovorni odnos s Booking.com-om i na osnovu toga plaćaju proviziju, nakon što turist ostvari boravak u smještajnom objektu ili iskoristi uslugu ili proizvod.

Booking.com na ovaj način koristi potrošačima, turistima, ali i samim iznajmljivačima. Kupci imaju mogućnost jednostavnog pristupa platformi, pretraživanja ponude i uštede vremena te novca, uslijed nepostojanja agencijske provizije, koja egzistira kod agencijske prodaje smještaja. Osim toga, na ovoj platformi postoje i recenzije gostiju, odnosno ocjene smještaja, što maksimizira provjerenu kvalitetu i sigurnost kupovine.

S gledišta iznajmljivača, riječ je o instrumentu promocije i distribucije smještaja. Osim toga, iznajmljivači na ovaj način imaju mogućnost usporedbe s konkurentima, a često imaju uvid i u aktualne trendove te stječu saznanja o tome kako unarijediti ponudu i poslovanje. Osnovne mane s gledišta korisnika očituju se u obvezi osobnog angažmana u pregledu ponude i traganju za smještajem, kao i kontinuiranu dostupnost iznajmljivača.

Booking.com iznimno brine o suvremenim uvjetima poslovanja, a time daje i podršku razvoju suvremenog turizma. Jedan od primjera je postojanje Booking Genious programa. Riječ je o proizvodu ili aplikaciji tvrtke, koja nudi niz koristi korisnicima.

Naime, ovaj ekskluzivni program namijenjen je lojalnim korisnicima, a osnovna funkcija mu je maksimiziranje broja rezervacija. Funkcionira na način da se registriranim korisnicima objekti označe Genius oznakom, čime ostvaruju bolju vidljivost i rangiranost, što privlači veći broj tražitelja smještaja.

Partneri koji se integriraju u Genius program u prosjeku ostvaruju 18% više rezervacija i 17% više prihoda. Konkretne koristi gostima putem istoga su sljedeće (Booking, 2019):

- 10% popusta na vašu najpovoljniju/najprodavaniju jedinicu (obavezno) – ovo je obavezan popust koji je potrebno ponuditi za sudjelovanje u Genius programu;
- 15% popusta (nije obavezno) – ovih dodatnih 5% popusta na obaveznih 10% popusta pomaže da se davatelj usmjeri prema ciljnom segmentu;
- Besplatan doručak (nije obavezno) – pomaže isticanju nad konkurentima;
- Posebne cijene za goste iz određenih zemalja (nije obavezno) – pozicioniranje i ciljanje na iz određenih regija ili zemalja.

Neke od generalnih koristi članstva u programu odražavaju se kroz ponudu cijene i pogodnosti ciljnim skupinama, isticanje objekata, ostvarenje uštede vremena i novca, provjerenu kvalitetu i slično. Također, prijava u članstvo je jednostavna. Pri tome je važno ispuniti uvjete, kao što su raspoloživost i otvorenost za rezervacije, posjedovanje minimalno 5 recenzija, ostvarenje prosječne ocjene veće od 7,4, svrstavanje među top 50% objekata u destinaciji i ispunjavanje kriterija u svezi cijene (Booking, 2019).

Međunarodna istraživanja u svezi broja korisnika i posjećenosti Booking -a ukazuju na nekoliko trendova. Tijekom kolovoza 2015. godine ukupan broj posjeta iznosio je gotovo 480 milijuna, dok je u projeku godišnji broj posjeta oko 12 milijardi (Booking, 2019). Slični primjeri online rezervacija u turizmu su House trip, Atraveo, Airbnb i ostali.

4.4. PRIMJERI DIGITALNIH PODUZEĆA U HRVATSKOJ

Hrvatska uvjerljivo prati suvremene međunarodne trendove u ekonomiji, a to se odražava i kroz sve veći broj poduzeća koja su visoko digitalizirana i prerastaju granice nekadašnjeg tradicionalnog poslovanja. Može se s jednostavnošću govoriti o sve većem broju digitalnih poduzeća u ovoj državi.

Digitalna transformacija je proces na kojem brojna hrvatska poduzeća rade već godinama. U tom kontekstu moguće je tvrditi kako je značaj digitalizacije u hrvatskom gospodarstvu već odavno prepoznat. Neki od uspješnih primjera pri tome su Agrokor, Maistra, Valamar, Infobip i ostala.

Na primjeru Agrokora moguće je govoriti o intenzivnom uvođenju novih procesa u sve segmente poslovanja, ali i o tome kako se stvari mijenjaju za kupce. Ova kompanija danas koristi automatizirane blagajne, a treba spomenuti i Konzum Klik te najnoviji webshop Abrakadabra. Digitalna transformacija na ovome primjeru nije samo uvođenje nekog određenog softvera, nego se odnosi i na korištenje tehnologija za unapređenje i razvoj (Hruškovec, 2016).

