



softconsulting

Digitalni trendovi i tržišna konkurentnost

Autor: Lejla Softić, dipl.oec.
Konsultant za poslovni razvoj

Agenda

- **I MODUL (9,00 - 10,30): Suvremeni digitalni trendovi**
 - Uvod i definicija pojmova
 - Konvencionalno vs. Digitalno poslovanje
 - Informacijsko društvo i digitalna ekonomija
- Pauza za osvježenje (10,30 - 10,45)
- **II MODUL (10,45 - 12,15): Tržišne i organizacijske promjene**
 - Konceptualna struktura 'nove' ekonomije
 - Karakteristike suvremene organizacije
 - Koncept globalnog poslovanja u digitalnoj ekonomiji
- Pauza za ručak (12,15 – 13,00)
- **III MODUL: (13,00 – 14,30): Tržišna konkurentnost u digitalnim uvjetima**
 - Značajke konkurentnosti preduzeća
 - Internet i tržišna konkurentnost
 - Konkurentnost i trendovi e-poslovanja
- Pauza za osvježenje (14,30 – 14,45)
- **Praktične vježbe (14,45 – 16,45)**
- **Zaključak (16,45 – 17,00)**

Definicije osnovnih pojmova

- Automatizacija poslovanja je prijenos rada ljudi na mašine, koji obično podrazumijeva i tehnološki napredak, sa ciljem stvaranja učinkovitih poslovnih procesa. Omogućava:
 - povećanje produktivnosti
 - smanjenje operativnih troškova
 - poboljšanje kvalitete proizvoda i/ili usluga
 - povećanje učinkovitosti kontrole poslovanja.
- Ulaganjem u digitalnu transformaciju poslovanja rijetko se postižu značajniji rezultati ukoliko se pri tome kao osnova koriste zastarjeli poslovni procesi.
 - Neuspjeh digitalne transformacije poslovanja uslijed istovremenog neizvršavanja reinženjeringa postojećih poslovnih procesa.
 - Neadekvatni rezultati digitalne transformacije poslovanja uslijed neblagovremenog sagledavanja željenih koristi.
 - Zastarjela promišljanja i navike ljudi nisu dovoljno dobar motiv za digitalnu transformaciju poslovanja.

Konvencionalno vs. Digitalno poslovanje



- Konvencionalno poslovanje:
 - polazna osnova za digitalnu transformaciju poslovanja
 - nedostaci postojećeg sistema su osnova za unapređenje poslovanja
 - za određene konvencionalne poslove potrebno je više vremena da se modernizuju (digitalizuju)
 - tradicionalna gledišta na modernizaciju (digitalizaciju): npr. KONTROLA kao mjerilo vrijednosti.
- Digitalno poslovanje (i modernizacija):
 - ima za cilj unaprijediti konvencionalno poslovanje
 - ukoliko se ne savladaju nedostaci 'ranijeg' sistema nije postignuta svrha digitalne transformacije (i modernizacije) poslovanja
 - sve što je modernizacija ne mora značiti da je jedino ispravno poslovanje
 - pojedine poslovne vrijednosti potrebno je prilagoditi i redefinirati kako bi se postigla STVARNA PROMJENA
 - suvremena gledišta na konvencionalno poslovanje.

Informacijsko društvo i digitalna ekonomija



- Tehnologije nisu izdvojene iz društva, nego su njegov sastavni dio koji interaktivno djeluje na promjene u društvu.
- Informacijske i komunikacijske tehnologije unutar informacijskog društva:
 - uveliko su uticale na promjenu organizacijskih vrijednosti preduzeća
 - stvaraju se 'nove' kulture i demontaža tradicionalne organizacijske kulture
 - kreiraju se alternativni načini tržišnog djelovanja i novi poslovni modeli.
- Informacijsko i umreženo društvo utiču na transformaciju identiteta ili smisla života odnosno promjene načina života i rada ljudi.
- Digitalna ekonomija se zasniva na digitalnim tehnologijama, telekomunikacijskim mrežama, internetu, intranetu, ekstranetu...
 - naziva se i Internet ekonomija, 'nova' ekonomija ili web ekonomija
 - suština digitalne ekonomije su znanje i digitalne tehnologije
 - brzorastuća ekonomija je povezana uz digitalizaciju
 - 90% radnih mjesta budućnosti podrazumijeva određenu razinu digitalne pismenosti.

Konceptualna struktura 'nove' ekonomije



- Imati pravu informaciju, u pravo vrijeme, u pravom formatu znači imati:
 - Hardware - fizički dio informacionog sistema (IS)
 - Software - programski dio IS
 - Lifeware - ljudi koji koriste (i kreiraju)IS
 - Dataware - način skladištenja podataka
 - Netware - komunikacijska mrežna rješenja
 - Orgware - organizacione metode povezivanja svih prethodnih elemenata u jedinstvenu cjelinu (poslovni sistem).
- Upravljanje digitalnim proizvodima i e-uslugama kroz stvaranje novih i digitalizaciju postojećih ponuda.
 - Internet kao kanal prodaje i distribucije: direktna online prodaja i prodaja putem online posrednika.
 - Interaktivna marketinška komunikacija: oglašavanje, optimizacija za internetske pretraživače, upravljanje virtualnim zajednicama (npr. društvene mreže) itd.