Osim ovog primjera treba istaknuti i Erste banku koja digitalizaciju provodi interno, no s ciljem njezine eksterne vizualizacije. Naime, na ovome primjeru ona za cilj ima smanjenje administracije, ponudu novih usluga i slično. Isto se osigurava, između ostaloga, kroz implementaciju platforme George, koja je za sada pokrenuta u Austriji, ali se planira i za ostala tržišta. Ona se odnosi na razvoj grupnog digitalnog online i mobilnog bankarskog ekosustava, zahvaljujući kojem se širi broj korisnika (Hruškovec, 2016).

Digitalizacija se intenzivno razvija i u ostatku bankarskog sektora. Primjerice, Privredna banka Zagreb uvela je potpisanu pločicu za klijente. Na taj način ostvarena je značajna ušteda novca, a omogućena je i personalizacija kompanije. Posebno treba istaknuti i planove u svezi uvođenja narednog elektroničkog potpisa, kao i ostala inovativna rješenja.

Podravka je jedna od poznatijih hrvatskih kompanija. Kako bi uspješno konkurirala i u današnjici, posebne napore i financijska sredstva usmjerava prema digitalizaciji poslovanja. Pri tome ona nastoji komunicirati s potrošačima na 106 različitih platformi sa svojim proizvodima, dok je jedan od ključnih elemenata digitalne transformacije razvoj novih poslovnih modela. Podravkina prva start-up investicija bila je ulaganje u razvoj automatskog robotskog kuhara koji može pripremati jelo u jednoj posudi. On dolazi sa spremnicima hrane, a zasad ima 40 recepata (Hruškovec, 2016).

Najveći medijski brend u Hrvatskoj, 24sata, godinama je predvodnik digitalizacije u Hrvatskoj. Među prvima je uveo mobilni HTML5 portal, koji je nadopunio aplikacije za mobilne uređaje. Redakcija se snažno okrenula produkciji jedinstvenog video sadržaja, koji na svim platformama ima milijune pregleda svakog mjeseca. Vrlo važan činitelj uspjeha je i više od 1,1 milijuna lojalnih korisnika na Facebooku, a sve to rezultira rekordnom posjećenošću portala 24sata.hr. Treba istaknuti kako je posebno razvijeno poslovanje na društvenim mrežama, kao što su YouTube, Viber, WhatsApp i ostale (Hruškovec, 2016).

Daje se zaključiti kako su ovo tek poneki primjeri digitalnih poduzeća u Hrvatskoj ili barem onih koja su na dobrome putu da to ostvare. Smatra se kako je riječ načelno o

jednom od temeljnih strateških ciljeva poduzeća općenito ili kao jednom od presudnih dijelova opće strategije poslovanja u suvremeno doba.

Smatra se kako će se značaj digitalizacije i dalje razvijati u budućnosti. Sve to trebalo bi utjecati na povećanje broja digitalnih poduzeća i na nastanak digitalnih nacionalnih ekonomija, odnos digitalne međunarodne ekonomije u budućnosti.

5. ZAKLJUČAK

Provedenim istraživanjem vidljivo je kako intenzivni razvoj tehnologije, kao i njezino postupno uvođenje u poslovanje utječe na pokretanje digitalizacije u ekonomiji. U tom smislu riječ je o digitalnoj revoluciji poslovanja ili digitanoj transformaciji, koja vodi prema stvaranju digitalnih poduzeća i naposlijetku digitalne ekonomije.

Tehnologija općenito donosi brojne promjene u svakodnevnom životu, ali i poslovanju. S obzirom na troškove koje stvara, a koji su odraz inovativnosti, istraživanja, specijaliziranog obrazovanja, uvođenja opreme i sličnoga, očekivano je prisutnija i razvijenija na primjeru naprednih gospodarstava i društava svijeta. Unatoč tome, treba istaknuti kako ovu praksu slijede i tranzicijske te slabije razvijene države, kao i one nerazvijene, u granicama njihovih mogućnosti.

Iako se digitalno poslovanje intenzivnije razvija tek u proteklih nekoliko dekada, posebice od početka 21. stoljeća, danas doseže visoku razinu razvijenosti. To zapravo svjedoči o dinamičnom i nezaustavljivom razvoju tehnologije i tehnološki podržanog poslovanja, a jednaki trend očekuje se i u budućnosti. Rezultat ovakvog razvoju jest pojava niza oblika digitalnog poslovanja u suvremeno doba.