Karakteristike suvremene organizacije



- U osnovi svih trendova u oblikovanju organizacije je informatička revolucija.
- Suvremene organizacije su intenzivne znanjem, uz informacije glavni resurs preduzeća je organizacija rada, a organizacijska kultura je komparativna prednost preduzeća na tržištu.
- Intenzivan proces umrežavanja - preduzeća se orijentišu na svoju osnovnu djelatnost (tzv. core business), a sve ostalo nabavljaju putem outsourcinga (eksternalizacije) od ostalih 'članica' mreže poslovnih partnera.
- Poseban je naglasak na tehničkoj i humanoj dimenziji organiziranja, gdje se definiranje organizacijske strukture vrši:
 - u skladu sa postavljenim strateškim ciljevima preduzeća
 - na najučinkovitiji način i zbog što djelotvornijeg ostvarenja ciljeva.
- Izbor vrste organizacijske strukture jedna je od najvažnijih poslovnih odluka.
- Virtualne organizacije su specifičan oblik mrežne organizacije, čije postojanje omogućava savremena ICT (Internet/Intranet).

Koncept globalnog poslovanja



- Digitalno doba podrazumijeva i novi, globalni, model poslovanja.
- Digitalno tržište postaje 'globalno selo' zahvaljujući ICT alatima (chat, e-mail...), koji omogućavaju stvaranje virtualne zajednice za suradnju na daljinu.
- Dolazi do povećane pokretljivosti materijalnih i nematerijalnih resursa.
- Karakteristike preduzeća, stepen spremnosti i zrelosti određuju mogućnost sprovođenja globalne tržišne strategije.
 - Inovativna organizacija je preduslov za primjenu koncepta globalnog poslovanja, a inovacije imaju veliki značaj za konkurentnost na tržištu.
- Korištenje prednosti koncepta globalnog poslovanja i stvaranje proizvoda/usluga 'za cijeli svijet'.
 - Značaj razumijevanja različitosti nacionalnih tržišta i modifikovanje marketing strategije prema pojedinim tržištima.
 - Holistički pristup pri upravljanju aktivnostima digitalnog marketinga na razini svih (7P) elemenata marketinškog miksa.

Značajke konkurentnosti preduzeća



- Konkurentnost je suparništvo ili proces nadmetanja na tržištu, pri čemu poseban značaj ima kontinuirano poboljšanje, inovacije i promjene:
 - proizvoda i/ili usluga
 - poslovnih procesa
 - znanja ljudi
 - potreba kupaca ...
- E-poslovanje je osnova za tržišnu konkurentnost u 21. stoljeću.
- Poboljšanje tržišne konkurentnosti putem e–poslovanja:
 - nadmetanje u internetskom okruženju neizbježno doprinosi bržem razvoju i kvalitetnijem zadovoljavanju tržišnih potreba kupaca
 - internet i razvoj digitalne tehnologije nameću globalne standarde, kako u socijalnoj sferi, tako i u domeni poslovanja
 - brz razvoj e-poslovanja je rezultat izuzetno brzog tehnološkog razvoja, koji omogućava i razvoj novih poslovnih modela, proizvoda i usluga.

Internet i tržišna konkurentnost



- Prisustvo na Internetu sve je važnije za konkurentnost preduzeća, jer se skoro sve socijalne i poslovne aktivnosti izvršavaju mnogo brže i efektivnije.
- Internet tržište predstavlja zonu u kojoj najčešće nema ograničenja koja nameće konvencionalno (tradicionalno) poslovanje.
- Pozicioniranje i povećanje aktivnosti Internet poslovanja predstavljaju neophodnost i potrebu suvremenog poslovanja.
- Prednosti Interneta za konkurentnost preduzeća:
 - smanjuje ulazne barijere na tržištu
 - omogućava brže i lakše pretraživanje, kao i dobijanje informacija o ponudi i potražnji na tržištu
 - 'velika' preduzeća nemaju naslijeđeni povoljniji položaj u odnosu na 'mala' preduzeća i/ili start-up preduzeća.
- Tržišna konkurentnost se zasniva na proaktivnom upravljanju digitalnim korisničkim iskustvom, što podrazumijeva napredne usluge i optimizaciju back-office procesa u preduzeću.