Digitalna transformacija poduzeća i međunarodne ekonomije potaknuta je poslovnim modelima kao što su Internet trgovine, poslovanje u oblaku, mobilno poslovanje, poslovanje na društvenim mrežama i slično. Danas gotovo da ne postoji društvo koje nije upoznato s temeljnim oblicima i inovacijama digitalne tranformacije, kao ni gospodarstvo koje ne razvija barem nekoliko oblika ovakvoga poslovanja.

Na međunarodnoj razini postoje brojni primjeri kompanija koje egzistiraju kao visoko digitalizirana i digitalno tranformirana poduzeća. Oni su predvodnici digitalne transformacije. Neka od njih su Amazon, E-bay, Booking, Atraveo, House trip i slična. Treba istaknuti kako ona putem digitalne tranformacije maksimiziraju kvalitetu i siguranost poslovanja, ali jednako tako unapređuju održivo poslovanje kroz veću brigu o kupcima ili potrošačima, lokalnoj zajednici i okolišu. U tu svrhu razvijaju

specijalizirane programe, koji doprinose lojalnosti i zadovoljstvu dionika, ali i ostalim korisima.

Navedenu praksu poslovanja sve uspješnije slijedi i hrvatsko gospodarstvo. Pri tome postoje brojni primjeri poduzeća koja su uspješno digitalno transformirana ili čine uspješne korake u tom smjeru. Neka od njih su Agrokor, Podravka, Maistra, Valamar i ostala. Treba zaključiti kako je uglavnom riječ o razvijenijim poduzećima koja provode uspješne procese istraživanja tržišta i odgovaranja na međunarodne trendove u poslovanju, kao i ona koja su naklonjenija inovativnosti i imaju adekvatnu financijsku snagu.

LITERATURA

KNJIGE:

1. Bosilj Vukšić V. (2004.) Informacijska tehnologija u poslovanju. Zagreb: Element
2. Panian, Ž. (2013.) Elektroničko poslovanje druge generacije. Zagreb: Ekonomski fakultet Zagreb

ČLANCI:

1. Bedeković, V., Golob, D. (2011.) Suvremeni menadžment u uvjetima globalnog poslovanja. Praktični menadžment. Vol. 2. Br. 3. Str. 57.-63.
2. Brumec, S. (2008.) Razvoj mobilnih informacijskih sustava – Magistarski rad. Varaždin: Sveučilište u Zagrebu – Fakultet organizacije i informatike Varaždin
3. Kunac, J. (2012.) Bankarsko komuniciranje s javnostima. Media, culture and public relations. 3. (1/2012). str. 68.-77.
4. Svete, U. (2006.) Strateški značaj informacijsko-komunikacijske tehnologije u suvremenom međunarodnom okolišu. Polemos 9. Str. 101.-117.

INTERNET IZVORI:

1. Amazon (2019.) About Amazon. Dostupno na: https://www.aboutamazon.com/ (05.08.2019.)
2. Amazon (2019.b) $40,000 scholarships and guaranteed Amazon internships. Dostupno na: https://blog.aboutamazon.com/community/40000-dollar-scholarships-and-guaranteed-amazon-internships (05.08.2019.)
3. Bigraphy (2016.) Jeff Bezos. Dostupno na: http://www.biography.com/people/jeff-bezos-9542209#recent-projects (01.08.2019.)
4. Booking.com (2019.) How we work. Dostupno na: https://www.booking.com/content/how_we_work.hr.html?aid=356980;label=gog235jc-

1DCBQoggJCBWFib3V0SBBYA2hliAEBmAEQuAEGyAEP2AED6AEB-AECiAIBqAIDuALEvJflBcACAQ;sid=d938f537a49b6053a8fe193ff0ba7b7c (05.08.2019.)

5. Datalab (2019.) Što (ni)je poslovanje u oblaku. Dostupno na: https://www.datalab.hr/sto-nije-poslovanje-u-oblaku/ (05.08.2019.)
6. E-learning (2019.) Modeli elektroničkog poslovanja. Dostupno na: https://www.link-elearning.com/site/kursevi/lekcija/6946 (04.08.2019.)
7. Hruškovac, I. (2016.) Nova era: digitalno poslovanje je ključ uspjeha u budućnosti. Dostupno na: https://www.24sata.hr/tech/nova-era-digitalno-poslovanje-je-kljuc-uspjeha-u-buducnosti-500225 (05.08.2019.)
8. Igrec, A. (2018.) Digitalna trasformacija. Dostupno na: https://repozitorij.foi.unizg.hr/islandora/object/foi%3A3889/datastream/PDF/view (03.08.2019.)
9. Kupres Đorđević, E. (2016.) Uloga društvenih mreža u suvremenom poslovanju. Dostupno na: https://zir.nsk.hr/islandora/object/unipu:925/preview (02.08.2019.)
10. Lesonsky, R. (2019.) There Are Four Types of Digital Business – Which One Best Describes Yours. Dostupno na: https://www.allbusiness.com/four-types-digital-businesses-112325-1.html (03.08.2019.)
11. Nadrljanski, M. (2010.) Elektroničko poslovanje – E-business. Dostupno na: www.pfst.unist.hr/~mila/autorizirana_pred/e-poslovanje/predavanje6.ppt (02.08.2019.)
12. Newman, D. (2019.) Top Ten Digital Trnsformation Trends for 2020. Dostupno na: https://www.forbes.com/sites/danielnewman/2019/07/14/top-10-digital-transformation-trends-for-2020/#754ea20776be (03.08.2019.)
13. O'Brien, C. (2019.) What Are The Benefits of Digital Transformation. Dostupno na: https://digitalmarketinginstitute.com/blog/13-03-18-what-are-the-benefits-of-digital-transformation (03.08.2019.)
14. Similarweb (2016.) Booking coms marketing strategy. Dostupno na: https://www.similarweb.com/blog/booking-coms-marketing-strategy (05.08.2019.).
15. Softwise (2019.) Poslovanje na društvenim mrežama. Dostupno na: https://softwise.hr/hr_HR/blog/poslovanje-na-drustvenim-mrezama. 02.04.2019 (02.08.2019.)

16. The Enterprise Project (2019.) What is digital transformation? Dostupno na: https://enterprisersproject.com/what-is-digital-transformation (03.08.2019.)
17. Zelembrz, T. (2017.) Računarstvo u oblaku. Dostupno na: https://bib.irb.hr/datoteka/893995.Tomislav_Zelembrz_Racunarstvo_u_oblaku_zavrsni_rad.pdf (02.08.2019.)

POPIS SLIKA

Slika 1. Faze razvoja digitalnog (elektroničkog) poslovanja..... 5
Slika 2. Modeli elektroničkog (digitalnog) poslovanja 17
Slika 3. Facebook logo 21
Slika 4. Amazon.com 23

SAŽETAK

Osnovno obilježje suvremenog poslovanja i međunarodne ekonomije je intenzivna tehnološka podrška i ovisnost o tehnološkim inovacijama. Rezultat toga je stvaranje digitalnih poduzeća i digitaliziranog globalnog društva. Proces koji dovodi do toga naziva se digitalna transofmacija, a označava napuštanje nekadašnjeg tradicionalnog poslovanja, te uvođenje računalnih, infomacijsko-komunikacijskih i digitalnih rješenja u sve poslovne procese.

Digitalizacija međunarodne ekonomije vrlo je dinamična i turbulentna. O razini njezina razvoja, posebice u razvijenijim državama svijeta, najbolje svjedoče konkretni primjeri. Neki od njih su Booking, Amazon, Facebook i slični. Ovu praksu poslovanja sve uspješnije slijedi i Hrvatska, a ogledni primjeri digitalnih poduzeća i onih koja se razvijaju u tom smjeru su Njuškalo, Maistra, Podravka, Agrokor i slični.

Digitalno poslovanje općenito donosi niz pozitivnih učinaka. Osim efikasnosti i učinkovitosti poslovanja, misli se na maksimiziranje kvalitete i reduciranje pogrešaka, automatizaciju, proširenje poslovanja, uspješnije konkuriranje i slično. Uslijed navedenoga, smatra se kako će se proces nastaviti i u budućnosti te utjecati na razvoj digitalne ekonomije.

Ključne riječi: tehnologija, digitalizacija, digitalna transformacija, digitalna ekonomija.

SUMMARY

One of the main feature of the modern business and the international economy is its intense of high technological support and dependence on technological innovation. The results of those treds are digital businesses and a digitized global society. Process that leads to this is digital transformation, that includes marking the abandonment of former traditional jobs, introducing computer, information-communication and digital solutions into all business processes.

The digitalization of the international economy is very dynamic and turbulent. To confirm that it is imortant to mention some of the concrete examples. Some of them are Booking, Amazon, Facebook and similar. Croatia successfful follows the world practice and contemorary trends. The examples of digital companies and those that are developing on this way are Njuškalo, Maistra, Podravka, Agrokor and the like.

Digital business generally has a numerous of positive effects. Apart from efficiency and sparse business, it is important to mention maximizing quality and reducing errors, automatization, expanding the business, using competition and the like. In the future we can this process will continue and will leat to the digital international economy.

Keywords: technology, digitalization, digital transformation, digital economy.