Konkurentnost i trendovi e-poslovanja

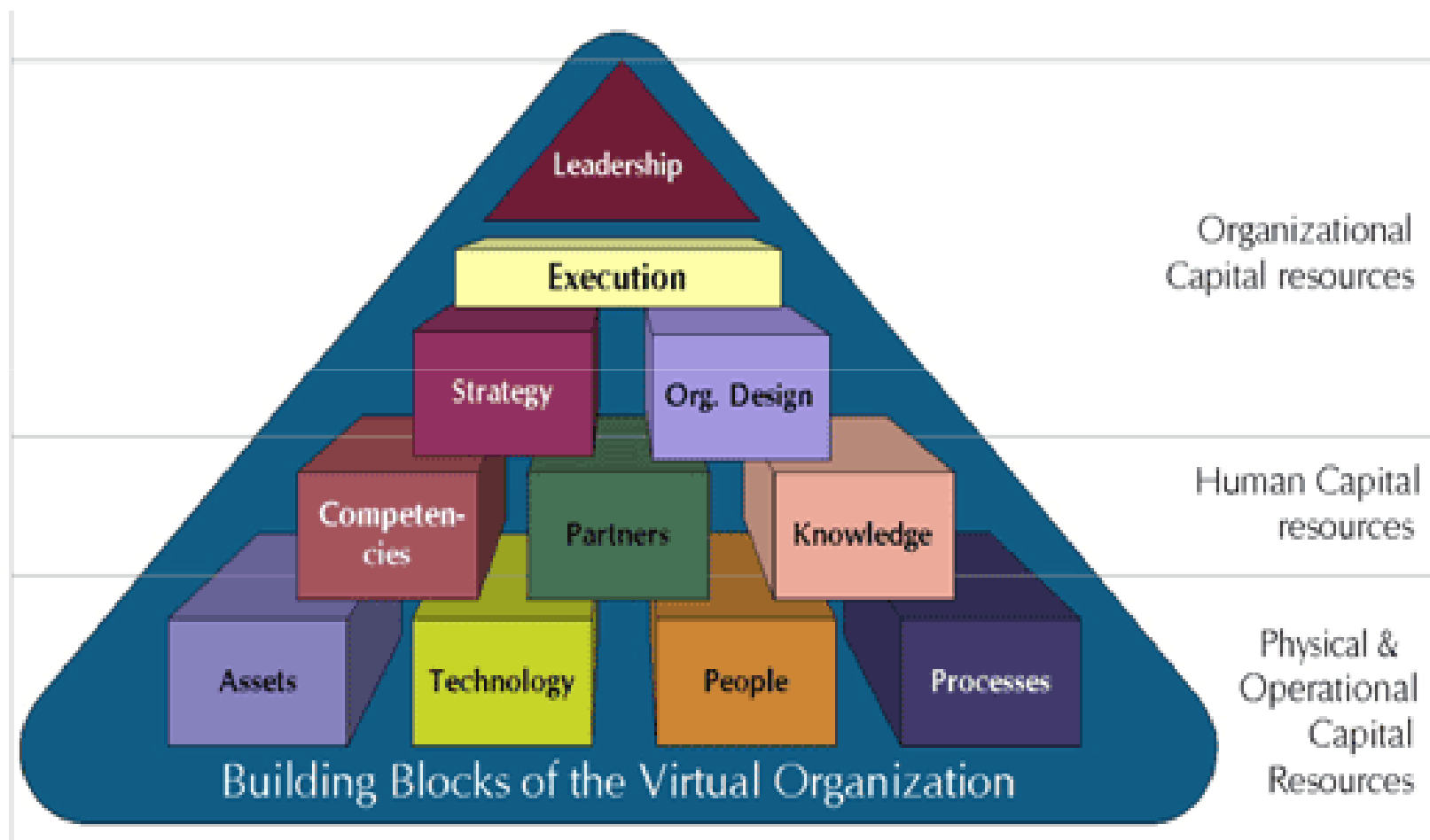


- Pобољшanje tržišne konkurentnosti primjenom e-poslovanja može se posmatrati sa više različitih aspekata:
 - Suvremeni kupci:
 - traže brže usluživanje (i samousluživanje)
 - žele imati mogućnost većeg izbora proizvoda i usluga.
 - Suvremena preduzeća:
 - vrše premještanje poslovanja u vanjsko okruženje (outsourcing)
 - kreiranje proizvoda i usluživanje za poznatog kupca (po ugovoru)
 - primjenjuju model virtualne distribucije.
 - Suvremeni zaposlenici:
 - traženi su NAJBOLJI kadrovi na tržištu rada
 - poslodavci nastoje 'zadržati' TALENTIRANE kadrove.
- Za konkurentnost preduzeća poseban značaj ima kontinuirano ulaganje u povećanje razine svijesti za upotrebu elektroničkog poslovanja (e-business) i elektroničkog trgovanja (e-commerce).

Zaključak



softconsulting



Hvala na ukazanom povjerenju !

▶ Kontakt:

- lejla.softic@savjetnik.ba
- www.savjetnik.ba